

POTENCIÁL ŠKODA AUTO A. S. NA VIETNAMSKÉM TRHU

Tomáš Zajíc

České vysoké učení technické v Praze
Masarykův ústav vyšších studií 2024



ABSTRAKT

Bakalářská práce se věnuje analýze potenciálu expanze společnosti Škoda Auto a.s. na vietnamský trh. Cílem práce je posoudit příležitosti a rizika spojená se vstupem na tento rychle se rozvíjející trh a identifikovat strategie, které by mohly podpořit úspěšnou expanzi. V teoretické části jsou představeny klíčové koncepty mezinárodního obchodu a modely vstupu na zahraniční trhy. Praktická část práce je zaměřena na provádění detailního průzkumu trhu a analýzu konkurence ve Vietnamu. Zahrnuje sběr a analýzu primárních a sekundárních dat, která poskytují vhled do tržního prostředí, preference vietnamských spotřebitelů a aktivity hlavních konkurentů. Na základě shromážděných dat a provedené analýzy práce konstatuje, že vietnamský automobilový trh nabízí významné příležitosti pro Škoda Auto díky rostoucí poptávce po osobních automobilech, zvyšující se kupní síle obyvatelstva a podpoře vlády pro automobilový průmysl. Nicméně, práce také upozorňuje na výzvy, jako jsou silná konkurence, regulativní bariéry a kulturní rozdíly. V závěru jsou doporučeny specifické strategie pro vstup na trh, včetně strategických partnerství, lokalizace produktů a intenzivní marketingové komunikace.

ENGLISH SUMMARY

This bachelor's thesis aims to analyze the potential for Škoda Auto a.s. in the Vietnamese market. The objective is to evaluate the opportunities and risks associated with entering this fast-growing market and to identify strategies that could support successful expansion. The theoretical part presents key concepts of international trade and models of entry into foreign markets. The practical part focuses on conducting a detailed market research and main competition analysis in Vietnam. It includes collecting and analyzing primary and secondary data, which offer insights into the market environment, the preferences of Vietnamese consumers, and the activities of key competitors. Based on the collected data and analysis, the thesis concludes that the Vietnamese automotive market offers significant opportunities for Škoda Auto due to the growing demand for passenger cars, increasing purchasing power of the population, and government support for the automotive industry. However, the thesis also highlights challenges such as strong competition, regulatory barriers, and cultural differences. Finally, specific market entry strategies are recommended, including strategic partnerships, product localization, and intensive marketing communication.

PROČ VIETNAM?

STABILNÍ A RYCHLÝ EKONOMICKÝ RŮST VE VIETNAMU

ROSTOUCÍ KUPNÍ SÍLA A EXPANZE STŘEDNÍ TŘÍDY

PODPORA VLÁDY PRO PRŮMYSLOVÝ ROZVOJ

ROSTOUCÍ ZAMĚŘENÍ NA UDRŽITELNOU A EKOLOGICKOU DOPRAVU

ZÁVĚR

Tato bakalářská práce identifikovala, že Škoda Auto a.s. má významný potenciál pro úspěšnou expanzi na vietnamský trh díky své schopnosti nabízet kvalitní a cenově dostupná vozidla a adaptovat se na místní kulturní a obchodní podmínky. Zároveň zdůraznila význam strategických partnerství a adaptace marketingových strategií k efektivnímu oslovování vietnamských zákazníků, přičemž úspěch značky závisí na pružné reakci na tržní dynamiku a pečlivém sledování místních trendů.

