

OBSAH

ÚVOD	7
1 REPORTOVÁNÍ O SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI PODNIKU ...	13
2 TEORIE VYSVĚTLUJÍCÍ MOTIVACI K CSR REPORTOVÁNÍ	17
2.1 Legitimacy theory	17
2.2 Stakeholderská teorie	19
2.3 Positive accounting theory	21
2.4 Shrnutí.....	22
3 FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CSR REPORTOVÁNÍ	25
3.1 Velikost podniku a jeho viditelnost.....	25
3.2 Vlastnictví a způsob řízení	26
3.3 Potřeba kapitálu	27
3.4 Odvětví.....	28
3.5 Standardy	29
3.6 Konkurenční prostředí.....	30
3.7 Tlak společnosti, stakeholderů.....	31
3.8 Strach z ohrožení legitimacy.....	31
3.9 Rutina v reportování.....	32
3.10 Kultura.....	32
3.11 Shrnutí.....	33
4 PLÁN VÝZKUMU	35
4.1 Důvod a význam výzkumu	35
4.2 Teoretický rámec.....	35
4.3 Formulace cílů výzkumu a výzkumných otázek.....	36
4.4 Omezení vypovídací schopnosti	45

5 ZVOLENÁ METODOLOGIE	47
5.1 Použitý typ výzkumu	47
5.2 Výzkumný vzorek	47
5.2.1 Konečný vzorek podniků	47
5.2.2 Výzkumný vzorek VZ	48
5.3 Použité metody	48
5.4 Způsob sběru a zpracování dat	49
6 VÝSLEDKY VÝZKUMU	51
6.1 Faktory ovlivňující přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů	51
6.1.1 Vztah mezi charakteristikami vnitřního prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ	52
6.1.2 Vztah mezi charakteristikami vnějšího prostředí a přístupem k začleňování CSR informací do VZ	80
6.2 Specifika ve výskytu faktorů ovlivňujících přístup k začleňování informací nefinančního charakteru do ekonomických reportů v ČR	94
6.3 Shrnutí	96
ZÁVĚR	99
SUMMARY	101
SEZNAM LITERATURY	103
SEZNAM ZKRATEK	111
SEZNAM GRAFŮ	112
SEZNAM OBRÁZKŮ	113
SEZNAM TABULEK	114
SEZNAM PŘÍLOH	115
REJSTŘÍK	135