



## OBSAH

Seznam obrázků.....	4
Seznam tabulek.....	6
ÚVOD.....	7
Kapitola 1: ROLE BUSINESSU VE SPOLEČNOSTI.....	9
1.1 Tradiční a nový model role businessu.....	10
1.1.1 Předpoklady tradičního modelu.....	10
1.1.2 Kritika tradičního modelu.....	11
1.1.3 Nový model businessu ve společnosti.....	12
1.2 Firemní filantropie a společenská odpovědnost.....	13
1.2.1 Firemní filantropie.....	14
1.2.2 Environmentální udržitelnost.....	17
1.3 Tvorba hodnoty pro stakeholdery.....	18
1.3.1 Principy modelu stakeholderů.....	18
1.3.2 Principy vědomého kapitalismu.....	20
Kapitola 2: STRATEGICKÁ SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST.....	26
2.1 Vývoj modelu CSR 1.0.....	27
2.1.1 Fáze a období CSR 1.0.....	27
2.1.2 Neúspěch modelu CSR 1.0.....	29
2.2 Sdílená hodnota.....	30
2.2.1 Tvorba sdílené hodnoty.....	31
2.3 Marketingové a firemní sociální iniciativy.....	33
2.3.1 Marketingové sociální iniciativy.....	34
2.3.2 Firemní sociální iniciativy.....	36
Kapitola 3: SYSTÉMOVÁ SPOLEČENSKÁ ODPOVĚDNOST.....	41
3.1 Transformace CSR 1.0 na CSR 2.0.....	42
3.1.1 CSR 1.0 ve srovnání s CSR 2.0.....	42
3.2 DNA modelu CSR 2.0.....	44
3.2.1 Charakteristiky modelu CSR 2.0.....	45

3.3 Principy Plánu B.....	50
3.3.1 Společenské výzvy.....	50
3.3.2 Průlomový kapitalismus.....	51
Kapitola 4: SOUSTAVNÁ INOVACE .....	57
4.1 Soustavná inovace .....	58
4.1.1 Systémové pojetí inovace .....	58
4.1.2 Principy managementu soustavné inovace .....	59
4.2 Radikální management .....	66
4.2.1 Vývoj managementu .....	67
4.2.2 Principy radikálního managementu.....	69
Kapitola 5: SOCIÁLNÍ (INTRA)PODNIKAVOST.....	79
5.1 Sociální intrapodnikatelé a sociální podnikatelé.....	80
5.1.1 Typy sociálních intrapodnikatelů .....	81
5.1.2 Osobnosti intrapodnikatelů.....	83
5.1.3 Umožňující prostředí pro sociální intrapodnikatele.....	85
5.2 Investice do (sociálního) impaktu.....	87
5.2.1 Přístupy k financování .....	88
5.2.2 Investiční nástroje a příležitosti .....	90
5.3 Inkluzivní inovace .....	92
Kapitola 6: SOCIÁLNÍ BUSINESS STRATEGIE .....	98
6.1 Trh sociálního kapitálu.....	99
6.1.1 Faktory rozvoje trhu sociálního kapitálu.....	99
6.1.2 Význam rozvoje trhu sociálního kapitálu .....	101
6.2 Od společenské odpovědnosti k sociální inovaci .....	103
6.2.1 Společenská smlouva a odpovědnost.....	103
6.2.2 Strategická filantropie a firemní sociální podnikání .....	105
6.3 Sociální inovace.....	105
6.3.1 Hodnota sociální inovace .....	107
6.3.2 Přínosy sociální inovace .....	108
6.4 Kultura sociální inovace .....	109



6.4.1	Mezery kultury sociální inovace .....	110
6.4.2	Tvorba kultury sociální inovace.....	111
6.5	Tvorba sociální inovace.....	112
6.5.1	Výběr správné strategie.....	113
6.5.2	Integrace s businesssem .....	114
6.5.3	Měření výkonnosti.....	114
	<b>Kapitola 7: STRATEGIE SOCIÁLNÍ INOVACE .....</b>	<b>119</b>
7.1	Produkty a služby pro opomíjené subtrhy.....	120
7.1.1	Příležitosti sociální arbitráže .....	120
7.1.2	Strategie pro opomíjené subtrhy.....	122
7.2	Sociálně nedostupné trhy.....	123
7.2.1	Příležitosti nedostupných trhů .....	124
7.2.2	Strategie pro nedostupné trhy.....	125
7.3	Emocionální vztahy se zákazníky .....	126
7.3.1	Příležitosti vztahů se zákazníky.....	127
7.3.2	Strategie emocionálních vztahů .....	128
7.4	Nové zdroje talentu.....	129
7.4.1	Příležitosti nových zdrojů talentu .....	130
7.4.2	Strategie nových zdrojů talentu.....	131
7.5	Obrácený lobbying .....	132
7.5.1	Příležitosti obráceného lobbyingu .....	133
7.5.2	Strategie obráceného lobbyingu.....	134
	<b>SEZNAM LITERATURY.....</b>	<b>139</b>