

Obsah

Zkratky	6
Úvod	7

1	Pojem udržitelnost a jeho vývoj	9
----------	--	----------

1.1	Společenská odpovědnost firem	9
1.2	Historický vývoj konceptu CSR	10
1.3	Vývoj pojmu udržitelnost	14

2	Institucionální pohled na udržitelnost	19
----------	---	-----------

2.1	Organizace zabývající se udržitelností	19
2.1.1	Organizace spojených národů	19
2.1.2	Komise pro byznys a udržitelný rozvoj (The Business and Sustainable Development Commission)	25
2.1.3	Světové ekonomické fórum a jeho indexy	26
2.1.3.1	Index globální konkurenceschopnosti	27
2.1.3.2	Index globální udržitelné konkurenceschopnosti	27
2.2	Reporting, měření a standardy udržitelného chování firem	31
2.2.1	UN Global Compact	35
2.2.2	Nefinanční Reporting dle Evropské komise	38
2.2.3	Certifikace B Corporation	39
2.2.4	Prospěšné společnosti (Benefit corporations)	49

3	Role udržitelnosti pro firmu	45
----------	-------------------------------------	-----------

3.1	Nová pozice stakeholderů	46
3.2	Firemní změny směrem k udržitelnosti	46
3.3	Nové typy byznys modelů	48
3.3.1	Dlouhodobá návratnost investic	49
3.3.2	B Corporations a Prospěšné firmy	49
3.3.3	Sdílená ekonomika	50
3.3.4	Inkluzivní podnikatelské modely	52
3.3.5	Sdílená hodnota (Shared Value)	56
3.3.5.1	Analýza vývoje popularity projektů sdílené hodnoty	62
3.3.5.2	Kritika konceptu sdílené hodnoty	71
3.3.6	Integrace cílů SDG do podnikání	72
3.4	Případové studie projektů zaměřených na udržitelnost	75
3.4.1	JPMorgan Chase vytvořila plán ekonomického oživení města	77

3.4.2	Novartis Access zpřístupňuje zdravotní péči	77
3.4.3	CEMEX Patrimonio Hoy poskytuje dostupné bydlení a financování	77
3.4.4	ENEL snižuje uhlíkovou stopu redefinováním hodnotového řetězce	78
3.4.5	CJ Group vytváří pracovní příležitosti pro seniory v ekonomice, která je většinou nutí časně odcházet do důchodu	79
3.4.6	Vodafone/Safaricom zpřístupňuje finanční služby chudým	79
3.4.7	Coca-Cola podporuje retail a rozvoj komunit v Brazílii	80
3.4.8	CISCO Network Academy	80
3.4.9	Unilever – mýdlo Lifebuoy (Záchranný kruh) a kampaň mytí rukou	81
3.4.10	Unilever – Shakti ženy-podnikatelky	81
3.4.11	Google a TATA Trust – Saathi Internet – Přátelé internetu	81
3.5	Případové studie projektů zaměřených na udržitelnost v České republice	82
3.5.1	T-Mobile	83
3.5.2	IKEA HANIM	83
3.5.3	Česká spořitelna	83
3.5.4	Bayer	84
3.5.5	Cisco	84
3.5.6	Nestlé	85
3.5.7	Škoda Auto	85
3.5.8	Česká spořitelna	85
3.5.9	LINET	86

4 Udržitelnost a řízení firem 89

4.1	Nejnovější trendy ve firemní udržitelnosti – příklady firem a lídrů	89
4.2	Nové požadavky na správu a řízení firem (Corporate Governance)	90
4.2.1	Optimalizace složení dozorčích rad a vrcholového vedení firem	91
4.2.2	B Corporations a Prospěšné firmy	92
4.2.3	Svobodné firmy	92
4.3	Genderová diverzita ve vrcholovém vedení	94
4.3.1	Zlepšení ekonomické výkonnosti firem	96
4.3.2	Podpora inovací a nových příležitostí	97
4.3.3	Využití všech talentů	97
4.3.4	Vyšší transparentnosti ke kvalitě podnikového řízení	98
4.3.5	Dlouhodobá orientace	98
4.3.6	Řešení environmentálních a sociálních problémů	99
4.3.7	Podpora spolupráce a vytváření partnerství	99
4.3.8	Kvality ženského leadershipu	99
4.3.9	Genderová diverzita ve vedení firem v České republice	101

5	Udržitelnost a role genderu v české republice	105
5.1	Vývoj indexů sledujících genderovou (ne)rovnost	107
5.2	Vztah udržitelnosti a konkurenceschopnosti ekonomiky a genderové rovnováhy – postavení České republiky v mezinárodním srovnání	110
5.2.1	Vývoj genderové rovnováhy v České republice	110
5.2.2	Vztah mezi genderovou rovností, konkurenceschopností a udržitelnou konkurenceschopností ekonomik	112
5.2.3	Shrnutí výsledků analýzy, diskuse a závěr	122
5.3	Kvóty pro genderově vyvážené vedení firem	123
5.3.1	Důvody návrhu kvót	123
5.3.2	Realizace opatření v jednotlivých státech EU	124
5.4	Přidaná hodnota žen v českém managementu: případová studie České republiky	125
5.4.1	Metodologie výzkumu	126
5.4.2	Výsledky výzkumu	126
5.4.3	Shrnutí výsledků, diskuse a závěr	133
	Závěr	137
	Příloha	139
	Seznam obrázků a tabulek	143
	Literatura	147
	Rejstřík	163