

OBSAH

ÚVOD	7
1 CÍL PUBLIKACE A POSTUP JEHO DOSAŽENÍ	9
1.1 CÍL	9
1.2 POSTUP DOSAŽENÍ CÍLE (ČLENĚNÍ PUBLIKACE).....	9
1.3 SHRNUÍ	10
2 STAKEHOLDERSKÁ TEORIE	11
2.1 VZNIK A VÝVOJ	11
2.2 ARTIKULACE STAKEHOLDERSKÉ TEORIE	17
2.3 STAKEHOLDERSKÝ POHLED	19
2.3.1 <i>Kdo je to stakeholder</i>	19
2.3.2 <i>Atributy stakeholderů</i>	26
2.3.3 <i>Klasifikace stakeholderů</i>	30
2.3.4 <i>Segmentace stakeholderů</i>	33
2.4 OPODSTATNĚNÍ STAKEHOLDERSKÉHO PŘÍSTUPU	34
2.4.1 <i>Stakeholderský a shareholderský přístup</i>	35
2.4.2 <i>Podoby stakeholderského přístupu</i>	35
2.4.3 <i>Kritika stakeholderského přístupu</i>	36
2.4.4 <i>Výzkumy v oblasti stakeholderské teorie ve světě</i>	39
2.4.4.1 <i>Vztah stakeholderského managementu a výkonnosti firmy – Berman a kol., 1999</i>	40
2.4.4.2 <i>Vztah CSP a CFP – Preston a O’Bannon, 1999</i>	41
2.4.4.3 <i>Meta analýza – Allouche, Laroche, 2005</i>	44
2.4.5 <i>Výzkumy v oblasti stakeholderské teorie v ČR</i>	50
2.4.5.1 <i>Důvody odlišnosti stakeholderského přístupu v ČR a zahraničí</i>	50
2.4.5.2 <i>Česko-rakouský výzkum AKTION</i>	51
2.4.5.3 <i>Řízení vztahů se stakeholdery na průmyslových trzích v kontextu současných marketingových koncepcí</i>	52
2.4.5.4 <i>Komunikace se stakeholdery jako faktor konkurenceschopnosti podniku</i>	55
2.4.5.5 <i>Vývojové tendence podniků</i>	59
2.4.5.6 <i>Vztahy malých a středních podniků se stakeholdery v Jihomoravském kraji</i>	61
2.5 STAKEHOLDERSKÝ PŘÍSTUP, CSR A CSP	63
2.6 STAKEHOLDERSKÝ PŘÍSTUP A STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ.....	67
2.7 STAKEHOLDERSKÁ ANALÝZA	72
2.7.1 <i>Zobrazovací postupy</i>	73
2.7.2 <i>Vztahy a hodnoty</i>	80
2.8 SHRNUÍ	82
3 HLEDÁNÍ FAKTORŮ DŮLEŽITOSTI STAKEHOLDERSKÝCH SKUPIN	83
3.1.1 <i>Charakteristika zkoumaného vzorku</i>	85

3.1.2	<i>Charakteristika proměnných - důležitost stakeholderských skupin</i>	85
3.1.3	<i>Charakteristika dalších proměnných</i>	87
3.2	ZKOUMÁNÍ PARCIÁLNÍCH VZTAHŮ	96
3.2.1	<i>Použití statistiky</i>	97
3.2.2	<i>Důležitost vlastníků</i>	102
3.2.3	<i>Důležitost zaměstnanců</i>	106
3.2.4	<i>Důležitost zákazníků</i>	110
3.2.5	<i>Důležitost dodavatelů</i>	114
3.2.6	<i>Důležitost věřitelů</i>	117
3.2.7	<i>Důležitost státu</i>	120
3.2.8	<i>Důležitost komunit v okolí podniku</i>	124
3.3	DŮLEŽITOST STAKEHOLDERSKÝCH SKUPIN A FINANČNÍ VÝKONNOST PODNIKŮ	130
3.3.1	<i>Vlastníci</i>	130
3.3.2	<i>Zaměstnanci</i>	131
3.3.3	<i>Zákazníci</i>	132
3.3.4	<i>Dodavatelé</i>	133
3.3.5	<i>Věřitelé</i>	133
3.3.6	<i>Stát</i>	134
3.3.7	<i>Komunity v okolí podniku</i>	134
3.3.8	<i>Diskuze výsledků</i>	135
3.4	SOUHRN NALEZENÝCH BIVARIACNÍCH VZTAHŮ	137
3.5	VÍCEROZMĚRNÁ ANALÝZA	145
3.5.1	<i>Statistické rozpoznávání obrazů</i>	145
3.5.2	<i>Redukce počtu tříd rekodováním důležitosti stakeholderů</i>	146
3.5.3	<i>Důležitost vlastníků</i>	148
3.5.4	<i>Důležitost zaměstnanců</i>	151
3.5.5	<i>Důležitost zákazníků</i>	153
3.5.6	<i>Důležitost dodavatelů</i>	155
3.5.7	<i>Důležitost věřitelů</i>	158
3.5.8	<i>Důležitost státu</i>	161
3.5.9	<i>Důležitost komunit v okolí podniku</i>	164
3.5.10	<i>Souhrn nalezených vztahů</i>	166
3.6	SHRNUTÍ.....	168
4	NÁVRH POSTUPU STAKEHOLDERSKÉ ANALÝZY	170
4.1	<i>CÍL ANALÝZY</i>	170
4.2	<i>IDENTIFIKACE STAKEHOLDERŮ</i>	170
4.3	<i>ANALÝZA HODNOT A SEGMENTACE STAKEHOLDERŮ</i>	171
4.3.1	<i>Podnik</i>	173
4.3.2	<i>Vlastníci</i>	173
4.3.3	<i>Zaměstnanci</i>	175
4.3.4	<i>Zákazníci</i>	176
4.3.5	<i>Dodavatelé</i>	179
4.3.6	<i>Věřitelé</i>	181
4.3.7	<i>Stát</i>	183

4.3.8 Komunity.....	184
4.4 ANALÝZA ATRIBUTŮ	186
4.5 ANALÝZA VÝVOJE HODNOT A ATRIBUTŮ	188
4.6 MAPA STAKEHOLDERŮ.....	188
4.7 PŘIJETÍ ODPOVÍDAJÍCÍCH OPATŘENÍ, ANALÝZA JEJÍCH DOPADŮ, KOREKCE A IMPLEMENTACE OPATŘENÍ	192
4.8 SHRNUTÍ	192
SUMMARY.....	194
SEZNAM LITERATURY	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
SEZNAM ZKRATEK.....	211
SEZNAM TABULEK	212
SEZNAM GRAFŮ.....	214
PŘÍLOHY	218
DŮLEŽITOST VLASTNÍKŮ.....	218
DŮLEŽITOST ZAMĚSTNANCŮ	222
DŮLEŽITOST ZÁKAZNÍKŮ	225
DŮLEŽITOST DODAVATELŮ	229
DŮLEŽITOST VĚŘITELŮ.....	232
DŮLEŽITOST STÁTU	235
DŮLEŽITOST KOMUNIT	239