



**Sveučilište u Zagrebu**  
**Fakultet elektrotehnike i računarstva**



**Prof.dr.sc. Vedran Bilas FER**  
**Doc.dr.sc. Vlatka Bilas EF**

# **Poduzetništvo i izvoz u visokim tehnologijama**

## **P6 – Internacionalizacija i izvoz**

# Sadržaj

---

- Strategije nastupa na stranim tržištima
- Pravila odabira strategije ulaska na strana tržišta
- Izvoz kao strategija poduzeća
- Klasteri kao mogućnost nastupa na stranim tržištima
- *Born global* poduzeća

# Strategije nastupa na stranim tržištima – 1

---

- Ovisi o troškovima, barijerama ulazu, riziku i sl.
- Mogućnost izbora
  - Licenca
  - Franšiza
  - Inozemna izravna ulaganja
  - Zajednička ulaganja
  - Spajanja i akvizicije



# Odabir strategije ulaska na strana tržišta

---

- Pravilo naivnosti
- Pravilo pragmatičnosti
- Pravilo strategije

# Strategije nastupa na stranim tržištima – 2

---

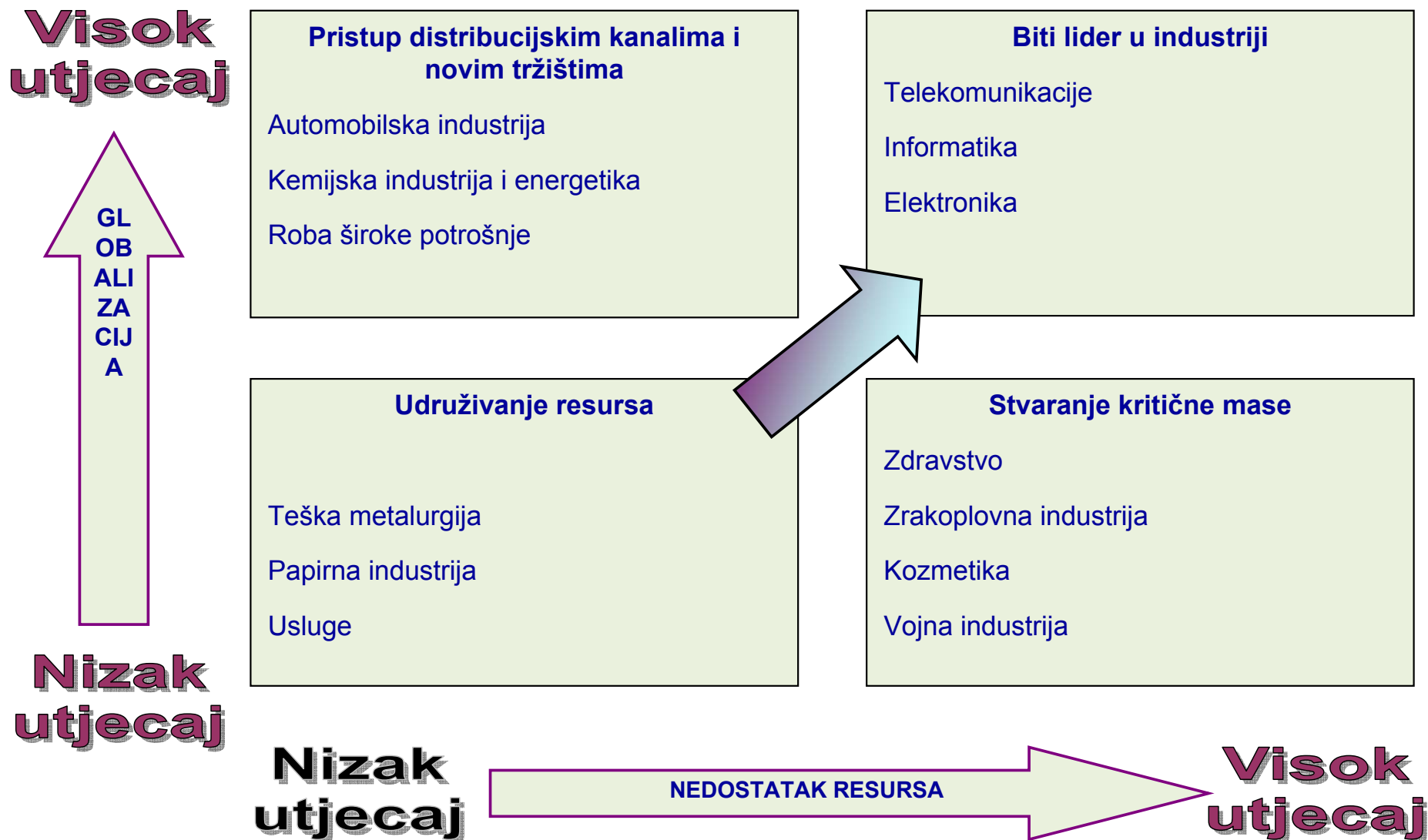
- **Licenca** - oblik ugovornog posla kojim poduzeće davatelj licence, daje inozemnom poduzeću primatelju dozvolu korištenja proizvodnih procesa, tržišne marke, *know-how*-a ili drugih vještina prema ugovoru
- **Franšiza** - ugovorni posao kojim davatelj franšize daje pravo korištenja tržišne marke i imena primatelju franšize te pravo obavljanja poslovnih aktivnosti u skladu s navedenim odredbama ugovora
- **Zajedničko ulaganje** kao jedan od oblika inozemnih ulaganja je oblik poduzeća u kojem dva ili više ulagača dijele vlasništvo i kontrolu upravljanja i odlučivanja
- **Inozemna izravna ulaganja** predstavljaju trajan interes i preuzimanje kontrole nad inozemnim poduzećem od strane ulagača
- **Spajanja i akvizicije** predstavljaju osnivanje poduzeća u punom vlasništvu pripajanjem ili spajanjem s postojećim poduzećem u stranoj zemlji

# Strateški savezi

---

- **Strateški savezi** predstavljaju najpopularniju strategiju internacionalizacije malih i srednjih poduzeća u industrijama visoke tehnologije
- Savezi su oblici kooperacije između jednog ili više samostalnih poduzeća u kojima dijele rizike i prihode s ciljem zajedničkog postizanja jače konkurentske pozicije

# Primarni motivi stvaranja strateških saveza prema industrijama



Izvor: Tipurić, D. i Markulin, G. (2002) Strateški savezi: *suradnjom* poduzeća do konkurentske prednosti. Zagreb: Sinergija, str. 53.

# Izvoz kao strategija poduzeća

---

- Najčešće korišten, tradicionalan i etabliran način prodora na strana tržišta
- Prvi korak procesa internacionalizacije
- Agresivan vs. pasivan izvoz
- Direktan vs. indirektan izvoz



# Izbor izvoza kao strategije poduzeća

---

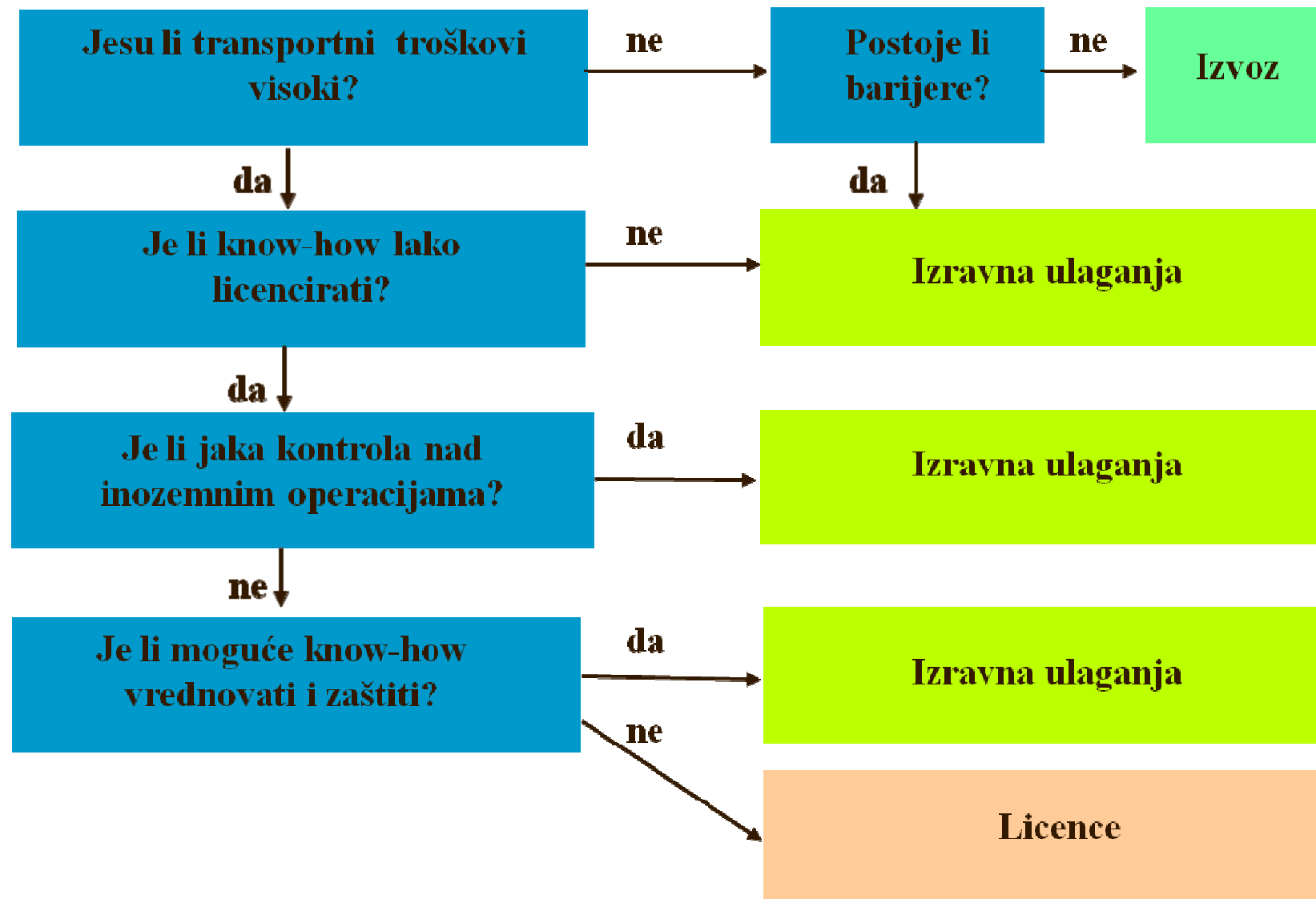
## ➤ Interni čimbenici

- međunarodno iskustvo
- znanje i informacije
- interni resursi
- karakteristike proizvoda

## ➤ Eksterni čimbenici

- udaljenost tržišta
- veličina tržišta i potražnja
- barijere ulasku i dr.

# Izbor - izvoz, licenca ili izravna ulaganja

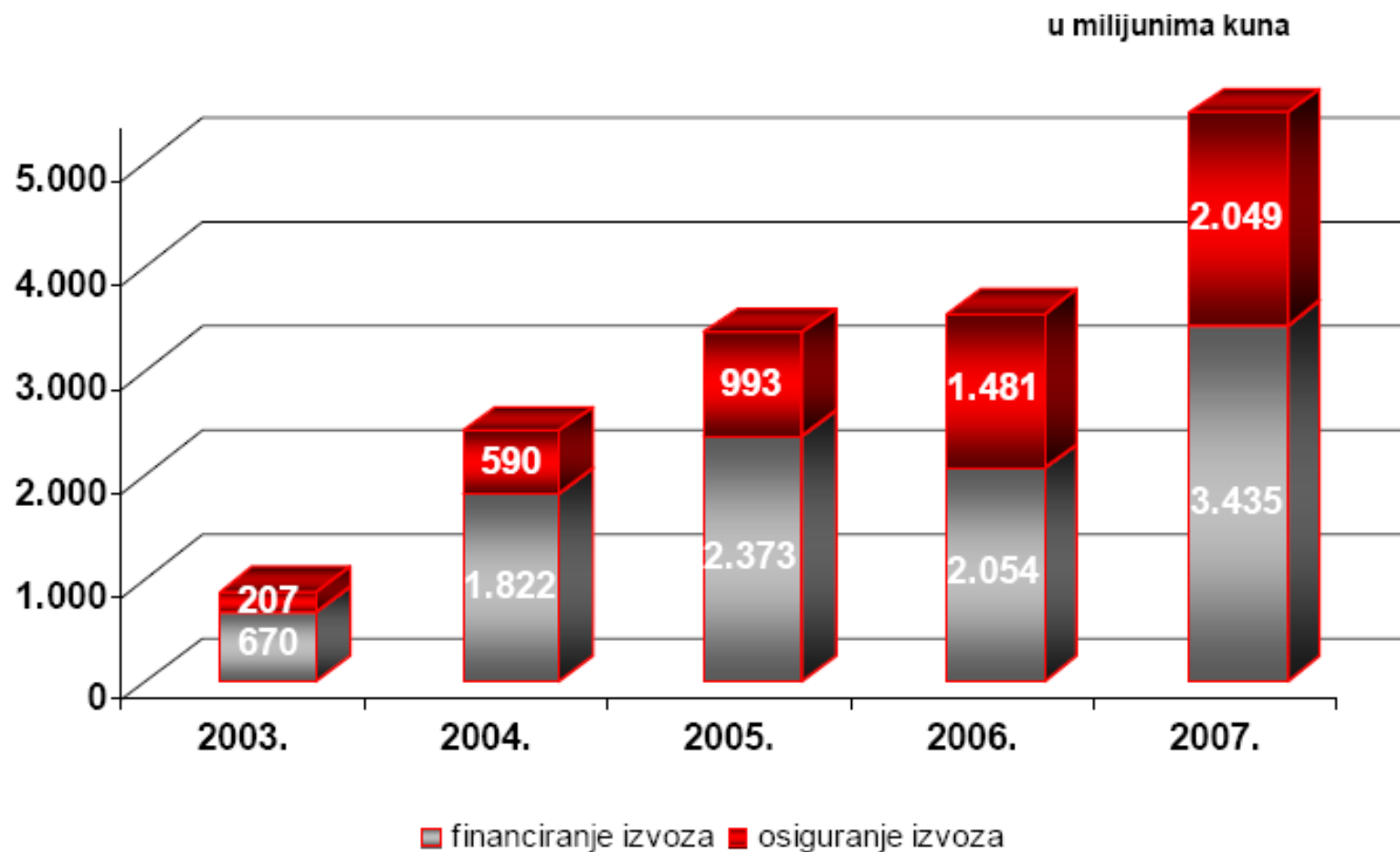


# Izvoz u Hrvatskoj...

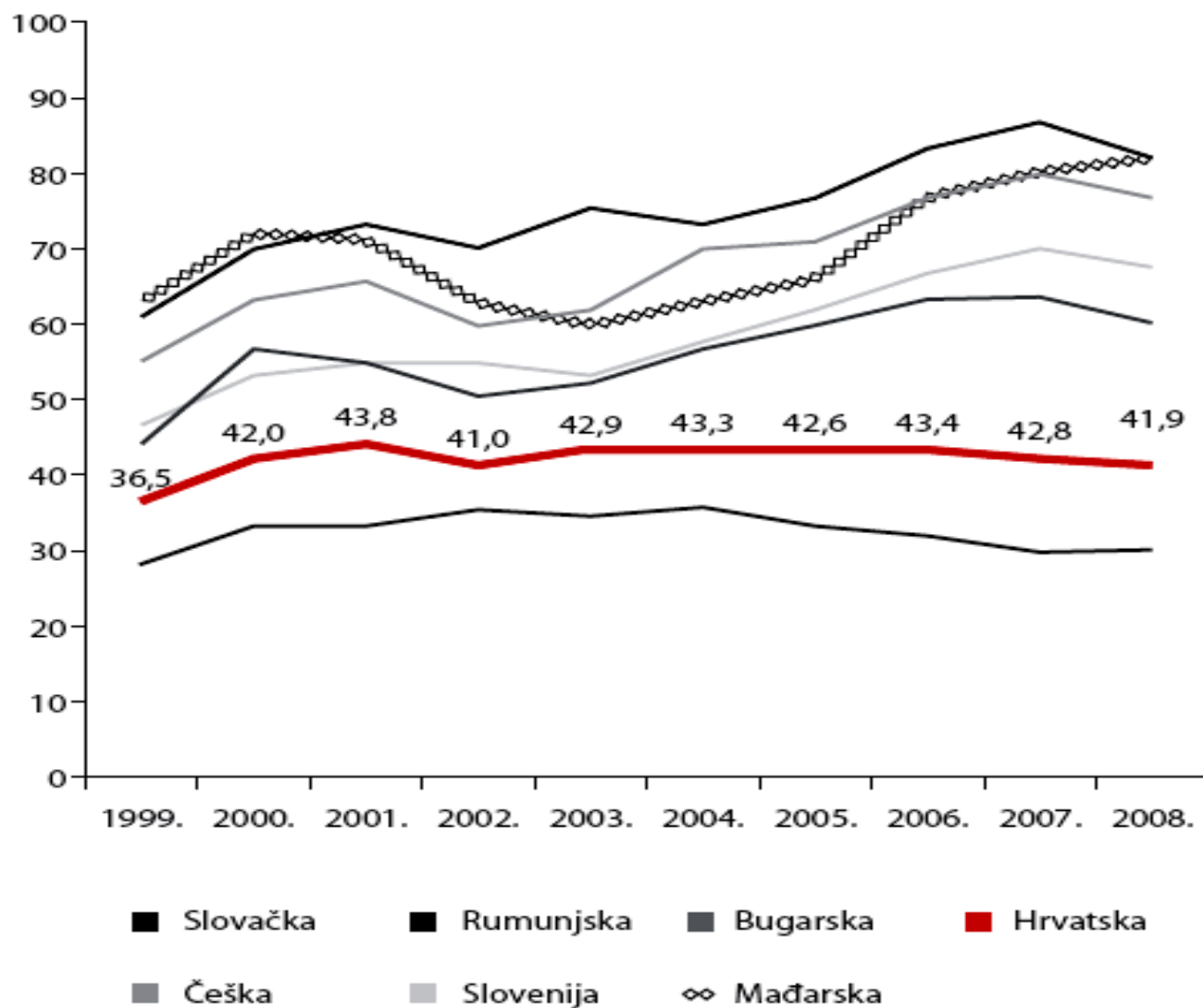
---

- **Podršku financiranju izvoznika** Republika Hrvatska provodi uz pomoć nekoliko institucija i agencija
  - ❑ Ministarstvo gospodarstva, rada i poduzetništva (MINGORP) i Hrvatska izvozna ofenziva (HIO)
  - ❑ Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR)
  - ❑ Hrvatska agencija za malo gospodarstvo (HAMAG)

# Potpora izvoznicima



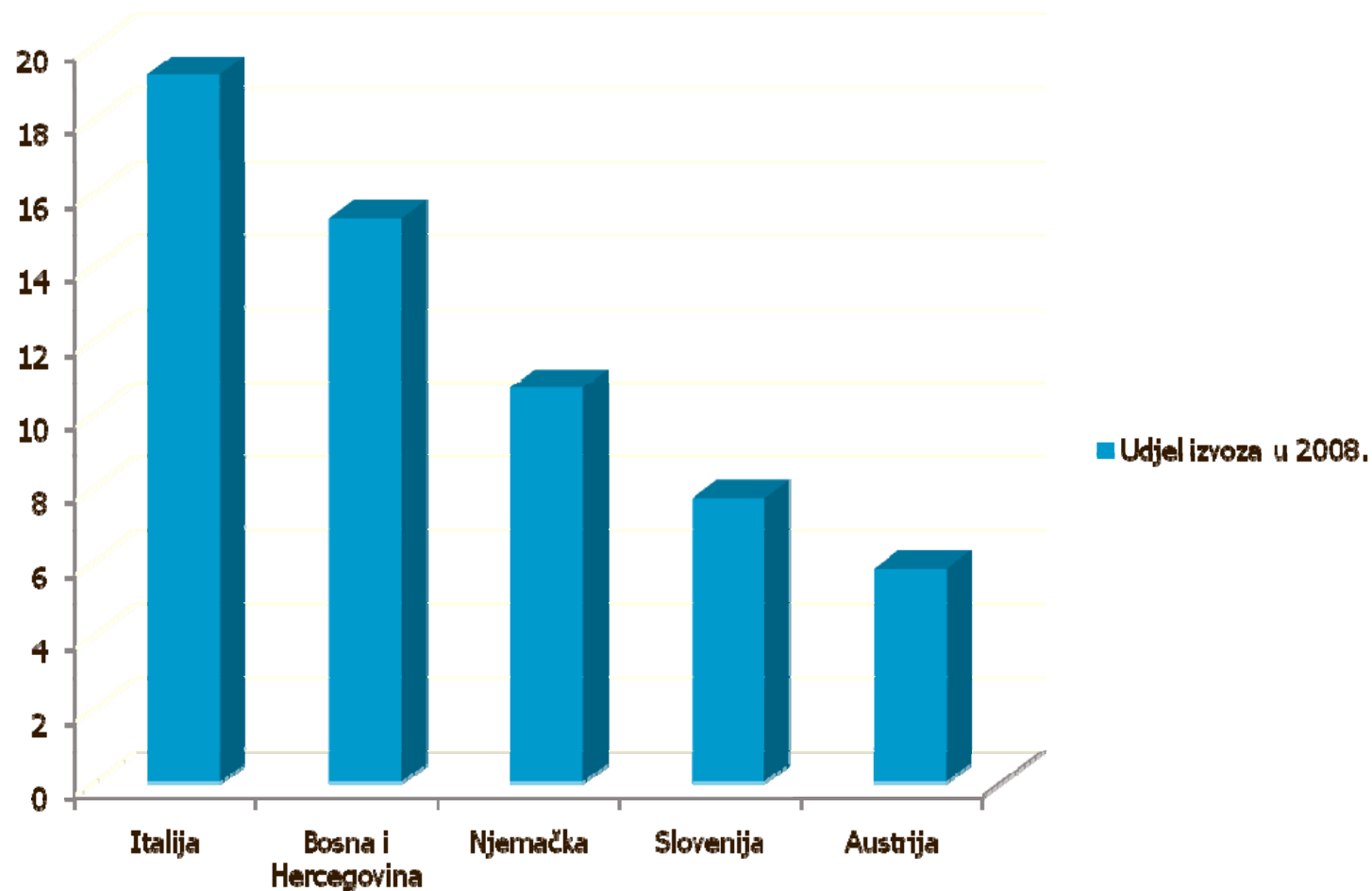
# Izvoz roba i usluga, % BDP



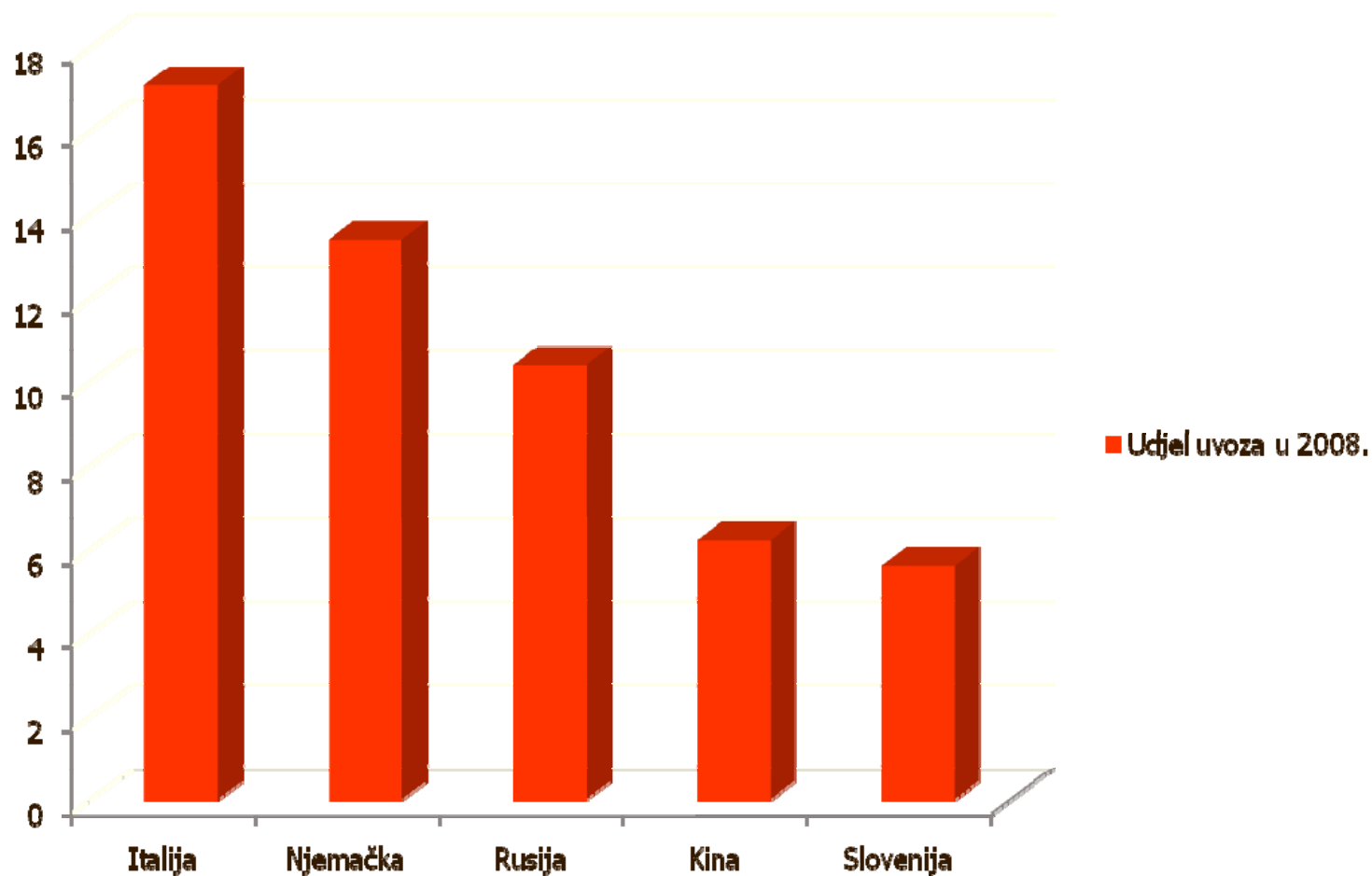
# Ukupna robna razmjena RH, mil USD



# Najveći izvozni partneri RH



# Najveći uvozni partneri RH





# **Klasteri - mogućnost nastupa na stranim tržištima**

---

## **Tri najvažnije dimenzije koncepta klastera**

1. geografska koncentracija
2. pružanje niza specijaliziranih i prilagođenih usluga određenim grupama poduzeća,
3. klasteri karakterizira poseban dinamičan društveno-organizacijski element
  - Ø klasteri povezuju različite aktere u zemlji poput sveučilišta, poduzeća i vladu
  - Ø nastoje potaknuti njihovu međusobnu suradnju

# ***Born global poduzeća – 1***

---

- Nov ili stari koncept?
- Više različitih definicija...
- Ono što je zajedničko većini autora koji su istraživali ovaj fenomen jest da prilikom definiranja *born global* poduzeća uzimaju izvozne aktivnosti kao važan čimbenik

# ***Born global* poduzeća – 2**

---

- Dva su najvažnija kriterija po kojima se *born global* poduzeća razlikuju od tradicionalnih međunarodnih poduzeća
  - ❑ brzina internacionalizacije (vremenski okvir)
  - ❑ geografski opseg (broj tržišta)
- *Born global* poduzeća djeluju na pet ili više različitih stranih tržišta, dio su najmanje dva klastera i ostvaruju najmanje 25% udjela inozemne prodaje u ukupnoj prodaji

# Čimbenici osnivanja *born global* poduzeća

---

## ➤ Interni čimbenici

- starost i veličina poduzeća
- iskustvo i znanje poduzetnika i menadžera
- interni resursi, osobito financijski

## ➤ Eksterni čimbenici

- veličina tržišta i tržišni uvjeti
- tehnološki napredak
- povećana važnost globalnih mreža i saveza...