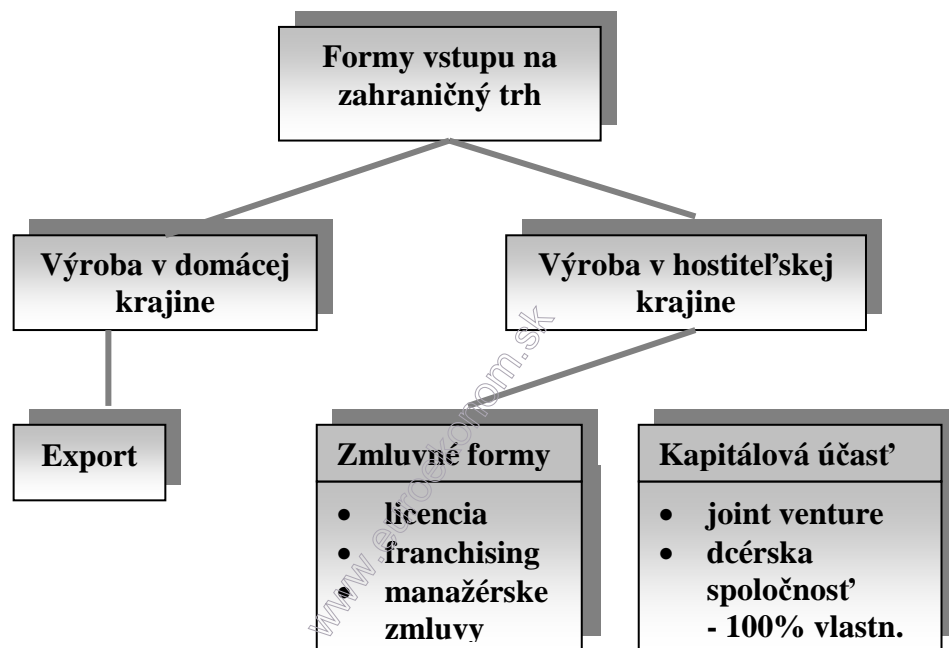


## Rozhodnutie o forme vstupu na zahraničný trh

### Klasifikácia foriem vstupu na zahraničný trh

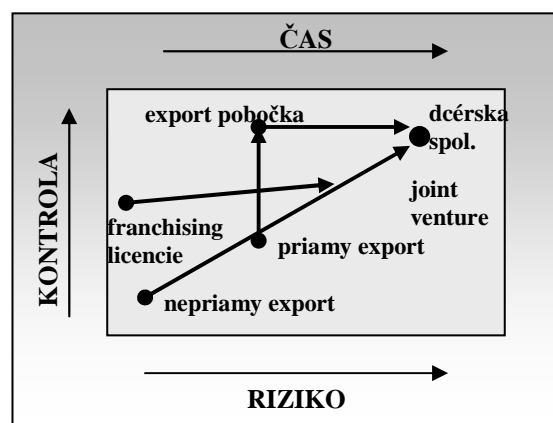
- miesto výkonov
- miera ovplyvňovania rozhodnutí
- veľkosť rizika
- výška / podiel kapitálového nasadenia

### Miesto výkonov



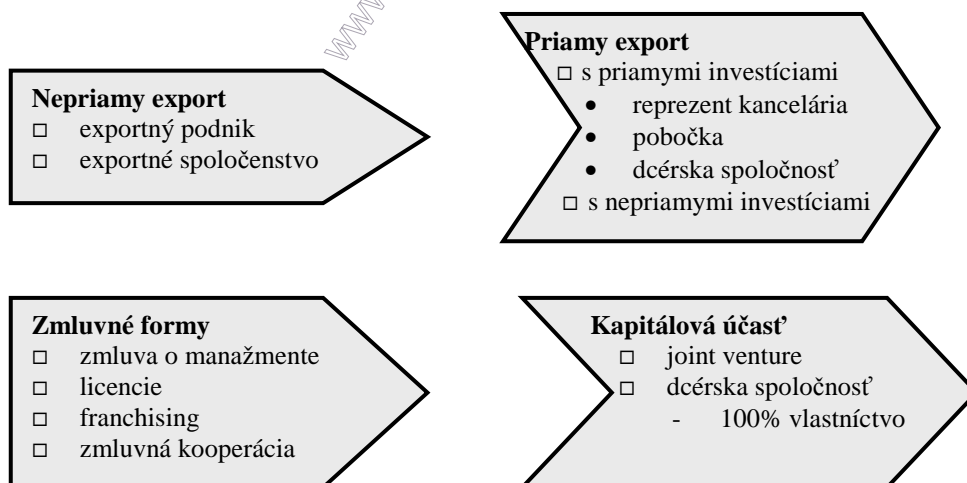
Vstup na zahraničný trh formou výroby v tuzemsku a formou výroby v zahraničí predstavuje rozhodujúce klasifikačné kritérium formy vstupu na zahraničný trh.

### Veľkosť rizika

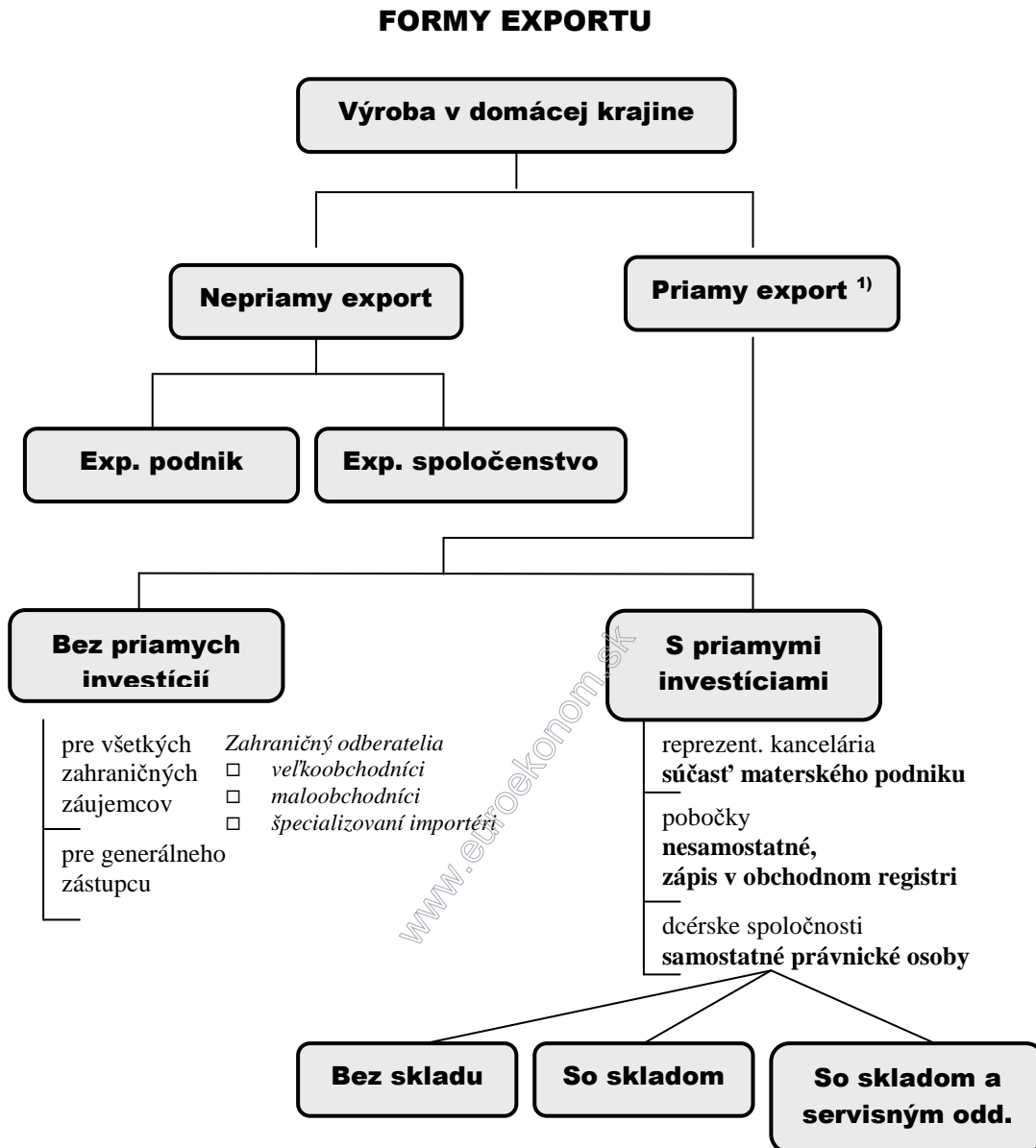


Forma vstupu	Výhody	Nevýhody
<i>Nepriamy exp.</i>	Rizikovosť priameho exp. Nevybavenosť firmy exp. činnosťou	Odstup o trhu Anonymný výrobca
<i>Priamy exp.</i>	Blízkosť trhu a zákazníkov	Závislosť od: - administratívnych - právnych - vývozných/dovozných predp. Riziko zmeny menového kurzu
<i>Export pobočka</i>	Otváranie trhu Budovanie kontaktov	Zmena menového kurzu
<i>Licencia</i>	Rýchlejší vstup na trh Obídenie obchod. prekážok	Odliv know-how
<i>Franchising <sup>1)</sup></i>	Spojenie profesionality veľkej firmy s flexibilitou malej firmy	Poskytovateľ – prezradenie inf. Prijímateľ – závislosť na poskyt.
<i>Joint ventures</i>	Deľba rizika, nákladov Uľahčený vstup na trh	Obmedzenie samostatnosti Vyšší konfliktný potenciál Neistý budúci vývoj partnera
<i>Dcérska spoločnosť</i>	Rýchla reakcia na požiadavky trhu	Detto priamy exp. + ďalšie Vyvlastnenie

1) predstavuje „odbytový“ systém, prostredníctvom ktorého sa predávajú produkty. Firma poskytuje inej firme právo / licenciu distribuovať tovar / službu nesúceho jeho značku.



**Proces internacionalizácie podniku z hľadiska foriem vstupu na zahraničný trh.**



1) Výrobca vyradí domáci subjekt z exportného reťazca, ale vytvára exp. odd.

**P. Baláž:****Metódy vstupu na zahraničný trh**

Výrobca v tuzemsku	
<i>Nepriamy export</i>	<i>Priamy export</i>
<input type="checkbox"/> exportný podnik <input type="checkbox"/> exportné spoločenstvo <input type="checkbox"/> piggybacking <sup>1)</sup>	<input type="checkbox"/> bez priamych investícií <input type="checkbox"/> s priamymi investíciami <input type="checkbox"/> reprez. kancelárie <input type="checkbox"/> pobočka <input type="checkbox"/> dcérska spoločnosť
Výrobca v zahraničí	
<i>Bez priamych investícií</i> <sup>2)</sup>	<i>S priamymi investíciami</i>
<input type="checkbox"/> predaj licencií <sup>3)</sup> <input type="checkbox"/> kontraktačná zmluva <sup>4)</sup> <input type="checkbox"/> zmluvy o manažmente	<input type="checkbox"/> spoločný podnik <input type="checkbox"/> výhradné vlastníctvo

- 1) Spojenie dvoch výrobcov. Jeden disponuje marketingovými kapacitami na zahraničných trhoch a poskytuje ich (na základe dohody) aj druhému na realizáciu exportu jeho produkcie. Druhý je nepriamy exportér.
- 2) Ak je podnik kapitálovo slabší.
- 3) Využitie lacnej pracovnej sily.

**Základné faktory ovplyvňujúce výber formy vstupu na zahraničný trh**

- ◆ politické a hospodárske riziko krajiny
- ◆ legislatíva
- ◆ štruktúra trhu
- ◆ rozhodovacie preferencie <sup>1)</sup>
- ◆ časové hľadisko
- ◆ očakávania obratu / zisku
- ◆ finančné prostriedky, mena

**Endogénne faktory**

- podmienky a možnosti firmy
- finančná sila firmy
- veľkosť / podiel zahraničných aktivít na celkových aktivitách firmy
- personál
- organizácia
- ciele firmy

**Exogénne faktory**

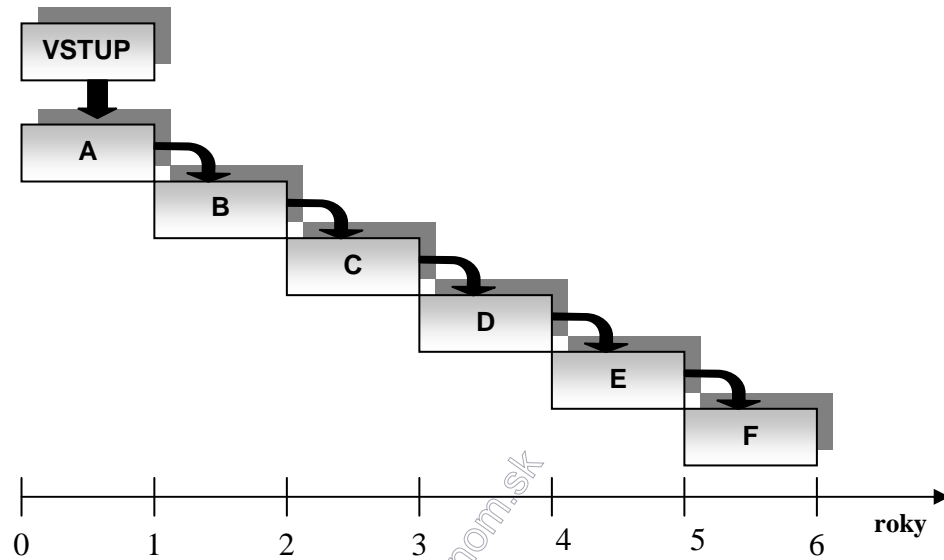
- podmienky / podnety zahraničného trhu

1) Ide o to, či o uvádzaní výrobku na trh krajiny rozhoduje materská alebo dcérska spoločnosť.

## Stratégie pre vstup na zahraničné trhy

- vodopádová
- skoková
- kombinovaná

### Vodopádová stratégia



#### Výhody

- nižšie riziko
- lepšie spracovanie

#### Nevýhody

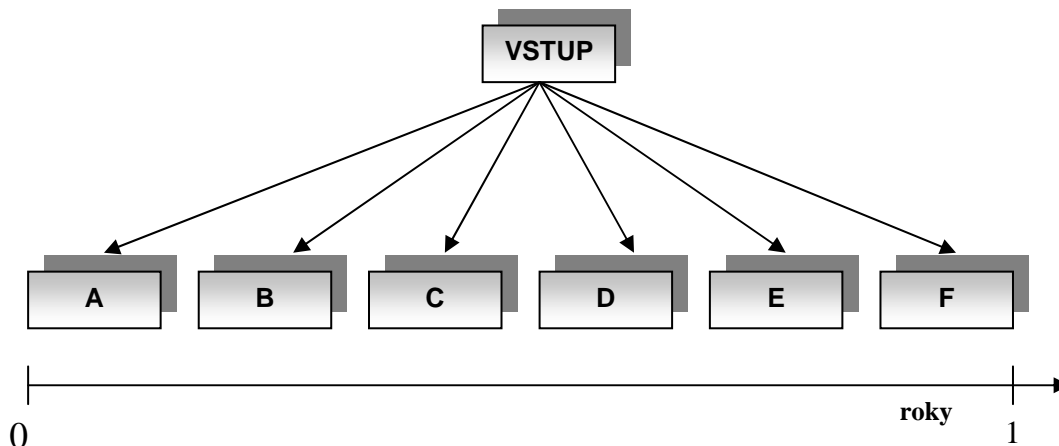
- dlhodobé postupy

#### Vhodná

Na vstup do krajín:

- ◆ s rozličnými administratívnymi štruktúrami
- ◆ s rozličnými spotrebnými zvyklosťami
- ◆ technologická úroveň krajiny

### Skoková stratégia



**Výhody**

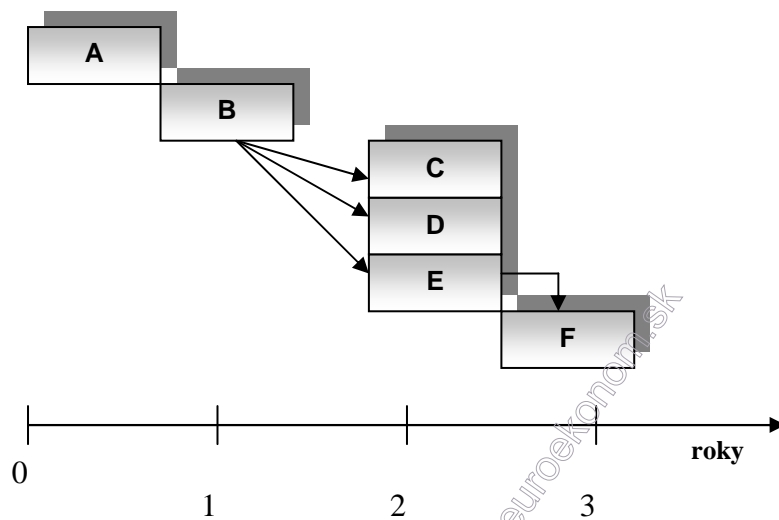
- ♦ rýchla penetrácia viacerých trhov krajín
- ♦ vyrovňovanie rizika – portfólio efekt
- ♦ využívanie štandardizačného potenciálu

**Nevýhody**

- ♦ nezohľadnenie trhových zvláštností

**Vhodná**

- ♦ v prípade tovarov s krátkym životným cyklom

**Kombinovaná stratégia**

Vychádza z existencie podobných cieľových skupín na jednotlivých trhoch krajín.

[www.euroekonom.sk](http://www.euroekonom.sk)

[www.euroekonom.sk](http://www.euroekonom.sk)