

GLAVNI TRENDI INTERNACIONALIZACIJE SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA

prof. dr. Mitja Ruzzier
mitja@ruzzier.si
UP, Fakulteta za Management

VČERAJ



Zgodila se nam je... ®evolucija



Tradicionalne panoge



Statupi, blockchain, aplikacije...

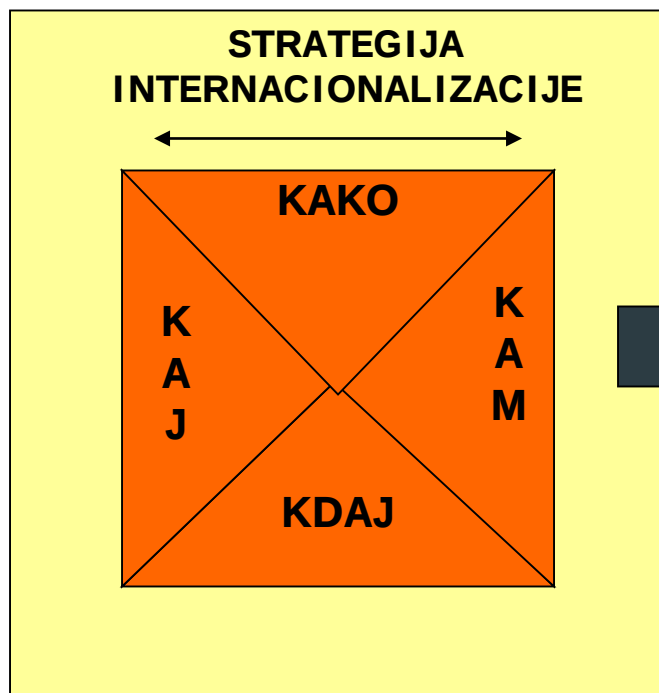
Odpiranje trgov, napredek IKT, tuja konkurenca (na domačem trgu), tveganje in negotovost, dinamika, povezanost trgov...

INTERNACIONALIZACIJA NUJNA ZA PREŽIVETJE

Nekaj izhodišč : INTERNACIONALIZACIJA

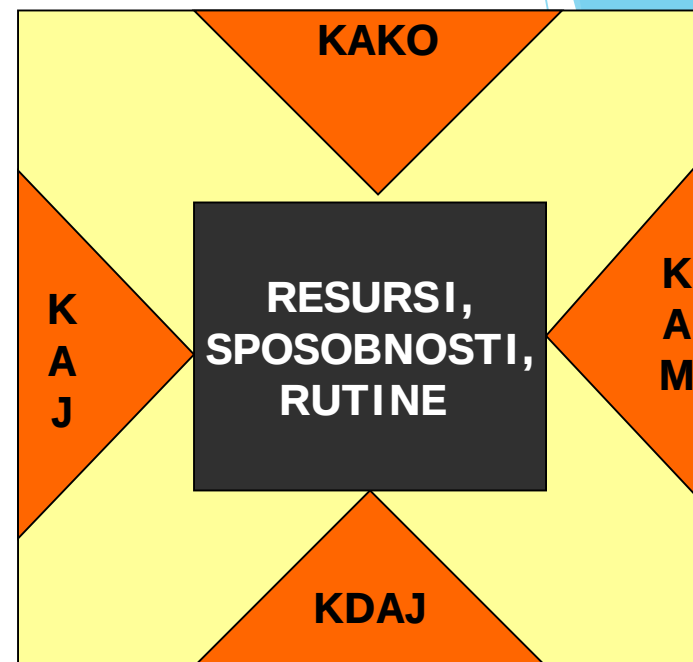
- ▶ Vstop na tuji trg (prvi korak) $\neq$ razvoju na tujem trgu (motivi, ovire, spodbude, pomoč...)
- ▶ Velikost podjetja, panoga (zaznavanje izzivov, priložnosti, izvajanje aktivnosti)
- ▶ Zahteva čas, resurse in stalno prilagajanje/učenje
- ▶ INT: podjetij in podjetniških aktivnosti, trgov, potrošniških okusov
- ▶ Inovacija
- ▶ Dinamična, kompleksna, večdimenzionalna,

Glavne dimenzije internacionalizacije in ključni trendi



STRATEGIJA PODJETJA

←→



1. Načina vstopa in delovanja – KAKO
2. Izbor ciljnih trgov – KAM
3. Izbor proizvodov – KAJ
4. Časa nastopa/umika – KDAJ

Izbor ciljnih trgov - KAM?

- ▶ Novi pristopi v iskanju in izboru trgov (od odločitve k bližnjim trgov -> zasledovanju kupcev)
- ▶ Razumevanje tujih poslovnih praks in tujih trgov
- ▶ Obvladovanje tujih (lokalnih) tveganj - strategija; potreba po (hitrih) informacijah za odločanje
- ▶ Nestabilni mednarodni odnosi, povezanost in prepletenost trgov
- ▶ Trg ni več (nujno) država -> segment uporabnikov

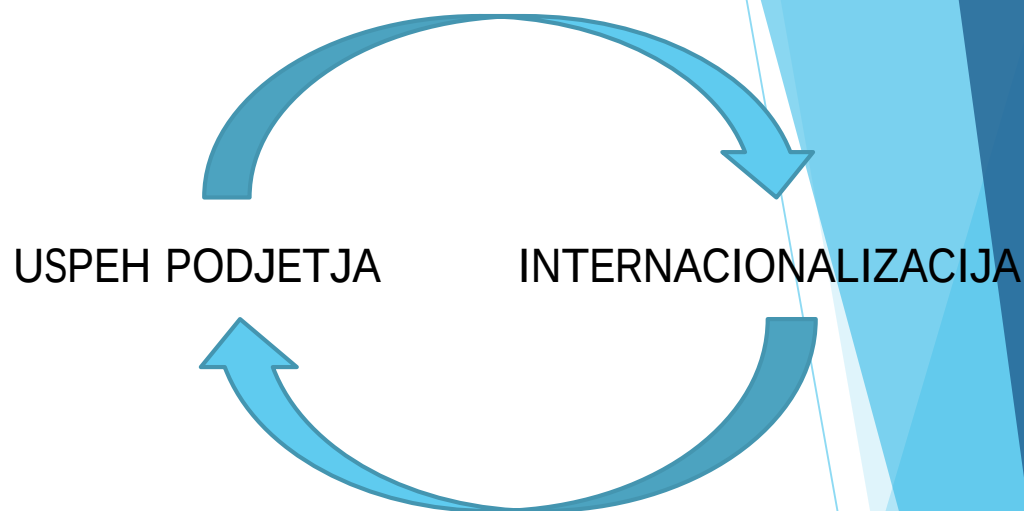
Način vstopa in delovanja - KAKO?

- ▶ Klasični posredniki izginjajo, nastajajo nove oblike (Amazon, Airbnb...), kombinacije načinov
- ▶ Inovacije poslovnih modelov (izziv za vlade in podjetja; npr. Airbnb, Uber..)
- ▶ Neizkoriščen potencial v pogodbenih oblikah internacionalizacije; franšizing, licenciranje (zahteva znanje, osrednjo sposobnost)
- ▶ Vhodne TNI kot priložnost za izhodno internacionalizacijo
- ▶ Združevanje, povezovanje za skupne nastope
- ▶ „Fleksibilnost“ – vstop in izstop

Produkti in storitve - KAJ?

- ▶ Neposredni stiki s kupci; povratne informacije osnova za nadaljnji razvoj in (hitro) prilagajanje
- ▶ Prilagajanje komunikacije (zgodba)
- ▶ Adaptacija / standardizacija (mass customization)
- ▶ Persona marketing (tipični profil kupca - prilagajanje)

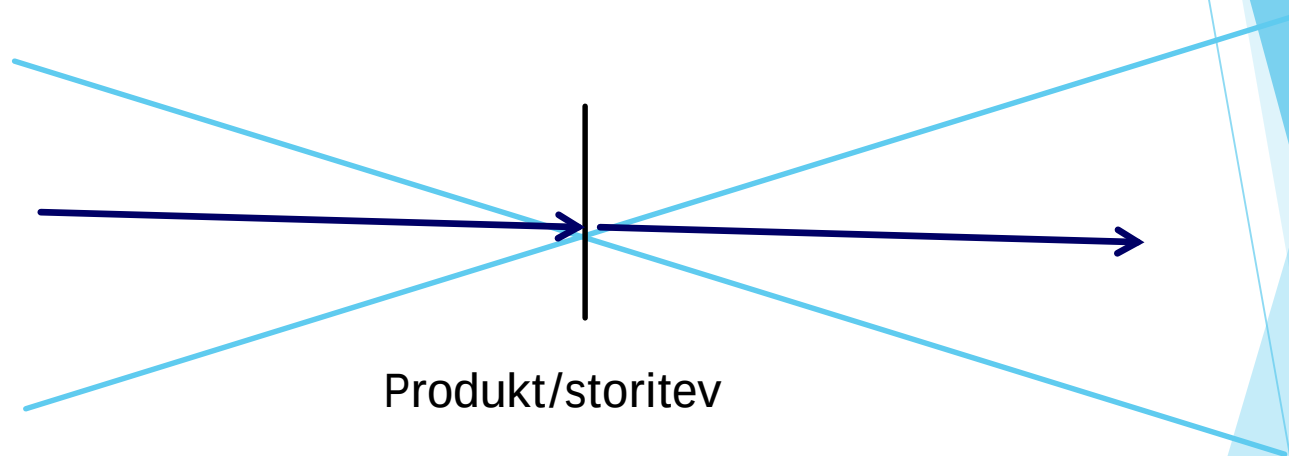
KDAJ začeti, KAKO HITRO nadaljevati?



- ▶ Podjetja začenjajo z INT vse hitreje od ustanovitve
- ▶ Postopno / hitro (panoga)
- ▶ Začeti (razmišljati in se pripravljati) danes
- ▶ Hitrost prilagajati resursom in (absorpcijskim) sposobnostim podjetja
- ▶ Strategije za srednje/dolgoročno delovanje na tujih trgih -> prilagoditev resursov (lastniško/dolžniško); Sposobnost „čakanja“ na uspeh

Preskok v razmišljanju

Globalno rojena, globalno vodena MSP



VHODNA / IZHODNA / KOOPERATIVNA INTERNACIONALIZACIJA

Nabava, R&D (odprto inoviranje),
HRM, financiranje, proizvodnja..

Prodaja, strateška partnerstva,
marketing, logistika,
poprodajne storitve

JUTRI?

- ▶ Kompleksnost (dodatni dejavniki, negotovost) vs. poenostavitev INT (homogenost okusov, standardi, valute, padanje mej...)
- ▶ Re-startup, inovativna MSP
- ▶ „Nacionalnost“ (slovenska podjetja ali „slovenski“ podjetniki)
- ▶ Velikost: Startup-visokotehnološka podjetja; mikro, mala, srednja, ali mini-multinacionalke
- ▶ Dejavniki uspešnosti: hitro učenje in prilagajanje, financiranje, znanje in spretnosti, napredna IKT, organiziranost, vodstvo

HVALA ZA POZORNOST!

prof. dr. Mitja Ruzzier
mitja@ruzzier.si
UP, Fakulteta za Management