

สารบัญ

หน้า

หน้า

ส่วนที่ 1 กรอบความเข้าใจเกี่ยวกับบริษัทข้ามชาติ		บทที่ 5 จริยธรรมและจรรยาบรรณของ บริษัทข้ามชาติ	
			89
บทที่ 1 ความหมายและทฤษฎีบริษัทข้ามชาติ	2	1) ความหมายของจริยธรรมและความ รับผิดชอบต่องานสังคม	90
1) นิยามที่เกี่ยวข้องกับบริษัทข้ามชาติ	3	2) จริยธรรมทางธุรกิจระหว่างประเทศ	91
2) ระดับขนาดข้ามชาติของบริษัทข้าม ชาติตาม Alan M Rugman	5	3) ปรัชญาทางจริยธรรม	95
3) ความท้าทายการบริหารบริษัทข้ามชาติ	13	4) จรรยาบรรณของบริษัทข้ามชาติ	97
4) ทฤษฎีบริษัทข้ามชาติ	15	ส่วนที่ 3 การวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับ บริษัทข้ามชาติ	
บทที่ 2 ความเป็นมาของบริษัทข้ามชาติและ โลกาภิวัตน์	22	บทที่ 6 การวางแผนเชิงกลยุทธ์และความได้ เปรียบการแข่งขัน	108
1) การเติบโตของบริษัทข้ามชาติ	25	1) การวางแผนเชิงกลยุทธ์คืออะไร	109
2) เศรษฐกิจยุคใหม่จนปัจจุบัน	34	2) การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและ ภายในองค์กร	111
3) บริษัทข้ามชาติชนวนผลิตภัณฑ์โลกาภิวัตน์	36	3) กลยุทธ์พื้นฐานและการสร้างความได้ เปรียบการแข่งขัน	114
ส่วนที่ 2 วัฒนธรรม บริษัทท้องถิ่นและ จริยธรรมของบริษัทข้ามชาติ		4) การสร้างทางเลือกกลยุทธ์	122
บทที่ 3 วัฒนธรรมกับการบริหารบริษัท ข้ามชาติ	45	5) การเชื่อมโยงกลยุทธ์ในแต่ละระดับ	127
1) วัฒนธรรมคืออะไร	47	บทที่ 7 กลยุทธ์สำหรับบริษัทข้ามชาติ	131
2) ระดับวัฒนธรรมต่อการบริหารบริษัท ข้ามชาติ	48	1) การตัดสินใจทางเลือกปรับสู่ท้องถิ่นหรือ เข้าสู่สากล	132
3) การประยุกต์แบบจำลองความแตกต่าง วัฒนธรรมต่อการบริหารบริษัทข้ามชาติ	53	2) กลยุทธ์ของบริษัทข้ามชาติ	133
4) ความไว้วางใจต่อการบริหารข้าม วัฒนธรรมของบริษัทข้ามชาติ	66	3) กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	141
5) ข้อควรระวังต่อการบริหารข้ามวัฒนธรรม ของบริษัทข้ามชาติ	67	บทที่ 8 พันธมิตรทางกลยุทธ์สำหรับบริษัท ข้ามชาติ	152
บทที่ 4 บริษัทท้องถิ่นกับการบริหารบริษัท ข้ามชาติ	69	1) การเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าระหว่าง พันธมิตรและประโยชน์ซึ่งกันและกัน	153
1) ระบบเศรษฐกิจ	71	2) การพิจารณาการเลือกหุ้นส่วนทาง พันธมิตร	156
2) ระดับอุตสาหกรรม	74	3) รูปแบบพันธมิตรธุรกิจระหว่างประเทศ	159
3) ศาสนาหรือความเชื่อ	78	4) สิ่งที่ต้องคำนึงต่อการสร้างพันธมิตรทาง ธุรกิจสำหรับบริษัทข้ามชาติ	161
4) การศึกษา	80		
5) ระดับความเท่าเทียมกันในสังคม	84		

หน้าต่อไป-->

สารบัญ

	หน้า		หน้า
ส่วนที่ 4 การออกแบบองค์การสำหรับ บริษัทข้ามชาติ		3) แนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ระหว่างประเทศ	228
บทที่ 9 โครงสร้างองค์การสำหรับบริษัท ข้ามชาติ	168	4) คุ่มค่าหรือไม่กับการใช้ Expatriate?	234
1) ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับการออก แบบองค์การ	169	บทที่ 13 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ใน บริบทท้องถิ่น	238
2) รูปแบบพื้นฐานของโครงสร้างองค์การ	171	1) ทำไมการบริหารทรัพยากรมนุษย์จึงแตกต่าง กันในแต่ละท้องถิ่น	239
3) โครงสร้างองค์การบริษัทข้ามชาติ	172	2) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละ ภูมิภาค	240
บทที่ 10 การประสานงานและควบคุมงาน สำหรับบริษัทข้ามชาติ	190	3) ความท้าทายในการบริหารทรัพยากร มนุษย์ในภูมิภาคเอเชียในยุคโลกาภิวัตน์	260
1) ระบบควบคุมงานและประสานงาน	191	บทที่ 14 การสื่อสารและการเจรจาต่อรอง ระหว่างประเทศ	267
2) แนวคิดองค์การเสมือนจริง	194	1) พื้นฐานการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม	268
3) การจัดการความรู้	198	2) การเจรจาต่อรองระหว่างประเทศ	271
4) การออกแบบองค์การสำหรับหุ้นส่วน กลยุทธ์ของบริษัทข้ามชาติ	201	3) การเป็นนักเจรจาต่อรองระหว่างประเทศ ที่ประสบความสำเร็จ	287
บทที่ 11 การออกแบบองค์การสำหรับผู้ประ กอบการข้ามชาติ	205	บทที่ 15 ภาวะผู้นำกับการบริหารบริษัท ข้ามชาติ	290
1) เศรษฐกิจบนระบบอินเทอร์เน็ต	206	1) ความแตกต่างทางวัฒนธรรมต่อคำนิยม ต่องานและความสำคัญของงาน	291
2) ผู้ประกอบการข้ามชาติ	212	2) ทฤษฎีผู้นำร่วมสมัยและการประยุกต์ต่อ บริษัทข้ามชาติ	294
3) การออกแบบองค์การสำหรับผู้ประกอบ การข้ามชาติ	216	3) ผู้นำสากลและลักษณะผู้นำที่มีประสิทธิ ผลในแต่ละวัฒนธรรม	298
ส่วนที่ 5 กลยุทธ์ของบริษัทข้ามชาติสู่ ภาคปฏิบัติ		4) ผู้นำสตรีระดับโลกเป็นไปได้หรือไม่ใน อนาคต	303
บทที่ 12 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ระหว่าง ประเทศ	223	5) การเลือกรูปแบบผู้นำให้เหมาะสมกับ วัฒนธรรม	304
1) การบริหารทรัพยากรมนุษย์โดยทั่วไป	224	วิธีโอแนะนำสื่อการสอน	
2) ความแตกต่างระหว่าง HRM และ IHRM	227	Fortune Global 500	