



STRATEGIJA INTERNACIONALIZACIJE KOMPANIJE

THE STRATEGY OF COMPANY INTERNATIONALIZATION

Milica Kostic, Ekonomski fakultet Kragujevac,
milicakosticks@gmail.com

Rezime: Teorijske osnove internacionalizacije kompanija podrazumevaju motive koji pokreću kompanije na izlazak iz okvira domaćih tržišta, faze kroz koje kompanije u svom poslovanju na međunarodnom tržištu prolaze, znanje, iskustvo i informacije koju su u tom procesu potrebni kao i načine otpočinjanja i sprovođenja internacionalizacije. Cilj ovog rada je da na konkretnom primeru pokaze na koje nacine i primenom kojih strategija posluje jedna uspesna medjunarodna kompanija u sve konkurentnijem okruzenju. Znacaj ove teme se ogleda u dva aspekta. Prvo, svako iskustvo uspesne primene strategije poslovanja na medjunarodnom trzistu moze da posluzi kao motiv i kao primer za kompanije iz Srbije koje razmisljaju o izlasku na nova, inostrana trzista. Sa druge strane, svaka nova investicija i svaki primer uspesne, medjunarodne i stabilne kompanije koja ulazi na trziste Srbije poboljsava ukupnu investicionu klimu i sliku Srbije medju potencijalnim investitorima, kreditnim institucijama i drzavama kao pozeljne destinacije za investiranje i obavljanje poslovnih aktivnosti.

Ključne reči: internacionalizacija, strategije internacionalizacije, inicijalni ulazak na tržište

Abstract: Theoretical basis for the internationalization of the company include the motives that drive companies out of the box on the domestic market, the stages that the company pass in its business in international markets, the knowledge, experience and information that are needed in this process and ways of starting implementation of internationalization. The aim of this study is to demonstrate the concrete example of the ways that the implementation of strategy is used by successful international company in an increasingly competitive environment. Each experience of the successful implementation of business strategies in international markets can serve as an example and motivation for Serbian companies that are thinking about participating in new foreign markets. On the other hand, any new investment, and every example of successful, stable and international companies entering the Serbian market improves the overall investment climate and image of Serbia among potential investors, lending institutions and countries as a desirable destination for investment and commercial activities.

Key words: internationalization, the internationalization strategy, the initial market entry