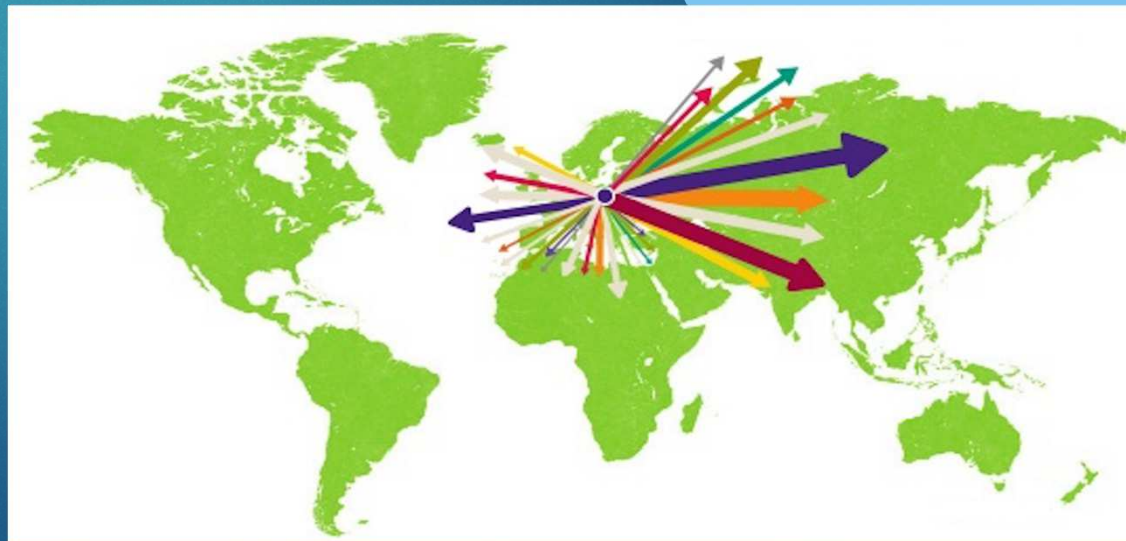


Ekspansja zagraniczna polskich przedsiębiorstw



Agenda

- ▶ Wstęp
- ▶ Motywy ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynek międzynarodowy
- ▶ Instytucje wspierające
- ▶ Strategie wejścia firm na rynki zagraniczne ze względu na formę
- ▶ Bezpośrednie Inwestycje Zagraniczne
- ▶ Ekspansja zagraniczna a przystąpienie Polski do strefy euro
- ▶ Polskie przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym

Motywy ekspansji zagranicznych

Motyw ekonomiczny

- związany z maksymalizacją efektu przedsiębiorstwa

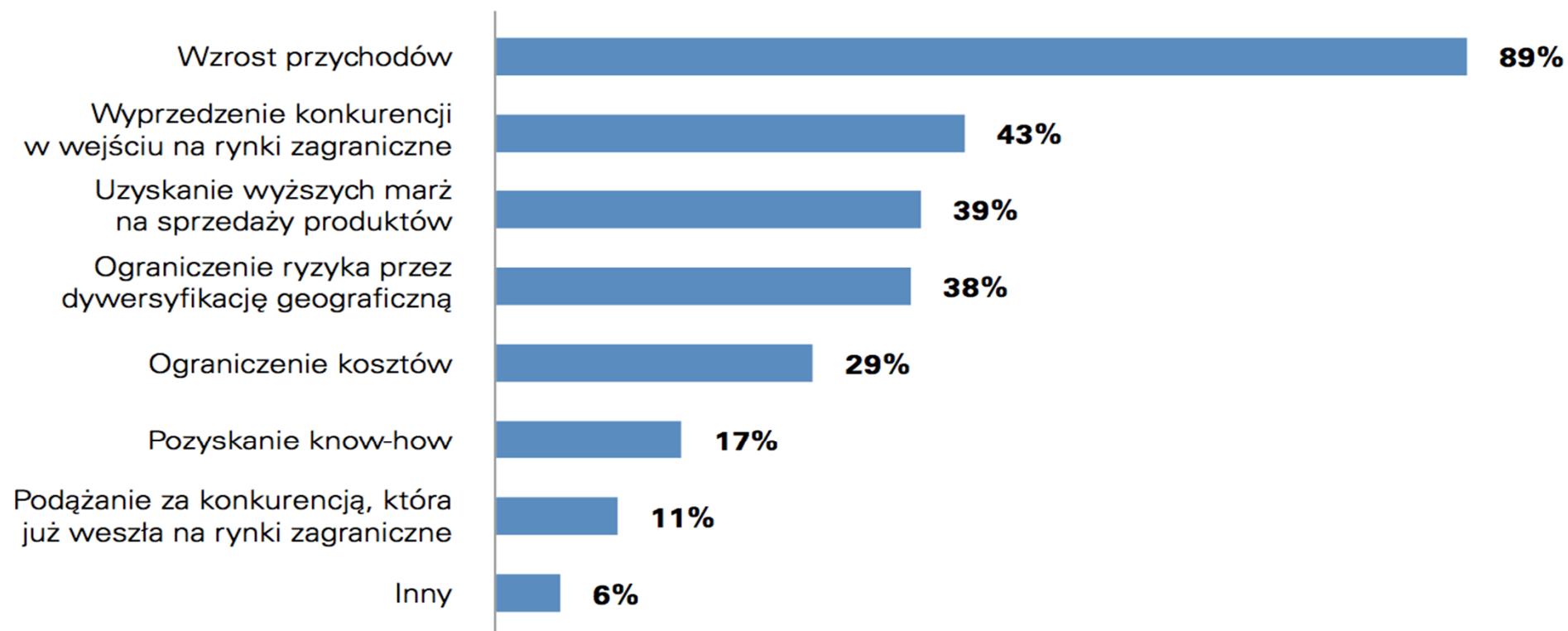
Motyw rynkowy

- wejście na nowy rynek jak również utrzymanie, dotychczasowej pozycji rynkowej, wykorzystanie luki technologicznej

Motyw prawny

- związany z stopniem protekcjonizmu państwowego (stosowanie barier celnych lub handlowych)

Motywy ekspansji polskich przedsiębiorstw na rynki zagraniczne



N=100. Respondent mógł zaznaczyć do 3 odpowiedzi

Źródło: KPMG

Instytucje wspierające



MINISTERSTWO
ROZWOJU

Ministerstwo
Rozwoju



KRAJOWA
IZBA
GOSPODARCZA

Krajowa Izba
Gospodarcza



Agencja
Rozwoju
Przemysłu
S.A.

Agencja Rozwoju
Przemysłu

Instytucje wspierające



Polska Agencja
Rozwoju
Przedsiębiorczości



Teraz Polska



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu

Strategie wejścia firm na rynki zagraniczne ze względu na formę

Czynniki, które należy uwzględnić przy wyborze strategii:

- ▶ stopień kontroli działalności międzynarodowej,
- ▶ występujące ryzyko (np. polityczne, bariery wyjścia)
- ▶ atrakcyjność i specyfikę rynku zagranicznego (np. dostępność technologii i zasobów ludzkich, różnice kulturowe i prawne, wysokość podatków),
- ▶ atuty konkurencyjności swojego przedsiębiorstwa (wielkość firmy, doświadczenie),
- ▶ zaangażowanie zasobów.
- ▶ A. Sznajder „Strategie marketingowe na rynku międzynarodowym”, PWN, Warszawa 1995

Strategie wejścia firm na rynki zagraniczne ze względu na formę

Strategia eksportu

Eksport pośredni

Eksport bezpośredni

Eksport kooperacyjny

Strategia kontraktowa

Produkcja kontraktowa

Sprzedaż licencji

Franchising

Kontrakty menedżerskie

Strategia z zaangażowaniem kapitału

Filia handlowa

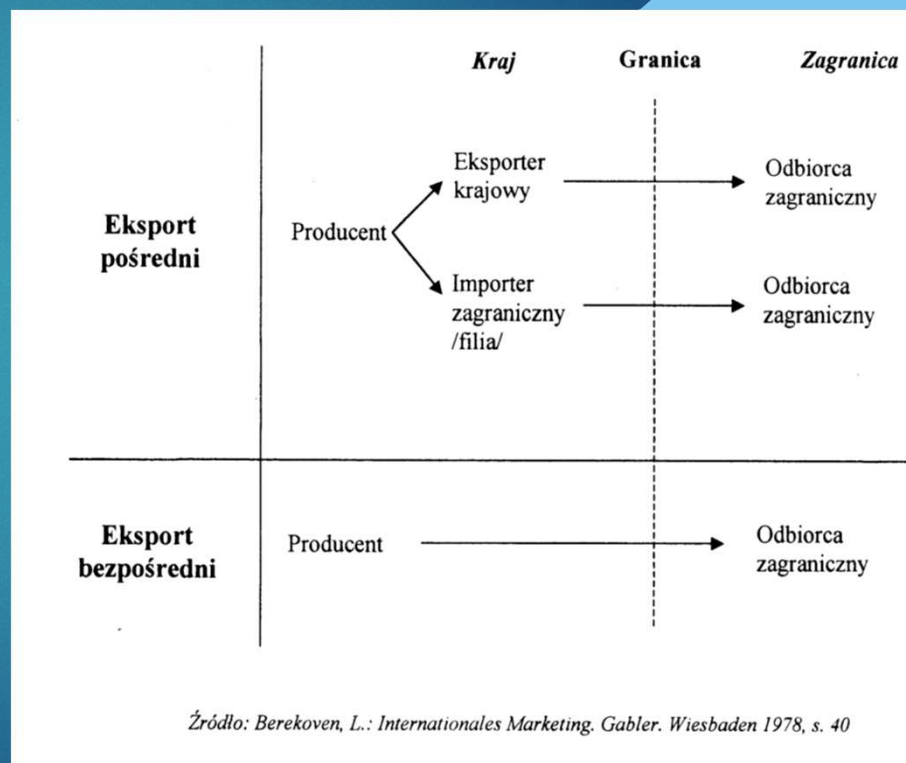
Zakład montażowy

Zakład produkcyjny

Eksport pośredni - bezpośredni

Eksport bezpośredni występuje, gdy relacja producent - odbiorca zagraniczny nie jest obarczona współpracą z eksporterem krajowym lub importerem zagranicznym.

W momencie pojawienia się pomocy osób lub instytucji trzecich, współpraca ta zalicza się już do **eksportu pośredniego**.



Rodzaje BIZ według form zaangażowania inwestycyjnego

typ greenfield

- utworzenie nowej działalności na terenach zagranicznych,

typ brownfield

- nabycie już istniejącego przedsiębiorstwa za granicą oraz dokonanie jego pełnej restrukturyzacji technicznej

kontynuacja działalności

- BIZ polegające na kontynuacji działalności nabytej firmy zagranicznej bez większej jej restrukturyzacji

Rodzaje BIZ według zróżnicowania strategii działania inwestorów

horyzontalne

- zarządzanie identyczną działalnością jak w kraju macierzystym

wertykalne

- firma macierzysta posiada za granicą tylko część ogniw łańcucha wartości

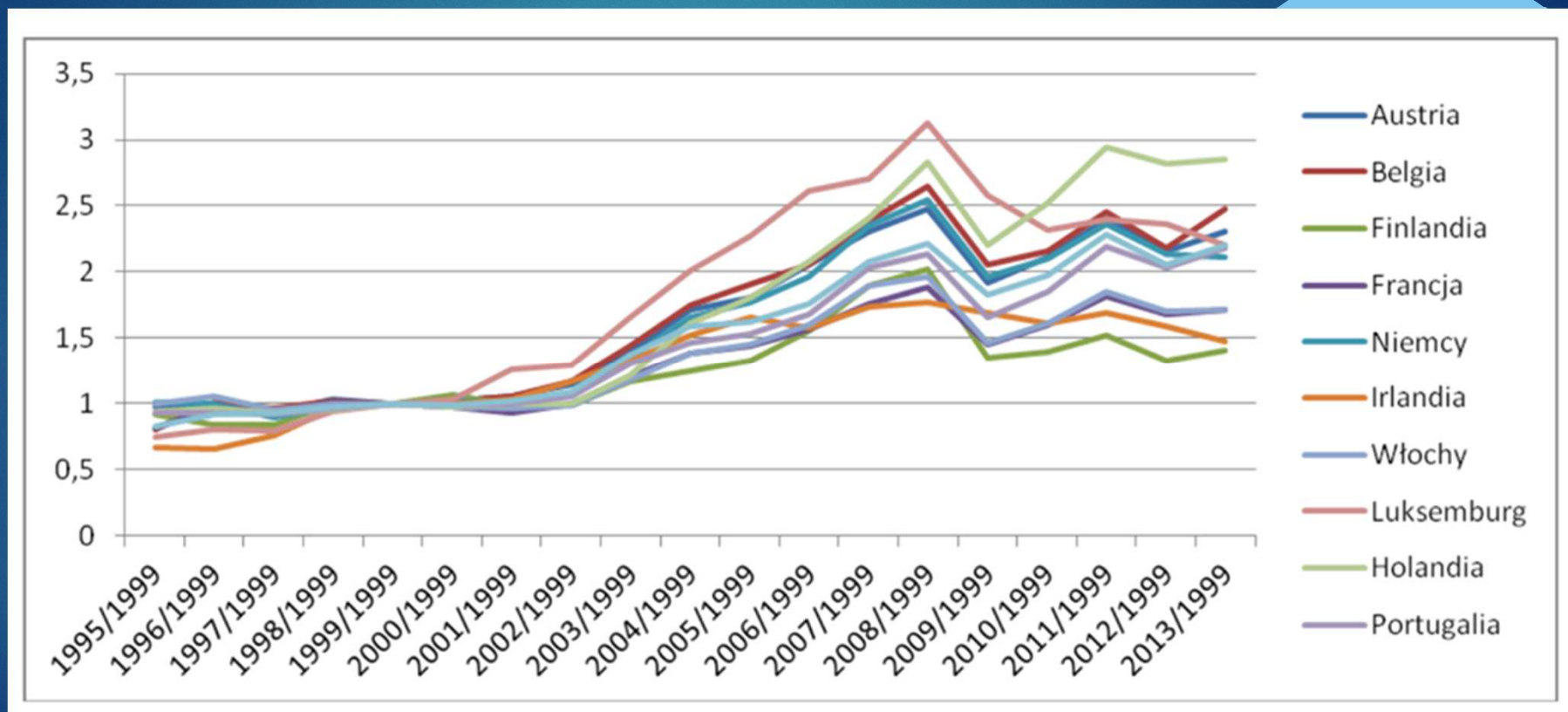
konglomeratowe

- połączenie wertykalnych i horyzontalnych BIZ

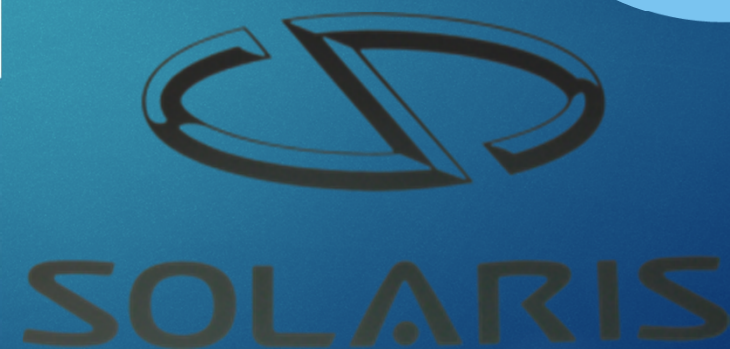
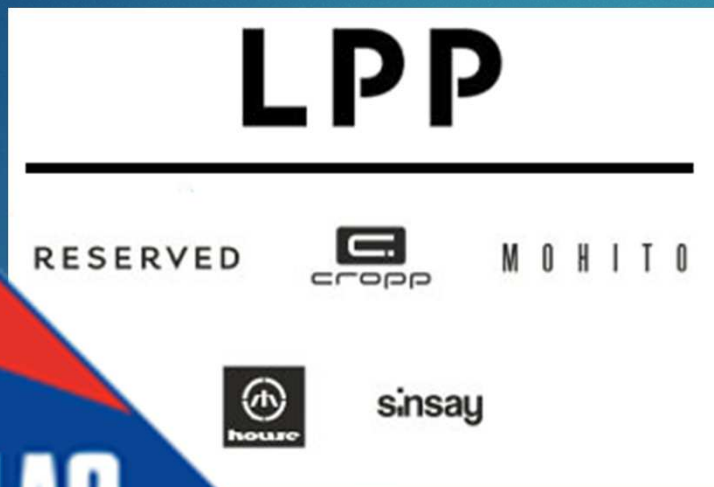
Motywy ekspansji polskich przedsiębiorstw w formie BIZ

- ▶ wielkość i pojemność rynków zagranicznych
- ▶ niższe koszty pracy
- ▶ ochrona i wzmocnienie własnej pozycji rynkowej
- ▶ bliskość klientów oraz potencjał powiększenia bazy klientów;
- ▶ konsolidacja w ramach branży
- ▶ możliwości szerszej ekspansji eksportowej na pobliskie rynki
- ▶ dodatkowe możliwości eksportu na rynek inwestowania

Eksport do krajów strefy euro w latach 1999-2003



Polskie przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym



Dziękujemy za uwagę!

