

OBSAH

Seznam obrázků	5
Seznam tabulek.....	5
Seznam používaných zkratk.....	6
Úvodem – Aktuální pojetí tržní orientace	7
1 Prvopočátky tržní orientace	10
2 Definice tržní orientace	12
2.1 Prvky tržní orientace	14
3 Modelování tržní orientace.....	16
3.1 Elementy působící na tržní orientaci	18
3.1.1 Elementy externího prostředí	18
3.1.2 Elementy oborového prostředí	19
3.1.3 Elementy interního prostředí	20
3.2 Elementy, na které má tržní orientace vliv	22
4 Měření tržní orientace.....	28
4.1 Doporučená metodologie pro návrh měřících metod	28
4.2 Vývoj metod zjišťujících tržní orientaci.....	29
4.3 Nová metoda.....	33
5 Implementace tržní orientace	40
5.1 Předpoklady implementace tržní orientace.....	42
5.2 Bariéry implementace tržní orientace.....	43
6 Kategorizace současných trendů vědeckých výzkumů tržní orientace	50
6.1 Management	50
6.1.1 Top management	50
6.1.2 Strategický management	51
6.1.3 Odměňovací systém	52
6.1.4 Knowledge management	53
6.2 Vliv tržní orientace na podnikový výkon	53
6.2.1 Vliv tržní orientace na podnikový výkon v různých zemích.....	53
6.2.2 Výzkumy komparující vliv tržní orientace na podnikový výkon	54
6.2.3 Zkoumání jednotlivých prvků tržní orientace a jejich vliv na podnikový výkon	54
6.3 Tržní orientace a inovace.....	55
6.3.1 Tržní orientace a její vliv na inovace – obecný kontext.....	56
6.3.2 Exploativní a explorativní inovační strategie	56
6.3.3 Inovace služeb	57
6.3.4 Tržní orientace a její vliv na inovace a podnikový výkon.....	57

6.3.5	Tržní orientace a její vliv na inovace ve vysoce konkurenčním prostředí	57
6.4	Tržní orientace a kultura.....	57
6.4.1	Podniková kultura.....	58
6.4.2	Corporate social responsibility	58
6.4.3	Národní kultura.....	58
6.5	Tržní orientace a veřejný sektor	59
6.5.1	Neziskové organizace.....	59
6.5.2	Místní veřejný sektor.....	60
6.6	Nově se rozvíjející oblasti spojené s tržní orientací	60
6.6.1	Podnikatelská orientace – EO.....	60
6.6.2	Interakční orientace	61
6.6.3	Business guanxi	62
6.6.4	IFC a supply chain management	62
7	Výzkumy tržní orientace v České republice	64
7.1	Tržní orientace u podniků působících v oblasti energetiky	64
7.2	Tržní orientace u podniků působících v oblasti high-tech.....	69
7.3	Tržní orientace u SME high-tech podniků působících v chemickém průmyslu.....	73
7.4	Tržní orientace u podniků působících v leteckém průmyslu	78
7.5	Tržní orientace u high-tech podniků působících ve zpracovatelském průmyslu.....	80
7.6	Tržní orientace u SME působících v různém odvětví	82
7.7	Shrnutí výsledků výzkumů tržní orientace v ČR.....	82
8	Doporučení vztahující se k implementaci tržní orientace.....	85
8.1	Doporučení vztahující se k výběru vhodné metody	85
8.2	Zjištění tržní orientace v podniku.....	86
8.3	Podstata implementace tržní orientace	87
8.4	Přínosy tržní orientace.....	87
	Závěr.....	91
	Seznam použitých zdrojů.....	93
	Příloha 1	109
	Příloha 2	150
	Věcný rejstřík	156
	Summary	158