

Obsah

1	VYMEZENÍ UDRŽITELNOSTI A SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI	7
1.1	DEFINICE A ZÁKLADNÍ PRINCIPY UDRŽITELNOSTI	7
1.1.1	Definice udržitelnosti a udržitelného rozvoje	8
1.1.2	Základní principy udržitelnosti	9
1.2	SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST A JEJÍ PŘÍNOSY	12
1.2.1	Společenská odpovědnost firem (CSR)	13
1.2.2	Základní oblasti a principy CSR	14
1.2.3	Přínosy společenské odpovědnosti firem	15
1.2.4	Udržitelnost a společenská odpovědnost: polemika o odlišnostech	16
1.3	PILÍŘE SPOLEČENSKÉ ODPOVĚDNOSTI	19
1.3.1	Ekonomický pilíř	20
1.3.2	Sociální pilíř	21
1.3.3	Enviromentální pilíř	22
1.4	HLAVNÍ PRINCIPY PRO UDRŽITELNÝ SPORT	25
1.4.1	Odpovědnost a důvěra jako základ udržitelného rozvoje	26
1.4.2	Zásada předběžné opatrnosti: Jak jednat, i když nevíme vše	26
1.4.3	Transparentnost a komunikace jako nástroj důvěry	27
1.4.4	Vzdělávání pro udržitelný rozvoj skrze sport	27
1.4.5	Spolupráce napříč sektory – nikdo na to není sám	27
1.4.6	Digitalizace a její environmentální souvislosti	28
1.4.7	Ekonomická udržitelnost ve sportu	28
1.5	SUBJEKTY ODPOVĚDNOSTI VE SPORTU	31
1.5.1	Jednotlivci, fanoušci a komunity jako základ odpovědného sportu	32
1.5.2	Sportovní kluby a organizace	33
1.5.3	Veřejná správa a vzdělávací instituce	34
1.5.4	Podniky a komerční sektor	35
1.5.5	Spolupráce a sdílená odpovědnost	36
2	PROČ A PRO KOHO JE UDRŽITELNOST A SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST DŮLEŽITÁ	40
2.1	PROČ JE UDRŽITELNOST DŮLEŽITÁ	40
2.1.1	Globální situace ve 21. století	41
2.1.2	Potřeba udržitelných řešení	41
2.1.3	Etický rozměr udržitelnosti	42
2.1.4	Inovační přístupy a role vzdělávání	42
2.2	ROLE UDRŽITELNOSTI V NAPLŇOVÁNÍ CÍLŮ EVROPSKÉ ZELENÉ DOHODY	44
2.2.1	Green Deal – rámec a ambice	45
2.2.2	Udržitelnost jako základní nástroj naplňování Evropské zelené dohody	45
2.2.3	Vazba na sportovní sektor, příležitost pro sport a tělovýchovu	46
2.3	SPORT A CÍLE UDRŽITELNÉHO ROZVOJE	49

2.3.1	Cíle udržitelného rozvoje.....	50
2.3.2	Sport, sociální inkluze a zdravý životní styl	51
2.3.3	Sport a životní prostředí.....	51
2.3.4	Ekonomické aspekty sportu	52
3	TLAK NA SPOLEČENSKOU UDRŽITELNOST SPORTOVNÍCH ORGANIZACÍ	55
3.1	KDO A CO ORGANIZACE MOTIVUJE K UDRŽITELNOSTI	55
3.1.1	Evropský legislativní rámec	56
3.1.2	Národní legislativa a implementace v praxi	57
3.1.3	Praktické dopady a výzvy pro sportovní sektor	58
3.2	SPOLEČENSKÝ TLAK A OČEKÁVÁNÍ VEŘEJNOSTI SOUVISEJÍCÍ S UDRŽITELNOSTÍ.....	60
3.2.1	Role médií, fanoušků a partnerů.....	61
3.2.2	Aktivismus a občanská angažovanost	61
3.2.3	Očekávání ze strany institucí a komunit	62
3.3	STAKEHOLDERŮ A VÍCEÚROVŇOVÁ STRUKTURA SPORTOVNÍ GOVERNANCE.....	64
3.3.1	Struktura stakeholderů v ziskových a neziskových sportovních organizacích ...	65
3.3.2	Víceúrovňová struktura sportovní governance.....	65
3.3.3	Vyvažování zájmů stakeholderů v kontextu společenské odpovědnosti.....	66
4	UDRŽITELNOST A CSR V KONTEXTU MANAGEMENTU A SPRÁVY SPORTOVNÍCH ORGANIZACÍ	69
4.1	STRATEGICKÉ ŘÍZENÍ UDRŽITELNOSTI A CSR	69
4.1.1	Vymezení základních pojmů.....	70
4.1.2	Propojení udržitelnosti a CSR se strategickým managementem sportovních organizací	70
4.1.3	Role vedení při začleňování odpovědných principů do dlouhodobých cílů a rozhodování	70
4.1.4	Vliv organizační kultury a hodnot na implementaci udržitelné strategie	71
4.1.5	CSR jako nástroj k dosažení environmentálních a sociálních cílů v rámci strategie	72
4.1.6	Propojení CSR iniciativ s interními procesy a řízením změn	73
4.2	UDRŽITELNOST A PRINCIPY GOOD GOVERNANCE	76
4.2.1	Vymezení základních pojmů.....	77
4.2.2	Odpovědné a transparentní řízení jako základ udržitelného rozvoje	78
4.2.3	Vazby mezi governance, etickým vedením a společenskou odpovědností	79
4.2.4	Institucionální rámce a regulace podporující odpovědnou správu	79
4.3	UDRŽITELNÝ MARKETING A KOMUNIKACE ODPOVĚDNOSTI	82
4.3.1	Komunikace udržitelných a odpovědných aktivit směrem k veřejnosti a stakeholderům	83
4.3.2	Autenticita a transparentnost v komunikaci (rizika greenwashingu)	83
4.3.3	Spolutvorba hodnoty se stakeholdery	83
4.3.4	Marketing jako nástroj posilování reputace a důvěry	84
4.3.5	Měření dopadů a hodnocení efektivity komunikace	84

5	HODNOCENÍ, STANDARDIZACE A KOMUNIKACE UDRŽITELNOSTI	88
5.1	ÚVOD DO HODNOCENÍ UDRŽITELNOSTI VE SPORTU	88
5.1.1	Proč je hodnocení udržitelnosti důležité.....	89
5.1.2	Vazba na strategické cíle a mezinárodní rámce	90
5.1.3	Přehled přístupů k hodnocení	91
5.2	KLÍČOVÉ UKAZATELE VÝKONU (KPIs) V OBLASTI UDRŽITELNOSTI.....	94
5.2.1	Enviromentální ukazatele.....	95
5.2.2	Sociální ukazatele	96
5.2.3	Ekonomické ukazatele	97
5.3	VYUŽITÍ STANDARDŮ A CERTIFIKACÍ	100
5.3.1	Přehled mezinárodních standardů pro udržitelný sport.....	101
5.3.2	Národní a oborové certifikační systémy	102
5.3.3	Výhody a limity využívání standardů a certifikací	103
5.4	PŘÍPRAVA A KOMUNIKACE ZPRÁV O UDRŽITELNOSTI.....	106
5.4.1	Struktura a obsah zprávy o udržitelnosti	107
5.4.2	Výběr standardu reportingu a metodiky.....	108
5.4.3	Efektivní komunikace výsledků	109
6	ROLE SPORTU V ŠIRŠÍM KONTEXTU UDRŽITELNOSTI	114
6.1	SPORT JAKO PROSTŘEDEK ENVIRONMENTÁLNÍ OSVĚTY A VZDĚLÁVÁNÍ.....	114
6.1.1	Sport jako médium pro šíření environmentálních hodnot	115
6.1.2	Výchovná a osvětová funkce sportovních akcí.....	115
6.1.3	Vzdělávání sportovců, trenérů a fanoušků	115
6.2	ZAPOJENÍ SPORTU DO GLOBÁLNÍCH KLIMATICKÝCH INICIATIV	117
6.2.1	Mezinárodní rámce a strategické iniciativy	118
6.2.2	Dobrovolné závazky a reporting.....	118
6.2.3	Sportovní diplomacie a propagace klimatických politik.....	118
6.3	SPORT JAKO MODEL UDRŽITELNÉ SPOTŘEBY A INOVACÍ.....	120
6.3.1	Cirkulární ekonomika ve sportovním průmyslu	121
6.3.2	Green design sportovních zařízení a vybavení.....	121
6.3.3	Digitální transformace a chytré technologie.....	121
7	PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE	125