

POTENCIÁL ŠKODA AUTO A. S. NA INDICKÉM TRHU



ČVUT

ČESKÉ VYSOKÉ
UČENÍ TECHNICKÉ
V PRAZE

STUDIJNÍ PROGRAM: EKONOMIKA A MANAGEMENT

AKADEMICKÝ ROK: 2023/2024

MASARYKŮV ÚSTAV VYŠŠÍCH STUDIÍ

VEDOUcí PRÁCE: MGR. FRANTIŠEK HŘEBÍK PH.D.

AUTOR: TATIANA POLISHCHUK

Abstract

This bachelor thesis analyses the potential of Škoda Auto a.s. for developing opportunities in the Indian market. The Indian automotive market is one of the most dynamically developing markets in the world, which offers both opportunities and challenges to automotive manufacturers. The objective of this work is to evaluate the possibilities of expansion of Škoda Auto a.s. into India and to identify the key factors influencing the success of this expansion. The thesis is divided into several parts. The theoretical part includes the theory of international trade, which provides a general overview of international trade, the forms of entry of firms into foreign markets and marketing strategy. It also provides an introduction to the general characteristics of India and the Indian market and to Skoda Auto. The practical part examines the opportunities that the company has in and possible strategies to improve its position in the Indian market.

Abstrakt

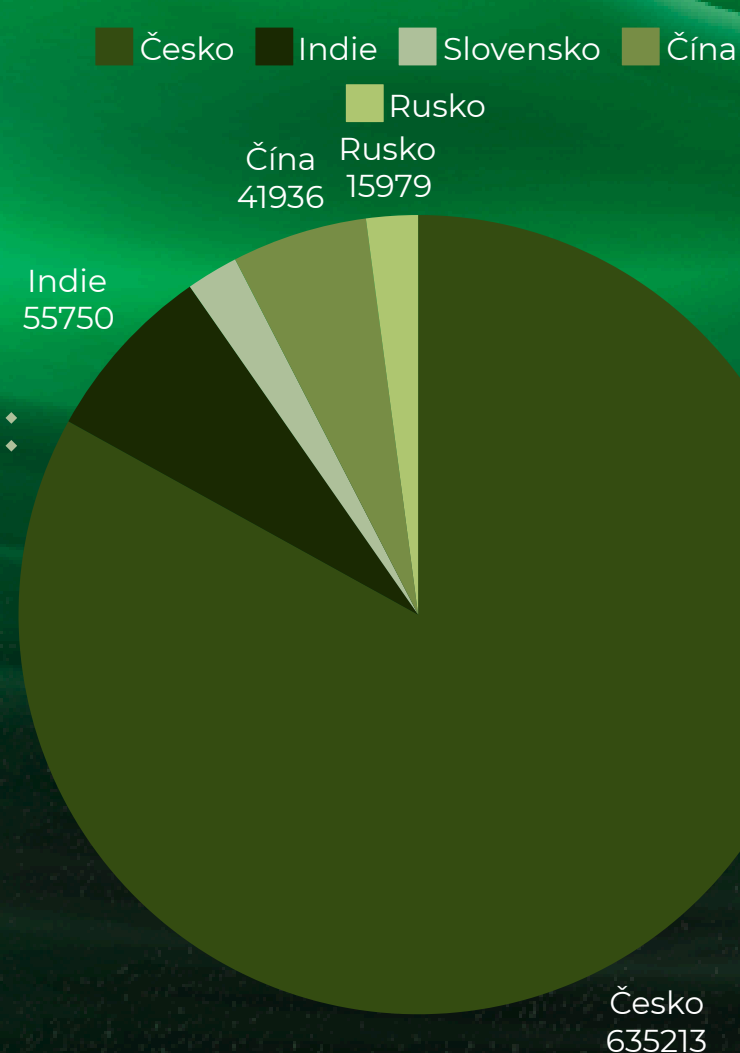
Tato bakalářská práce analyzuje potenciál společnosti Škoda Auto a.s. pro rozvoj příležitostí na indickém trhu. Indický automobilový trh je jedním z nejdynamičtěji se rozvíjejících trhů na světě, který nabízí automobilovým výrobcům příležitosti, ale i výzvy. Cílem této práce je zhodnotit možnosti expanze společnosti Škoda Auto a.s. do Indie a identifikovat klíčové faktory ovlivňující úspěšnost této expanze. Práce je rozdělena do několika částí. Součástí teoretické části je teorie mezinárodního obchodu, která podává obecní přehled o mezinárodním obchodu, formách vstupu firem na zahraniční trhy a marketingové strategii. Také umožňuje se seznámit s obecnou charakteristikou Indie a indickém trhem a se společností Škoda Auto. V praktické části jsou zkoumány příležitosti, která má společnost a možné strategii pro zlepšení pozice na indickém trhu.

ŠKODA ENYAQ COUPÉ RS IV

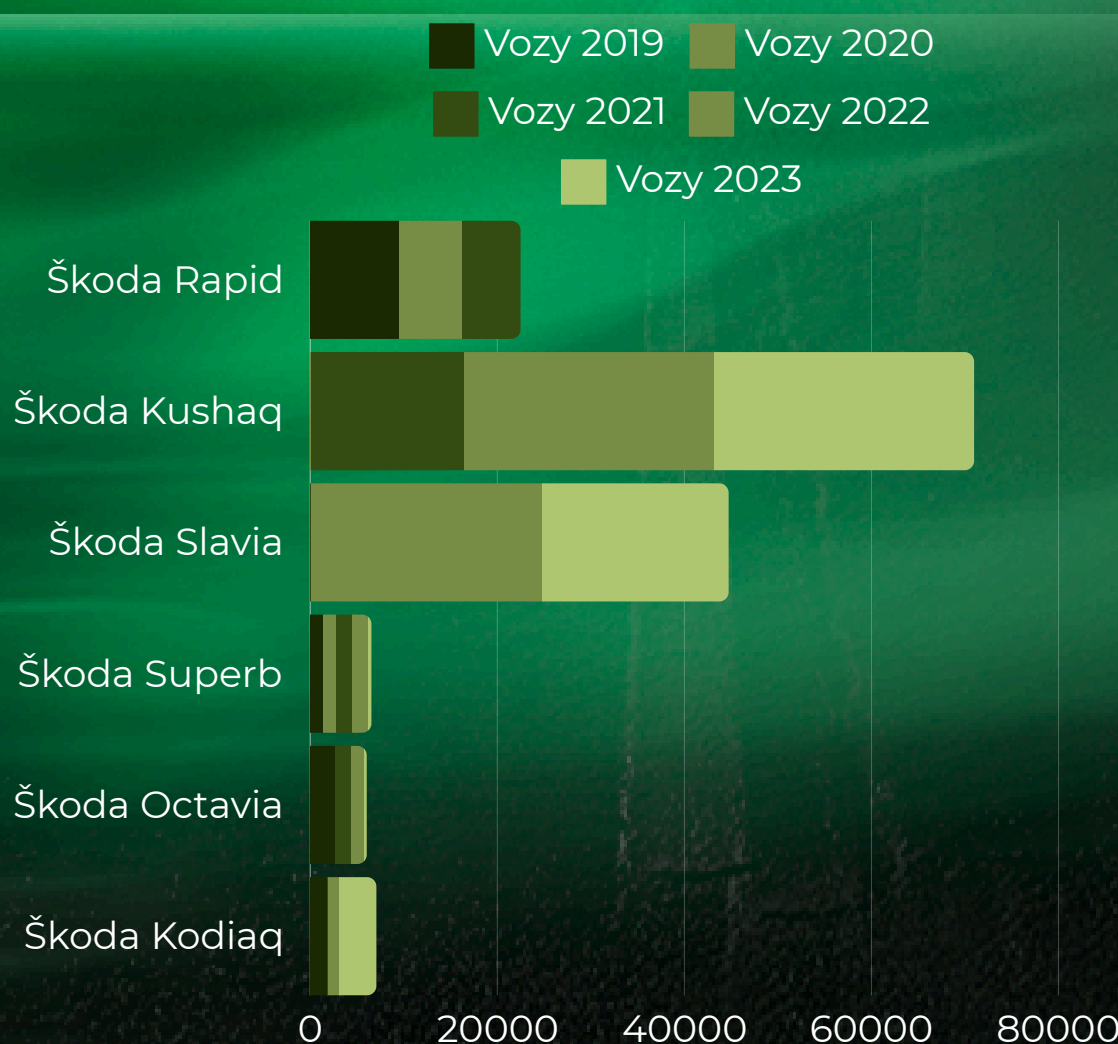


Cílem práce je provést komplexní analýzu indického trhu a možností společnosti Škoda Auto v této zemi, navrhnout strategie, které by mohly vést ke zlepšení a posílení pozice společnosti v Indii.

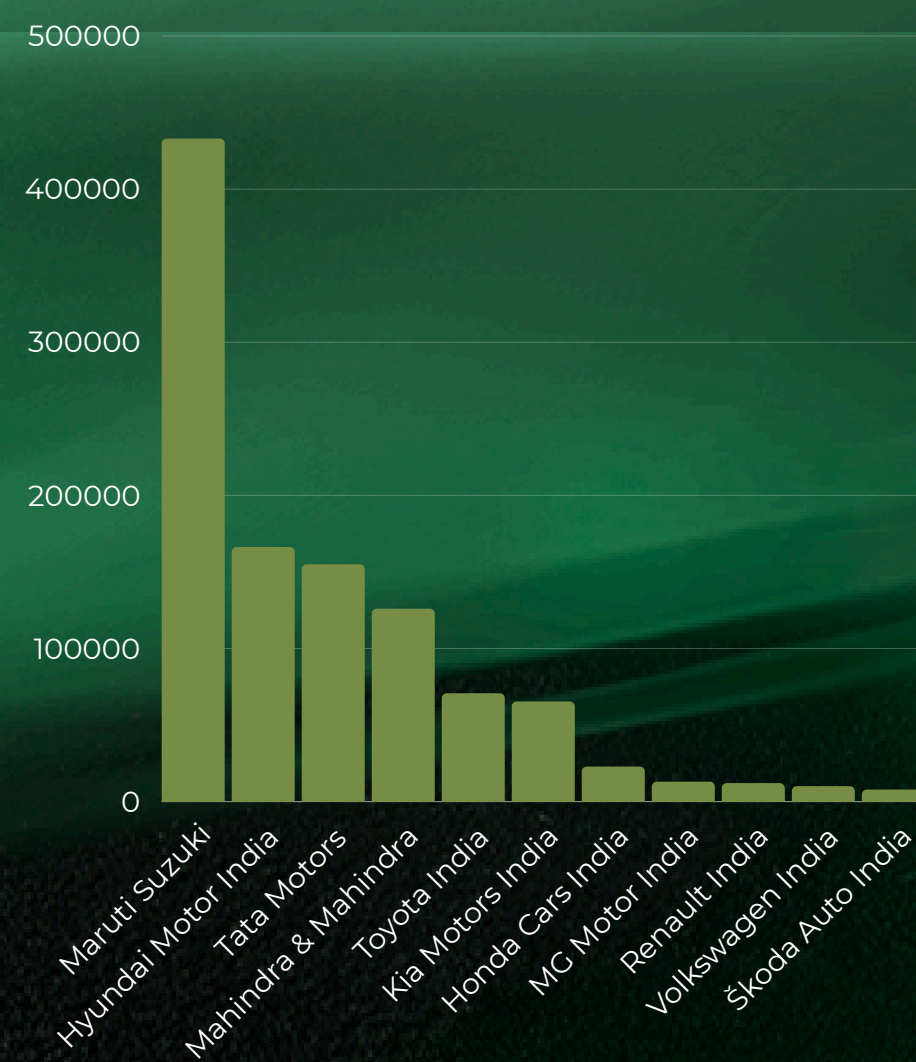
VÝSLEDKY PRÁCE



► VÝROBA VOZŮ ŠKODA V ROCE 2022
PODLE ZEMĚ



► DODÁVKY ZÁKAZNÍKŮM V INDIÍ V LETECH 2019-2023



► OBJEM PRODEJE VOZŮ V INDIÍ V ROCE 2024
PODLE ZNAČKY

ZÁVĚR

PO DŮKLADNÉ ANALÝZE INDICKÉHO TRHU A SPOLEČNOSTI ŠKODA AUTO A.S. LZE KONSTATOVAT, ŽE EXISTUJE ZNAČNÝ POTENCIÁL PRO ROZVOJ ZNAČKY NA TOMTO TRHU. INDICKÝ AUTOMOBILOVÝ TRH JE JEDNÍM Z NEJDYNAMIČTĚJŠÍCH A NEJRYCHLEJI ROSTOUCÍCH TRHŮ NA SVĚTĚ. S RYCHLÝM EKONOMICKÝM RŮSTEM, ZVYŠUJÍCÍ SE ŽIVOTNÍ ÚROVNÍ A ROSTOUCÍ KUPNÍ SILOU OBYVATELSTVA DOCHÁZÍ K VÝRAZNÉMU NÁRŮSTU POPTÁVKY PO AUTOMOBILECH. PRO INDICKÉ SPOTŘEBITELE MÁ PRESTIŽ ZNAČKY VÝZNAMNÝ VLIV NA JEJICH ROZHODOVACÍ PROCES. ZNAČKY S PRESTIŽNÍ IMAGÉ, JAKO JE ŠKODA, PŘITAHUJÍ ZÁJEM SPOTŘEBITELŮ, KTERÍ CHTĚJÍ PROSTŘEDNICTVÍM SVÉHO VOZU VYJÁDRIT SVŮJ ÚSPĚCH A POSTAVENÍ VE SPOLEČNOSTI. STUDIE, KTERÁ BYLA PROVEDENÁ ZA ÚČELEM ANALÝZY HOSPODÁŘSKÉ SITUACE V INDIÍ, IDENTIFIKOVALA SPECIFICKÉ FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ PODNIKATELSKÉ PROSTŘEDÍ V ZEMI. MARKETINGOVÉ PROSTŘEDÍ V INDIÍ SE VYZNAČUJE SVÝMI ZVLÁŠTNOSTMI A ODLIŠNOSTMI. NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ INDICKÝCH ZÁKAZNÍKŮ SE VÝRAZNĚ LIŠÍ OD CHOVÁNÍ PRŮMĚRNÉHO EVROPSKÉHO SPOTŘEBITELE, PROTO JE PRO ŠKODU NEZBYTNÉ TENTO TRH LÉPE POZNAT. S KONKURENCÍ NA INDICKÉM TRHU ČELÍ ŠKODA MNOHA VÝZVÁM. KONKURENTI DISPONUJÍ ROZSÁHLÝMI DISTRIBUČNÍMI SÍTĚMI, ŠIROKÝM PORTFOLIEM PRODUKTŮ A AGRESIVNÍ CENOVOU POLITIKOU, COŽ ZTĚŽUJE FIRMĚ UDRŽET SI KONKURENČNÍ VÝHODU. V ZÁVĚRU PRÁCE JE ZDŮRAZNĚNO, ŽE EXPANZE NA INDICKÝ TRH PŘEDSTAVUJE STRATEGICKÉ ROZHODNUTÍ S DLOUHODOBÝM POTENCIÁLEM OVLIVNIT RŮST A UDRŽITELNOST SPOLEČNOSTI. KLÍČEM K ÚSPĚCHU V TOMTO PROSTŘEDÍ JE SCHOPNOST PŘÍZPŮSOBIT SE MÍSTNÍM PODMÍNKÁM A FLEXIBILITA.