

MANAGEMENT 2

ÚVOD DO MEZINÁRODNÍHO MANAGEMENTU, GLOBALIZACE A MANAGEMENT DIVERZITY

Ing. Omar Ameir, Ph.D.

Cíle prezentace:

- popsat význam a důvody existence vědní disciplíny mezinárodní management;
- vymezit důvody rostoucího vlivu globalizace jak na mezinárodní obchod, tak na lidská společenství obecně;
- definovat princip managementu diverzity.

Obsah:

1. Vymezení mezinárodního managementu
2. Globalizace
3. Diverzity management

1. Vymezení mezinárodního managementu

Proč mezinárodní management???

- Management není záležitost ohraničená státními hranicemi.



- Je nutné znát mezinárodní specifika managementu.



- Mimo jiné být schopen/schopna vymežit vnější prostředí pomocí nástrojů strategické analýzy.

1. Vymezení mezinárodního managementu

- Proč máme předmět mezinárodní management? Protože řízení a podnikání v mezinárodním prostředí má svá specifika.
- Předmět management 1 jste měli v prvním ročníku. Nemá proto příliš smysl si opakovat poučky a definice managementu.
- Věnovat se budeme tomu, co je pro Vás nové a specifické pro mezinárodní charakteristiku managementu, tzn. pojmy jako:
 - expanze
 - globalizace;
 - internacionalizace;
 - index globalizace atd.

1. Vymezení mezinárodního managementu

Dva základní cíle předmětu mezinárodní management:

1. porozumět rostoucímu vlivu globalizace a jejím důsledkům především pro podnikatelskou sféru;
2. rozšířit znalosti z managementu o specifika řízení v podmínkách mezinárodního prostředí (filosofie řízení poboček v hostitelských zemích, řízení mezinárodních pracovních týmů, vytváření strategie a organizační architektury nadnárodních firem atd.).

1. Vymezení mezinárodního managementu

Základní problém řešený mezinárodním managementem:

- diskuze mezi:
 - společným;
 - samostatným.

2.1 Teoretické vymezení globalizace

- Dva zásadní pojmy související s mezinárodním charakterem ekonomie:
 - internacionalizace:
 - mezinárodní obchod se zbožím vyrobeným v rámci národních hospodářství;
 - globalizace:
 - mezinárodní obchod se zbožím vyrobeným v různých zemích.
- V dnešní době existuje minimální množství produktů, které by měly původ čistě jenom v domácích zdrojích.
- Zesilující mezinárodní charakter prostupuje všemi činnostmi populace.

2.1 Teoretické vymezení globalizace

- Faktory způsobující rostoucí vliv globalizace:
 - vědeckovýzkumný pokrok;
 - regionální obchodní organizace a společenství;
 - stabilní ekonomicko-politické prostředí;
 - snížení nákladů na jednotku produkce spojených s proniknutím na mezinárodní trhy.

2.1 Teoretické vymezení globalizace

- Fakta související s globalizací:
 - ekonomický rozměr globalizace převyšuje její ostatní roviny;
 - globalizačními tendencemi jsou různá teritoria postižena různě;
 - produkty zhmotňující globalizaci;
 - produkty, které jsou opakem globalizace.

2.1 Teoretické vymezení globalizace

- Základní dopad globalizace:
 - růst počtu svobodných zemí;
 - fragmentace států (růst počtu národních států obecně).

2.2 Historický vývoj globalizace

- Globalizace 1.0

- ✓ objevení Ameriky (1492);
- ✓ zámořský obchod;
- ✓ základem: vytěžování nerostných a lidských zdrojů;
- ✓ globalizace států.

2.2 Historický vývoj globalizace

- Globalizace 2.0

- ✓ cesty do Austrálie a Nového Zélandu (počátek 19. století – průmyslová revoluce);
- ✓ nové technické vymoženosti – rozvoj cestování a obchodu se spotřebním zbožím;
- ✓ základem: výměna zboží;
- ✓ globalizace firem (koloniální řád ustupuje – státy soupeří mocenskopoliticky).

2.2 Historický vývoj globalizace

- Globalizace 3.0

- ✓ pád bipolárního světa (spíše však od roku 2000);
- ✓ rozvoj IT a IS – zrychlení propojenosti mezi zeměmi;
- ✓ žádná vzdálenost již není nezdolná – offshore;
- ✓ základem: výměna informací;
- ✓ globalizace jedince – fyzický i virtuální pohyb (o moc soupeří skupiny lidí);

2.3 Index globalizace

Růst propojenosti států a národů.



Potřeba hodnocení míry propojenosti.



Index globalizace.

2.3 Index globalizace

- Vyjadřuje míru:
 - zapojení státu do mezinárodních struktur;
 - determinovanosti domácího dění státu zahraničím.

- Tři základní indexy globalizace:
 - DHL index globální propojenosti;
 - KOF globalizační index;
 - MAASTRICHT globalizační index.

2.3 Index globalizace

- Zkoumá globalizaci států v několika rovinách, přičemž nejčastější z nich jsou:
 - **Ekonomická globalizace** (mezin. obchod a tok investic);
 - **Sociální globalizace** (turistika a zaměstnání v zahraničí);
 - **Technologická globalizace** (počet uživatelů internetu, propojení dálnic, propojenost technologických a výzkumných center);
 - **Politická globalizace** (členství v mezin. organizacích, účast na misích, počet ratifikovaných mezin. smluv);
 - **Životní prostředí** (vliv mezin. obchodu na životní prostředí);
 - **Bezpečnostní globalizace** (mezin. kyberkriminalita, terorismus, mezin. organizovaný zločin).

3. Diverzity management

- Mezinárodní charakter podnikání s sebou přináší interakce s odlišnostmi (diverzitami).
- Diverzita = rozmanitost, rozdílnost nebo odlišnost.
- Ve vztahu k managementu organizace je tím míněna zejména rozmanitost zaměstnanců (jejich jedinečnost a individualita).
- Tato rozmanitost zaměstnanců je chápána z různých úhlů pohledu.
- Dva základní pohledy na rozmanitost zaměstnanců:
 - osobní rovina rozmanitosti zaměstnance;
 - profesní rovina rozmanitosti zaměstnance.

3. Diverzity management

- Osobní rovina rozmanitosti zaměstnance:
 - jazyk;
 - národnost;
 - kultura,
 - pohlaví;
 - věk;
 - náboženské vyznání;
 - vzdělání;
 - příjem;
 - příslušnost k sociální třídě;
 - sexuální orientace;
 - zdravotní a rodinný stav apod.

3. Diverzity management

- Profesní rovina rozmanitosti zaměstnance:
 - pracovní pozice;
 - délka působení na pozici;
 - příslušnost oddělení,
 - členství v odborech apod.

3. Diverzity management

- Diverzita rozhodně nepohlíží na jedinečnost, rozmanitost a odlišnost negativně a s předsudky, nýbrž je považuje za pozitivní prvek společnosti.
- Management diverzity je proces směřující k realizaci takového pracovního prostředí v organizaci, které vyzdvihuje podobnosti i rozdílnosti zaměstnanců.
- Efektivní management diverzity musí diverzitu nejenom akceptovat, ale dokonce ji aktivně využívat ve svůj prospěch.

3. Diverzity management

- Pro některé organizace je tento přístup hnací silou a principem jejich podnikání (proces managementu diverzity pro takové organizace představuje přidanou hodnotu).
- Podmínky úspěšného managementu diverzity:
 - morální a etické hodnoty v organizaci;
 - příslušné legislativní zázemí (podpora společenské potřeby vyzdvihnout a morálně oceňovat sociálně odpovědné organizace zavádějící MD do praktického života).

Děkuji za pozornost