

PŘEDMLUVA	7
1. PODNIKOVÁ RESTRUKTURALIZACE A JEJÍ ÚČINKY	9
1.1 PODNIKOVÁ RESTRUKTURALIZACE, REVITALIZACE A REENGINEERING	9
1.1.1 <i>Podniková restrukturalizace</i>	9
1.1.2 <i>Revitalizace podniku</i>	10
1.1.3 <i>Podnikový reengineering</i>	11
1.2 ALTERNATIVNÍ DŮVODY ZAPOČETÍ PROCESU PODNIKOVÉ RESTRUKTURALIZACE	12
1.2.1 <i>Podnikové krize jako klasický důvod</i>	12
1.2.2 <i>Potenciální důvody restrukturalizačních přeměn</i>	15
1.2.3 <i>Restrukturalizace VNP a VPP</i>	16
1.3 OBLASTI PODNIKOVÉ RESTRUKTURALIZACE	17
1.4 RESTRUKTURALIZACE PODNIKU JAKO ROZHODOVACÍ PROCES	21
1.4.1 <i>Iniciace rozhodování</i>	22
1.4.2 <i>Shromáždění a analýza podkladů</i>	24
1.4.3 <i>Vlastní rozhodování</i>	26
1.4.4 <i>Realizace rozhodnutí a kontrola</i>	28
1.5 ÚČINKY PODNIKOVÉ RESTRUKTURALIZACE NA MIKRO, MEZO A MAKROÚROVNI	28
1.5.1 <i>Účinky podnikové restrukturalizace na samotný podnik</i>	28
1.5.2 <i>Účinky restrukturalizace podniku na další zainteresované subjekty</i>	30
1.5.3 <i>Účinky restrukturalizace podniku na daný region</i>	31
1.5.4 <i>Účinky restrukturalizace podniku na danou zemi</i>	32
2. INFORMAČNÍ TECHNOLOGIE JAKO NÁSTROJ INFORMAČNÍ RESTRUKTURALIZACE	33
2.1 ZMĚNY V ORGANIZAČNÍ STRUKTUŘE PODNIKU	33
2.2 PROCES A JEHO VYMEZENÍ	34
2.2.1 <i>Definice procesu podle KBPR (Knowledge Based Process Reengineering)</i>	35
2.2.2 <i>Klasifikace procesů</i>	36
2.2.3 <i>Procesní vyspělost podle CMM</i>	36
2.3 MODELOVÁNÍ PODNIKOVÝCH PROCESŮ	38
2.4 INFORMAČNÍ ZDROJE	39
2.4.1 <i>Externí informace</i>	39
2.4.2 <i>Interní informace</i>	39
2.5 HLAVNÍ ZÁSADY PŘI MODELOVÁNÍ PODNIKOVÝCH PROCESŮ	39
2.6 METODY PRO MODELOVÁNÍ BUSINESS PROCESŮ	40
2.6.1 <i>Vývojový diagram (Flow Chart)</i>	42
2.6.2 <i>EPC (Event-driven Process Chain)</i>	43
2.6.3 <i>IDEF (Integration DEFinition)</i>	44
2.6.4 <i>UML (Unified Modelling Language)</i>	47
2.6.5 <i>RDR (Resul-Driven Renewal)</i>	51
2.7 PROGRAMOVÉ NÁSTROJE PRO MODELOVÁNÍ PODNIKOVÝCH PROCESŮ	52
3. VYBRANÉ ASPEKTY ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ V PROCESU PERSONÁLNÍ RESTRUKTURALIZACE	54
3.1 ZÁKLADNÍ ÚČASTNÍCI ŘÍZENÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ	54
3.2 PLÁNOVÁNÍ LIDSKÝCH ZDROJŮ	55
3.2.1 <i>Analýza vnitřního a vnějšího prostředí firmy</i>	57

3.2.2	<i>Predikce poptávky a nabídky práce</i>	58
3.2.3	<i>Identifikace rozdílů mezi poptávkou a nabídkou</i>	59
3.2.4	<i>Tvorba harmonogramu řešení</i>	60
3.2.5	<i>Realizace řešení</i>	60
3.2.6	<i>Kontrola a vyhodnocení</i>	64
3.3	MOBILITA PRACOVNÍKŮ	64
3.4	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) – SOCIÁLNÍ ZODPOVĚDNOST FIRMY	65
4.	ENVIRONMENTÁLNÍ PRVKY PODNIKOVÉ RESTRUKTURALIZACE	68
4.1	ENVIRONMENTÁLNÍ MANAŽERSKÝ SYSTÉM	68
4.1.1	<i>Mezinárodní normy ISO řady 14000</i>	69
4.1.2	<i>Systém řízení podniku a auditu z hlediska ochrany životního prostředí (program EMAS)</i>	72
4.1.3	<i>Responsible Care</i>	74
4.1.4	<i>EMS dle ISO 14001, programu EMAS a programu Responsible Care - společné a odlišné prvky</i>	75
4.1.5	<i>Hlavní důvody a přínosy implementace EMS</i>	77
4.2	ENVIRONMENTÁLNÍ MANAŽERSKÉ ÚČETNICTVÍ	78
4.2.1	<i>Vznik nového systému řízení nákladů jako reakce na kritiku tradičních kalkulačních postupů</i>	79
4.2.2	<i>Podstata systému přiřazování nákladů podle aktivit</i>	80
4.2.3	<i>Využití systému přiřazování nákladů podle aktivit v environmentálním manažerském účetnictví</i>	81
4.3	Hlavní faktory přispívající k vytváření konkurenční výhody podniků plynoucí ze zavádění environmentálních prvků a opatření v rámci podnikové restrukturalizace	82
5.	ZVYŠOVÁNÍ KONKURENCESCHOPNOSTI PODNIKU JAKO DŮSLEDEK JEHO RESTRUKTURALIZACE	85
5.1	INTEGROVANÁ KONKURENČNÍ VÝHODA – CÍL RESTRUKTURALIZACE PODNIKU	85
5.1.1	<i>Základní koncepce budování integrované konkurenční výhody</i>	85
5.1.2	<i>Komplexní typologie atributů hodnoty nabídky jako základu integrované konkurenční výhody na průmyslovém trhu</i>	87
5.1.3	<i>Nejdůležitější atributy integrované konkurenční výhody českých chemických průmyslových podniků</i>	91
5.1.4	<i>Návrh procesu vytváření integrované konkurenční výhody</i>	92
5.2	ZVYŠOVÁNÍ KONKURENCESCHOPNOSTI PODNIKU PROSTŘEDNICTVÍM RESTRUKTURALIZACE VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY	94
5.2.1	<i>Určení hodnoty zákazníka pro firmu – základ řízení vztahů se zákazníky</i>	95
5.2.2	<i>Strategie řízení vztahů se zákazníky na bázi jejich hodnoty pro firmu</i>	99
	POUŽITÁ LITERATURA	101
	PUBLIKACE VYTVOŘENÉ V RÁMCI DANÉHO VÝZKUMNÉHO PROJEKTU ..	109