

Obsah

Seznam tabulek a obrázků	8
Seznam použitých zkratk	11
O autorce	12
Úvodní slovo	13
Předmluva	14
1. Úvod do problematiky	15
1.1 Výchozí situace a cíle práce	15
1.2 Struktura práce	18
2. Role podnikatele při internacionalizaci MSP	19
2.1 Rozhodnutí o navázání zahraničních aktivit jako strategický rozhodovací problém	19
2.1.1 Specifika informačního a rozhodovacího chování MSP	19
2.1.2 Faktory ovlivňující rozhodnutí o navázání zahraničních aktivit	21
2.1.3 Podnikatel jako klíčová proměnná při rozhodnutí o internacionalizaci – shrnutí	25
2.2 Význam podnikatele ve vybraných internacionalizačních teoriích	26
2.2.1 Teoretické přístupy zabývající se rozhodnutím o internacionalizaci	26
2.2.2 Role člověka v Aharoniho behaviorální teorii	27
2.2.3 Role člověka v behaviorálně orientovaných procesních teoriích internacionalizace	29
2.3 Ochota podnikatele k navázání zahraničních aktivit jako centrální aspekt internacionalizace MSP	33
2.4 Vnímané rozdíly mezi zeměmi jako možné bariéry přeshraniční spolupráce	36
2.4.1 Rozdíly vztahující se k zemi jako celku	37
2.4.2 Rozdíly vztahující se k produktům a firmám dané země	38
2.4.3 Kulturní rozdíly jako nadřazená kategorie	38
2.4.4 Vnímané rozdíly mezi zeměmi jako základ pro vznik psychické distance	43
3. Konstrukt psychické distance	45
3.1 Význam psychické distance v internacionalizačním procesu	45
3.2 Vývoj v chápání pojmu psychická distance	46
3.3 Vymezení pojmu „psychická distance“ ve vztahu k jiným distančním konceptům	51
3.4 Vznik a snižování psychické distance	56
3.4.1 Teoretické základy vzniku psychické distance	56
3.4.2 Snižování psychické distance	59

3.5	Konceptualizace a měření psychické distance	61
3.5.1	Vnímaná nejistota	61
3.5.2	Vnímané rozdíly	62
3.5.3	Vnímaná blízkost/distance	65
3.5.4	Vnímaná cizost	67
3.5.5	Vnímání stimulů psychické distance	70
3.5.6	Souhrnné zhodnocení existujících konceptualizací a způsobů měření psychické distance	71
3.6	Nedostatky výzkumu psychické distance	73
3.7	Současná relevance konstruktů psychické distance	77
3.8	Shrnutí a závěr	78
4.	Psychická distance jako intervenující proměnná ochoty podnikatele k přeshraniční spolupráci	79
4.1	Teoretická konceptualizace konstruktů psychické distance	79
4.1.1	Konceptualizace psychické distance – úvod	79
4.1.2	Vnímané aspekty zahraničního trhu	80
4.1.3	Image země	86
4.1.4	Subjektivně vnímané rozdíly mezi image zahraničního a domácího trhu	89
4.1.5	Subjektivní hodnocení důsledků pro přeshraniční spolupráci	92
4.2	Psychická distance a ochota k přeshraniční spolupráci – shrnutí	93
5.	Postup kvalitativního výzkumu	95
5.1	Zdůvodnění kvalitativního přístupu s ohledem na cíle práce	95
5.2	Design výzkumu empirické studie	97
5.2.1	Příprava a realizace empirické studie	97
5.2.2	Problémy při realizaci empirické studie	99
5.3	Představení dotázaných podnikatelů	100
5.3.1	Vysvětlivky k portrétům dotázaných podnikatelů	100
5.3.2	Portréty dotazovaných podnikatelů	100
5.4	Vyhodnocování kvalitativních interview	112
5.4.1	Základní rysy kvalitativní obsahové analýzy	112
5.4.2	Princip strukturovaného shrnutí	116
5.4.3	Postup při vyhodnocení empirické studie	117
5.4.4	Principy prezentace kvalitativních výsledků	121
6.	Empirické výsledky	123
6.1	Prezentace empirických výsledků	123
6.2	Dotázaní podnikatelé a přeshraniční spolupráce	124
6.2.1	Souvislost mezi charakteristikami podnikatelů a firem a intenzitou jejich přeshraniční spolupráce	124
6.2.2	Postoj dotázaných podnikatelů k přeshraniční spolupráci	129
6.3	Možné vysvětlující proměnné konstruktů psychické distance vztahující se k ochotě podnikatele k přeshraniční spolupráci	136
6.3.1	Aspekty vztahující se k zemi	136
6.3.2	Faktory vztahující se k produktům a firmám	171
6.3.3	Znalostí a zkušenosti	179

6.4	Souhrn nejdůležitějších výsledků	185
6.4.1	Klíčové proměnné konstruktů psychické distance	185
6.4.2	Další důležité proměnné konstruktů psychické distance	187
6.5	Vysvětlující proměnné psychické distance na příkladu sasko-české firemní spolupráce	191
7.	Doporučení pro navazování přeshraničních kooperačních vztahů	197
7.1	Obecná doporučení	197
7.1.1	Kritika dosavadních praktických implikací	197
7.1.2	Role externích ekonomických subjektů a institucí při snižování psychické distance	198
7.1.3	Možnosti snížení psychické distance potencionálních kooperačních partnerů	202
7.2	Doporučení pro spolupráci MSP v sasko-českém pohraničí	204
8.	Shrnutí a podněty pro další výzkum	211
	Použitá literatura	215
	Přílohy	229
	Příloha 1	229
	Rámcový dotazník (německá verze)	229
	Rámcový dotazník (česká verze)	231
	Příloha 2: Přílohy k rámcovému dotazníku	233
	Příloha 3: Umístění zemí na soustředné kružnice	236
	Příloha 4: Příklad transkripční tabulky (interview se saským podnikatelem – panem I _D)	237
	Příloha 5: Příklad transkripční tabulky (interview s českým podnikatelem – panem E _{CZ})	258