

OBSAH

O AUTORECH	4
ÚVODNÍ SLOVO.....	6
1. POSTAVENÍ FIRMY V GLOBÁLNÍM PODNIKATELSKÉM PROSTŘEDÍ	10
1.1 PROCES INTERNACIONALIZACE FIREM.....	10
1.2 DŮVODY FIREM K EXPANZI NA MEZINÁRODNÍ TRHY	14
1.3 GLOBÁLNÍ ŘETĚZCE PŘIDANÉ HODNOTY A DODAVATELSKO-ODBĚRATELSKÉ VZTAHY	17
2. CHARAKTERISTIKA PODNIKATELSKÉHO PROSTŘEDÍ NA MEZINÁRODNÍCH TRŽÍCH	49
2.1 KONJUNKTURNÍ ANALÝZA TERITORIÍ OBCHODNÍCH PARTNERŮ.....	49
2.2 ZAHRANIČNĚOBCHODNÍ POLITIKA A JEJÍ VLIV NA MEZINÁRODNÍ OBCHOD.....	80
3. KONJUNKTURNÍ ANALÝZA TRHŮ ZBOŽÍ	98
3.1 CHARAKTERISTIKA TRHŮ ZBOŽÍ V MEZINÁRODNÍM OBCHODU – VYMEZENÍ, KLASIFIKACE A PROMĚNLIVOST	98
3.2 FAKTORY PŮSOBÍCÍ NA TRŽÍCH ZBOŽÍ – CHARAKTERISTIKA, KLASIFIKACE, DLOUHODOBÉ, CYKlickÉ, SEZÓNní, NAHODILÉ.....	103
3.3 VZÁJEMNÉ PROPOJENÍ TRHŮ ZBOŽÍ S FAKTORY PRO DANÝ TRH ROZHODUJÍCÍMI	115
4. STRATEGIE A FORMY VSTUPU FIREM NA ZAHRANIČNÍ TRHY	124
4.1 VSTUP FIRMY NA ZAHRANIČNÍ TRH V OBLASTI VÝROBY.....	124
4.2 VSTUP FIRMY NA ZAHRANIČNÍ TRH V OBLASTI OBCHODU.....	151
4.3 VSTUP FIRMY NA ZAHRANIČNÍ TRH V OBLASTI SLUŽEB	162
ZÁVĚR.....	181
SEZNAM ZKRATEK.....	187
SEZNAM LITERATURY.....	191
SUMMARY	199