

# Ekonomika IV. ročník

029\_Marketing – pojem, historický vývoj

# Marketing

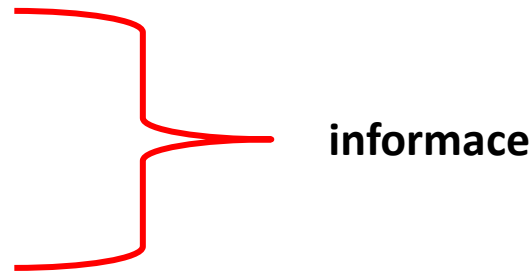
- **Je nauka o trhu a tržním hospodářství.**
- **Je metoda usměrňování a aktivního ovlivňování hospodářské činnosti podle potřeb trhu.**
- **Marketing ovlivňuje všechny firemní subsystémy ( zásobování, výrobu, prodej, personalistiku, ekonomiku i řízení firmy).**
- **Firma je v pozici nákupce i prodejce.**

- Marketing = komplexní proces **od průzkumu potřeb zákazníků, přes reklamu, poznání konkurence, rozhodování, rentabilitu až po ziskovost!**

- **Prodej je jednou ze součástí marketingu!**

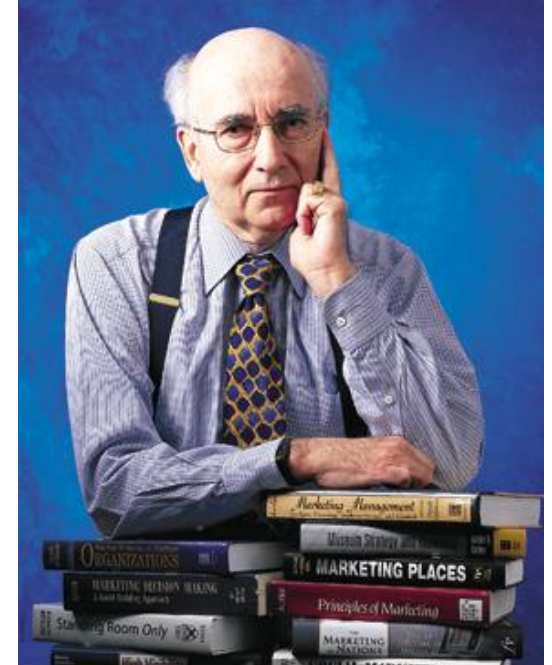
- Marketing zahrnuje:

- poznání zákazníků
- předvídání jejich chování
- ovlivňování jejich chování
- uspokojování potřeb zákazníků

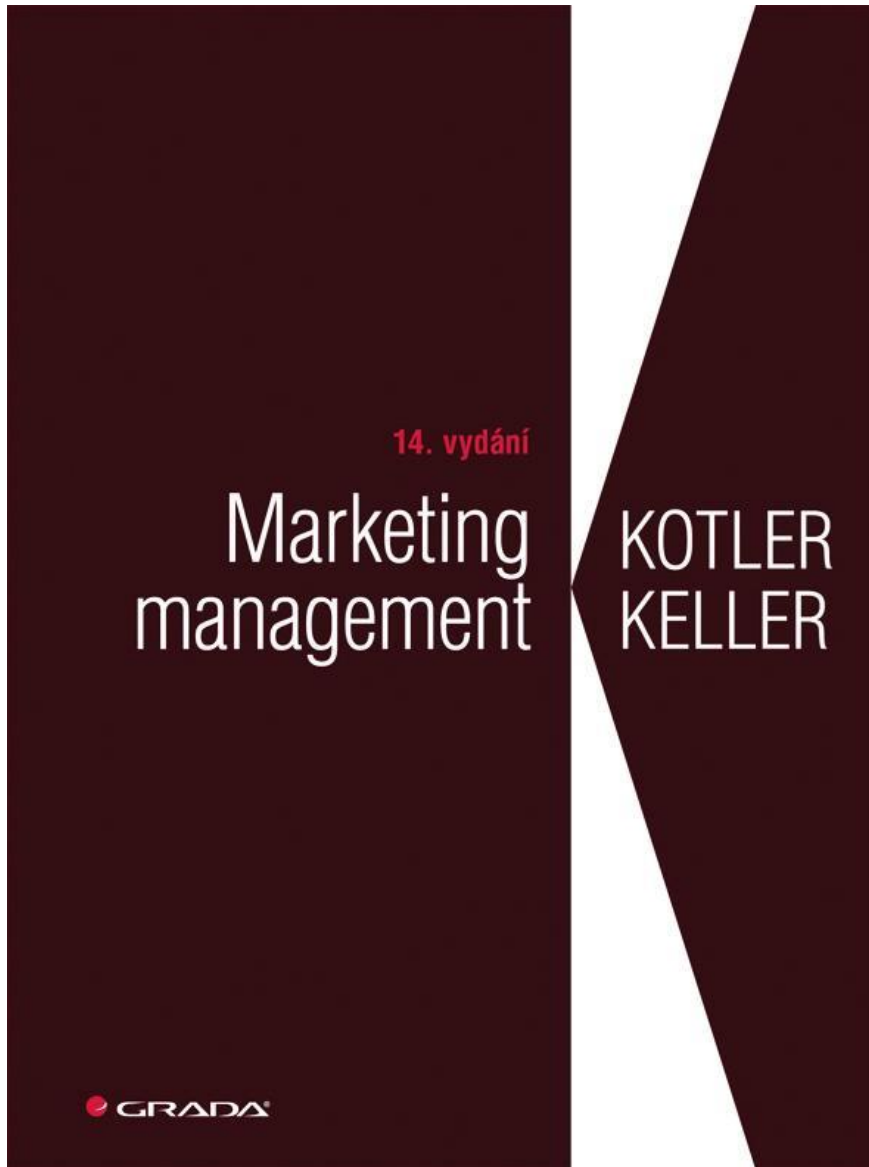


**... to vše k dosažení cílů firmy, většinou zisku**

- Philip Kotler chápe marketing jako: *"Společenský a manažerský proces, jehož prostřednictvím uspokojují jednotlivci a skupiny své potřeby a přání v procesu výroby a směny produktů a hodnot"*.



- **Philip Kotler (1931) jedna z největších autorit marketingu.** Profesor mezinárodního marketingu na Northwestern University Chicago.
- Studoval u tří laureátů Nobelovy ceny za ekonomii: Milтона Friedmana , Paula Samuelsona a Roberta Solowa.
- Studoval **ekonomii, matematiku a behaviorální vědy** – psychologii, sociologii a antropologii.
- Autor 55 knih o marketingu.



- Nejproslulejší dílo **Marketing management** vyšlo již ve 14. vydání.

- **Marketingový informační systém** - zahrnuje **pracovníky, zařízení a informační technologie** pro **sběr, třídění, analyzování a distribuování potřebných, včasných a přesných informací** tvůrcům marketingových rozhodnutí.
- **Složky MIS:**
  - **Interní informace** (informace o výsledcích; přehledy objednávek, prodejů, cen , skladových zásob, pohledávek atd.)
  - **Marketingové zpravodajství** (knihy, časopisy, obchodní publikace; rozhovory se zákazníky, distributory, zaměstnanci, manažery.)
  - **Marketingový výzkum** (systematické určování, shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací týkající se určitého problému, před kterým firma stojí – poprvé USA – 1824 – prezidentské volby). Např. face-to-face, mystery shopping , mystery calling, shelf test, ...
  - **Marketingové analýzy na podporu rozhodování** - základní myšlenkou těchto metod je, aby se vaše úsilí a finanční prostředky soustředily zejména na ty **kategorie** zákazníků/produktů/zaměstnanců, které jsou pro firmu **skutečně důležité** (např. Paretova analýza).

# Historie marketingu

## 1. výrobní koncepce (typicky cca 1900 - 1930)

- **vyrob co nejlevněji a prodáš** (i bez znalosti konkrétních potřeb zákazníka) - „*Náš zákazník si může vybrat automobil v jakékoliv barvě. Pokud si ovšem vybere černou.*“ - Henry Ford
- zákazník preferuje výrobky, které jsou **levné a snadno dosažitelné**
- **vysoké objemy výroby** při využívání nové techniky a technologie, **nižší náklady na jednotku produkce, rozsáhlá distribuce výrobků (pásová výroba – Ford, Baťa)**
- cílem podnikatele je **dosažení co nejvyššího zisku přes oblast výroby**, zejména lepším využíváním techniky a organizací práce
- dnes **přístup typický v ekonomikách, kde poptávka převyšuje nabídku**, zákazník se snaží **výrobek spíše získat** a nepřemýšlí tolik o jeho vlastnostech – **zv. Asie**

## 2. výrobová koncepce (cca 1930 - 1940)

- vyrob co nejkvalitněji a prodáš
- koncepce vzniká **v reakci na velkou hospodářskou krizi**, kdy je masová spotřeba omezena
- vychází z předpokladů, že **užší okruh movitých bude při nákupu dávat přednost výrobkům nejvyšší kvality, výkonnosti nebo zcela nových vlastností**
- výroba výrobků **vysoce kvalitních a neustále inovovaných**
- při zavádění nových výrobků někdy nebezpečí **tzv. „marketingové krátkozrakosti“** – výrobce nevnímá, co se na trhu děje a jaká jsou přání a chování zákazníka (*„Veřejnost nemůže vědět, jaký druh auta chce, dokud ho neuvidí na vlastní oči“* - výrok vedoucího pracovníka General Motors)





Apple v letech 1994-97 produkoval první komerčně vyráběné digitální fotoaparáty Apple Quick Take. Fotoaparát s rozlišením 640×480 pixelů poháněný dvojicí AA baterií s čipem 0,3Mpix byl vybaven 1-4MB flash paměti, která umožňovala uložit osm fotografií v plném rozlišení, respektive 32 fotografií v polovičním rozlišení.

### 3. prodejní koncepce (cca 1940 - 1950)

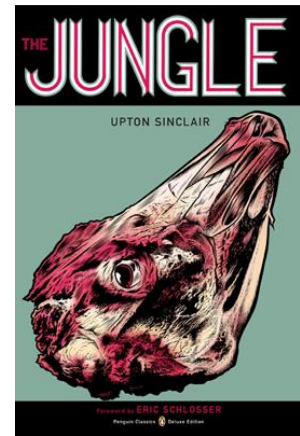
- čím víc reklamy, tím víc prodáš
- vyplývá z hromadné výroby, která **potřebuje masovou distribuci a prodej** (přerušeno částečně II. světovou válkou)
- cílem je **prodat to, co vyrobil, nikoliv vyrábět to, co by prodal**
- koncepce **předpokládá, že spotřebitelé** jeví k nakupování netečnost až odpor a **musí být přemlouváni k většímu nakupování**
- firmy vyvíjejí **agresivní prodejní a propagační úsilí**
- výsledek je, že **veřejnost ztotožňuje marketing s prodejním nápořem a reklamou - intenzivní nástup prodejních specialistů**
- **riziko**: přemluvený zákazník si další výrobek nekoupí a odrazuje další potenciální zákazníky
- v současné době je využívána **prodejci různých druhů pojištění a spoření a u některých druhů spotřebního zboží**

- **Leo Popper** se proslavil nejen skvělými prodejními výsledky, ale zvláště svými neuvěřitelnými kousky, kdy **dokázal prodat vysavač i sedlákům z Nesuchyně, přestože tam ještě nebyla zavedena elektřina, Edvardu Benešovi, ...**
- Jeho úspěchy v prodeji mu zajistily titul mistra světa v přímém prodeji. **Známým se stal díky povídkám svého syna Oty Pavla**, ve kterých je zachyceno nejslavnější období Elektro-Luxu v ČSR z první republiky.



- vznik a rozvoj **konsumeristického hnutí**:

- **1906** ***The Jungle*** U. Sinclair – v knize jsou naturalisticky popsány podmínky ve zpracovně a balírně masa → „Federální zákon o potravinách a léčivech“, „Zákon o dozoru nad masem“
- **1927** ***Your Money's Worth*** S. Chase a F.J. Schlinga – publikace o nečistých praktikách uplatňovaných v → prodeji Wheeler-Leaův zákon – zákaz nepoctivých a záludných praktik bez ohledu na to, zda poškodí obchodní soutěž; podřízení reklamy potravin a léčiv kontrole Feder. komise pro obchod
- **1965** ***Unsafe at any speed*** R. Nadera, kritika GM Chevrolet za nebezpečný model CHEVROLET CORVAIR, manifest spotřebitelů → schválení zákona o povinné výbavě automobilů bezpečnostními pásy a dalšími bezpeč. prvky.



## 4. marketingová koncepce (1950-70)

### „nejdřív poznej svého zákazníka a jeho potřeby a pak prodáš“

- státy zničené válkou dokončily obnovu, **trh je nasycen a naráží na koupěschopnost poptávky**, dochází ke **krizím z nadvýroby**
- zákazník na prvním místě a marketing je něco víc než prodej
- schopnost podniku splňovat **požadavky a přání zákazníků** vytváří předpoklady pro budoucí růst firmy a **dlouhodobý úspěch**
- koncepce spočívá na 4 pilířích: cílový trh, zákaznické potřeby, integrovaný marketing (všechna oddělení firmy pracují společně na uspokojování přání a potřeb zákazníka) a rentabilita
- *„Zákazník kupuje čtvrtpalcové díry, nikoliv čtvrtpalcové vrtáky.“*  
Theodore Levitt (1925-2006) - profesor marketingu na Harvard Business School

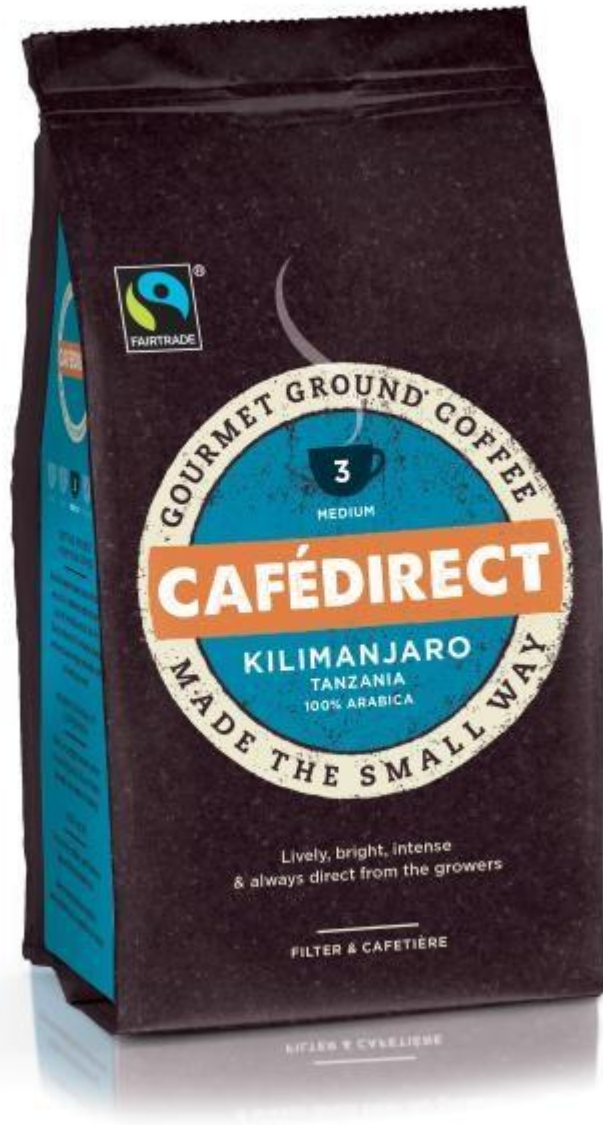
## 5. sociální marketing (1970-doposud)

„poznej zákazníka a zohledni i potřeby společnosti, pak prodáš“

- „humanistický“, „ekologický“ marketing
- společnost už je mnohde tak bohatá ve smyslu hmotných statků, že se významně zajímá o nemateriální hodnoty – ekologii, pracovní podmínky zaměstnanců, politickou situaci v oblasti, ...
- firmy s globální působností mají obrovskou odpovědnost vůči svému okolí (jako zaměstnavatel, znečišťovatel, nositel myšlenek, ...)
- koncepce, která se snaží dát do souladu potřeby a zájmy zákazníků s dlouhodobými sociálními a etickými zájmy společnosti
- sociální marketing předpokládá, že podniky budou ve svých marketingových aktivitách brát v úvahu rovnováhu tří důležitých faktorů: zisku firmy, uspokojení přání zákazníků a veřejný zájem



Fair trade 100% Arabika z Tanzánie – 573 Kč/kg  
Tchibo Family – 256 Kč/kg



## 6. Gerilový marketing (1980 – doposud)

- Guerillový marketing je **nekonvenční forma propagace** s cílem **vzbuzení maximálního zájmu za použití omezeného rozpočtu**. Příjemce věnuje kampani svou pozornost, aniž by si byl primárně vědom, že jde o propagaci.
- Guerillový marketing **se objevil v USA na konci 70. let 20. století**.
- V roce 1982 vydal Jay Conrad Levinson, bývalý kreativní ředitel agentury [Leo Burnett](#), knihu Guerilla Marketing, popisující nekonvenční marketingové nástroje pro případ extrémně nízkých finančních možností.
- Od 80. let je guerillový marketing **využíván malými společnostmi, stejně jako velkými firmami**.



Marketingová kampaň by měla být:

- **nečekaná**
- **drastická**
- **humorná**
- **krátkodobá**
- **levná**
- **s dobrou vůlí**

- **Astroturfing** (z názvu firmy [AstroTurf](#), která vyrábí umělé trávníky) je **moderní nekalá marketingová metoda**, jež se dá označit za jeden z druhů tzv. guerillového marketingu.
- Spočívá v tom, že **zadavatel reklamy** (firma, ale třeba i stát) **se snaží vyvolat falešný dojem pozitivní spontánní reakce spotřebitelů či fanoušků** na dané zboží, službu či politický názor.
- Praktikuje se **např. zakládáním blogů, kde je produkt vychvalován**. Může jít i o účast v on-line diskusích a anketách.
- **Zdánlivě autentické výpovědi, které mají v očích veřejnosti zvýšit hodnotu produktu**, jsou však vytvářeny organizovaně – zaměstnanci firmy či přímo najatými lidmi.



HIPPIES  
DENY  
CLIMATE  
CHANGE

SAVE THE  
FORESTS...  
EAT  
WHALES



6:11/4:41

+ YouTube

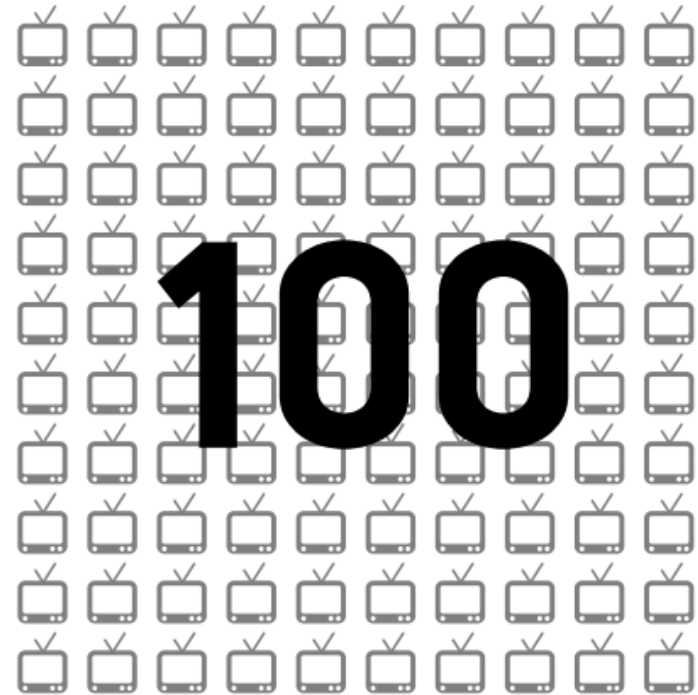


## Virální marketing (2003 – dodnes)

- Marketingová technika **šíření komerčního sdělení pomocí sociálních sítí.**
- Plánovaná aktivita, která **svojí povahou motivuje příjemce k roli šířitele.**
- Umožňuje **oslovit velké množství potenciálních spotřebitelů za relativně nízkých mediálních nákladů.**
- Vyžaduje **vysoké nároky na realizaci s nejistým výsledkem, ale i nutností komplexní změny nahlížení na proces komunikace.**
- **Pouze výjimečně může virální marketing fungovat samostatně.**
- Vhodnost jeho využití je **určována spíše počátečním kreativním vstupem, obsahem sdělení a jeho významem pro uživatele než konkrétní značkou.**

3

1960



2004

Počet televizních spotů potřebných k oslovení 80 % spotřebitelů

Zdroj dat: Business Week: The Vanishing Mass Market, 2004

**“Lidé se ovlivňují navzájem.  
Nic na ně nemá takový vliv jako  
doporučení od člověka, kterého  
dobře znají.”**

Mark Zuckerberg, 2007

- [https://www.youtube.com/watch?feature=player\\_embedded&v=EJHsbVvGPaY](https://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=EJHsbVvGPaY)
- <https://www.youtube.com/watch?v=2eoPyrgBIIU>

# Otázky:

1. Marketing je .....1
2. Marketing zahrnuje .....
3. Autorem knihy Management marketingu je .....
4. Vyjmenujte složky MIS.
5. Interní informace v rámci MIS.
6. Marketingové zpravodajství v rámci MIS.
7. Marketingový výzkum v rámci MIS.
8. Definujte Paretovo pravidlo.
9. Výrobní koncepce – co o ní víte?
10. Výrobní koncepce – co o ní víte?
11. Vysvětlete pojem marketingová krátkozrakost.
12. Prodejní koncepce – co o ní víte?
13. Marketingová koncepce – co o ní víte?
14. Sociální marketing – co o něm víte?
15. Gerilový marketing – co o něm víte?
16. Co je to astroturfing?
17. Co je to virální marketing?



# Zdroje:

- Švarcová, J. a kol. Ekonomie – stručný přehled, 2012/2013. Zlín, CEED 2011
- Holman R., Pospíchalová D., Úvod do ekonomie pro střední školy. Praha, C. H. Beck 2012
- Kotler, Philip: Marketing management, Grada Publishing, spol. s.r.o., 10. rozšířené vydání, Praha, 2001
- <http://cs.wikipedia.org/wiki/Marketing>
- [http://www.lahistoriadelapublicidad.com/documentos/kotler1\\_2290.jpg](http://www.lahistoriadelapublicidad.com/documentos/kotler1_2290.jpg)
- [http://knihy.abz.cz/imgs/products/img\\_330562\\_orig.jpg](http://knihy.abz.cz/imgs/products/img_330562_orig.jpg)
- <http://cs.wikipedia.org/wiki/Astroturfing>
- [http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD\\_marketing](http://cs.wikipedia.org/wiki/Guerillov%C3%BD_marketing)
- [http://cs.wikipedia.org/wiki/D%C4%9Bjiny\\_marketingu](http://cs.wikipedia.org/wiki/D%C4%9Bjiny_marketingu)
- [http://www.luxforlife.cz/o\\_nas/historie/](http://www.luxforlife.cz/o_nas/historie/)
- [http://www.tonick.cz/parma\\_viralnimarketing\\_prezentace.pdf](http://www.tonick.cz/parma_viralnimarketing_prezentace.pdf)
- <http://www.eurekastreet.com.au/uploads/Image/chrisjohnstonartwork/2119/cjohnstonAstroturfingL.jpg>
- <https://brainsvbook.wordpress.com/2011/11/11/the-jungle-upton-sinclair/>
- [http://pef.czu.cz/~vokacova/2\\_Historicke\\_milniky.pdf](http://pef.czu.cz/~vokacova/2_Historicke_milniky.pdf)
- <http://veteran.auto.cz/auta/chevrolet-corvair-nebezpecny-pri-jakekoli-rychlosti-22/>