

Jindřich Kulhavý: Così se změnilo

- CZ24 News | 11. listopadu 2023

ČESKO: Marže obchodníků bývaly kdysi podstatně nižší, než je tomu nyní. Vzhledem k dlouholeté praxi v obchodní činnosti je možno porovnávat vzestup částek, které si obchody přidávají k prodejní ceně ve srovnání s nákupem. A šok z toho je značný.

Konec roku 1989 znamenal přechod od provozování obchodních sítí státem k soukromému podnikání. Tehdejší kolosy typu Jednota, Pramen, Domácí potřeby, Restaurace a jídelny a jim podobné byly postupně rozpuštěny na samostatné jednotky a v rámci privatizací jednotlivých prodejen či provozoven totálně rozprášeny. Většinou docházelo k tomu, že si je kupovali dosavadní vedoucí a snažili se pokračovat v činnosti při zachování stávajících cen. Ty sice později vyletěly nahoru, nicméně důvodem nebyly zvyšující se rabaty obchodníků, ale spíše okolnosti kolem nárůstu nájmů a energií, cen pohonných hmot. Odvážlivci „šli“ do více provozoven a opravdu bylo tehdy možné vybudovat vcelku rychle společnost, která se rozvíjela a měla perspektivu. Možná si pamatujete na Břendu, DKV market, Progressservis a další názvy společností, které vstaly pouze ze zkušeností a pracovitosti obchodníků majících za sebou praxi ve státním molochu. Byla to doba plná nadšení, práce do noci a hledání cest.

Udržování únosné marže, skupování levných zásob podniků za staré ceny, které privatizace dovedla na pokraj likvidace, to dokázalo například železářství či elektra udržet při životu déle než třeba menší konzumy. Běžný rabat cca 15% z dob ranného postsocialismu stoupnul na 20%, ale pořád znamenal jistou úctu k producentům zboží a k zákazníkům. Samozřejmě se pracovalo v prostředí nižšího daňového zatížení, únosných nájmů a energií odpovídajících cenou efektivitě našeho energetického odvětví. To vše platilo až do chvíle, kdy k nám byli vpuštěni zahraniční žraloci s daňovými úlevami či dokonce s pobídkami v podobě velkých korporací a řetězců. I ti sebelepší čeští obchodníci postupně po těžkém boji uzavřeli většinu prodejen. Mít obchod se železářstvím v dosahu nových OBI, Hornbachů, potravin vedle Tesca či Globusu nemělo prostě již cenu a klesající tržby toho byly důkazem. Nekonkurenceschopnost se netýkala v té době cen, i když podmínky byly nerovné, ale především rozsahu nabídky. V začátcích to ještě šlo, protože hypermarkety neměly tolik potřebných maličkostí, které jsme byli schopni ze starších zásob nabídnout my, ale časem i tato výhoda zmizela a nebylo již co řešit.

Absence malých specializovaných obchodů je důsledkem převahy mohutných korporací. Můžete oponovat vietnamskými večerkami, menšími papírnictvími, specializovanými či podobnými obchody, ale podívejte se na jejich ceny. V podstatě do těchto prodejen chodíte v nouzi nebo z pohodlnosti. Obchodní řetězce postupně převzaly trh, odkázaly výrobce a pěstitele do role otroků prodávajících jim své produkty za ceny jen těsně nastavené nad pořizovací hodnotu a poskytující jim relativně minimální prostor na investice a zbohatnutí. A to si ještě platí tzv. displej, tedy umístění do regálů. Samotní velkoobchodníci však zvýšili své marže až na 150 - 200%, což je desetinásobek toho, s čím se začínalo po tzv. Sametové revoluci. A to ještě není vrchní hranice, v některých odvětvích jsou rabaty až 500%. Přidejme ještě tragickou kvalitu většiny výrobků a mizernou kulturu při plnění povinností spojených s reklamací. Řetězcům se samozřejmě přizpůsobili i drobní prodejci, takže pokud nakupujete někde na farmářském trhu, ušetříte jen tehdy, máte-li svého farmáře, o kterém víte, že jde jinou cestou než okrádáním zákazníků.

Zvýhodnění obchodních řetězců na počátku se nám tak vrací jako bumerang rotující mnohem větší intenzitou než při svém vypuštění. Likvidace původního obchodního prostředí je určitý vývoj, ovšem predátorské korporátní západní praktiky bylo možno od počátku eliminovat. Odtok obrovského

množství nezdaněných peněz do zahraničí u nás získaných je alarmující. Systém je to jednoduchý, stačí zahraniční zboží překupovat přes své sklady a sem ho dodávat již drahé. A zisky plynoucí z českých produktů využívat na pokrytí provozních nákladů. Existuje však mnohem více triků, například drahý pronájem obchodní značky, zařízení prodejen a know-how, pro český bernák toho pak moc nezbude a majitelé korporací daní tam, kde se jim to vyplatí. Dopláci na to jak český dodavatel, tak i především zákazník. Tedy opět Čech. A protože se u nás zvyšují daně, zdražují energie a omezujících faktorů je stále více, čeští výrobci a pěstitelé se stěhují ze země a ze všeho nejhůře na tom je a bude nakupující občan.

Zplundrovaná Česká republika tak díky neschopnosti vlády dostává další smrtící úder. Jeden z posledních. Bohužel to většině českých konzumentů nedochází a místo hromadného bojkotu obchodních řetězců jde dále na porážku. Plné košíky předraženého zboží jsou toho denně důkazem. Vláda má plno nástrojů, jak stávající stav změnit. Lenost, lobismus a pokřivený charakter politiků tomu však dávají červenou. Fiala se poté divadelně diví před německým supermarketem, jak je vše toto možné. Je to nastrčený klaun, protože toto ví půlka republiky už dávno. Český občan už nikoho nezajímá, zájem je jen o obsah jeho peněženky či účtu. Tato dvě uložistiště jsou pod neustálou křížovou palbou státu, bank, korporátů, poskytovatelů různých služeb, respektive jednodušeji řečeno grázlů v límečkách. Pořád nic? Jak dlouho myslíte, že dokážete otročit, aniž byste se vzepřeli?

AUTOR: Jindřich Kulhavý

[ZDROJ](#)