OBSAH

Poznámka autora ke druhému, rozšířenému vydání 9

Předmluva 10

1 PROBLÉMOVÉ VYMEZENÍ 15
1.1 Pojmosloví - terminologické zvláštnosti - konsensus 17
1.2 Podnikatel, podnikání 21
1.3 Podniky, firmy, korporace 27
1.4 Změny struktury vlastnictví 31
1.4.1 Smluvní základ vlastnictví 35
1.4.2 Etika vlastnictví a atribut účelovosti 34
1.5 Vlastnictví firmy 35
1.5.1 Právo rozhodovat vyplývající z vlastnictví 36
1.5.2 Vlastnictví z aspektu moci a pravomoci 39
1.5.3 Změna vlastnictví, kvazivlastnictví 41
1.5.4 Noví vlastníci, směřování ke skupinovému vlastnictví 44
1.5.5 Provázanost transakcí a aktiv, vyjednávání a transakční náklady 46
1.6 Složité seskupení aktiv - moderní korporace 53
1.7 Výkonné a kontrolní orgány, řízení firmy 57
1.7.1 Představenstvo 58
1.7.2 Dozorčí rada 60
1.8 Vliv vlastníků a nejvyššího managementu na maximalizaci vlastních příjmů a hodnoty firmy 63
Shrnutí první kapitoly 69

2 VLIV SPOLEČENSKÉHO PROSTŘEDÍ NA FIRMU 73
2.1 Změny ve světové ekonomice 75
2.1.1 Zintenzivňování globalizace 78
2.1.2 Integrace zemí střední a východní Evropy do EU 80
2.2 Kontexty vývojových společenských změn determinujících existenci firmy 89
2.3 Souhrnné hodnocení makroekonomického vývoje v letech 1993 - 1997 91
2.3.1 Inflační vývoj 95
2.3.2 Vývoj na trhu práce 97
2.3.3 Zahraniční obchod a běžný účet 102
2.4 Transformace slovenských firem 109
2.4.1 Restrukturalizace výroby 110
2.4.2 Radikální snížení nákladů 116
2.4.3 Nová orientace zahraničního obchodu 116
2.4.4 Budování odbytové sítě 117
2.4.5 Změna myšlení 119
2.5 Alternativy možného vývoje slovenských firem 123
2.5.1 Perspektivy managementu 125
2.5.2 Varianty a tendence rozvoje slovenské ekonomiky 125
Shrnutí druhé kapitoly 129

3 ZÁKLADNÍ RYSY CELOSVĚTOVÝCH TRENDŮ V ORGANIZAČNÍM ROZVOJI ROZSÁHLÝCH A ČLENITÝCH KORPORACÍ 133
3.1 Strukturální aspekty moderní korporace 135
3.1.1 Liniová organizační struktura 136
3.1.2 Funkční organizační struktura 137
3.1.3 Kombinovaná organizační struktura 138
3.1.4 Divizní uspořádání 140
3.1.5 Holdingová struktura korporace 141
3.1.6 Přechodná struktura a strukturální variace 141
3.1.7 Imanentní prvky strukturalizace 146
3.1.8 Management korporace 150
3.1.9 Poslání vrcholového managementu 151
3.1.10 Výběr efektivních metod a stylů 155
3.1.11 Charakteristika a klasifikace manažérů 158
3.1.12 Management tvorby hodnot 161
3.2 Koncepty moderní firmy (korporace) 165
3.2.1 Těžišťové rozvojové směry 166
3.2.2 Systematické zdokonalování korporace 169
3.2.3 Nárysy strukturálního uspořádání budoucích firem 171
3.2.4 Tvorba pružných organizačních struktur 174
3.2.5 Informační adjustovanost managementu firmy 176
3.2.6 Komercionalizace firmy a priorizace marketingu 183
3.3 Vývojové organizačně-strukturální (konfigurační) řešení 189
3.3.1 Výběr konfigurace firmy 190
3.3.2 Maticové struktury 191
3.3.3 Síťová firemní struktura 194
3.3.4 Virtuální firma 195
3.3.5 Satelitní firmy 195
3.3.6 Buňkové organizační struktury 196
3.3.7 Intrapodnikání 199
3.3.8 Duté podniky 199
3.4 Harmonizace a zefektivňování korporačních struktur a uplatněných metod 201
3.4.1 Likvidace hierarchií a vytvoření plošných struktur 202
3.4.2 Agilní firma 204
3.4.3 Integrovaná firma 205
3.4.4 Počítači integrovaná firma 206
3.4.5 Dodávky právě včas "Just in Time" 209
3.4.6 Systém kontinuálního zlepšování všech činností ve firmě (KAIZEN) 212
3.4.7 Štíhlá výroba "Lean Production" 218
3.4.8 Metoda TQM 220
3.4.9 Volba nejvhodnějších konceptů 227
3.4.10 Celosvětová kooperace v prostředí turbulence a změn 231
Shrnutí třetí kapitoly 239

4 KORPORAČNÍ A HOLDINGOVÉ STRUKTURY 247
4.1 Vnitřní uspořádání firem 249
4.1.1 Centralizace a decentralizace 252
4.1.2 Divizionalizace a holdingizace firem 254
4.2 Proces vytváření korporací 261

4.2.1 Fúze a akvizice 266
4.2.2 Strategické aliance 269
4.2.3 Formy internacionalizace podnikání 276
4.3 Transnacionální korporace 283
4.3.1 Podnikání bez kapitálové spoluúčasti 286
4.3.2 Podnikání s kapitálovou spoluúčastí 287
4.3.3 Firmy se zahraniční majetkovou účastí (Joint Ventures) 289
4.3.4 Organizační podnikání 291
4.4 Holdingizace a vytváření holdingových firem 295
4.4.1 Formování postoje k holdingovým strukturám 295
4.4.2 Struktury holdingového typu a holdingový management 298
4.4.3 Alternativy poslání a podnikatelské orientace holdingu 302
4.4.4 Fungování holdingu s prioritním aspektem "užitečnosti" 305
4.4.5 Účast v holdingu 305
4.4.6 Kapitálové (finanční) hlediska holdingu 307
4.5 Funkce marketingu v holdingové struktuře firmy 315
4.5.1 Centrální marketing (holistický přístup) 315
4.5.2 Implementace marketingové strategie v holdingové firmě 316
4.6 Tendence rozvoje informačních systémů a informačních technologií využitelných v marketingové strategii holdingových firem 327
4.6.1 Vývojová orientace počítačové podpory při rozhodování 329
4.6.2 Znalostní systémy a jejich využívání v manažérské pozici 333
4.6.3 Systémy počítačové podpory při strategickém plánování 335
Shrnutí čtvrté kapitoly *340*

Závěrečné shrnutí *353*

Seznam literatury *426*

Registr věcný *441*

Registr autorský *448*