

Abstrakt

Diplomová práce se věnuje strategické společenské odpovědnosti firem a s ní souvisejícímu konceptu vytváření sdílené hodnoty (tzv. creating shared value). Analyzuje rozdíl mezi strategickou CSR a klasickou firemní filantropií, kdy se jedná o přerozdělování části zisku. Poukazuje na vazbu mezi businesssem a občanskou společností. V současnosti si firmy uvědomují, že jejich úspěšnost souvisí se zdravím společnosti, ve které působí, a proto se při implementaci strategické CSR zaměřují na řešení problémů, které se vztahují k oblasti, ve které jsou profesionálové. Diplomová práce se zaměřuje na vytváření spolupráce mezi firmami a občanskou společností, která je vybudována na myšlence, že sociální a ekonomické cíle se vzájemně překrývají. Tato spolupráce je výzvou k řešení společných sociálních problémů a měla by přinášet prospěch oběma stranám. Teoretický základ práce je doplněn empirickou částí založenou na analýze rozhovorů se zástupci firem a organizací občanské společnosti.