

Renata Hálová
N1B

téma: Marketing v ČR. Pojednej o rozvoji tohoto oboru v ČR po roce 1989

Úvod

Marketing v ČR a pojednání o rozvoji tohoto oboru v ČR po roce 1989 mi přišlo jako velice zajímavé téma, k zamyšlení. V prvním bodě jsem se zaměřila na historii jako celku v ČR. V druhém bodě jsem se zaměřila na informace o firmě MADETA a. s. a o vývoji jejího marketingu.

1. Rozvoj marketingu v ČR

Před rokem 1989 byl marketing v ČR považován na trhu za věc zbytečnou, neefektivní a zakázanou vědu. Stát určoval a plánoval co se bude vyrábět a prodávat. Proto bylo na trhu jen jeden druh zboží od jednoho výrobce. Po roce 1989 začal být marketing v ČR považován za všelék a za nutnou podmínku k tomu, aby firma či jedinec, byli na trhu úspěšní a prosadili se. Česká marketingová společnost vznikla v roce 1990. Tím dala prostor soukromým podnikatelům. V tomto období se vyznačuje zvýšeným zájmem o marketing. Podniky začaly posílat zaměstnance na školení a do země přijížděli zahraniční experti a marketing se začal vyučovat na nově vzniklých ekonomických fakultách v České republice. Lidé se mohli dočíst o marketingu z odborné literatury, ale šlo o překlady zahraniční literatury. ¹Biblií marketingu se stala kniha *P. Kotlera a G. Armstronga „Marketing Management“*.

Vývoj marketingu v České republice charakterizoval A. Glogar (1999) takto:

- hledání, poznávání a šíření marketingu
- diverzifikace marketingové poznání
- konkretizace marketingového poznání
- kompletování marketingu
- proces přibližování se moderní úrovni marketingu
- proces zefektivňování marketingu
-

Ze začátku o marketing projevovali zájem zejména velké a střední výrobní a obchodní firmy. Dnes se o marketing a jeho aplikaci zajímají asi všechna odvětví. Koncem roku 1999 bylo na základě průzkumu platnosti předešlých závěrů upraveno členění následovně (Tomek 2000): ²*„Monopolisté zůstávají, přibýlo těch, kteří čekají s otevřenou dlaní, a to s větší nebo menší iniciativou, podniky čekají na zahraničního partnera s iniciativou i bez ní a podniky ‚za vodou‘ zásluhou partnera a již méně podniky ‚za vodou‘ vlastní zásluhou. Vždy se projeví výhoda toho, kdo se připravil marketingově. Vzorky 363 českých podniků s obratem vyšším než 50 mil. Kč. Zkoumání českých firem v roce 2004 ukázalo že pouhých 20% má marketingové oddělení.*

Dnes přebírá ČR teorii marketingu od větších zahraničních zemí.

¹ http://books.google.cz/books?id=Umss-PGUn8UC&pg=PA114&lpg=PA114&dq=%C4%8Desk%C3%A1+marketingov%C3%A1+spole%C4%8Dnost+od+roku+1989&source=bl&ots=WlmWNu8mzA&sig=Wc_VkG_i0e1Ndn8LdDyHkWHJPhk&hl=cs&sa=X&ei=XberUMvJC8XSsgbakoHoCQ&ved=0CCgQ6AEwAg#v=onepage&q=%C4%8Desk%C3%A1%20marketingov%C3%A1%20spole%C4%8Dnost%20od%20roku%201989&f=false

² jako první adresa

2. Uplatnění úspěšných strategií marketingu v českém podniku Madeta a.s.

MADETA a. s. je česká potravinářská firma zabývající se zpracováním mléka a výrobou mléčných výrobků. Závody firmy zpracovávají 1, 5 milionu litrů mléka denně, vyrábí více než 240 druhů výrobků a exportují své výrobky do 15 zemí.

Základním marketingovým sloganem firmy je „Zdraví je důležité“.

³ *Chut' je důležitá, kvalita rovněž... Jak ale všichni víme, nejdůležitější je ZDRAVÍ! A právě toho jsou naše výrobky plné. Jako jedny z mála na trhu NEOBSAHUJÍ jakékoli KONZERVAČNÍ LÁTKY! Nepřidáváme do nich jakékoli emulgátory, použijeme-li barvivo či aroma, tak pouze přírodní.*

Je to náš princip, naše „srdeční záležitost“. Trváme na tom, že do mléčných výrobků „náhražky“ nepatří. Občas to proto máme těžší než konkurence. Ale nestěžujeme si. A co je ještě důležitější, zákazníci také ne.

Příklad výrobku, který naplňuje marketingovou strategii

Lipánek Baby je unikátní výrobek na trhu jogurtů, určený dětem již od jednoho roku. V současnosti se jedná o jediný produkt u nás s obsahem probiotické kultury Synbiotec, jež obsahuje dva vysoce odolné kmeny probiotik. Udrží se ve střevech a prokazatelně tak pomáhají budovat u dětí od raného věku tolik potřebnou imunitu. Zařazování potravin s obsahem synbiotik do jídelníčku dítěte, ale i dospělého člověka. Výrobek splňuje požadavky bezlepkové diety.

Lipánek Baby je na našem trhu nováčkem, ale už si dokázal získat důvěru mnoha rodičů. Ti mu dávají přednost před jinými výrobky určenými pro děti.



Nově pod obalem tetování.



<https://www.facebook.com/lipaneek.bejbik>

³ <http://www.madeta.cz/cs/produkty-a-sluzby>

Závěr

Madeta a. s. je firma, která vyrábí a prodává produkty kvalitní a bez chemických konzervačních látek. Všechny produkty splňují požadavky bezpečkové diety. Obal Lipánku je hezký a pro děti atraktivní a pod obalem děti najdou tetování.

Použité zdroje:

www.wikipedie.cz

www.madeta.cz

www.google.cz

www.facebook.com