

# Sadržaj

## Uvod (1)

Prvi dio

### **Teorijsko-metodološka lokacija problema istraživanja (10)**

1.	Prethodna najava problema istraživanja	11
2.	Teorijske dimenzije procesa globalizacije	15
3.	Iskusveni aspekti sadržaja istraživanja	20
4.	Institucionalne i normativne dimenzije predmeta istraživanja	22
5.	Hipotetički okvir i način istraživanja	25

Drugi dio

### **Čimbenici globalizacije međunarodno razmjene (28)**

1.	<b>Tendencije međunarodnih odnosa</b>	29
1.1.	Gospodarski razvitak	29
1.2.	Kulturološko-socijalni razvitak	37
1.3.	Tehnološki razvitak	50
1.4.	Političko-pravni razvitak	53
2.	<b>Tendencije razvitka mikrookoline</b>	61
2.1.	Razvitak u ponašanju potrošača	61
2.2.	Razvitak trgovine i trgovinskog sustava	70
2.3.	Razvitak međusobnih odnosa u ponašanju proizvođača	84

Treći dio

### **Odlučivanje o ulasku na inozemno tržište (92)**

1.	<b>Izbor tržišta</b>	93
1.1.	Superregija Evropa	93
1.2.	NAFTA	95
1.3.	Superregija Južne Amerike	95
1.4.	Azijsko-pacifička superregija	96
1.5.	Superregija Kina	97
1.6.	Superregija Srednjeg istoka i Indije	99
1.7.	Superregija Afrike i Bliskog istoka	99
2.	<b>Procjena tržišnog potencijala</b>	102

3.	<b>Predviđanje troškova i profita</b>	105
4.	<b>Odlučivanje o načinu ulaska na inozemno tržište</b>	115
4.1.	Čimbenici koji utječu na izbor strategije ulaska na inozemno tržište	115
4.2.	Stvaranje informacijskih osnova	121
4.2.1.	Selekcija stranih tržišta	121
4.2.2.	Prilagodba vlastitih sposobnosti okruženjima na inozemnom tržištu	125
4.2.3.	Prognoze prodaje na inozemnom tržištu	126
4.3.	Izbor koncepcije poslovne politike vanjskotrgovinskog poduzeća u odnosu na inozemno tržište	128
4.3.1.	Strategija izvoza	128
4.3.2.	Strategija cijena	130
4.3.3.	Strategija kooperacijskih odnosa s domaćim i inozemnim poslovnim partnerima	138
4.3.3.1.	Dugortočna proizvodna kooperacija s inozemstvom	139
4.3.3.2.	Poslovno-tehnička suradnja s inozemstvom	143
4.3.3.3.	Zajedničko ulaganje s inozemstvom	146
4.3.3.4.	Ostali oblici poslovne suradnje s inozemstvom	147
4.3.4.	Strategija transfera tehnologije u okviru globalizacije međunarodne proizvodnje i razmjene	152
4.4.	Poslovna kombinatorika vanjskotrgovinskog poduzeća u poslovanju na inozemnom tržištu	162
4.4.1.	Strategija odabira poslovno vezane trgovine s poslovnim partnerima iz zemlje i inozemstva	162
4.4.2.	Strategija korišćenja ostalih specifičnih vanjskotrgovinskih poslovnih aranžmana	167
4.4.2.1.	Reekspert	167
4.4.2.2.	Lizing	172
4.4.2.3.	Franšizing	175
4.4.3.	Financiranje i kreditiranje poslovanja s inozemstvom	177
4.5.	Upravljanje poslovnim rizicima u razmjeni robe i usluga s inozemstvom	180
4.5.1.	Upravljanje rizicima	180
4.5.2.	Upravljanje financijskim rizicima	188
4.5.2.1.	Rizik cijene	188
4.5.2.2.	Rizik izvoznog kredita	190
4.5.2.3.	Rizik konvertiranja	192
4.5.2.4.	Rizik transfera	192
4.5.2.5.	Rizik valute plaćanja	193
4.5.2.6.	Politički rizici	199
4.5.3.	Strategija osiguranja od komercijalnih i nekomercijalnih rizika u vanjskoj trgovini	199
4.5.4.	Samoosiguranje i stvaranje rizičnog fonda	204

## Proces evolucije i internacionalizacije vanjskotrgovinskog poduzeća (207)

<b>1.</b>	<b>Utvrđivanje vlastitog položaja vanjskotrgovinskog poduzeća u globalizaciji svjetskog tržišta</b>	<b>208</b>
1.1.	Marketinška strategija vanjskotrgovinskog poduzeća na globalnom tržištu	208
1.2.	Globalni okvirni marketinških strategija	213
<b>2.</b>	<b>Odlučivanje o programu marketinga na globaliziranom tržištu</b>	<b>221</b>
2.1.	Ograničenja standardizacije marketinškog mixa sa stajališta inozemnog okruženja	221
2.2.	Prilagođivanje proizvoda (asortimana) namijenjenih izvozu sa zahtjevima globaliziranog tržišta	225
2.3.	Stvaranje prepoznatljivog proizvoda namijenjenog izvozu	230
2.4.	Strategija distribucije i organizacije vanjskotrgovinske mreže u inozemstvu	235
2.5.	Strategija promocije na globalnom tržištu	240
2.6.	Odlučivanje o organizacijskom modelu vanjskotrgovinskog poduzeća	246
2.7.	Marketing planiranje	262
2.8.	Priprema i odlučivanje o trenutku pokretanja poslovanja na inozemnom tržištu	273

## Zaključak (280)

Literatura	287
------------	-----