
Ladislav Blažek, Alena Šafrová Drášilová

Organizace a řízení nadnárodních společností II

Obsah

- ❑ vstup podniku na zahraniční trh
 - ❑ internacionalizační modely
 - ❑ organizace nadnárodních společností
 - ❑ organizační strategie nadnárodních společností
-

Vstup podniku na zahraniční trh

Proč?

- ✓ ofenzivní (proaktivní)
důvody
- ✓ defenzivní (reaktivní)
důvody

Jak?

- ✓ bez kapitálové účasti
 - ✓ s kapitálovou účastí
-

Vstup podniku na zahraniční trh

Vstup bez kapitálové účasti

- ✓ export
- ✓ licence
- ✓ kooperativní smlouvy
- ✓ franšízing

Vstup s kapitálovou účastí

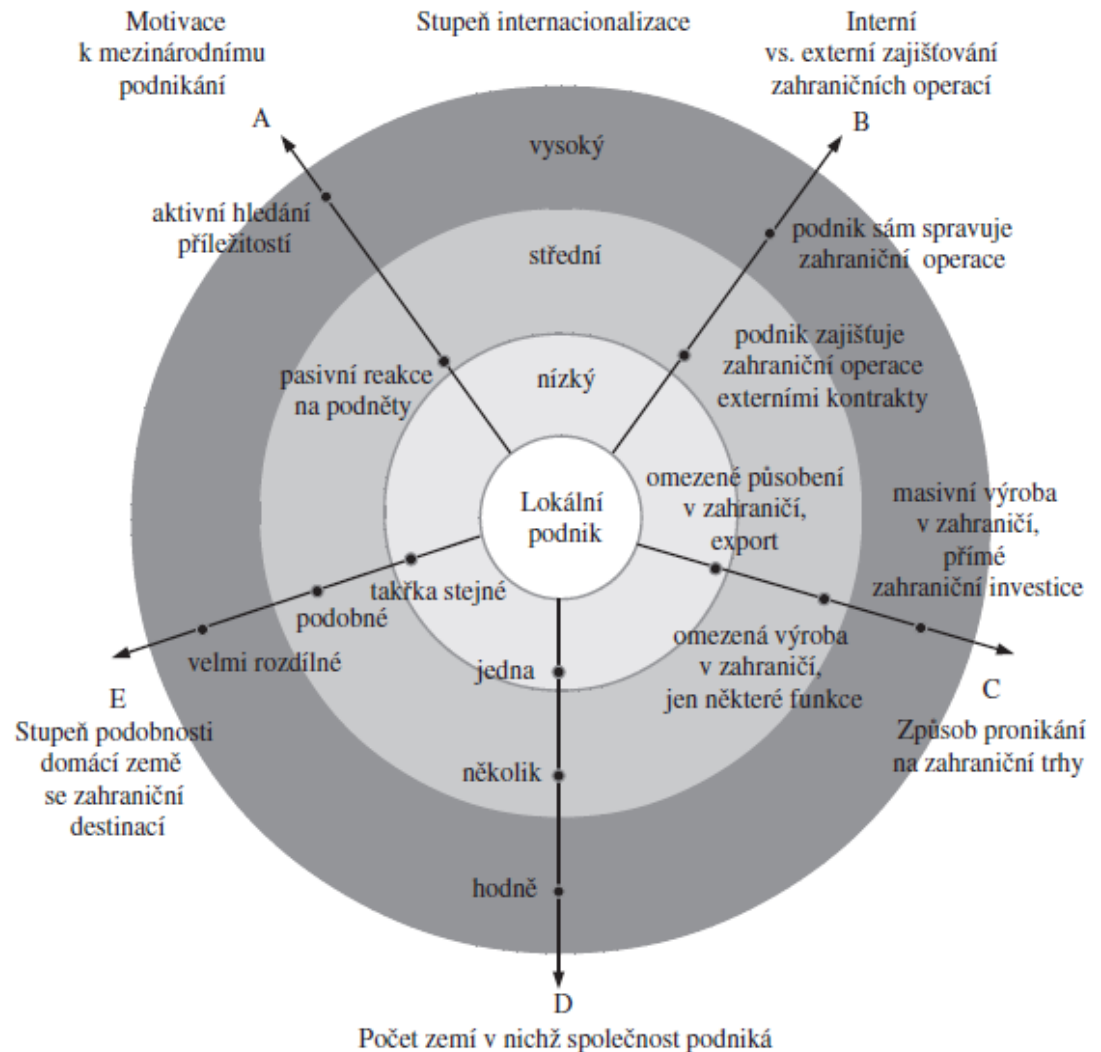
- ✓ joint venture
 - ✓ akvizice a fúze
 - ✓ nový podnik (pobočka)
-

Internacionalizační modely

Stopford a Wells

Uppsala model

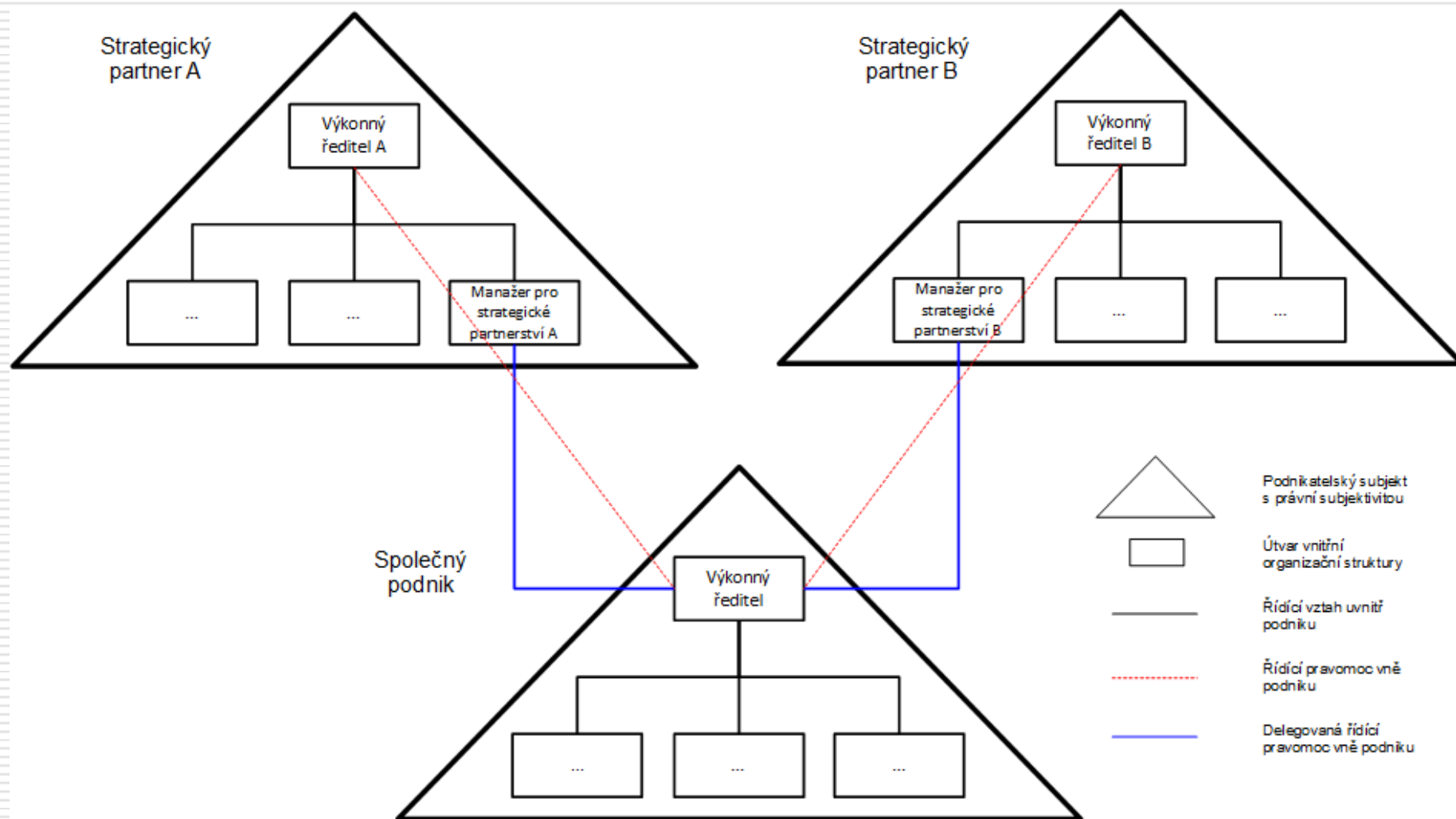
Daniels a Radebaugh



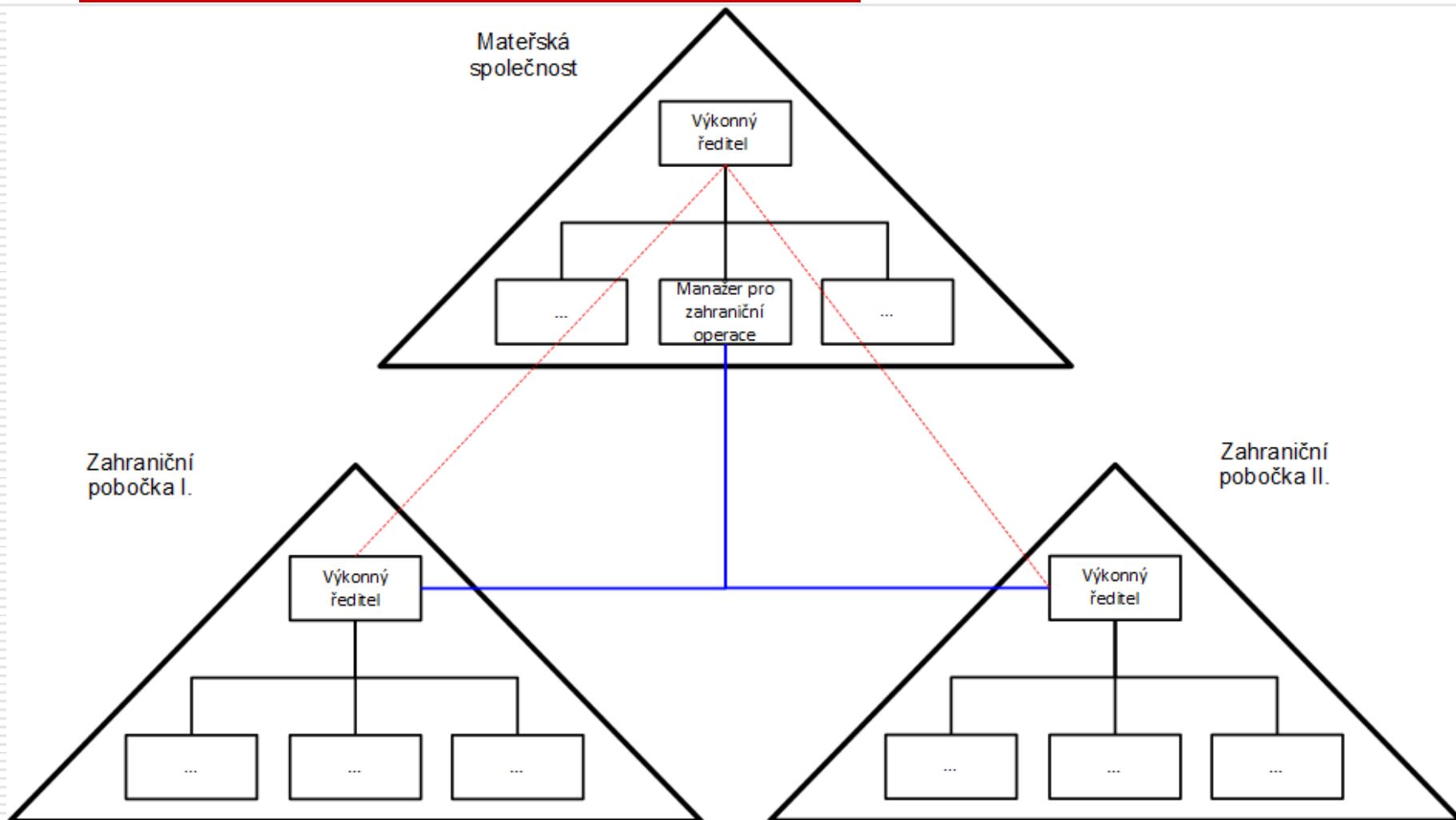
Organizace nadnárodních společností

- ✓ exportní oddělení
 - ✓ strategické partnerství
 - ✓ zahraniční pobočka
 - ✓ mezinárodní divize
 - ✓ globální struktura
 - ✓ vícedimenzionální struktury
 - ✓ kombinované struktury
-

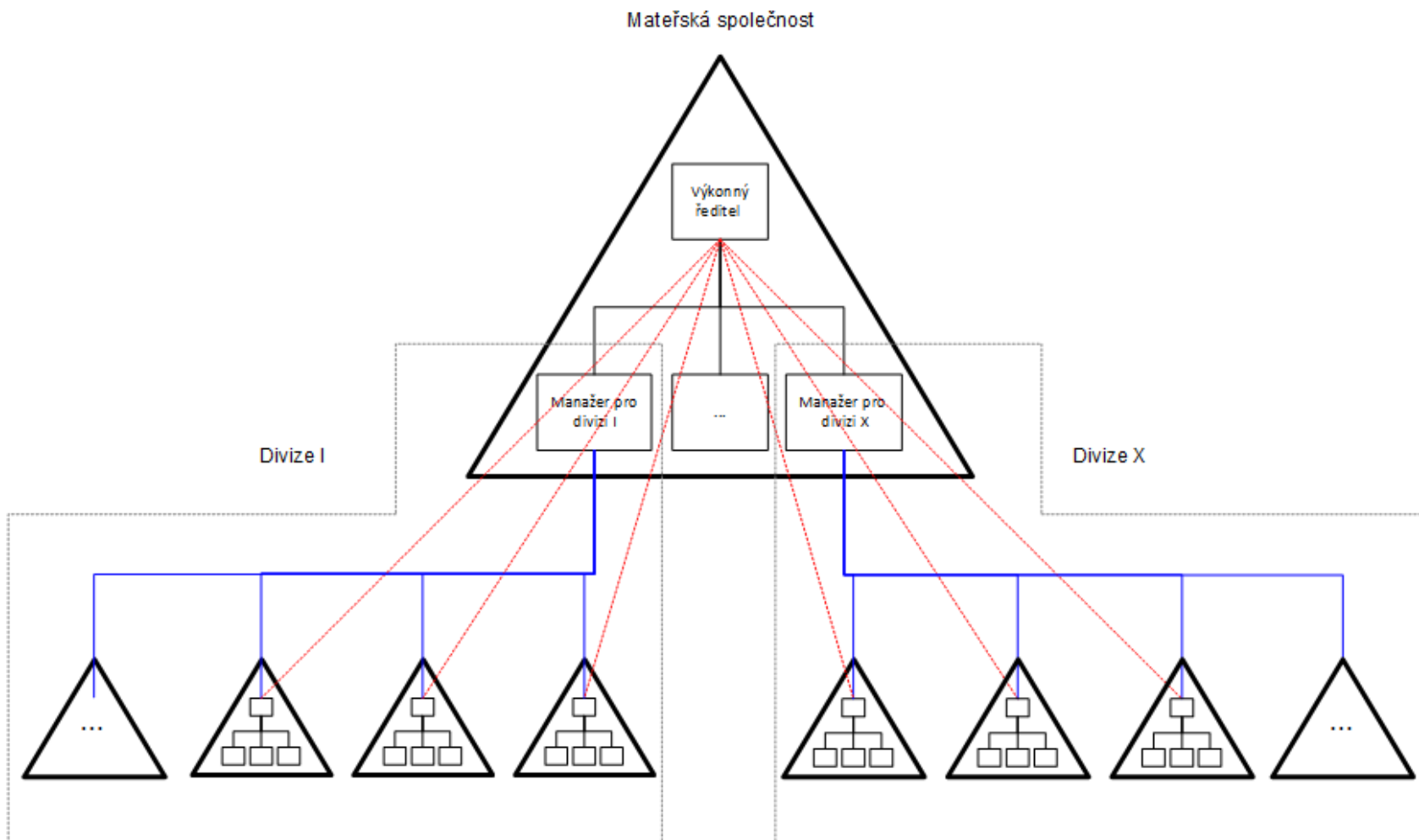
Strategické partnerství



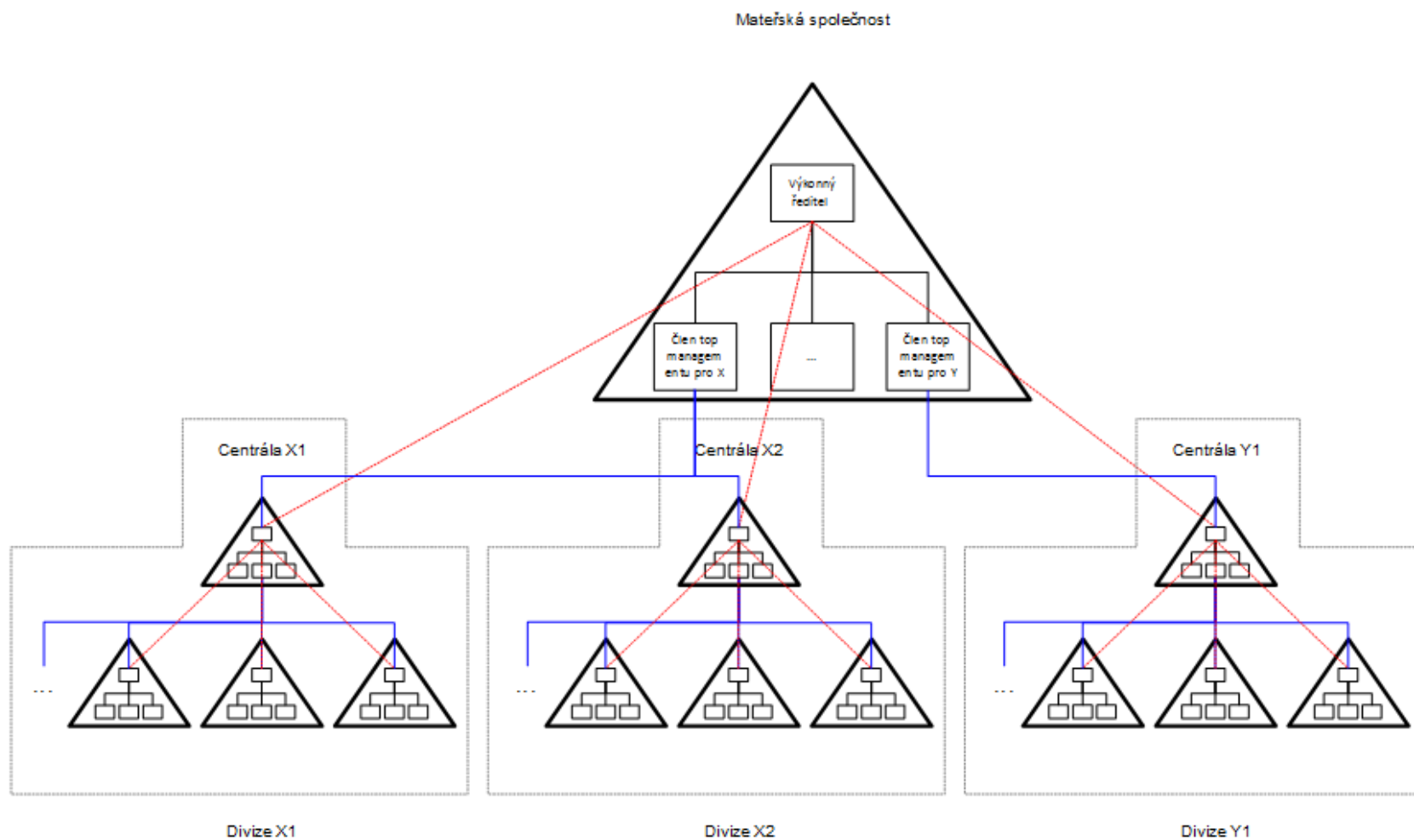
Zahraniční pobočka



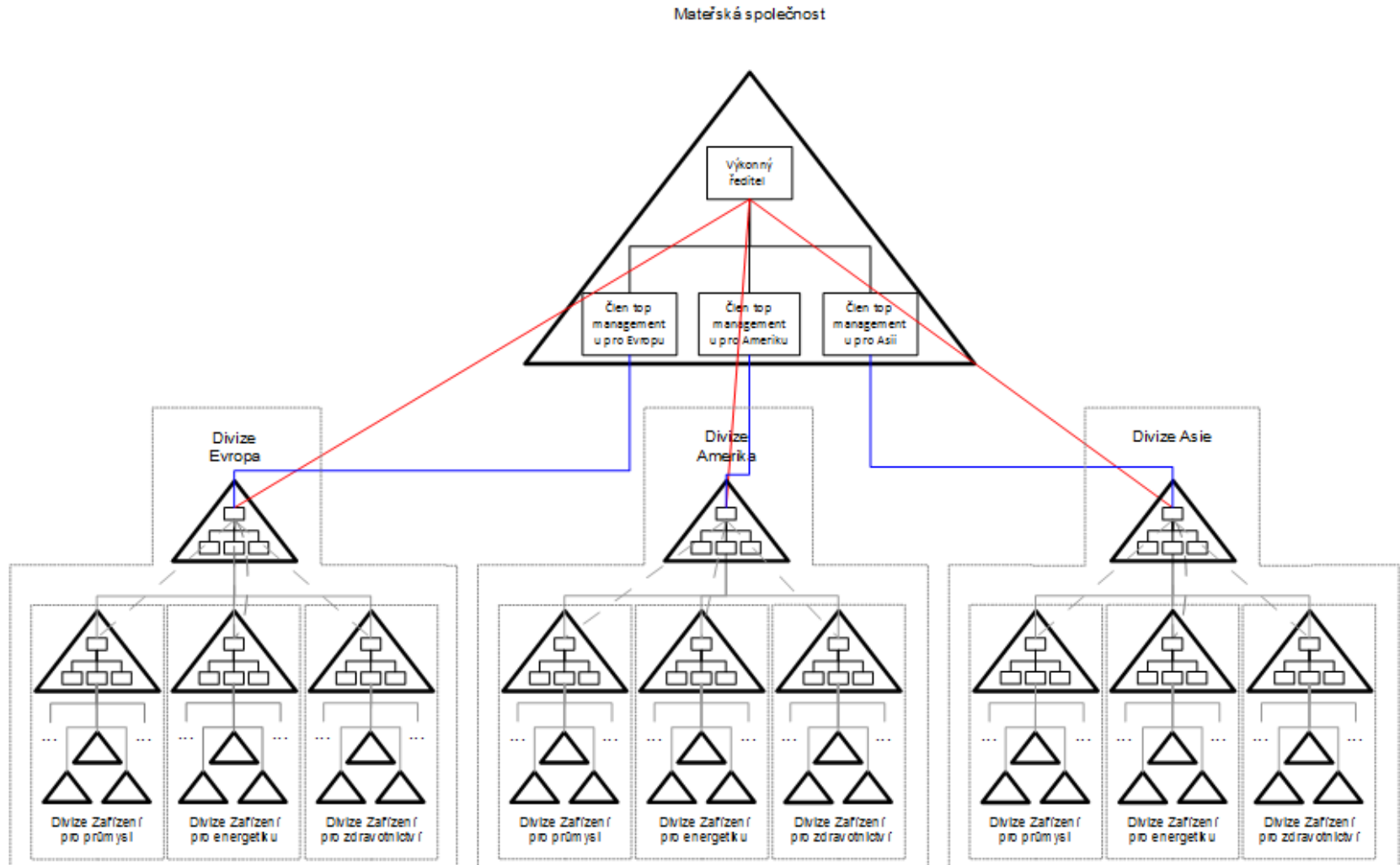
Mezinárodní divize



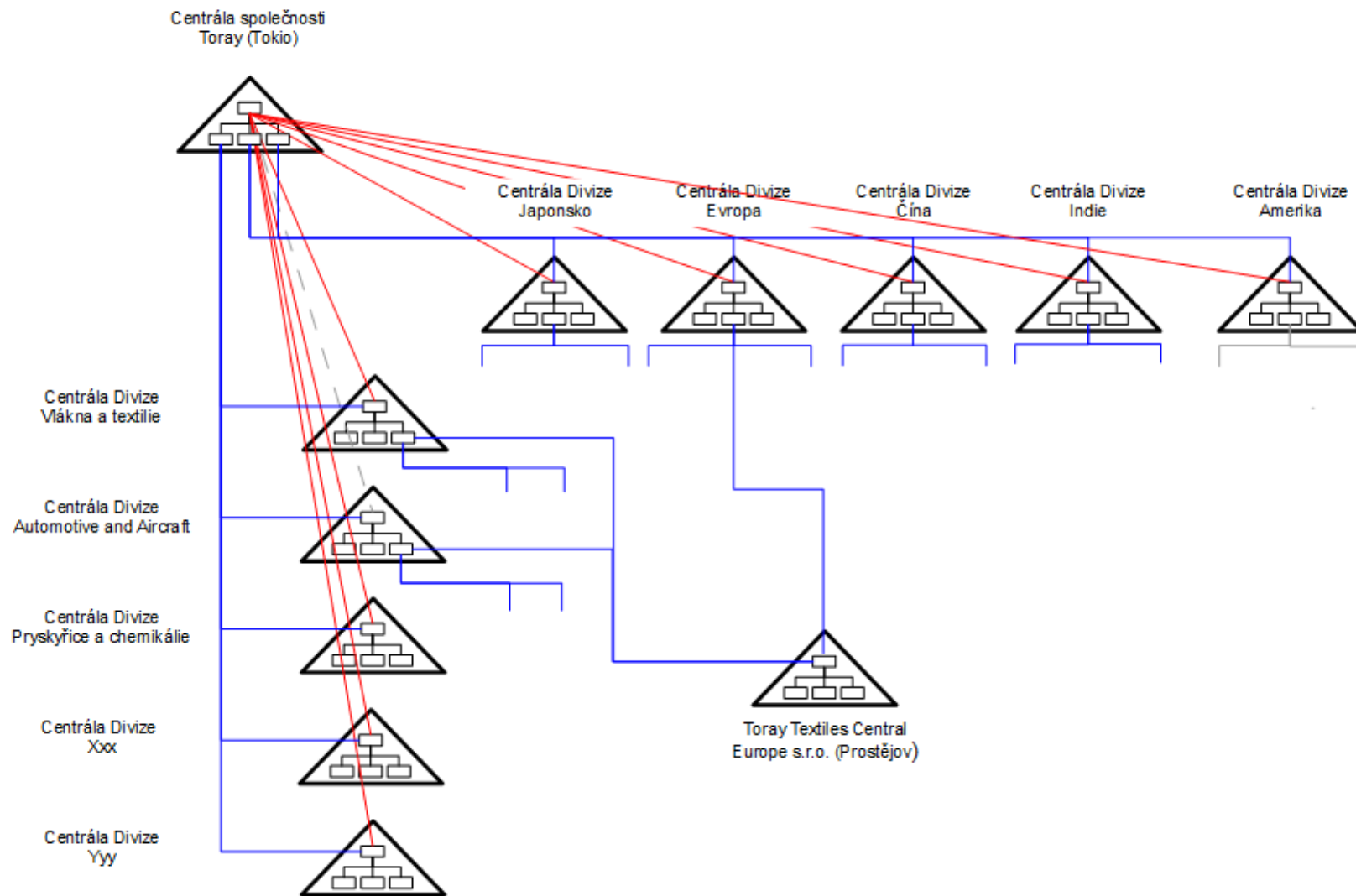
Globální struktura I.



Globální struktura II. (R→P)



Vícedimenzionální struktura



Organizační strategie nadnárodních společností

- ✓ míra centralizace, resp. decentralizace rozhodování uvnitř celé skupiny, zejména v oblasti produktového portfolia, marketingu, finančního řízení a dalších,
 - ✓ produktové a kapitálové toky uvnitř nadnárodní společnosti,
 - ✓ míra těsnosti a způsob fungování vztahů mezi jednotlivými pobočkami,
 - ✓ přítomnost, resp. nepřítomnost společností, které se specializují na určitou podpůrnou činnost,
 - ✓ směr a intenzita přenosu znalostí,
 - ✓ obecný důraz na efektivitu fungování celé sítě poboček,
 - ✓ využívání expatriantů,
 - ✓ přenos dominantní kultury z centrály do poboček.
-

Typy strategií

International

Multidomestic

Global

Transnational

