

Mezinárodní management

doc. Ing. Petr Pirožek, Ph.D.

Ing. Sylva Talpová, Ing. Alena Drášilová

pirozek@econ.muni.cz

KPH č.dv. 630

Osnova kurzu

1. přednáška 20.2.2012– Úvod, vymezení problematiky, východiska předmětu a používané pojmy

Internacionalizace podniku

C1-cvičení – zadání seminární práce, vymezení studované literatury, úkoly pro jednotlivá cvičení, případová studie

2. přednáška 5.3.– **Společné formy podnikání**, mezinárodní prostředí a s tím spojené požadavky

C2-cvičení - Internacionalizace podniku, společné formy podnikání

3. přednáška 19. 3. – **Strategické aliance (Ing. Drášilová)**

C3-cvičení– strategické aliance

Osnova kurzu

Přednáška 2. 4. **Nadnárodní společnosti (Ing. Talpová),
organizace**

C4-cvičení - Nadnárodní společnosti

4. přednáška 16.4. – **Zahraniční investice; lidské zdroje
v mezinárodním managementu** - přednáší host (Dr.
Štrach)

C5-cvičení Možná náhrada cvičení

5. přednáška 30.4. **Akvizice, závěrečná přednáška**

Ověření znalostí

Způsob hodnocení:

- Cvičení 1 – zadání sem. Práci, příklad internacionalizace
- Cvičení 2 – max. 3 bodů (internationalizace a J.V.)
- Cvičení 3 – max. 3 bodů (strategické aliance)
- Cvičení 4 – max. 3 bodů (MNC)
- Cvičení 5 – náhrada cvičení (úterní skupiny)

Test ve zk. období - max. 9 bodů

CELKEM max. 18 bodů

Výsledné hodnocení

Hodnocení	Počet bodů
A	17 - 18
B	15 - 16
C	13 - 14
D	11 - 12
E	9 - 10
F	0 - 8

Aktivní účast na cvičeních

Seminární práce se zpracovává v kontextu jednotlivých cvičení, zejména cvičení 2,3,4

Odevzdání vypracované seminární práce (podklady pro aktivní cvičení) bude hodnoceno s aktivní účastí na cvičeních. Způsob odevzdání je do odevzdáárny v ISu MU.

Obsah „bodovaných“ cvičení

Internacionalizace a JV:

1. Vymezení internacionalizace/JV důvody a motiv pro zapojení
2. Výstavba mezinárodního zastoupení/JV
3. Způsoby řízení mezinárodního zastoupení/JV

Strategické aliance

1. Rizika strategických aliancí
2. Motivace ke strategickým aliancím
3. Strategie win-win – (ne)úspěšnost strategických aliancí

Obsah „bodovaných“ cvičení

Nadnárodní podniky

1. Forma vstupu podniku na zahraniční trh
2. Strategie vstupu
3. Organizační struktura
 - a) z pohledu modelu Stopford and Wells
 - b) z pohledu modelu Bartlett and Ghoshall

Literatura

a) základní literatura:

Gooderham N.P. – Nordhaug O.: International Management Cross-Boundary Challenges, Blackwell Publishing, 2003 ISBN 0-631-23341-5

Štrach, P.: Mezinárodní management, Grada Publishing 2009, ISBN 978-80-247-2987-9

Dvořáček, J.: Společné a nadnárodní podniky. Nakladatelství Oeconomica, VŠE Praha, 2006. 200 str. ISBN 80-245-1029-4

b) doporučená literatura:

Verbeke A.: International Business Strategy, Cambridge University Press 2009, ISBN 978-0-521-68111-7

Rodrigues C.: International Management, A cultural approach, SAGE Publications 2009, ISBN 978-1-4129-5141-8

Aimin, Y. – Yadong, L.: International joint ventures: theory and practice. M.E. Sharpe New York 2001, ISBN 0-7656-0474-4

Picot, G.: Handbook of International Mergers and Acquisitions, Palgrave Publishers 2002, ISBN 0-333-96867-0.

Proč studovat mezinárodní management

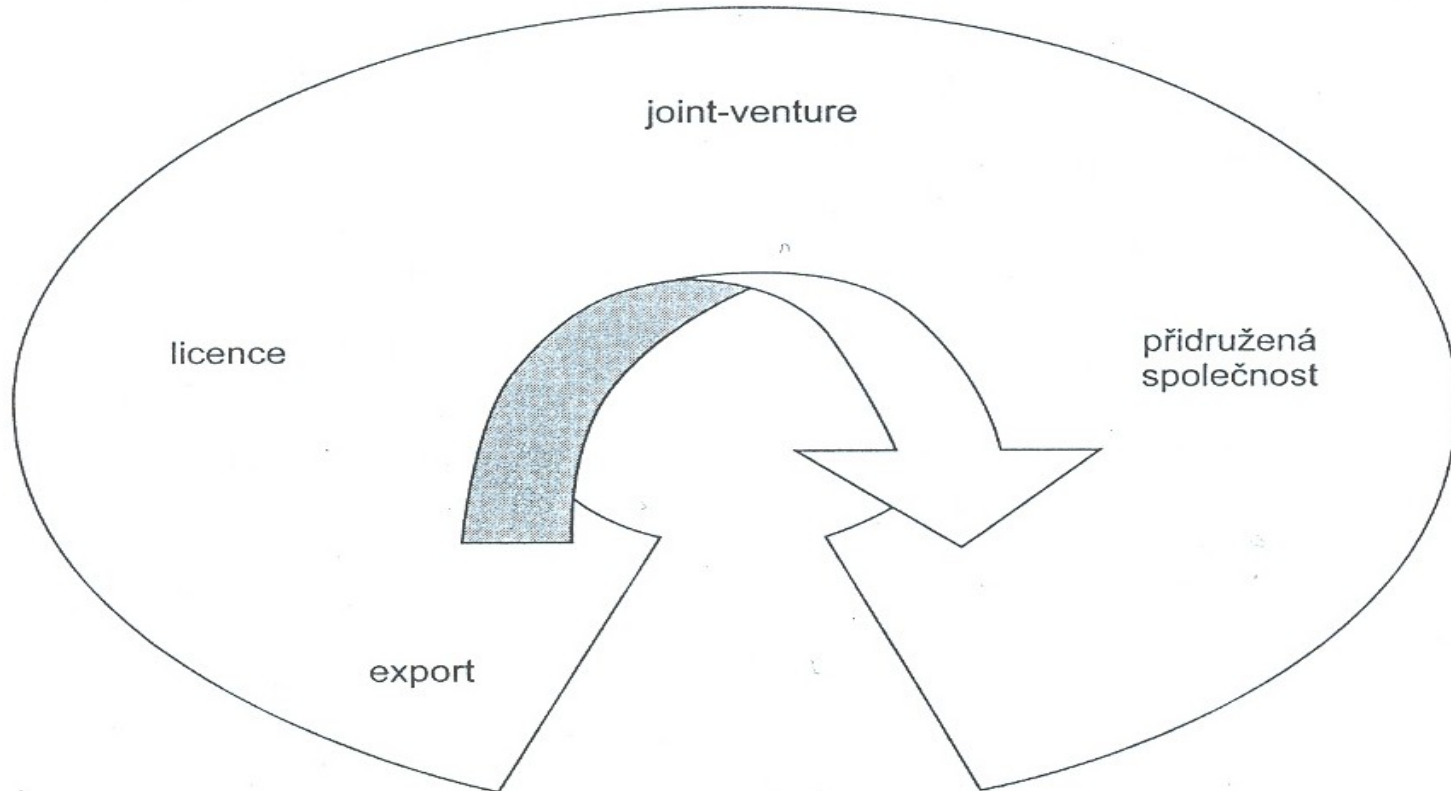
Kvalitní lokální člověk, který dozrál na pozici, tak ho korporace nemají problém jmenovat. Otázka pasu v takovém případě opravdu nehraje roli.

Naopak pokud mají dobrého lokálního manažera, který tady chodil do školy, má tady kamarády a rozumí situaci, tak je to výhoda.

„Nejzajímavější jsou pro klienty lidé, kteří už havarovali. Jestli svojí nebo cizí vinou je celkem jedno. Důležité je, že se z toho dokázali poučit“.

Jan Bubeník, Bubeník Partners Zdroj: lidové noviny 21.1.2011 str.16

Pojetí mezinárodního managementu - výuka



Obr. 3.1 Stopfordův model
Zdroj: Štrach a kol., 2004, s. 21.

Mezinárodní management vymezení

Rozdíl od obecného managementu lze spatřit v důrazu na mezinárodní prostředí manažerských aktivit a to jak v podnikatelském, tak i nepodnikatelském sektoru.

Důraz je kladen na vnější prostředí ve smyslu právních, politických, technologických, ekonomických a sociálních hledisek.

Průnik oblastí **organizačního rozvoje, kultury a strategie** v mezinárodním prostředí

Mezinárodní management vymezení

Z tohoto důvodu lze mezinárodní management pojmut jako určitý proces

- koordinace aktivit v **nadnárodním** měřítku
- s využitím **multikulturních lidských zdrojů** za účelem plnění cílů
- pro zajištění **prosperity z globálního** pohledu.

Mezinárodní management vymezení

Pojem mezinárodního managementu je spojen s globalizací.

Globalitou rozumíme propojenost (a jejich růst) jednotlivých společenských procesů a subjektů za účelem dosahování maximálních společenských přínosů.

Index globalizace daný čtyřmi dimenzemi(A.T Kernay):

- Ekonomickou integrací
- Osobním kontaktem
- Technologickou propojeností
- Politickou angažovaností

Vývojové etapy globalizace

Etapy	První etapa 1490	Druhá etapa 1890	Třetí etapa 1990
Impulz	Rozvoj mořeplavby	Industrializace a její potřeby	Nadnárodní společnosti (70. léta) , komunikační reforma (80. léta), vymizení konkurence pro Západ (90. léta).
Průběh	Zisk a potom vojenská okupace	Evangelizátoři, potom objevitelé a nakonec okupace	Kulturně-ideologický účinek, proto spontánní účinek na celou zemi
Prostředek	Dostat křesťanství k pohanům	Břemeno bílého muže, humánní mise, rasistické teorie	Nejvyšší stupeň civilizace, vláda mezinárodní komunity, “neviditelná ruka” trhu, globalizace = zainteresování všech
Politická struktura	<i>Impéria a kolonizace</i>	<i>Národní státy</i>	<i>Regionální a ekonomická integrace</i>
Výsledek	<i>Kolonialismus</i>	<i>Imperialismus</i>	<i>Globalizace</i>

Zdroj: Murat Ali DULUPÇU a Onur DEMİREL, Isparta
Globalizace a internacionalizace převzato z Yaman, 2001

A.T. Kearney

Top 20 Most Globalized Countries <http://www.atkearney.com/index.php/Publications/research-reports.html>

- **1. Singapore**
- **2. Hong Kong**
- **3. Netherlands**
- **4. Switzerland**
- **5. Ireland**
- **6. Denmark**
- **7. United States**
- **8. Canada**
- **9. Jordan**
- **10. Estonia**
- **11. Sweden**
- **12. United Kingdom**
- **13. Australia**
- **14. Austria**
- **15. Belgium**
- **16. New Zealand**
- **17. Norway**
- **18. Finland**
- **19. Czech Republic**
- **20. Slovenia**

Globalizace

Index globalizace – váha

tab. č. 5.1.: Index globalizace – proměnné a její váhy

kategorie	název proměnné	zdroje dat	váha kategorie
ekonomická globalizace	přímé zahraniční investice	WDI	40 %
	finanční toky soukromého kapitálu	WDI	
	mezinárodní obchod	WDI	
	obchodní bariéry	WDI	
politická globalizace	mezinárodní organizace	CIA	20 %
	mezinárodní smlouvy	WDI	
	turismus	WDI	
sociální globalizace	migrace	NationMaster.com	20 %
	mezinárodní hovory	WDI	
	internetoví uživatelé	GeoHive	
	internetové stránky	GeoHive	
kulturní globalizace	filmy	UNESCO	20 %
	televize	NationMaster.com	
	rádio	NationMaster.com	

zdroj: vlastní

Zdroj.: Skyva J.: *Míry globalizace a zapojení České republiky do globalizačních procesů*, Bakalářská práce PŘF UK Praha 2008.

Index globalizace zemí srovnání Skyva J.

tab. 6.1.: Porovnání v umístění prvních deseti zemí a České republiky ve sledovaných mírách globalizace

pořadí	MGI Index	Globalization Index	G-Index	CSGR Index
1.	Švýcarsko	Singapur	Lichtenštejsko	Singapur
2.	Belgie	Hong Kong	Singapur	Belgie
3.	Rakousko	Nizozemsko	Belgie	Kanada
4.	Irsko	Švýcarsko	Irsko	Velká Británie
5.	Nizozemsko	Irsko	Spojené Arabské Emiráty	USA
6.	Velká Británie	Dánsko	Švýcarsko	Rakousko
7.	<i>Česká republika</i>	USA	Nizozemsko	Švédsko
8.	Francie	Kanada	Kajmanské ostrovy	Švýcarsko
9.	Švédsko	Jordánsko	Švédsko	Francie
10.	Maďarsko	Estonsko	Hong-Kong	Dánsko
		<i>19. Česká republika</i>	<i>20. Česká republika</i>	
pořadí	KOF Index	GlobalIndex 2002	Nevážený index	Vážený index
1.	Belgie	Irsko	Belgie	Belgie
2.	Rakousko	Singapur	Singapur	Kanada
3.	Švédsko	Hong Kong	Irsko	Singapur
4.	Švýcarsko	Švédsko	Velká Británie	Irsko
5.	Dánsko	Belgie	Švédsko	Velká Británie
6.	Nizozemsko	Švýcarsko	Kanada	Švédsko
7.	Velká Británie	Dánsko	Nizozemsko	Spojené státy
8.	<i>Česká republika</i>	Nizozemsko	Francie	Nizozemsko
9.	Francie	Finsko	Rakousko	Francie
10.	Finsko	Velká Británie	Švýcarsko	Rakousko
		<i>23. Česká republika</i>	<i>15. Česká republika</i>	<i>16. Česká republika</i>

zdroj: Zywiets 2003, A. T. Kearney 2007, Lockwood 2005, Dreher 2008, Raab 2008, vlastní
 pozn.: CSGR Globalisation Index nezpracoval ve svém globalizačním indexu Českou republiku;
 Vážený index a Nevážený index značí míry globalizace tvořené touto prací. Vážený index uvažuje geografickou korekci, nevážený index nikoli.

Mezinárodní management vymezení

Nadnárodní společnosti (Multinational Corporations – MNCs) jsou:

Společnosti nebo jednotky, jejichž vlastnictví je soukromé, státní nebo smíšené,

které jsou založené v různých zemích a vzájemně propojené tak, že jedna nebo více z nich může vyvíjet významný vliv na činnost druhých, zvláště s ohledem na společné využívání znalostí a zdrojů.

OECD 1977

Mezinárodní management

Nadnárodní společnosti na konkrétním příkladě znamenají, že se jedná o společnost, která poskytuje svůj produkt přes zahraniční pobočky v různých zemích.

Tyto pobočky kontroluje (ovládá) a koordinuje aktivity z globální perspektivy.

„Jednat lokálně, myslet globálně“

Za určité kvantitativní měřítko se považuje dosažení konsolidovaného obrátu v zahraničí alespoň na úrovni 25 – 30%.

Mezinárodní management vymezení

Mateřskou zemí rozumíme stát, kde sídlí centrála společnosti, případně kde je společnost založena.

V souvislosti s mezinárodními společnostmi (**MNE – multinational enterprise**) zahrnující jak MNCs se hovoří v tomto smyslu i organizacích pracujících v neziskovém sektoru jako jsou Greenpeace, Červený kříž, církve atd.

Mezinárodní management vymezení

MNc multinational corporations

Poskytuje a zabezpečuje své produkty prostřednictvím zahraničních poboček v několika zemích, kontroluje podnikatelské politiky těchto poboček a řídí je z globální perspektivy (Štrach 2007)

Aktivní řízení podstatných přímých zahraničních investic ze strany firem, které mají dlouhodobý závazek s mezinárodní působností (Gooderham 2009)

Mezinárodní management

Důvody pro mezinárodní formu managementu – expanze zvyšující konkurenceschopnost:

Defenzivní důvody:

- Mezinárodní konkurence
- Obchodní bariéry, regulace, restriktce
- Požadavky a poptávka zákazníků
- Sekundární FDI (automotive – dodavatele)

Mezinárodní management

Ofenzivní důvody ke globální expanzi:

- Úspory z rozsahu
- Přístup na nové mezinárodní trhy
- Prezentace nehmotných aktiv (transfer technologií)
- Přístup k omezeným zdrojům
- Úspory v nákladech
- Investiční pobídky

Mezinárodní management

Ofenzivní přístup lze charakterizovat **vysokým stupněm pro-aktivního rozhodování** a souladem se strategií uplatňovanou z pohledu vývoje ex ante.

U defenzivní přístupu je tomu naopak kdy se snažíme **řešit situaci vyvolanou** vnějšími činiteli z pohledu ex post.

Mezinárodní management

Další členění podle věcné formy:

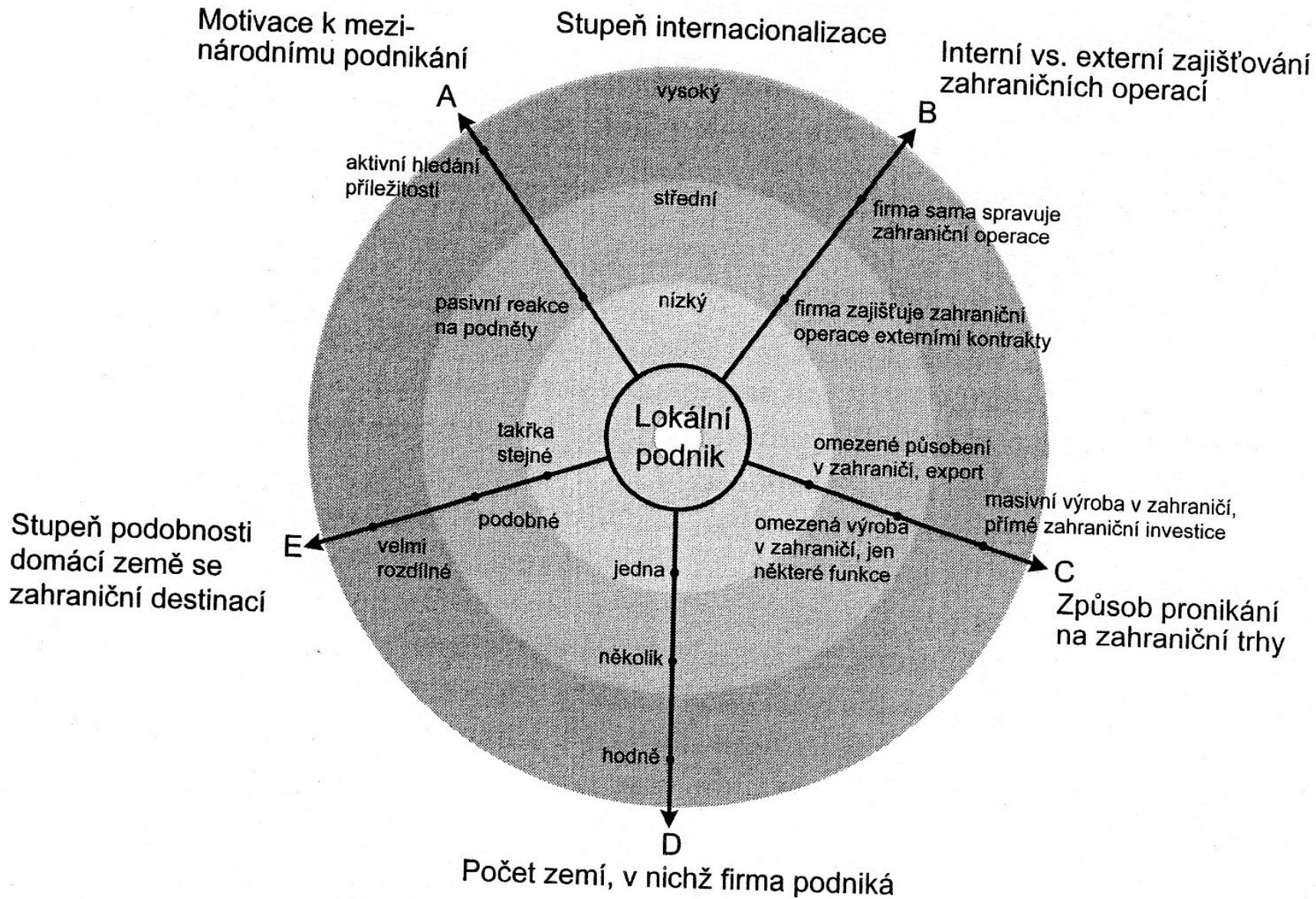
1. Přímý, nepřímý **export** versus management contract
2. **Spolupráce** v sítích z hlediska míry integrity:
 - Outsourcing
 - Strategické aliance
 - Společný podnik
3. **Integrace**
 - Holdingové uspořádání
 - Akvizice

Internacionalizace podniku

Internacionalizace podniku popřípadě podnikových činností je spojena se zabezpečením dlouhodobých podnikových cílů – **koncepce + strategie**.

Důvod: mezinárodní prostředí ve které se **realizuje konkurenční výhoda**, případně ji dále prohlubuje.

Pro internacionalizaci se v některých případech stává i **jedinečná příležitost**.



Obr. 3.2 Model internacionalizace

Zdroj: Daniels a Radebaugh (1998), s. 25.

Vstup na zahraniční trhy

Je obecně ovlivněn:

- Jazyk – rozdíly
- Spotřebitelské zvyklosti
- Konkurence domácích a zahraničních výrobců
- Doprava a pojištění (kobotáž)
- Cenové, platební i měnové podmínky (Euro/USD)
- Legislativní předpisy (obal, clo, jakost)
- Rizika

Rizika (dle Dvořáčka)

Ekonomická:

- Ceny zdrojů a jejich vývoj
- Hodnota aktiv
- Vývoj obchodní bilance největších ekonomik světa (USA, Německo, ČÍNA)
- Hrozba finančních krizí
- Růst ekonomiky významných zemí „odběratelů“.

Rizika (dle Dvořáčka)

Geopolitická:

- Terorismus
- Organizovaný zločin
- Míra korupce
- Země se zbraněmi hromadného ničení
- Ohniska napětí a válečných konfliktů

Rizika (dle Dvořáčka)

Sociální:

- Náboženské nepokoje a s tím spojený radikalismus
- Dopad globalizace a liberalizace
- Regulace ekonomiky
- Demografický vývoj
- Migrace obyvatelstva
- Epidemiologická a zdravotní hlediska
- Reakce na technický rozvoj

Rizika (dle Dvořáčka)

Environmentální:

- Ekosystémy
- Klima a jeho změny
- Přírodní zdroje a jejich vzácnost
- Katastrofy
- Znečištění a jeho dopady

Internacionalizace

Pro rozhodování ohledně podnikové internacionalizace platí:

1. Výhoda hromadné výroby = vývoz
2. Amortizace nákladů na V&V = licence
3. Cílový trh je větší = společný podnik



Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti - Vývoz

Vstup na zahraniční trhy prodejem svých produktů

Z hlediska způsobu získání údajů je možné se spokojit se základním rozdělením na

- výzkum od stolu (desk research)
- terénní výzkum (práce přímo v teritoriu).

Zpravidla se ovšem využívá kombinace obou způsobů.

Zaměření

- Teritoriální průzkum trhu – **místní trh a jeho obsazení** na základě analýzy informací prostřednictvím SLEPT analýzy.
- Komoditní výzkum trhu – zaměřen na **produkt na daném trhu** – oborová analýza.

Teritoriální průzkum trhu

Teritoriální informace poskytují o svých zemích obvykle centrální banky, obchodní komory a specializované organizace na podporu zahraničního obchodu, některá ministerstva (zahraničních věcí, obchodu, financí) a některé další zdroje.

- sběr všeobecných informací o trzích jednotlivých zemí, příp. regionů,
- politické struktury a hospodářská politika státu, mechanismy působení a ovlivňování ekonomiky státem,
- existence a úloha významných institucí, které nějakým způsobem ovlivňují podmínky trhu, např. připravují programy na rozvoj některého odvětví hospodářství, připravují zásadní legislativu (např. zpřísnění požadavků na vypouštění emisí do ovzduší, což může znamenat nárůst potřeb různého čistícího a diagnostického zařízení,
- makroekonomické ukazatele (nejlépe v časových řadách), např. údaje o průmyslově a zemědělské výrobě, investiční výstavbě, vnitřního a zahraničního obchodu, o dopravě, financích, ukazatele životní úrovně, HDP apod.
- solventnost trhu jako celku
- daňový systém,
- cla a celní systém, další doplňková cla a poplatky, vč. antidumpingových cel a s tím spojených procedur
- metody zjišťování celní hodnoty,
- požadované doklady a dokumenty při dovozu zboží,
- technické předpisy, jako normy apod.
- ochrana spotřebitele - v obecné rovině.
- jaké jsou ve vztahu k předběžně zvolené zemi smluvní nástroje obchodní politiky (mnohostranné a dvojstranné - zejména obchodní smlouvy, platební dohody, smlouvy o zamezení dvojího zdanění a smlouvy o ochraně investic; z hlediska pohybu osob do dané země zajímavá i případná smlouva o bezvízovém styku)

Komoditní výzkum trhu

U komoditního výzkumu je pozornost soustředěna na vybrané druhy zboží obchodované na daném trhu a vše, co s tímto konkrétním zbožím bezprostředně souvisí.

- obecné údaje o zboží, jeho vlastnostech, vývoji ceny a užitné hodnoty, jakosti, technologie výroby, technické požadavky na zboží atd.,
- objemy výroby vybrané komodity ve světovém měřítku, v hlavních producentních oblastech a případně ve zkoumaném teritoriu (pokud zde výroba existuje), měrné ukazatele výroby,
- investiční činnost v příslušném výrobním odvětví, výzkum, vývoj, z toho prognózy objemů výroby a směrů technické rozvoje,
- údaje o zahraničním obchodu dané komodity, tj. světový vývoz a dovoz celkem, hlavní vývozní a dovozní země, stupeň monopolizace, dovoz a ev. vývoz do/ze zkoumaného teritoria, hlavní dovozci, konkurence na zkoumaném trhu,
- stanovení ceny, jejich vývoj a ev. vliv sezónnosti,
- cla a daně pro zkoumané komodity, ev. další bariéry, příp. podpory,
- možnost výroby, nebo částečné výroby (montáž, kooperace apod.) v místě, podmínky pro to, výhody a nevýhody v porovnání s dovozem hotového zboží (možnosti obejít bariér pro dovoz finálních výrobků).
- potenciál trhu dané komodity (měření současné nasycenosti segmentu trhu s výrobky firmy),
- vlastní postavení firmy na trhu, pokud je již nějakým způsobem na trhu přítomna,
- postavení konkurence,
- speciální odbytové příležitosti, tendry, zásady pro účast v nich,
- cenová citlivost (umožňuje mj. definovat minimální a maximální cenu výrobku firmy).

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti - Vývoz

Důvody pro volbu vývozu:

- Nárůst obrátu a postavení na trhu
- Nižší závislost na trzích, kde společnost působí
- Transfer know-how
- Potenciál podnikové expanze s umístěním přebytečné kapacity
- Informace o zahraniční konkurenci

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti - Vývoz

Dopady vývozních operací:

- Podpora prodeje – nový koncept
- Nárůst dodatečných administrativních nákladů
- Volba vhodných lidských zdrojů
- Ekonomika vývozu (doba splatnosti, balení, financování)
- Získání exportních povolení

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti - Vývoz

Tab. 1 - 3 Odhadované efekty dvoustranného obchodu

Rozměr blízkosti/vzdálenosti	Rozhodující činitel	Změna v obchodu v %
Kulturní	společný jazyk	+ 42
Administrativní	společný regionální obchodní blok	+ 47
	kolonie/kolonizátor	+ 188
	společná měna	+ 114
	rozdíly v korupci	- 11
Geografické	fyzická vzdálenost: 1% nárůst	- 1,1
	fyzický rozměr: 1% nárůst	- 0,2
	vnitrozemská poloha	- 48
	společné hranice	+ 125
Ekonomické	ekonomický rozměr: HDP (1% nárůst)	+ 0,8
	příjmová úroveň : HDP na obyv. (1% nárůst)	+ 0,7

Pramen: Ghemawat, P. – Mallick, R.: The Industry Level Structure of International Trade Network: A Gravity-based Approach. HBS Working Paper, February 2003.

Británie se snaží zvrátit rozhodnutí Indie nakoupit francouzské stíhačky Rafale místo strojů Eurofighter Typhoon. Britské stroje byly přitom jasným favoritem obřího tendru na nákup 126 nadzvukových letounů pro indické letectvo za více než 10 miliard dolarů.

Londýn doufá, že se ještě podaří indickou vládu přesvědčit, aby nakonec koupila britské letouny. **Do své bývalé kolonie, považované za privilegovaného obchodního partnera**, vyslali Britové zvláštní vyjednávací tým vedený ministrem pro mezinárodní bezpečnostní strategii Geraldem Howarthem.

"Úspěch Rafale v Indii může přinést také průlom v tom, že povzbudí další případné zájemce o tento letoun.

V první řadě by to mohla být Brazílie a dále malé

arabské monarchie jako Spojené arabské emiráty, Katar a Kuvajt,"

Zdroj: http://zpravy.idnes.cz/proc-nehcete-nase-tajfuny-zlobi-se-britanie-na-svou-byvalou-kolonii-1it-/zpr_nato.aspx?c=A120217_114353_zpr_nato_inc



Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti, Vývoz - nástroje

Mezi základní nástroje a s tím spojené požadavky patří:

- Platební styk
- Kupní smlouva
- Financování exportní operace
- Bankovní záruky
- Cla a ostatní finanční plnění (DPH)
- Podpora vývozu stát + ostatní

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti

Jedná se o volnou formu společného podnikání:

- Obchodní zástupce
- Reprezentant
- Prodej licence
- Výměnné obchody

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti

Obchodní zástupce:

Nabízí produkty jedné nebo několika firem. Jeho úloha se omezuje na prodej a poradenské služby.

Obchodní zástupce je samostatný a pracuje na základě provize.

Reprezentant:

Nabízí výrobky pouze jediné firmy. Tyto výrobky představují úplný sortiment zboží zastupované společností. Výběr určen podmínkami v místě působnosti.

Spolupracovníci reprezentanta jsou zaměstnanci firmy.

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti

Prodej licence:

Předání know-how formou:

- Technické dokumentace
- Technické asistence
- Zaškolením

Se zaplacením licenčního poplatku.

Společné podnikání bez kapitálové spoluúčasti

Výměnné obchody jsou formy pro vybrané obchodní aktivity:

- Barter – zboží za zboží
- Kompenzační obchod akceptace platby zbožím se zapojením třetí osoby
- Obchod se zpětným nákupem (offsetové programy)

Za vítězstvím francouzských strojů v Indii podle něj stojí změna postoje Francie k transferu technologií, respektive k povolení licenční výroby. "V minulosti se tomu Paříž spíše bránila, avšak Indie to striktně požadovala, konsorcium Eurofighter s letounem Typhoon jí vyšlo vstříc, a proto i Francie musela reagovat,".

Zdroj: http://zpravy.idnes.cz/proc-nehcete-nase-tajfuny-zlobi-se-britanie-na-svou-byvalou-kolonii-1it-/zpr_nato.aspx?c=A120217_114353_zpr_nato_inc

Investování v zahraničí

Patří mezi základní formy v pronikání na zahraniční trhy.

Rozdělujeme na:

1. Portfolio kapitál
2. PZI – přímá zahraniční investice

Cílem je především:

- Proniknutí na zahraniční trhy
- Dosažení rentability, která je vyšší než v tuzemsku
- Zajištění návratnosti vložených prostředků
- Bezpečnost investování
- Likvidita podnikání

Literatura

- Štrach, P.: Mezinárodní management, Grada Publishing 2009, ISBN 978-80-247-2987-9
- Dvořáček, J.: Společné a nadnárodní podniky. Nakladatelství Oeconomica, VŠE Praha, 2006. 200 str. ISBN 80-245-1029-4
- Gooderham N.P. – Nordhaug O.: International Management Cross-Boundary Callenges, Blackwell Publishing, 2003 ISBN 0-631-23341-5
- Murat Ali DULUPÇU a Onur DEMİREL, Isparta, Globalizace a Internacionalizace, Modul č. 3 Socrates Comenius 2.1, překlad: Mgr. Petr Hartmann
- Skyva J.: Míry globalizace a zapojení České republiky do globalizačních procesů, Bakalářská práce PřF UK Praha 2008