

OBSAH

ÚVOD.....	5
1 CÍLE, HYPOTÉZY A METODY VĚDECKÉ PRÁCE	6
1.1 Cíle	6
1.2 Hypotézy.....	6
1.3 Metody vědecké práce.....	7
2 SOUČASNÝ STAV VĚDECKÉHO POZNÁNÍ.....	8
2.1 Současné definice a přístupy vyplývající z historického vývoje	8
2.2 Prvopočátky vývoje konceptu CSR	9
2.3 Úloha CSR pro podnik a pro společnost.....	10
2.4 Marketingový model CSR aktivit	10
2.5 Dodavatelsko-odběratelské vztahy ve světle CSR.....	11
2.6 Empirická šetření v ČR	12
2.6.1 Prováděné CSR aktivity	12
2.6.2 Situace na B2B trhu.....	13
3 VÝBĚR VZORKU, METODY VÝZKUMU, MATEMATICKÉ METODY	14
3.1 Výběr vzorku pro empirické šetření.....	14
3.2 Metody výzkumu.....	14
3.3 Matematické metody pro zpracování dat a ověření hypotéz.....	14
4 CHARAKTERISTIKY VÝBĚROVÉHO SOUBORU.....	15
5 PRAVIDLA CHOVÁNÍ MEZI PODNIKEM A JEHO DODAVATELEM.....	17
5.1 Cíl šetření	17
5.2 Výsledky šetření.....	17
6 VZTAH MEZI PRAVIDLY CHOVÁNÍ, KTERÁ STANOVÍ ODBĚRATELÉ PODNIKU A PRAVIDLY CHOVÁNÍ, KTERÁ PODNIK STANOVÍ SVÝM DODAVATELŮM	20
7 CSR JAKO KRITÉRIUM PŘI HODNOCENÍ DODAVATELŮ	22
8 PREFERENCE SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÝCH DODAVATELŮ.....	25
9 PŘÍNOSY DISERTAČNÍ PRÁCE	26
10 ZÁVĚR.....	27
POUŽITÁ LITERATURA	28
SEZNAM PUBLIKACÍ VZTAŽENÝCH K TÉMATU PRÁCE.....	30
CURRICULUM VITAE	31
ABSTRACT.....	32