

Obsah

Úvod	7
1. Změny v ekonomickém prostředí a získávání mezinárodních konkurenčních výhod	9
1.1 Změny v ekonomickém prostředí – nová ekonomika, digitální ekonomika a sdílená ekonomika	10
1.2 Získávání mezinárodních konkurenčních výhod – Diamant M. E. Portera	14
1.3 Úloha vlády při kultivaci domácí základny	18
2. Multinacionální a transnacionální korporace a jejich význam ve světové ekonomice	21
2.1 Vymezení pojmu nadnárodní korporace, multinacionální/transnacionální korporace	22
2.2 Formy vstupu na zahraniční trh	24
2.3 Efekty přímých zahraničních investic	25
3. Teorie strategického managementu – vymezení jednotlivých proudů	29
3.1 Teorie strategického managementu a potřeby podnikové praxe	30
3.2 Klasická (racionální) škola	30
3.3 Evoluční proud	32
3.4 Behaviorální (procesní) přístup	33
3.5 Systémový (relativistický) proud	34
4. Teorie strategického managementu – typy strategií	37
4.1 Růstové strategie	38
4.1.1 Diverzifikační (expanzní) strategie	38
4.1.2 Diferenciační strategie	40
4.2 Mezinárodní podnikatelské strategie	44
4.2.1 Porterův model internacionalizace generických strategií	44
4.2.2 Perlmutterův model EPRG	46
4.2.3 Matice mezinárodních strategií podle Prahalada a Doze	48
5. Organizace mezinárodních podniků	51
5.1 Tři fáze internacionalizace podnikání a jejich projevy v organizaci a strategii	52
5.1.1 První fáze internacionalizace – založení zahraniční dceřiné společnosti	52
5.1.2 Druhá fáze internacionalizace – vytvoření mezinárodní divize	53
5.1.3 Třetí fáze internacionalizace – vytvoření globálně integrované organizace	54
5.2 Vztah organizace a mezinárodní strategie	57

6. Mezinárodní podnikové sítě a strategické aliance	63
6.1 Satelitní organizace	64
6.2 Podnikové sítě a strategické aliance	67
7. Podnikání v kontextu různých národních kultur	71
7.1 Pojem kultura	72
7.2 Přístup a výsledky výzkumů G. Hofstedeho	73
7.2.1 Rozpětí moci	74
7.2.2 Individualismus versus kolektivismus	74
7.2.3 Maskulinita versus feminita	75
7.2.4 Míra vyhýbání se nejistotě	76
7.2.5 Dlouhodobá versus krátkodobá orientace v čase	77
7.2.6 Užívání si života versus zdrženlivost	77
7.2.7 Kombinace dimenzí Heerta Hofstedeho a jejich význam pro management	80
7.3 Kulturní klastry S. Ronena a O. Shenkara	81
7.4 Kulturní dimenze Fonse Trompenaarse	82
7.4.1 Univerzalismus versus partikularismus	82
7.4.2 Individualismus versus preference společenství	83
7.4.3 Neutrální versus emocionální kultura	84
7.4.4 Specifická versus difuzní kultura	84
7.4.5 Preference výkonu a výsledků versus preference statusu	85
7.4.6 Sekvenční versus synchronní vnímání času	86
7.4.7 Vztah k vnějšímu prostředí, okolí	86
7.5 Interkulturní komunikace	87
7.6 Teorie Z	93
8. Řízení kulturní diverzity	97
8.1 Význam kulturní diverzity v různých stádiích internacionalizace podnikání	98
8.2 Výběr pracovníků pro zahraniční vyslání	99
8.2.1 Obecná kritéria	99
8.2.2 Specifická kritéria	102
8.3 Interkulturní trénink	103
8.3.1 Strategie řešení problému spojení více kultur v jedné organizaci – strategie řešení organizační multikulturality	103
8.3.2 Typy tréninkových programů	105
8.4 Řízení adaptačního procesu	107
8.5 Efektivnost multikulturních týmů	108
9. Strategie tvorby organizační kultury zahraničních dceřiných společností, průmyslová demokracie, zaměstnanecké vztahy a sociální dialog	111
9.1 Typy strategií tvorby organizační kultury zahraničních dceřiných společností a joint venture	112
9.2 Faktory ovlivňující volbu internacionalizační strategie	113
9.3 Průmyslová demokracie a její formy	116
9.4 Sociální politika a sociální dialog v Evropském společenství	118

9.5 Průmyslová demokracie ve vybraných zemích	120
9.5.1 Německo	120
9.5.2 Velká Británie	121
9.5.3 Švédsko	122
9.5.4 Dánsko	122
9.5.5 USA	123
9.5.6 Japonsko	124
9.5.7 Česká republika	126
9.5.8 Nové trendy v zaměstnaneckých vztazích	127

10. Společenská odpovědnost nadnárodních korporací a udržitelné

podnikání	131
-----------	-----

10.1 Příčiny růstu zájmu společnosti o odpovědné podnikání	132
10.2 Definice společensky odpovědného podnikání	133
10.3 Normy a nevládní iniciativy v oblasti společenské odpovědnosti	135
10.3.1 Globální dohoda OSN (United Nations Global Compact – UNGC)	135
10.3.2 Principy správy a řízení společností zemí G20/OECD	136
10.3.3 Motivace podnikatelských subjektů k odpovědnému podnikání	138

Závěr	143
-------	-----

Seznam tabulek	145
----------------	-----

Seznam obrázků	147
----------------	-----

Literatura	149
------------	-----

Rejstřík	155
----------	-----