

Jana Sršňová
Lubica Fúzyová

MEDZINÁRODNÉ STRATÉGIE SLOVENSKÝCH PRIEMYSLENÝCH PODNIKOV

***Abstract:** International strategies contain a wide range of business strategies: strategies of entry modes and market processing, strategies of target market, timing strategies, allocation strategies and marketing strategies. This paper deals with the analysis and evaluation of international strategies in industrial enterprises in Slovakia. The research was done in 325 industrial enterprises of various sizes. Primarily, economic factors are taken into account in applying international strategy. Some negatives among companies may be found especially in the application of only a few entry modes to the foreign market. Companies usually use only traditional information sources and it is obvious that market specification is missing. The focus of the paper is on small-sized enterprises.*

***Key words:** international strategies, business strategies, entry modes, timing strategies, allocation strategies.*

JEL: F 23, M 31

Úvod

Podnik prijíma rôzne rozhodnutia. Rozhoduje sa napr. o tom, v akom odvetví (odbore) bude činný, na aké výrobky sa zameria, akú technológiu použije, na aký trhovú segment sa bude orientovať, ktoré zásobovacie zdroje bude využívať, ale aj o tom, či a ako bude činný mimo domáceho trhu.

Druh a spôsob medzinárodného angažovania sa podnikov označujeme ako stratégie vstupu na trh a stratégie spracovania trhu. Cieľovými stratégiami sú stratégie, prostredníctvom ktorých sa podnik rozhoduje pre určitú trhovú prezentáciu, trhovú selekciu a trhovú segmentáciu vzťahujúcu sa na krajiny. Vstup na cieľový trh musí byť časovo vymedzený – tak sa dostávame k timing stratégiám. Medzinárodne činné podniky sa musia často rozhodovať ako jednotlivé aktivity celosvetovo rozdelia a aké výkony sú s tým spojené (alokačné stratégie). Nakoniec rozhodujúcou úlohou je, aby podnik „držal pokope“. Na to slúžia koordinačné stratégie.

V príspevku analyzujeme uvedené stratégie na objekte 323 priemyselných podnikov.