

OBSAH

ÚVOD	7
1. PRIAME ZAHRANIČNÉ INVESTÍCIE A ICH MANAŽMENT: TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ	9
Prípadová štúdia 1.1: COVID-19 a medzinárodné podnikanie.....	9
1.1 Vymedzenie priamych zahraničných investícií.....	10
1.1.1 Definícia priamych zahraničných investícií.....	10
1.1.2 Členenie priamych zahraničných investícií z funkčného hľadiska	13
1.1.3 Členenie priamych zahraničných investícií podľa vlastníckeho podielu a spôsobu nadobudnutia	14
1.2 Základné formy priamych zahraničných investícií	16
1.3 Teórie priamych zahraničných investícií	17
1.3.1 Členenie teórií PZI	17
1.3.2 Teória priamych zahraničných investícií a hospodárskeho rastu.....	19
1.3.3 Eklektická teória priamych zahraničných investícií.....	22
1.4 Základné problémy manažmentu medzinárodného podnikania.....	25
Prípadová štúdia 1.2: Priame zahraničné investície firmy Samsung v SR.....	26
Prípadová štúdia 1.3: Samsung v SR – dodatok.....	29
2. VÝBER ZAHRANIČNÝCH TRHOV A MANAŽMENT FORIEM VSTUPU NA NE.....	35
Prípadová štúdia 2.1: Výber zahraničných trhov z EÚ pre firmu z Ekvádoru.....	35
2.1 Výber zahraničných trhov	36
2.1.1 Analýza zahraničných trhov	36
2.1.2 Analýza konkurencie.....	40
2.1.3 Analýza vlastnej sily	41
2.2 Metódy vstupu na zahraničné trhy	44
2.2.1 Vstup na zahraničný trh pri výrobe doma	44
2.2.1.1 Nepriamy export.....	44
2.2.1.2 Priamy export	46
2.2.1.3 Vstup na zahraničný trh spojený s výrobou v zahraničí.....	47
2.3 Vzájomný vzťah rizík a kontroly pri jednotlivých formách vstupu do zahraničia.....	50
Prípadová štúdia 2.2: Ako vstúpiť na novootvorené trhy strednej a východnej Európy*....	52
Prípadová štúdia 2.3 (v angličtine): Innovatrics case study	59
Prípadová štúdia 2.4: Špecifický prípad výberu zahraničného trhu v oblasti služieb. Indikátory výberu zahraničných trhov multinacionálnymi firmami v sektore služieb.	70
3. HODNOTENIE PODNIKATEĽSKÉHO PROSTREDIA.....	81
Prípadová štúdia 3.1: Dánsko predbehlo Švajčiarsko ako najkonkurencieschopnejší národ sveta	81
3.1 Ročenka svetovej konkurencieschopnosti.....	83
3.2 Globálny index konkurencieschopnosti	90
3.3 Globálny inovačný index.....	93
3.4 Business Environment Risk Intelligence S. A. (BERI S. A.).....	95
3.5 Institutional investor (I. I.)	97

3.6 COFACE	97
3.7 Ratingové agentúry	100
3.8 Index digitálnej ekonomiky a spoločnosti	104
Prípadová štúdia 3.2: Hodnotenie Slovenskej republiky	105

4. ORGANIZAČNÉ ŠTRUKTÚRY V MEDZINÁRODNÝCH FIRMÁCH **113**

Prípadová štúdia 4.1: Spoločnosť Nike ohlásila zásadné zmeny	113
4.1 Tradičné organizačné prístupy	116
4.1.1 Funkčná organizačná štruktúra	116
4.1.2 Medzinárodná divízná organizačná štruktúra	118
4.1.3 Globálna geografická organizačná štruktúra	120
4.1.4 Globálna produktová organizačná štruktúra	122
4.1.5 Globálna maticová organizačná štruktúra	124
4.1.6 Vzťahy medzi produktovou rozmanitosťou, zahraničnými aktivitami a organizačnými štruktúrami	127
4.2 Nové prístupy k organizačným štruktúram	130
4.2.1 Sieťová štruktúra	132
4.2.2 Virtuálna štruktúra	134
4.2.3 Organizačná štruktúra Helix	138
4.2.4 Organizačné štruktúry podporujúce digitálnu transformáciu	140
4.2.5 Evolúcia organizačných štruktúr	143
Prípadová štúdia 4.2: Organizačná štruktúra spoločnosti Apple: výzvy pre 21. storočie ..	146

5. DIGITALIZÁCIA A NOVÉ TRENDY V MANAŽMENTE **MEDZINÁRODNÉHO PODNIKANIA..... 157**

5.1 Úvod k problematike	157
5.1.1 Priemysel 4.0	161
5.1.2 Vplyv digitálnej transformácie na manažment medzinárodného podnikania	162
5.2 Základné technologické predpoklady digitálnej transformácie, jej príležitosti a riziká	169
5.3 Digitalizácia z pohľadu OECD a EÚ	173
5.4 Vplyv digitalizácie na trh práce	179
Prípadová štúdia 5.2: Využitie AI v spoločnosti Harley-Davidson	187

6. MEDZINÁRODNÝ MARKETINGOVÝ MANAŽMENT – VYBRANÉ **AKTUÁLNE PROBLÉMY 199**

Prípadová štúdia 6.1: Digitálny burger od firmy McDonald's a českého satirika TMBK sa vydražil za viac ako štvrt milióna. Peniaze idú na dobrú vec	199
6.1 Medzinárodný marketingový manažment - základné charakteristiky	201
6.2 Medzinárodný marketingový manažment 21. storočia	207
6.3 Spoločensky zodpovedné správanie podnikateľských subjektov ako súčasť medzinárodného marketingového manažmentu 21. storočia	210
Prípadová štúdia 6.2: Prípadová štúdia Harvardskej univerzity – CSR network – 10 hlavných prínosov aplikácie spoločensko zodpovedného správania firmi	220

6.4 Špecifiká medzinárodného marketingového manažmentu start-up firiem ako nositeľov inovácií	221
Prípadová štúdia 6.3: Spoločnosť NADKOV, s. r. o., ČR	229

7. RIADENIE ĽUDSKÝCH ZDROJOV V MEDZINÁRODNÝCH FIRMÁCH..... 238

Prípadová štúdia 7.1: Pyžamá a obleky.....	238
7.1 Charakteristika riadenia ľudských zdrojov	240
7.2 Strategická povaha ľudských zdrojov	243
7.3 Vývojové fázy a koncepcie personálnej práce	243
7.4 Riadenie ľudských zdrojov vs. personálne riadenie.....	245
7.5 Riadenie ľudského kapitálu.....	248
7.6 Definícia manažmentu ľudských zdrojov	250
7.6.1 Základné úlohy riadenia ľudských zdrojov.....	252
7.7 Internacionalizácia manažmentu ľudských zdrojov.....	253
7.7.1 Formy medzinárodného riadenia ľudských zdrojov.....	254
7.8 Strategický manažment ľudských zdrojov	258
7.9 Manažment ľudských zdrojov v domácej a medzinárodnej firme	260
7.10 Model medzinárodného manažmentu ľudských zdrojov	267
7.11 Meniaci sa kontext medzinárodného manažmentu ľudských zdrojov	270
Prípadová štúdia 7.2: Ako pandémie vystrelila HR do šéfovej zasadačky.	271

8. MOTIVÁCIA ZAMESTNANCOV A DIVERZITA V MEDZINÁRODNÝCH FIRMÁCH 279

Prípadová štúdia 8.1: Ako môže manažér motivovať zamestnancov, aby podávali najlepší výkon?	279
8.1 Motivácia zamestnancov v medzinárodných firmách.....	280
8.1.1 Teórie pracovnej motivácie.....	281
8.2 Diverzita a manažment diverzity.....	287
8.2.1 Teoretické vymedzenie manažmentu diverzity a inklúzie na pracovisku.....	288
8.2.2 Prieskum v oblasti diverzity a inklúzie na Slovensku.....	291
8.2.3 Príklady spoločností, ktoré sú príkladmi dobrej praxe v kladení dôrazu na diverzitu a inklúziu pri prijímaní pracovníkov	293
Prípadová štúdia 8.2: Motivácia absolventa v medzinárodnom tíme.....	296
Prípadová štúdia 8.3: Diverzita v Deutsche Telekom IT Solutions Slovakia alebo výsledky diverzity môžu prísť až po čase.....	298

9. LEADERSHIP V MEDZINÁRODNOM PODNIKANÍ..... 305

Prípadová štúdia 9.1: Rovnaký problém, rozdielne štýly.....	305
9.1 Teoretické východiská leadershipu	307
9.1.1 Základné definície leadershipu.....	307
9.1.2 Atribúty medzinárodného lídra	308
9.1.3 Charakteristické črty a správanie sa lídrov	310
9.1.4 Americký koncept	311
9.1.5 Japonský koncept	313
9.1.6 Kontingenčné teórie	313

9.2 Leadership v medzinárodnom prostredí	318
9.2.1 Národný kontingenčný model	320
9.2.2 Odporúčané taktiky leadershipu	321
9.2.3 Odporúčané štýly leadershipu	322
9.2.4 Leadership a jeho zmeny v období pandémie	323
Prípadová štúdia 9.2: Leadership v slovenských podmienkach	326