

MEĐUNARODNO POZICIONIRANJE BIZNISA - IZVOZ

mr Dragana Ćirović



ULAZAK NA MEĐUNARODNO TRŽIŠTE PUTEM IZVOZA

- Prednosti izvoza sa makroekonomskog aspekta: priliv inostranih valuta, rast zaposlenosti, mogućnost vertikalne integracije preduzeća, rast životnog standarda
- Prednosti izvoza sa aspekta preduzeća: konkurenčna prednost, poboljšanje finansijskog položaja, veći stepen iskorišćenosti kapaciteta...
- Neophodno je razmotriti potrebu prilagođavanja proizvoda inostranom tržištu

Gledano u cjelini, kompanije izvoze iz sledećih razloga:

- Geografska ekspanzija
- Pad jediničnih troškova proizvodnje zbog većeg obima proizvodnje
- Prodaja ili plasiranje viška proizvoda u inostranstvo, naročito kada je riječ o proizvodima široke potrošnje



ULAZAK NA MEĐUNARODNO TRŽIŠTE PUTEM IZVOZA

- Najjednostavniji i najlakši način ulaska preduzeća na međunarodno tržište
- Minimiziran nivo rizika i obaveza
- Obično se koristi u sledećim uslovima:**
- Organizacija je mala i nedostaju joj potrebni resursi za inostrana direktna ulaganja ili SDI
- Značajno angažovanje je neodgovarajuće zbog političkog rizika, nesigurnosti ili drugih razloga neatraktivnosti tržišta
- Ne postoje ekonomski ili politički uslovi za proizvodnju u inostranstvu



IZVOZNA PRODAJA VS IZVOZNI MARKETING

Izvozna prodaja

- Ne uključuje prilagođavanja proizvoda
- Instrument marketing miksa koji se razlikuje u odnosu na domaće tržište su mjesto prodaje (distribucija)



Izvozni marketing

- Usmjeren na potrošača
- Modifikovanje proizvoda u skladu sa preferencijama inostranih potrošača
- Prilagođavanje prodajnih cijena shodno odabranoj strategiji nastupa na inostrano tržište
- Prilagođavanje kanala distribucije i promocije tako da budu uskladjeni sa zahtjevima inostrane tražnje

OSNOVNI OBLICI IZVOZA

Indirektni izvoz

- Proizvodač svoje proizvode realizuje na inostranom tržištu preko ikušnijih posrednika iz svoje zemlje: spoljnotrgovinskih preduzeća, komisionih posrednika, inostranih preduzeća lociranih u svojoj zemlji itd.
- Posrednici postaju osnovni nosioci izvoznih marketing aktivnosti
- Kooperativni izvoz – saradnja dvije ili više preduzeća u cilju realizacije izvoza

Prednosti i nedostaci indirektnog izvoza:

- Prednosti: ograničeno angažovanje, minimalni rizik; fleksibilnost
- Nedostaci: gubi se mogućnost selekcije ino-tržišta; nedostatak kontrole; nedostatak kontakta sa tržištem



OSNOVNI OBLICI IZVOZA

Kooperativni izvoz

- Firma sklapa sporazume o saradnji sa nekom drugom kompanijom na polju istraživanja, prevoza, promocije...
- Druga mogućnost je korišćenje distributivne mreže druge kompanije, po osnovu ugovora. U tom slučaju, potrebno je da preduzeća partneri proizvode i prodaju komplementarne proizvode
- Obezbeđuje nešto veći stepen kontrole nego indirektni izvoz



OSNOVNI OBLICI IZVOZA

Direktni izvoz

- Izbjegavaju se posrednici iz svoje zemlje i proizvodač sam stvara kontakte sa inostranim tržištem
- Proizvodač je nosilac većine marketinških aktivnosti



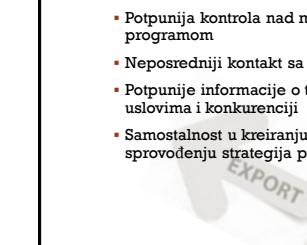
Varijante direktnog izvoza

- Domaće orijentisano izvozno odjeljenje
- Inostrana prodajna filijala ili predstavništvo
- Izvozno-trgovinski prestavnici
- Inostrano bazirani distributeri ili agenti

OSNOVNI OBLICI IZVOZA

Prednosti direktnog izvoza

- Potpunija kontrola nad marketing programom
- Neposredni kontakt sa kupcima
- Potpunije informacije o tržišnim uslovima i konkurenциji
- Samostalnost u kreiranju i sprovodenju strategija poslovanja



Nedostaci direktnog izvoza

- Veći početni troškovi
- Veći međunarodni rizik
- Izazov je angažovat visokostručni i oспособljeni kadar za izvozno poslovanje





BARTER

- **Barter** (trampa) – proizvodi i usluge se razmjenjuju za druge proizvode i usluge, bez plaćanja novcem
- **Kontrakupovina** (čisti barter) – niz paralelnih sporazuma prema kojima dobavljač prodaje proizvod ili uslugu i poručuje proizvode od svog kupca da nadoknadi (izravna) račun prema kupcu
- **Svič trgovina** – uključivanje treće strane; kada jedan učenik u barteru treba da primi neželjeni obim robe, uključuje se treća strana koja jedan dio robe preuzima od prve strane, često za novac; taj novac ide drugoj strani
- **Kirilinski sporazum** – uspostavljanje ravnoteže u razmjeni proizvoda između dvije zemlje, bez transfera novčanih sredstava; dobro rešenje kada neka od zemalja nema dovoljno inostrane valute da uveze potrebne proizvode
- **Bajbek barter** – jedna strana kupuje potrebnu proizvodnu opremu i plaća je autputom – proizvodima proizvedenim pomoću te opreme

IZVOZNE MARKETING GRUPE

- Čest oblik saradnje između malih preduzeća koja pokušavaju da po prvi put uđu na izvozna tržišta
- Formiraju se i radi ulaska na ona tržišta koja se na neki način smatraju „teškim“

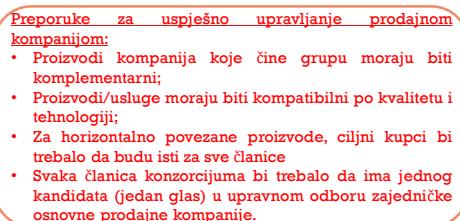
Benefiti i izazovi izvoznih grupa:

- Male i srednje organizacije kroz zajednički nastup dosta zajedno nauče o međunarodnom tržištu, što im omogućava da se lakše učvrste kao izvoznici
- Potrebno je izbjegći konkurenčiju unutar grupe
- Pogodno za preduzeća sa komplementarnim proizvodima



IZVOZNE MARKETING GRUPE

- Izvozne marketing grupe se često realizuju putem osnivanja posebne prodajne kompanije, koja je usmjerenja na određena izvozna tržišta



TROŠKOVNI IZVOZA

- Troškovi modifikacije proizvoda
- Troškovi prikupljanja relevantnih informacija -
- Faktori vremena plaćanja – vrijeme između isporuke proizvoda i plaćanja
- Gotovinski tok – naročito važan faktor kod malih organizacija
- Dodatno osoblje – potrebno za realizaciju izvoznih aktivnosti
- Troškove usluga – distributerske marže itd.



POTENCIJALNI PROBLEMI IZVOZA

Potencijalni problemi u izvozu	
Logistički	
Priprema transporta	Servisiranje izvoza
Određivanje cene transporta	Obezbeđivanje raspoloživosti delova
Priprema potrebine dokumentacije	Usluge popravke (remonta)
Prikupljanje finansijskih informacija	Obezbeđivanje tehničke pomoći
Usklađivanje distribucije	Obezbeđivanje skladištenja
Pakovanje	Podsticanje prodaje
Obezbeđivanje osiguranja	Oglašavanje
Pravna procedura	Prodajni napor
Vladino ograničenja	Marketing informacije
Smetnje u pogledu proizvoda	Obaveštenja o inostranom tržištu
Licenciranje	Lociranje tržišta
Carine	Trgovinske restrikcije
	Konkurenca

