

# Formulace strategie pro mezinárodní operace

Mezinárodní management  
5. přednáška



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Ing. Šárka Zapletalová, Ph.D.**  
Katedra Podnikové ekonomiky a managementu

# Faktory ovlivňující rozhodování o strategii

---

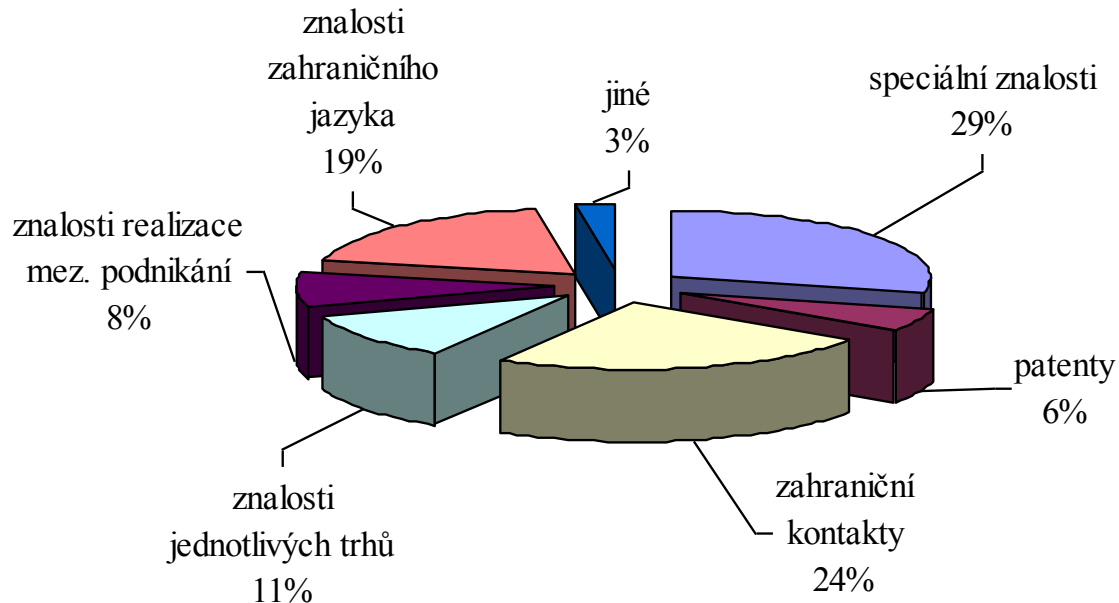
- Subjektivní faktory x objektivní faktory
- Vnitřní podmínky x vnější podmínky
- Aktivní motivační faktory x pasivní motivační faktory



# Faktory ovlivňující rozhodování o strategii – české podniky



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# Základní strategická rozhodnutí

---

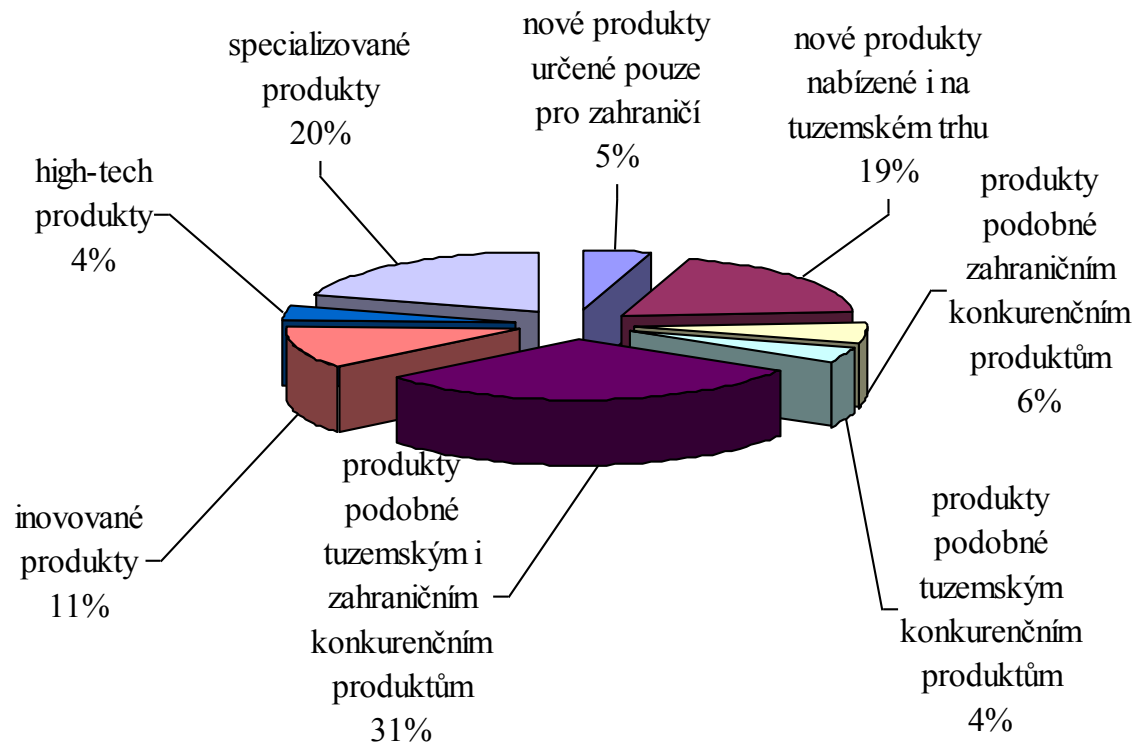


- **Strategická orientace**
  - Globální integrace
  - Lokální citlivost
- **Volba geografického regionu/kulturního klastru – CAGE Framework**
- **Vertikální integrace:** Ve které fázi průmyslového hodnotového řetězce by mohl podnik participovat?
- **Produktová diverzifikace:** Jaký rozsah výrobků a služeb by měl podnik nabízet?

# Produktová diverzifikace u českých podniků



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

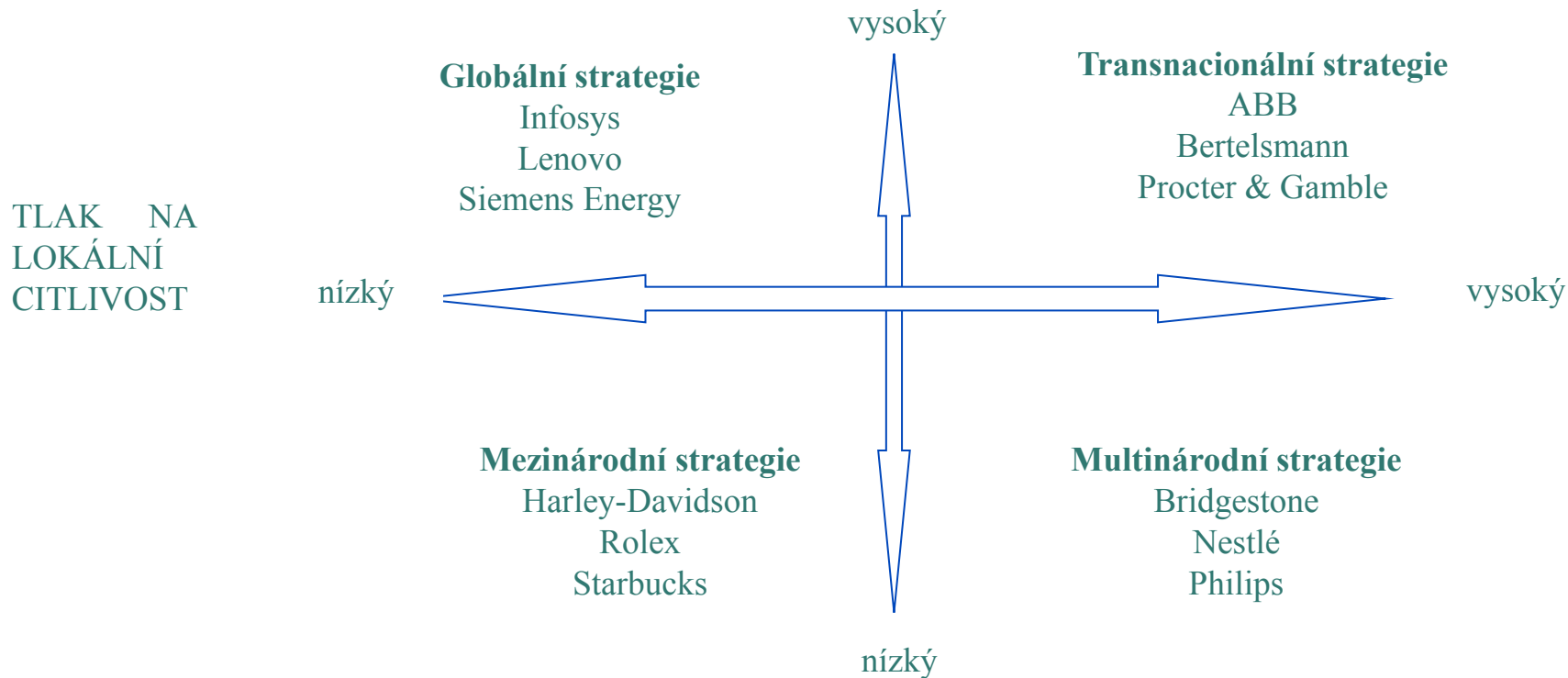


# Mezinárodní strategie (Rothaermel, 2017)



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

TLAK NA SNIŽOVÁNÍ NÁKLADŮ



# Strategie geografického působení

---

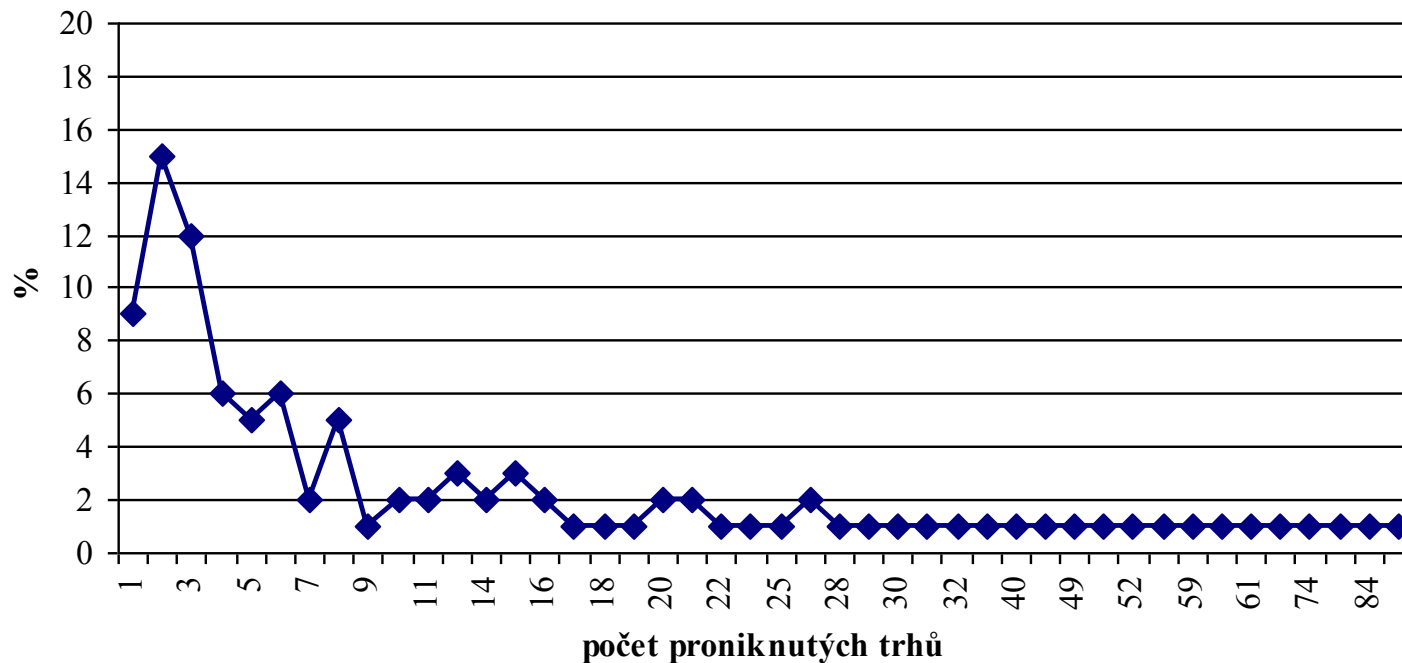
- Strategie koncentrace
- Strategie geografické diverzifikace



# Geografické působení českých podniků



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ





# Mezinárodní konkurenční strategie (Porter, 1985)



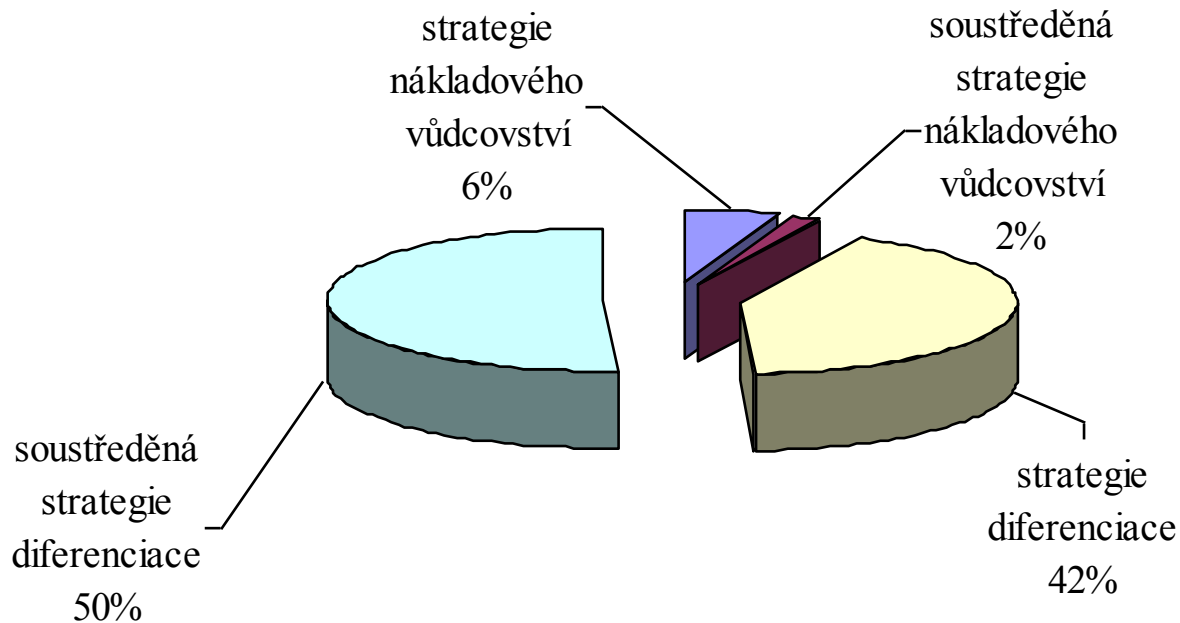
**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

		Rozsah globální koordinace	
Šířka cílových segmentů		Globální strategie	Strategie zaměřené na jednotlivé země
	Široké	Globální nákladové vůdcovství	Chráněné trhy
	Úzké	Globální segmentace	Národní kompetentnost

# Konkurenční strategie českých podniků



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ



# Matrice mezinárodních strategií dle Prahalada a Doze



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

potřeba integrace	vysoká	podnikání celosvětově řízené (integrovaná produktová strategie)				
			důraz na produkt			
				víceohnisková strategie		
					důraz na region	
						autonomní, národní strategie orientovaná na místní trh
	nízká					
	nízká					vysoká
	<b>potřeba přizpůsobení</b>					

Prostor pro doplňující informace, poznámky