Úvodní případová studie

V období meziválečném (1918 - 1939) byla Československá republika silně orientovaná na vývoz. Čeští inženýři projektovali a montéři budovali cukrovary, pivovary, elektrárny, cementárny a jiné výrobní podniky zvláště v rozvojových zemích. Po druhé světové válce firmy rychle obnovily své předválečné konexe a nastartovaly nový rozvoj. Tyto obnovené kontakty slibovaly rychlý růst, neboť většina českých firem nebyla válkou výrazně poškozena (narozdíl od rozbombardovaných firem německých, francouzských, anglických atd.) Zásadní zvrat nastal v únoru 1948, kdy byla násilně rozbita orientace československých firem na tradiční trhy a další strategický vývoj byl podřízen Moskvě. Celá ekonomika byla přebudována s preferencí na těžký průmysl, tradiční odvětví byla zanedbána, čehož využili konkurenti.

Obrat v roce 1989 postavil české firmy do obtížné situace. Bylo celkem jasné, že firmy mohou přežít pouze tehdy, jestliže naleznou silného strategického partnera, jehož cílem je spolupráce - ne likvidace konkurenta. Zájem byl pouze o některá odvětví, automobilový a farmaceutický průmysl, pivovary, cementárny. Obnovená ekonomika podává velice slušné výkony (růst HDP, nízká nezaměstnanost, zlepšující se infrastruktura, stavební výroba), na druhou stranu vysoký podíl průmyslu a jeho skladba vzbuzují jisté obavy z rizika přílišného zaměření na automobilový průmysl. Existující náznaky blížící se recese, propouštění některých firem (Siemens - tisíce zaměstnanců), přenášení výroby dál na východ vzbuzují obavy. Naštěstí podle informací Czechinvestu dvě třetiny ze 124 investorů, mířících do ČR, zakládají technologická centra nebo centra sdílených služeb.

„ČESKO PŘESTÁVÁ BÝT VÝROBNÍ ZÓNOU ZÁPADU“.

Lze to jen přivítat. Dává to také velké úkoly a možnosti pro vysoké školy. Pochopitelně i marketing se bude měnit. Méně zboží (hmotné výrobky), více služeb, méně izolovaných firem, více strategických aliancí.