

Některé firmy opouštějí jednoduché vypisování šeků na "dobro" a mění své byznys modely tak, aby zahrnuly společenská témata do podnikatelských strategií. Cílem je vytvořit sdílenou hodnotu - koncept, který zohledňuje rostoucí přesvědčení, že tvorba zisku a dosáhování společenského rozvoje se navzájem nevylučují.



Shared Value jako jeden z 10 trendů roku 2012 podle The Economist.

Stačí, aby firma tak nějak lidsky, "nebyznysově" nabízela své prostředky s tím, že ono už to nějak dopadne? Opravdu ta "lidskost" sama má potenciál řešit složité problémy společnosti, ve které žijeme? Nebylo by lepší nahlížet na společenskou odpovědnost víc jako na investici, která, má-li být účinná, musí být řádně z mnoha stran promyšlená?



Ivo Jupa, blog CSR je spása lidstva - leda pokud by nebyla!

Z hlediska životního prostředí má větší přínos naučit se úsporně řídit auto, každopádně do výroční zprávy se více hodí fotografie, jak vedení firmy sází stromy. Společenská odpovědnost v tomto pojetí pak splývá s PR.



*Vladimír Kočí, Vysoká škola chemicko-technologická v Praze
V rámci diskuse Environmental Issues as a Business Opportunity,
AmCham 20. března 2012.*



WWW.CSRCONSULT.CZ

