

Tab. 4.1 Primární a sekundární stakeholderi

	Podstata zájmu	Podstata moci
<b>Primární stakeholderi</b>		
<b>Zaměstnanci</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ stabilní zaměstnání ve společnosti</li> <li>▣ spravedlivá odměna za práci</li> <li>▣ zdravé a bezpečné pracovní prostředí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ moc kolektivního vyjednávání</li> <li>▣ pracovní činnost či stávka</li> <li>▣ publicita (propagace)</li> </ul>
<b>Vlastníci/akcionáři</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ uspokojivá návratnost investic</li> <li>▣ zvýšení hodnoty akcií</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ hlasovací a volební právo</li> <li>▣ kontrola účetnictví a jiných dokladů</li> </ul>
<b>Zákazníci</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ spravedlivá směna v hodnotě i kvalitě</li> <li>▣ bezpečné a spolehlivé výrobky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ nákup od konkurence</li> <li>▣ bojkot firem</li> </ul>
<b>Dodavatelé</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ pravidelné objednávky</li> <li>▣ včasné platby za dodávky</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ odepření dodávky</li> <li>▣ dodávky konkurenci</li> </ul>
<b>Konkurence</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ ziskovost</li> <li>▣ větší podíl na trhu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ tlak technologické inovace</li> <li>▣ tlak nižších cen</li> </ul>
<b>Malo/velkoobchod</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ získání kvalitního zboží za přijatelné ceny</li> <li>▣ spolehlivé produkty, kterým zákazníci důvěřují a cení si jich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ nákup zboží od konkurence</li> <li>▣ bojkot firem</li> </ul>
<b>Věřitelé</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ získat platby za půjčky</li> <li>▣ inkasování dluhů a úroků;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ zastavení půjček</li> <li>▣ odmítnutí nového úvěru</li> <li>▣ právní postup vůči správě či převzetí majetku, při vážném porušení splácení půjčky</li> </ul>
<b>Sekundární stakeholderi</b>		
<b>Místní společenství</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ zaměstnání místních obyvatel</li> <li>▣ zabezpečení ochrany životního prostředí v dané lokalitě</li> <li>▣ zabezpečení rozvoje lokality</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ vydání/zrušení uděleného povolení</li> <li>▣ lobbystický tlak na vládu</li> </ul>
<b>Veřejní aktivisti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ monitorování činnosti a politiky firmy, aby byly v souladu s právními a etickými normami</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ získání podpory veřejnosti zveřejněním problému</li> <li>▣ lobbystický tlak na vládu</li> </ul>
<b>Média</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ průběžné informování veřejnosti o všech otázkách týkajících se zdraví, blahobytu, ekonomického postavení obyvatelstva</li> <li>▣ monitorování činnosti firmy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▣ šíření informací o událostech, které mají vliv na veřejnost, zejména o těch, které mají negativní důsledky</li> </ul>

	Podstata zájmu	Podstata moci
<b>Obchodní asociace</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ poskytování informací a výsledků výzkumu, které mohou pomoci firmě nebo průmyslovému odvětví orientovat se v měnícím se prostředí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ využití svých zaměstnanců a zdrojů na pomoc firmám v podnikání a rozvojových aktivitách</li> <li>■ právní nebo „skupinová“ politika</li> <li>■ podpora, kterou si jednotlivé firmy či jednotlivci mohou dovolit</li> </ul>
<b>Zahraniční vlády</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ekonomický rozvoj</li> <li>■ sociální rozvoj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ povolení k podnikání</li> <li>■ regulační opatření</li> </ul>
<b>Stát a místní zastupitelství</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ zvýšení příjmů prostřednictvím daní</li> <li>■ ekonomický rozvoj</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ regulační opatření, licence, povolení</li> <li>■ moc povolovat/nepovolovat průmyslovou činnost</li> </ul>
<b>Veřejnost</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ ochrana sociálních hodnot</li> <li>■ minimalizace rizik</li> <li>■ prosperita společnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ podpora aktivistů</li> <li>■ tlak na vládu, aby přijala určité opatření</li> <li>■ kritika nebo chvála jednotlivých firem</li> </ul>

(Zdroj: Luknič, A. S.: Štvrtý rozmer podnikania – etika, Slovak Academic Press, Trenčín 1994, s. 118–120)

Normativní teorie participujících skupin jsou orientovány na:

- ideály sociální společnosti,
- změny pravidel a institucí,
- odpovědnost obchodních společností.

Strategické, respektive analytické teorie participujících skupin jsou zaměřeny na:

- strategické nástroje a organizaci,
- management participujících skupin,
- deskriptivně-pozitivní analýzu na bázi analýzy výdajů a výnosů.

Z uvedeného přehledů teoretických koncepcí participujících skupin vyplývá velmi široký rozsah idejí, které z etického hlediska zahrnují na jedné straně teoretické koncepty inspirované Aristotelem, Kantem, Rawlsem, na druhé straně pak pozitivníma