



جاری سازی پایداری شرکتی

استفاده از ابزارهای مناسب جهت موفقیت در کسب و کارها

نویسنده: سوزان فارور

مترجمان:

دکتر امیرمحمد کلابی

عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس

فاطمه شرعی

مشاور کسب و کار

سرشناسه	:	سوزان فارور -
عنوان و نام پدیدآور	:	جاری سازی پایداری شرکتی
مشخصات نشر	:	تهران: تدبیرگر صانعی، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	:	۱۸۰ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	:	9786229853337:
وضعیت فهرست نویسی	:	فیپا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	کسب و کار
موضوع	:	business
شناسه افزوده	:	کلابی، امیرمحمد، ۱۳۶۳-
شناسه افزوده	:	شراعی، فاطمه، ۱۳۷۵-
رده بندی کنگره	:	HD۶۱
رده بندی دیویی	:	۱۵۵/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	:	۸۴۲۲۵۸۴



انتشارات صانعی

www.ketab.ir

جاری سازی پایداری شرکتی

ناشر: تدبیرگر صانعی

مترجم: امیرمحمد کلابی- فاطمه شراعی

ناظر فنی و مدیر اجرایی: محسن صانعی

چاپ اول ۱۴۰۰

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۶۹,۰۰۰ تومان

کلیه حقوق مادی و معنوی برای ناشر محفوظ است.

آدرس فروشگاه: تهران، خیابان انقلاب، بین ۱۲ فروردین و اردیبهشت، کتابفروشی صانعی، پ ۱۳۱۲

تلفن: ۶۶۴۰۹۹۲۴، ۶۶۴۰۵۳۸۵

آدرس دفتر: تهران، خیابان انقلاب، مابین ۱۲ فروردین و منیری جاوید، کتابسرای اندیشه، طبقه اول

واحد A5

تلفن: ۶۶۴۰۸۱۶۵، ۶۶۴۶۲۱۷۷

فروشگاه اینترنتی: www.saneibook.com

پیشگفتار مترجم

بشر به ناکارآمدی دانش آکادمیک خود در رسیدن به پاسخ‌های جدید پی برده است و سعی دارد راهی را برای استفاده بهینه از همه منابع با نگاهی بلندمدت جهت بهره‌مندی همه ارکان کسب‌وکار ارائه دهد، شاید اتفاقات محیطی پیش‌آمده از جمله بیماری‌های ناشناخته می‌تواند شاهدهی بر این ادعا باشد که همه چیز می‌تواند یک‌شبه از بین برود و تمامی منابع برای خلق یک کسب‌وکار را تحت شعاع خود قرار دهد.

در یک دهه اخیر رشته‌های آکادمیک درون‌رشته‌ای^۱ و بین‌رشته‌ای^۲ به‌منظور کاربردی‌تر کردن علوم و هماهنگی از طریق تجزیه و ترکیب رشته‌ها و در جهت درنوردیدن محدوده‌های سنتی که نشان از نیازهای جدید و فراتر از مرزهای امروزی دارد، گسترش پیدا کرده است. از جمله آن می‌توان به جواب پرسش چگونگی رخ دادن توسعه پایدار، اقتصاد پایدار، بهره‌برداری از منابع پایدار و کارآفرینی پایدار اشاره کرد که نظر بسیاری از اندیشمندان و صاحب‌نظران رشته‌های مختلف و جدید را به خود جلب نموده و مطالعات و پژوهش‌های گسترده‌ای را به خود اختصاص داده است.

همان‌طور که عنوان شد پایداری مورد توجه همه سطوح جهان می‌باشد، اعم از سیاستمداران، حامیان محیط‌زیستی و احتمالاً صاحبان کسب‌وکارها که در این سال‌ها توجه ویژه به همه ذی‌نفعان در قالب خلق ارزش مشترک مدنظر پژوهشگران مختلف قرار گرفته است؛ اما سؤال اینجاست که آیا پایداری بدون توجه به نسل‌های آینده نیز محقق می‌شود؟

اهمیت موضوع پایداری در سه حوزه زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی می‌باشد. شاید بهتر است بگوییم هیچ اقتصادی به توسعه دست نخواهد یافت مگر با توجه به پایداری در سه حوزه عنوان شده. همان‌طور که بیان شد اهمیت موضوع پایداری در شرکت‌ها به‌عنوان بازیگران اصلی رشد و توسعه اقتصادی و به‌عنوان محرکان کارآفرینی می‌تواند متضمن موفقیت نسل‌های آینده نیز باشد. این موارد می‌تواند به‌عنوان چالش اصلی شرکت‌های کارآفرین باشد و حتی در سازمان‌ها جاری شود که چگونه بین رونق اقتصادی، حفاظت از محیط‌زیست و رفاه اجتماعی به نقطه تعادل برسیم که قطعاً تجربیات بشر نشان از آن دارد که لطمه زدن به هر یک از مؤلفه‌ها بدون درنظرگرفتن مابقی مؤلفه‌ها می‌تواند باعث لطمات جبران‌ناپذیری برای آیندگان باشد. در همین

^۱ Interdisciplinary

^۲ Multidisciplinary

راستا موضوع پایداری شرکتی بسیار مورد توجه شرکت‌های مطرح و پیشرو در دنیا شده است و راز موفقیت شرکت‌ها استفاده از ابزارهای سنجش و ایجاد چارچوب‌های عملکردی در راستای سنجش پایداری شرکتی می‌باشد. از آن رو بر آن شدیم تا با توجه به مطالعات در این حوزه، سرآغاز توجه و دقت نظر سیاستمداران، پژوهشگران، کارآفرینان و صاحبان صنایع باشیم.

کتاب حاضر تلاش خانم سوزان فارور مدرس دانشگاه هاروارد با سابقه مشاوره و پژوهش در زمینه پایداری شرکتی می‌باشد. پایداری شرکتی می‌تواند به‌عنوان راهکار عملیاتی برای تعامل با شرکت‌های چندملیتی و بین‌المللی باشد که قطعاً جای مطالعات و تحقیقات بیشتری دارد.

شاید بتوان گفت در کشور ما هنوز نیازی به اجرایی شدن الزامات پایداری احساس نشده است. ولی در آینده‌ای نه‌چندان دور به‌عنوان الزامات کسب‌وکارهای بین‌المللی و حداقل‌های ورود به بازارهای جهانی خواهد بود. کتاب پیشرو می‌تواند به جهت معرفی موضوع و بررسی از منظرهای مختلف کمک شایانی داشته باشد. کتاب حاضر شامل پانزده فصل می‌باشد که در فصل اول درآمدی بر پایداری و تعاریف پایداری شرکتی، در فصل دوم چشم‌انداز شرکت‌های پایدار و مسئولیت اجتماعی آن‌ها، در فصل سوم طرح تجاری پایدار و ارتباط بین چشم‌انداز و ارزش‌های شرکت، در فصل چهارم اثرات پایداری و ابزارهای سنجش پایداری، در فصل پنجم حاکمیت شرکتی، ساختار شرکت و مدیریت، در فصل ششم چگونگی روابط با ذی‌نفعان و انواع ذی‌نفعان، در فصل هفتم رفاه اجتماعی و شاخص‌های اجتماعی پایداری، در فصل هشتم رونق اقتصادی و شاخص‌های اقتصادی پایداری، در فصل نهم استراتژی‌های پایداری شرکتی، در فصل دهم چگونگی مدیریت پایداری، در فصل یازدهم مدیریت زنجیره تأمین و خلق ارزش مشترک، در فصل دوازدهم معیارهای سنجش پایداری، در فصل سیزدهم گزارش عملکرد پایدار و چگونگی گزارشگری مالی و غیرمالی شرکت‌ها، در فصل چهاردهم بازاریابی برای ایجاد پایداری و تحلیل چرخه عمر شرکت‌ها و در فصل پانزدهم نوآوری در راستای ایجاد پایداری شرکتی آورده شده است.

امید است این تلاش حداقلی مورد توجه جامعه فہیم دانشگاهی و حوزه کسب‌وکار قرار گیرد و به‌عنوان رویکردی جدی جهت توجه به پایداری بلندمدت و توجه به محیط اطرافمان و آیندگانمان در شکل‌گیری این مکتب فکری باشد.

دکتر امیرمحمد کلابی - فاطمه شراعی

تابستان ۱۴۰۰

فهرست مطالب

۱۵.....	فصل ۱: درآمدی بر پایداری
۱۵.....	پایداری چیست؟
۱۶.....	اجرای پایداری در شرکت
۱۷.....	تعریف پایداری شرکتی
۱۸.....	دیدگاه‌هایی مثبت و سازنده برای اجرای پایداری
۱۹.....	مسئله مهم در ایجاد پایداری چیست؟
۲۰.....	مسئولیت از دیدگاه سازمان بین‌المللی استانداردسازی
۲۲.....	تلفیق و ادغام مسئولیت‌های شرکت
۲۲.....	مدیریت مسئولیت‌ها
۲۴.....	راز موفقیت شرکت: استفاده از چارچوب‌های عملکرد
۲۵.....	مدیریت نتایج
۲۷.....	فصل ۲: چشم‌انداز شرکت
۲۷.....	ظهور شرکت‌ها
۲۹.....	انحصارات شرکت
۳۰.....	مزایای شرکت‌های بزرگ
۳۱.....	ویژگی شرکت‌های چندملیتی
۳۱.....	شرکت‌ها و محیط‌زیست
۳۲.....	مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها
۳۳.....	رتبه‌بندی کشورها در زمینه مسئولیت اجتماعی
۳۳.....	مسئولیت اقتصادی شرکت

۳۴	 مسئولیت های سه گانه و چشم انداز شرکت
۳۵	 رویکرد مدیریت از بالا به پایین در مقابل رویکرد مدیریت از پایین به بالا
۳۵	 عدالت تجاری
۳۶	 دارایی های شرکت: ساختمان ها، محصولات و زنجیره تأمین
۳۶	 شرکت کوکاکولا
۳۷	 شرکت پپسی
۳۸	 زنجیره تأمین
۳۹	 مثال های بیشتری درباره زنجیره تأمین
۴۰	 نتیجه گیری
۴۱	 فصل ۳: طرح تجاری پایدار
۴۱	 سوالات درباره طرح تجاری پایدار
۴۳	 شناسایی طرح های تجاری پایدار
۴۴	 ارتباط بین چشم انداز و ارزش های شرکت
۴۷	 ارزش مشترک
۴۷	 مدیریت ریسک
۴۸	 سفارشی سازی طرح تجاری
۴۹	 چالش های ایجاد طرح تجاری پایدار
۵۰	 یافتن نمونه هایی برای ایجاد طرح تجاری پایدار
۵۱	 فصل ۴: اثرات پایداری
۵۱	 مقدمه
۵۳	 ابزارهای تحلیل اثرات پایداری
۵۳	 نقشه برداری فرایند
۵۴	 تجزیه و تحلیل چرخه عمر
۵۶	 فهرست فعالیت ها در زنجیره ارزش
۵۸	 تعیین اثرات پایداری

۵۹	کارت امتیازی متوازن
۶۱	فصل ۵: حاکمیت شرکتی و مدیریت
۶۱	مقدمه
۶۱	ساختار اصلی شرکت
۶۲	مسئولیت محدود
۶۳	اساسنامه و آیین نامه
۶۳	مسئولیت اعضای هیئت مدیره
۶۴	کمیته های هیئت مدیره
۶۵	ساختار شرکت های چندملیتی و شرکت های تابعه
۶۵	فرهنگ سازمانی
۶۶	چشم انداز، مأموریت و ارزش های اصلی
۶۶	اصول راهنما (ارزش های اصلی)
۶۸	توانمندسازی کارکنان
۶۹	دستورالعمل ها و استانداردها
۶۹	نقش شرکت های عام المنفعه در پایداری
۶۹	نتیجه گیری
۷۱	فصل ۶: مشارکت با ذی نفعان
۷۱	مقدمه
۷۲	اولویت بندی ذی نفعان
۷۴	چارچوب عملکرد بالدریج
۷۴	رهبری
۷۵	رهبری و حاکمیت
۷۷	کارکنان
۷۷	مشتریان و سایر ذی نفعان
۷۸	زنجیره تأمین

۷۹.....	ذی نفعان خارجی
۷۹.....	جامعه
۷۹.....	دولت ها
۸۰.....	سازمان های مردم نهاد
۸۱.....	ابزارهای مشارکت
۸۳.....	نتیجه گیری
۸۵.....	فصل ۷: رفاه اجتماعی
۸۵.....	مقدمه
۸۶.....	مسئولیت اجتماعی
۸۷.....	هدایت از طریق سیگما
۸۹.....	پاسخگویی
۸۹.....	شاخص های اجتماعی
۹۱.....	استانداردهای مدیریتی
۹۳.....	تغییرات آب و هوا و مسئولیت اجتماعی
۹۴.....	اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد
۹۴.....	نتیجه گیری
۹۵.....	فصل ۸: رونق اقتصادی
۹۵.....	مقدمه
۹۶.....	ادامه کسب و کار
۹۷.....	شاخص های اقتصادی پایداری
۱۰۱.....	ارزش گذاری شهرت شرکت
۱۰۱.....	مسئولیت اقتصادی و رویکرد فرایندی
۱۰۲.....	مدیریت ریسک
۱۰۳.....	تغییرات آب و هوا و مسئولیت اقتصادی
۱۰۴.....	نتیجه گیری

۱۰۵	فصل ۹: استراتژی پایداری شرکتی
۱۰۶	استراتژی چگونه کار می‌کند؟
۱۰۸	فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک
۱۰۸	اول: تعیین اهداف و اقدامات
۱۰۸	سپس، اولویت‌بندی
۱۰۹	برنامه‌های تاکتیکی و منابع
۱۱۰	تحلیل ریسک و جنبه‌های آن
۱۱۰	استفاده از چارچوب‌های عملکرد
۱۱۱	نتیجه‌گیری
۱۱۳	فصل ۱۰: سیستم مدیریت پایداری
۱۱۳	مقدمه
۱۱۴	برنامه‌ریزی-اجرا-بررسی-اقدام
۱۱۹	اجرا
۱۲۱	بررسی
۱۲۲	اقدام
۱۲۳	نتیجه‌گیری
۱۲۵	فصل ۱۱: مدیریت زنجیره تأمین
۱۲۵	مقدمه
۱۲۷	زنجیره تأمین پایدار
۱۲۹	ارتباط زنجیره تأمین با چشم‌انداز و اهداف شرکت
۱۲۹	منشور اخلاقی
۱۳۰	تعیین حوزه فعالیت‌های شرکت
۱۳۱	تنظیم و پیاده‌سازی اهداف
۱۳۱	ارزیابی عملکرد و ارتباطات
۱۳۲	ارزش مشترک