

Formy vstupu českých firem vybraných sektorů na albánský trh

Autor práce: Bc. Hysen Abdihoxha
Vedoucí práce: Ing. Oldřich Bronec, CSc.

Abstrakt

Předmětem diplomové práce "Formy vstupu českých firem vybraných sektorů na albánský trh" je analýza problematického trhu mimo Evropskou unii a volba strategie vstupu na tento trh. Obsahem této analýzy jsou různé metody, které se používají k hodnocení interního a externího prostředí. Teoretická část se skládá z obecného popisu metodiky strategií internacionalizace, rizika, předpokladů firem k internacionalizaci, forem vstupu a popisu analýz. V praktické části jsou aplikovány tyto analýzy na albánský trh a na konkrétní podnik. V závěru je psáno doporučení, které vychází z uvedených analýz a mohlo by pomáhat firmám při volbě jejich vstupu.

Abstract

The subject of the diploma thesis "Forms of entry of Czech companies in selected sectors into the Albanian market" is the analysis of problematic market outside European union and selection of entry strategy into this market. The content of this analysis includes various methods that are used to evaluate the internal and external environment. The theoretical part will create a general description of the methodology of internationalization strategy, risks, assumptions of companies for internationalization, forms of input and a description of analyses. In the practical part, these analyses are applied for the Albanian market and for a specific sector. In the end, a recommendation is written, which is based on the above analyses and could help companies in choosing their entry strategy.

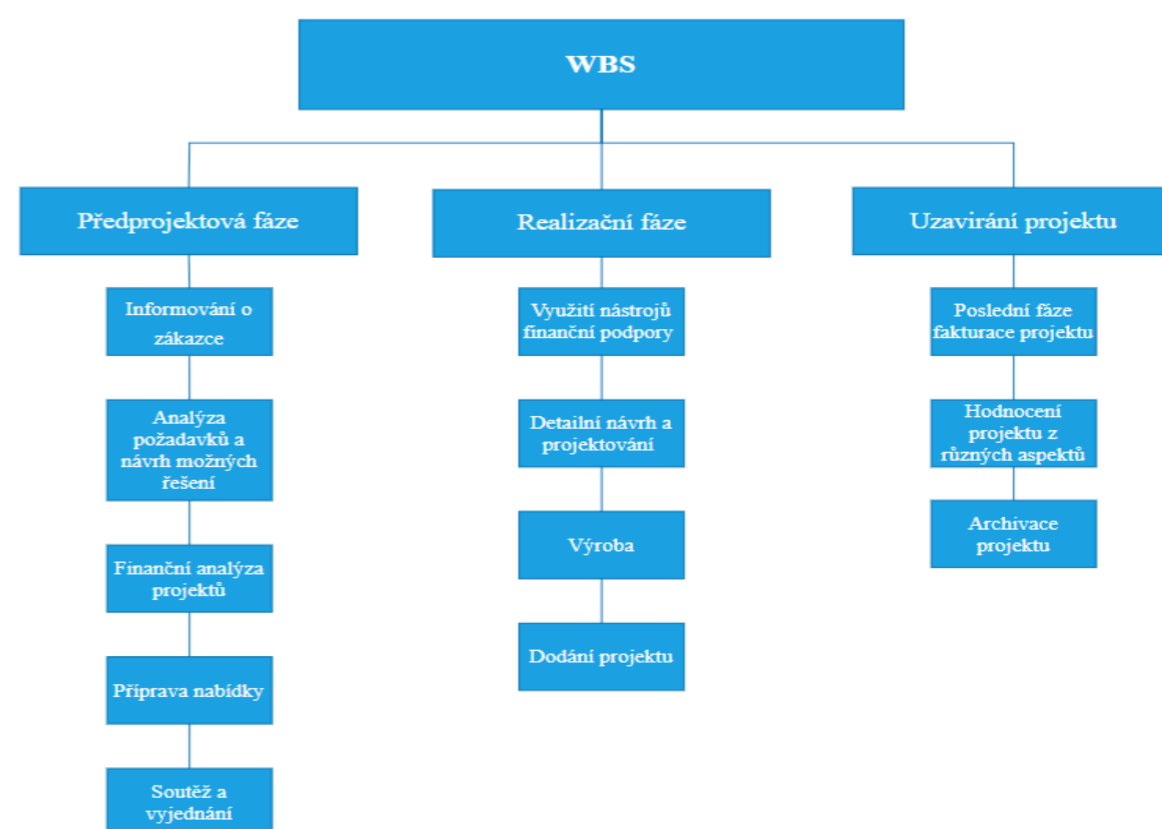
Cíl práce

Cílem této diplomové práce je analýza obchodních příležitostí albánského trhu pro české firmy vybraných sektorů a volba forem vstupu českých firem na tento trh. Přínosem je pak aplikovaná metodika formulace strategie vstupu českých firem na problematické trhy.

Metodika práce



Návrh implementace strategie



Zdroje literatury:

- [1] MACHKOVÁ, Hana. Mezinárodní marketing: nové trendy a reflexe změn ve světě. 1. Praha: Grada, 2009. ISBN 978-80-247-2986-2.
- [2] GRATH, Anders. The Handbook of International Trade and Finance: The complete guide for international sales, finance, shipping and administration. 4. Londýn: Kogan Page Limited, 2016. ISBN 978 0 7494 7598 7.
- [3] KOTLER, Philip a Kevin KELLER. Marketing Management. 15. Harlow: Pearson Education Limited, 2017. ISBN 1-292-09262-9.
- [4] DANIELS, John D., Lee H. RADEBAUGH a Daniel P. SULLIVAN. International Business: Environments & Operations. 16. Harlow: Pearson Education Limited, 2019. ISBN 1-292-21473-2.
- [5] Český statistický úřad | ČSÚ
- [6] Albánský statistický úřad | Instat
- [7] Businessinfo.cz

Mapování rizik:

