Obsah

Autoři 7
Předmluva 9
1. Společenskou odpovědností proti krizi 11
2. Tři pilíře společenské odpovědnosti firem 15
2.1 Jak přemýšlíme o společenské odpovědnosti 19
2.1.1 Změna podoby společenské odpovědnosti jako odpověď na změny v uvažování veřejnosti 24
2.2 Přístupy k odpovědnému a udržitelnému chování 29
2.3 Specifické CSR pro specifický segment: Příklad udržitelného cestovního ruchu 34
3. Mezinárodní a český kontext CSR 37
3.1 Mezinárodní politiky společenské odpovědnosti a udržitelnosti 37
3.2 Vývoj vnímání společenské odpovědnosti firem v Česku po roce 1989 38
4. Společenská odpovědnost v detailu 43
4.1 Ekonomický pilíř společenské odpovědnosti firem 43
4.2 Jak řídit udržitelnost ve firmě 46
4.2.1 Krok 1: spolupráce s managementem 47
4.2.2 Krok 2: provedení analýz 47
4.2.3 Krok 3: sestavení strategie 50
4.2.4 Krok 4: komunikace 54
4.2.5 Krok 5: nefinanční reportování 54
4.2.6 Krok 6: implementace změn a opatření 57
4.3 Jak na správnou komunikaci udržitelnosti? 58
4.4 Greenmarketing 65
4.5 Greenwashing 68
4.6 Udržitelnost dodavatelských řetězců 75
5. Klimatické změny: integrální součást CSR 85
5.1 Dopady klimatických změn na půdní ekosystém 87
5.2 Hospodaření s půdou 89
5.3 Vliv klimatických změn na vodní ekosystém 91
5.4 Dopad soukromého sektoru na klimatické změny 92
5.4.1 Energie a emise 92
5.4.2 Voda 95
5.4.3 Suroviny a odpady (cirkulární ekonomika) 96
5.5 A jak je vybavena Česká republika pro nakládání s odpady? 97
6. Cesta udržitelnosti od PR k řízení lidských zdrojů 99
6.1 Souznění zákazníka se značkou: téma pro personalisty 102
6.2 Falešné PR nebo skutečnost? 103

6.3 Aktivní HR 105
6.4 Doporučení pro udržitelné HR v kostce 115
Závěr: CSR reagující na potřeby společnosti 117
Přílohy 123
Příloha 1: Infografika Kofola 123
Příloha 2: Cíle SDG's 123
Příloha 3: Vzdělání: jak naložit s odpady 127
Příloha 4: Proces materiality v IKEA 128
Příloha 5: Teorie znečištění ovzduší a životního prostředí 129
Seznam použitých zdrojů 131
Resumé 139
Summary 140