

## NÁZORY

### Názory na manažment

Tak čo bráni vzniku **svedomitého, zodpovedného a udržateľného kapitalizmu**, ktorý by bol dlhodobo udržateľný? Hamel si myslí, že je to pevný rámec hlboko zakorenených názorov na to, **k čomu biznis je, čím záujmom slúži a ako vytvára hodnotu**. Tieto názory sú **dogmatické, narcistické a zastarané**.

Starý názor	Nový názor
Primárnym cieľom biznisu je zarábať peniaze.	Primárnym cieľom biznisu je zvyšovanie miery blahobytu ľudí ekonomicky účinným spôsobom.
Šéfovia korporácií by sa mali zodpovedať iba z priamych následkov svojich činov.	Šéfovia korporácií by sa mali zodpovedať z následkov druhého a tretieho rádu, ktoré so sebou prináša ich honba za rastom a ziskom.
Výkonnosť a finančné hodnotenie členov vedenia firiem by malo byť založené iba na ziskoch v krátkodobom horizonte.	Výkonnosť a finančné hodnotenie členov vedenia firiem by malo byť založené na dlhodobo vytváranej hodnote-finančnej aj spoločenskej.
Spôsob, akým by sa mala spoločnosť profilovať ako sociálne zameraná, je vyhlasovanie vznešených cieľov, uvádzanie zelených produktov a tučný rozpočet svojho oddelenia pre spoločenskú zodpovednosť.	Spôsob, akým by sa mala spoločnosť profilovať ako sociálne zameraná, je obetavý a neochvejný záväzok robiť za každých okolností to, čo je správne.
Primárna podstata „konania dobra“ je fakt, že to firme pomôže k úspechu. Výsledok: dobro je konané iba vtedy, pokiaľ firma z toho niečo vyťaží.	Primárna podstata „konania dobra“ je dobro samotné, nie úspech firmy.
Zákazníkom záleží viac na tom, akú hodnotu dostanú za svoje peniaze, než na tom, aké hodnoty boli dodržiavané, alebo pošliapované pri výrobe a predaji konkrétneho výrobku.	Zákazníkom záleží viac na tom, aké hodnoty boli dodržiavané, alebo pošliapované pri výrobe a predaji konkrétneho výrobku.
Zákazníkmi firmy sú iba ľudia, ktorí využívajú jej služby.	Zákazníkmi firmy sú všetci tí, ktorých životy sú jej činnosťou nejako ovplyvňované.
Firma môže úplne legitímne zarábať peniaze využívaním toho, že si zaviaže zákazníkov, zveličí výhody produktov, alebo obmedzí zákazníkov v možnosti výberu.	Firma nemôže úplne legitímne zarábať peniaze využívaním toho, že si zaviaže zákazníkov, zveličí výhody produktov, alebo obmedzí zákazníkov v možnosti výberu.
Pozícia na trhu a politický vplyv sú prijateľnými nástrojmi pre potlačenie najnovšej technológie, alebo konkurencie.	Pozícia na trhu a politický vplyv nie sú prijateľnými nástrojmi pre potlačenie najnovšej technológie, alebo konkurencie.
Firemný „brand“ je výplod marketingu a reklamy.	Firemný „brand“ je spoločnosťou vytvorené vnímanie skutočných hodnôt firmy.

### Literatúra

[Gary Hamel, Na čom dnes záleží, Peoplecomm, 2013](#)