

Obsah

Úvod	13
1 Metodika	17
1.1 Dotazníkové šetření	17
1.2 Trendy a vybrané ukazatele výkonnosti a rozvinutosti zemí	23
2 Kontext strategického managementu a udržitelného rozvoje – základní pojmy	24
2.1 Vymezení základních pojmů	24
2.2 Udržitelnost jako strategická záležitost	26
2.3 Přínosy strategie udržitelnosti	26
2.4 Zájmové skupiny	29
3 Externí analýza	33
3.1 Ekonomické faktory	34
3.1.1 Změna poptávky po různých produktech	35
3.1.1.1 Ekologické zemědělství a ekologické produkty	36
3.1.2 Význam certifikace bioproduktů a biopotravin při nákupu výrobků a služeb	42
3.1.2.1 Rozdíly ve významu bio certifikace mezi pohlavími	43
3.1.2.2 Rozdíly ve významu bio certifikace v závislosti na věku	44
3.1.2.3 Rozdíly ve významu biocertifikace v závislosti na velikosti bydliště	45
3.1.2.4 Rozdíly ve významu bio certifikace v závislosti na vzdělání	46
3.1.2.5 Rozdíly ve významu bio certifikace v závislosti na čistém příjmu domácností	47
3.1.3 Vyhodnocení závislosti mezi indikátory výkonnosti a procentem ekologicky obdělávané půdy v zemích Evropské unie	50

3.2	Environmentální faktory	51
3.2.1	Energie a obnovitelné zdroje energie	52
3.2.1.1	Základní charakteristika zdrojů energie a vývoj spotřeby	52
3.2.1.2	Podíl energie z obnovitelných zdrojů na hrubé konečné spotřebě energie v %	59
3.2.1.3	Podíl energie z obnovitelných zdrojů na hrubé konečné spotřebě energie v %	59
3.2.2	Klimatické změny	60
3.2.3	Skleníkové plyny	65
3.2.3.1	Pravděpodobný vývoj klimatu v České republice	66
3.2.3.2	Dopad na odvětví	66
3.2.4	Vyhodnocení závislosti mezi indikátory výkonnosti a emisí skleníkových plynů v zemích Evropské unie.	67
3.3	Význam dopadu problémů v oblasti životního prostředí na jejich nákup. .	69
3.3.1	Významu výroby s ohledem na problémy životního prostředí v závislosti na pohlaví	69
3.3.2	Význam výroby s ohledem na problémy životního prostředí v závislosti na věku	70
3.3.3	Význam výroby s ohledem na problémy životního prostředí v závislosti na velikosti bydliště	71
3.3.4	Význam výroby s ohledem na problémy životního prostředí v závislosti na vzdělání	72
3.3.5	Význam výroby s ohledem na problémy životního prostředí v závislosti na čistém příjmu domácnosti	73
3.4	Demografické a sociální faktory	74
3.5	Politické a legislativní faktory.	79
3.5.1	Významné mezinárodní iniciativy a dokumenty	80
3.5.1.1	Agenda 21	80
3.5.1.2	Místní agenda 21	82
3.5.1.3	Strategie udržitelného rozvoje Evropské unie	82
3.5.2	Strategický rámec udržitelného rozvoje České republiky	83
3.5.2.1	Další strategické dokumenty	84
3.5.2.1.1	Státní politika životního prostředí	84
3.5.2.1.2	Strategie přizpůsobení se změně klimatu v podmínkách ČR (Adaptační strategie) . . .	84
3.5.2.1.3	Státní program ochrany přírody a krajiny . .	84
3.5.2.2	Strategie ochrany biologické rozmanitosti České republiky	85

3.5.3	Podpory ze strany státu	85
3.5.3.1	Výdaje na ochranu životního prostředí a podpory	85
3.5.4	Další podpory	88
3.5.4.1	Dotace v ekologickém zemědělství	88
3.5.4.2	Integrovaná produkce	88
3.5.4.3	Podpora v oblasti obnovitelných zdrojů a úspor energie	89
3.5.4.4	Podpory vyplývající ze strategických dokumentů	90
3.6	Proces hodnocení dopadů na životní prostředí – EIA	91
3.7	Technologické faktory	92
3.8	Vybrané aspekty odvětví	92
3.9	Dílčí závěry a shrnutí	96
4	Nástroje a koncepty pro posílení silných stránek	99
4.1	Hodnototvorný řetězec	100
4.2	Environmentální manažerské systémy	101
4.2.1	ISO	102
4.2.2	EMAS	102
4.2.3	Význam environmentálních manažerských systémů při nákupu produktů	106
4.2.3.1	Rozdíly ve významu manažerských environmentálních systémů mezi pohlavími	107
4.2.3.2	Rozdíly ve významu manažerských environmentálních systémů v závislosti na věku	108
4.2.3.3	Rozdíly ve významu manažerských environmentálních systémů v závislosti na velikosti bydliště	110
4.2.3.4	Rozdíly ve významu manažerských environmentálních systémů v závislosti na vzdělání	111
4.2.3.5	Rozdíly ve významu manažerských environmentálních systémů v závislosti na čistém příjmu domácností	113
4.3	Ekoznačení	115
4.3.1	Vymezení pojmu a vývoj ekoznačení	115
4.3.2	Význam environmentálního značení pro nákup výrobku a služeb	117
4.3.2.1	Rozdíly ve významu environmentálního značení mezi pohlavími	118

4.3.2.2	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na věku	119
4.3.2.3	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na velikosti bydliště	120
4.3.2.4	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na vzdělání	121
4.3.2.5	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na čistém příjmu domácností	121
4.3.3	Význam environmentálního značení pro nákup výrobku a služeb.	123
4.3.3.1	Rozdíly ve významu environmentálního značení mezi pohlavími.	123
4.3.3.2	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na věku	124
4.3.3.3	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na velikosti bydliště	125
4.3.3.4	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na vzdělání	126
4.3.3.5	Rozdíly ve významu environmentálního značení v závislosti na čistém příjmu domácností	127
4.4	Hodnocení životního cyklu výrobku (LCA – life-cycle assessment)	128
4.5	Zelené nakupování a zelené veřejné zakázky	129
4.6	Fair Trade	130
4.6.1	Podstata Fair Trade a vývoj fairtradového konceptu	130
4.6.2	Význam fair trade certifikace při nákupu produktů	133
4.6.2.1	Rozdíly ve významu fair trade certifikace mezi pohlavími	133
4.6.2.2	Rozdíly ve významu fair trade certifikace v závislosti na věku	134
4.6.2.3	Rozdíly ve významu fair trade certifikace v závislosti na velikosti bydliště	136
4.6.2.4	Rozdíly ve významu fair trade certifikace v závislosti na vzdělání	137
4.6.2.5	Rozdíly ve významu fair trade certifikace v závislosti na čistém příjmu domácnosti	138
4.7	Sociální odpovědnost podniku (corporate social responsibility)	140
4.7.1	Vymezení pojmu a vybrané aspekty CSR	140
4.7.2	Koncept sdílené hodnoty	145

4.7.3	Význam aktivit v oblasti sociální odpovědnosti podniků na nákup výrobků a služeb.	147
4.7.3.1	Rozdíly ve významu CSR aktivit mezi pohlavími. . .	147
4.7.3.2	Rozdíly ve významu CSR aktivit v závislosti na věku.	148
4.7.3.3	Rozdíly ve významu CSR aktivit v závislosti na velikosti bydliště	150
4.7.3.4	Rozdíly ve významu CSR aktivit v závislosti na vzdělání	151
4.7.3.5	Rozdíly ve významu CSR aktivit v závislosti na čistém příjmu domácnosti	152
4.8	Cirkulární ekonomika	154
4.8.1	Vymezení pojmu	154
4.8.2	Procento opětovného využití materiálu na celkové spotřebě materiálu jako ukazatel cirkulární ekonomiky.	155
4.9	Ekodesign	156
4.10	Čistší produkce	158
4.10.1	Vymezení pojmů a dopadů ekoinovací	158
4.10.2	Index ekoinovací EU = 100	163
4.11	Environmentální manažerské účetnictví	164
4.12	Environmentální benchmarking	167
4.13	Zelený marketing.	168
4.14	Firemní filantropie.	172
4.15	Analýza portfolia.	173
4.16	Dílčí závěry a shrnutí	174
5	Konkurenční strategie.	176
6	Korporátní strategie	181
7	Závěr	184
8	Shrnutí.	187
9	Summary	188
10	Literatura	189
11	Seznam tabulek	206