

مدیریت

کسب و کار و جامعه

اخلاق و مدیریت ازی نضمان

جلد اول

آرچی بی. کرول و آن کی. بوشولت

ترجمہ محمد جعفر نظری



انتشارات
دعای اقتصاد

سرشناسه: کارول، آرچی بی، ۱۹۴۳-م. / Carroll, Archie B. / عنوان و نام پدیدآور: کسب و کار و جامعه : اخلاق و مدیریت ذی‌نفعان / آرچی بی. کرول، آن کی. بوشولت؛ ترجمه محمدجعفر نظری. / مشخصات نشر: تهران: انتشارات دنیای اقتصاد، ۱۳۹۷. / مشخصات ظاهری: ج۲: ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م. / فروست: مدیریت. / شابک: دوره ۱-۴۷-۴۹۷-۶۰۰-۹۷۸: ج. ۱: ۸-۴۸-۴۹۷-۶۰۰-۹۷۸ / وضعیت فهرست نویسی: فیبا / یادداشت: عنوان اصلی: Business & society: ethics and stakeholder management, 7th ed, 2009 / موضوع: اخلاق کسب و کار / موضوع: Business ethics / موضوع: مسوولیت اجتماعی کسب و کار -- ایالات متحده / موضوع: شناسه افزوده: Social responsibility of business -- United states / بوشولت، آن کی. ۱۹۵۲-۲۰۱۵.م. / شناسه افزوده: Buchholtz, Ann K. / شناسه افزوده: نظری، محمدجعفر، ۱۳۶۵ -، مترجم / رده‌بندی کنگره: ۵۵۴۸۳۹۳ / رده‌بندی دیویی: ۱۷۴ / شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۴۸۳۹۳

کسب و کار و جامعه (اخلاق و مدیریت ذی نفعان) (جلد اول) / ناشر: انتشارات دنیای اقتصاد /
مولف: آرچی بی. کرول و آن کی. بوشولت / مترجم: محمدجعفر نظری / مدیر هنری و طراح جلد:
حسن کریم زاده / صفحه آرا: مریم فتاحی / مدیر تولید: انوشه صادقی آزاد / نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸ / شمارگان:
۵۰۰ نسخه / شابک دوره: ۱-۴۷-۰۴۹۷-۶۰۰-۹۷۸ / شابک جلد اول: ۸-۴۸-۰۴۹۷-۶۰۰-۹۷۸ /
چاپ: پردیس / تمام حقوق این اثر محفوظ و متعلق به نشر دنیای اقتصاد است / نشانی انتشارات و فروشگاه:
تهران، خیابان قائم مقام فراهانی، ضلع شمال غربی میدان شعاع، شماره ۱۰۸ / تلفن: ۸۷۷۶۲۷۴۷ / پست
الکترونیک: book@den.ir / پایگاه اینترنتی: book.den.ir

www.ketab.ir

پیشگفتار	۱۳
پیش‌گفتا	۱۵
فصل اول	۱۷
رابطه کسب‌وکار و جامعه	۱۷
اهداف آموزشی فصل	۱۷
کسب‌وکار و جامعه	۲۱
تعریف کسب‌وکار	۲۱
تعریف جامعه	۲۳
جامعه به عنوان محیط کلان	۲۴
یک جامعه کثرت‌گرا	۲۵
نقاط قوت و ضعف کثرت‌گرایی	۲۶
جامعه منفعت‌ویزه	۲۷
چندگانگی توده مردم، سیستم‌ها و ذی‌نفعان	۲۸
انتقادگری کسب‌وکار و پاسخ شرکتی	۳۰
عوامل درون محیط اجتماعی	۳۱
افزایش آگاهی از طریق تلویزیون و اینترنت	۳۴
برنامه‌های تلویزیونی زمان اصلی	۳۶
انقلاب انتظارات فزاینده	۳۸
روحیه حق‌دهی	۴۰
جنبش حقوق	۴۱
فلسفه قربانی‌گری	۴۲
انتقادها به کسب‌وکار: استفاده و سوءاستفاده از قدرت	۴۴
پاسخ کسب‌وکار: ملاحظه و قرارداد اجتماعی در حال تغییر	۵۱
تمرکز این کتاب	۵۳

رویکرد مدیریتی	۵۳
مفهوم اخلاق کسب و کار	۵۷
مفهوم مدیریت ذی نفعان	۵۷
ساختار این کتاب	۵۹
چکیده فصل	۶۱
اصطلاحات کلیدی	۶۲
پرسش‌هایی برای بحث	۶۳
پی‌نوشت‌ها	۶۴

فصل دوم

شهروندی شرکتی: مسئولیت، پاسخگویی و عملکرد اجتماعی	۶۵
اهداف آموزشی فصل	۶۷
مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی	۶۸
دیدگاه‌های تاریخی نسبت به CSR	۷۲
مبیر مدل اقتصادی	۷۳
معانی تکامل CSR	۷۶
تشریح چهاربخشی از CSR	۷۸
گفته‌های طرفداران و مخالفت با مسئولیت اجتماعی	۹۲
گفته‌های منتقدان CSR	۹۳
گفته‌هایی به طرز تازاری از CSR	۹۵
مورد کسب و کار CSR	۹۸
نظرسنجی هزاره درباره مسئولیت اجتماعی شرکتی	۱۰۲
پاسخگویی اجتماعی شرکتی	۱۰۳
عملکرد اجتماعی شرکتی	۱۰۵
مدل CSP کرول	۱۰۶
الحاقات وارتیک و کوکران به CSP	۱۰۸
شهروندی شرکتی	۱۱۰
مراحل شهروندی شرکتی	۱۱۳
شهروندی شرکتی جهانی	۱۱۶
گرایش کسب و کار به شهروندی شرکتی	۱۱۸
رتبه‌بندی فورچون از سازمان‌های واجد بیشترین و کمترین اعتبار	۱۱۹
جایزه ران براون برای رهبری شرکتی	۱۲۰
جایزه مجله CRO	۱۲۱
رابطه مسئولیت اجتماعی شرکتی و عملکرد مالی	۱۲۴
دیدگاه خطوط عملیاتی ذی نفعان	۱۲۷
مسئولیت اجتماعی یا سرمایه‌گذاری اخلاقی	۱۲۹
چکیده فصل	۱۳۳
اصطلاحات کلیدی	۱۳۴
پرسش‌هایی برای بحث	۱۳۵
پی‌نوشت‌ها	۱۳۶

فصل سوم	
رویکرد ذی‌نفع‌محور به کسب‌وکار، جامعه و اخلاق	۱۴۱
اهداف آموزشی فصل	۱۴۱
ریشه‌های مفهوم ذی‌نفعان	۱۴۴
ذی‌نفعان: مالک چه چیزی هستند؟	۱۴۴
ذی‌نفع چیست؟	۱۴۵
ذی‌نفعان کسب‌وکار چه کسانی هستند؟	۱۴۶
رویکردهای تولیدی، مدیریتی و ذی‌نفع‌محور نسبت به کسب‌وکار	۱۴۶
ذی‌نفعان اولیه و ثانویه	۱۴۷
ذی‌نفعان محوری، استراتژیک و محیطی	۱۵۰
دسته‌بندی ویژگی‌های ذی‌نفعان: مشروعیت، قدرت و فوریت	۱۵۱
راه‌افت‌های استراتژیک چندامانتی و سنتز	۱۵۴
رزش‌های سه‌گانه مدل ذی‌نفعان	۱۵۶
پرسش‌ها - کلیدی در مدیریت ذی‌نفعان	۱۵۸
ذی‌نفعان: چه کسانی هستند؟	۱۵۹
بهم: یک از ذی‌نفعان ما چیست؟	۱۶۴
چه فرصت‌ها و چالش‌هایی از جانب ذی‌نفعان متوجه سازمان است؟	۱۶۷
کسب‌وکار نسبت به ذی‌نفعان خود چه مسئولیت‌هایی دارد؟	۱۷۱
چه استراتژی‌ها و اقداماتی باید مورد توجه مدیران قرار گیرد؟	۱۷۲
مدیریت اثربخش ذی‌نفعان	۱۷۸
ایجاد فرهنگ ذی‌نفع‌محور	۱۸۰
قابلیت مدیریت ذی‌نفعان	۱۸۱
سازمان ذی‌نفع‌محور	۱۸۵
اصول مدیریت ذی‌نفعان	۱۸۶
گام‌های استراتژیک به‌سوی مدیریت ذی‌نفعان	۱۸۷
چکیده فصل	۱۸۹
اصطلاحات کلیدی	۱۹۰
پرسش‌هایی برای بحث	۱۹۱
پی‌نوشت‌ها	۱۹۲

فصل چهارم	
حاکمیت شرکتی: موضوعات بنیادین	۱۹۷
اهداف آموزشی فصل	۱۹۷
مشروعیت و حاکمیت شرکتی	۱۹۸
هدف حاکمیت شرکتی	۲۰۱
اجزای حاکمیت شرکتی	۲۰۲
مشکلات حاکمیت شرکتی	۲۰۶
مسائل پیرامون جبران خدمات	۲۰۹
اثر بازار بر کنترل شرکتی	۲۱۷
رسوایی‌های سوداگری کارمندان خودی	۲۲۰

بهمود حاکمیت شرکتی	۲۲۲
قانون ساربینز - آکسلی	۲۲۳
تغییر در هیئت مدیره‌ها	۲۲۵
تنوع اعضای هیئت مدیره‌ها	۲۲۵
مدیران بیرونی	۲۲۷
استفاده از کمیته‌های هیئت مدیره	۲۲۹
رابطه هیئت مدیره با مدیر ارشد اجرایی	۲۳۱
ضامن بودن هیئت مدیره‌ها	۲۳۲
نقش سهامداران	۲۳۵
مردم‌سالاری سهامداران	۲۳۶
فعالیت سهامداران	۲۳۸
تاریخچه فعالیت سهامداران	۲۳۹
قطعه‌نامه‌های سهامداران	۲۴۱
شکایات سهامداران	۲۴۳
روابط با سرمایه‌گذاران	۲۴۴
تکلیف‌های مدیر	۲۴۵
آلات و تجهیزات	۲۴۸
پرسش‌های برای بحث	۲۴۹
بی‌نوشت‌ها	۲۵۰

فصل پنجم

مدیریت استراتژیک و عملیات شرکتی	۲۵۵
اهداف آموزشی فصل	۲۵۵
مفهوم خط‌مشی عمومی شرکت	۲۵۶
تعریف خط‌مشی عمومی شرکت	۲۵۷
خط‌مشی عمومی شرکتی و مدیریت استراتژیک	۲۵۸
رابطه اخلاق با مدیریت استراتژیک	۲۶۰
چهار سطح کلیدی استراتژی	۲۶۱
تعریف سطوح چهارگانه استراتژی	۲۶۱
تاکید بر استراتژی سطح سازمان	۲۶۳
فرایند مدیریت استراتژیک	۲۷۳
مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکتی	۲۷۳
حسابرسی اجتماعی و گزارش‌دهی عملکرد اجتماعی	۲۷۶
گزارش‌دهی عملکرد اجتماعی شرکتی	۲۷۸
روابط عمومی	۲۸۵
روابط عمومی به عنوان بخشی از مدیریت استراتژیک	۲۸۶
کارکرد روابط عمومی در سازمان‌های امروزی	۲۸۷
فعالیت‌ها و کارکردهای روابط عمومی	۲۸۸
مفاهیم مهم در زمینه روابط عمومی امروزی	۲۹۱
روابط عمومی بین‌المللی همچنان در حال رشد	۲۹۴

استراتژی روابط عمومی	۲۹۶
طراحی روابط بیرونی و عملکرد اجتماعی شرکتی	۲۹۶
افشای کسب و کار و طراحی روابط عمومی	۲۹۷
گنجاندن تفکر روابط عمومی در همه وظایف مدیران	۲۹۹
به روابط عمومی برای همه مدیران اهمیت ببخشید	۲۹۹
به مدیران در ایجاد حس مالکیت کمک کنید	۳۰۱
کار را برای مدیران عملیاتی آسان کنید	۳۰۱
نشان دهید که روابط عمومی چگونه می‌تواند تفاوت ایجاد کند	۳۰۲
آینده روابط عمومی در سده بیست و یکم	۳۰۳
چکیده فصل	۳۰۴
اصطلاحات کلیدی	۳۰۵
پرسش‌هایی برای بحث	۳۰۶
پی‌نوشت‌ها	۳۰۷

فصل ششم

مدیریت موضوعات و مدیریت بحران	۳۱۱
اهداف آموزشی فصل	۳۱۱
مدیریت موضوعات	۳۱۵
دو رویکرد نسبت به مدیریت موضوعات	۳۱۵
آمیخته متغیر موضوعات	۳۲۰
تعریف موضوعات فرایند مدیریت موضوعات	۳۲۱
فرایند توسعه موضوعات	۳۳۵
مدیریت موضوعات در عمل	۳۳۸
مدیریت موضوعات، پلی برای دستیابی به مدیریت بحران	۳۳۹
مدیریت بحران	۳۴۱
ماهیت بحران‌ها	۳۴۵
مدیریت بحران‌های کسب و کار	۳۵۲
ارتباطات در بحران	۳۵۷
مدیریت موفق بحران - منافع مدیریت بحران	۳۶۳
چکیده فصل	۳۶۶
اصطلاحات کلیدی	۳۶۷
پرسش‌هایی برای بحث	۳۶۸
پی‌نوشت‌ها	۳۶۹

فصل هفتم

مبانی اخلاق کسب و کار	۳۷۳
اهداف آموزشی فصل	۳۷۳
دیدگاه عامه مردم نسبت به اخلاق کسب و کار	۳۷۸
آیا اخلاق در کسب و کار واقعاً رو به زوال است؟	۳۸۲
آیا رسانه‌ها اخلاق را پرشورتر گزارش می‌کنند؟	۳۸۳

آیا اینها بدان معناست که جامعه واقعا در حال تغییر است؟	۳۸۴
اخلاق کسب و کار واقعا به چه معناست؟	۳۸۶
رویکرد سنتی به اخلاق کسب و کار	۳۸۸
اخلاق و قانون	۳۹۲
انجام داورهای اخلاقی	۳۹۴
اخلاق، اقتصاد و حقوق: یک مدل و	۳۹۷
چهار پرسش مهم درباره اخلاق	۳۹۸
چیست؟ پرسش توصیفی	۴۰۰
چه چیزی باید باشد؟ پرسش هنجاری	۴۰۱
چگونه از وضعیت موجود به وضعیت مطلوب برویم؟ پرسش کاربردی	۴۰۲
انگیزه ما چیست؟ پرسش ناظر به اعتبار و سندیت	۴۰۳
سه مدل اخلاق مدیریت	۴۰۵
مدیریت غیر اخلاقی	۴۰۶
مدیریت اخلاقی	۴۰۷
مدیریت بی اخلاق	۴۱۲
مدیریت در باره مدل های مدیریت اخلاقی	۴۱۶
مدیریت اخلاقی	۴۱۹
توسعه داری های اخلاقی	۴۲۰
سطح توسعه اخلاقی	۴۲۱
منابع مختلف ارزش های یک شخص	۴۲۷
عناصر داور اخلاق	۴۳۴
تصور اخلاقی	۴۳۵
شناسایی و چیدمان مؤلفه های اخلاقی	۴۳۵
ارزشیابی اخلاقی	۴۳۷
تحمل عدم توافق و ابهام اخلاق	۴۳۷
یکپارچه سازی شایستگی مدیریتی و اخلاق	۴۳۸
حس الزام اخلاقی	۴۳۸
چکیده فصل	۴۳۹
اصطلاحات کلیدی	۴۴۱
پرسش هایی برای بحث	۴۴۱
پی نوشت ها	۴۴۲
فصل هشتم	
اخلاق شخصی و سازمانی	۴۴۵
اهداف آموزشی فصل	۴۴۵
سطوحی که امکان پرداختن به اخلاق در آنها وجود دارد	۴۴۷
سطح شخصی	۴۴۸
سطح سازمانی	۴۴۹
سطح صنعت	۴۵۱
سطح جامعه و سطح جهانی	۴۵۲

اخلاق شخصی و مدیریتی	۴۵۳
رویکرد اصولی به اخلاق	۴۵۴
رویکرد آزمون‌های اخلاقی	۴۷۶
مدیریت اخلاق سازمانی	۴۸۲
عوامل موثر بر جو اخلاقی سازمان	۴۸۴
بهبودی فرهنگ اخلاقی سازمان	۴۹۰
از تصمیم‌گیری اخلاقی تا سازمان‌های اخلاقی	۵۲۵
چکیده فصل	۵۲۶
اصطلاحات کلیدی	۵۲۸
پرسش‌هایی برای بحث	۵۲۸
پی‌نوشت‌ها	۵۳۰

فصل نهم

اخلاق کسب‌وکار و فناوری	۵۳۷
اهداف آموزشی فصل	۵۳۷
فناوری و محیط فناورانه	۵۴۱
ویژگی‌های فناوری	۵۴۲
مزایای فناوری	۵۴۳
تأثیرات اجتماعی و جانشین‌های فناوری	۵۴۴
اخلاق و فناوری	۵۴۷
نشانه‌های مسمومیت جامعه فناورانه	۵۴۹
فناوری اطلاعات	۵۵۱
تجارت الکترونیک به عنوان یک فناوری نو ظهور	۵۵۲
موضوعات کنونی در اخلاق تجارت الکترونیک	۵۵۳
تجاوز به حریم خصوصی افراد با کسب‌وکار الکترونیک	۵۵۴
فناوری رایانه در محل کار	۵۶۷
سایر موضوعات مربوط به فناوری در محل کار	۵۷۷
زیست‌فناوری	۵۸۳
زیست‌اخلاق	۵۸۳
مهندسی ژنتیک	۵۸۷
خوراکی‌های اصلاح‌شده ژنتیکی	۵۹۵
خلاصه فصل	۶۰۰
اصطلاحات کلیدی	۶۰۱
پرسش‌هایی برای بحث	۶۰۲
پی‌نوشت‌ها	۶۰۳

اخلاق، و در سایر مسائل اخلاقی، افزون بر این که به خودی خود دارای ارزش و مودبانه است، به علت آن که بر میزان اعتماد گروه‌های مختلف جامعه به یک سازمان تأثیر بسیاری دارد، می‌تواند امری حیاتی برای یک کسب‌وکار باشد؛ زیرا از بین رفتن اعتماد مشتریان و سایر ذی‌نفعان نسبت به یک کسب‌وکار می‌تواند وابسته به آن آنها به تبع آن موجودیت کسب‌وکار را با تهدید روبه‌رو سازد. از این رو و با توجه به تجربه رسوایی‌های اخلاقی در برخی شرکت‌های بزرگ که منجر به رهم‌پاشیدن آنها گردید (و نمونه‌های آن در این کتاب ذکر شده است)، لزوم ترجمه تطبیق روش‌ها و رویکردهای مدیران با مسائل اخلاقی بیش‌ازپیش احساس می‌شود. متن حاضر که ترجمه ویرایش هفتم کتاب Business and Society: ethics and stakeholder management است، به تبیین این ضرورت و بررسی مهم‌ترین مسائل اخلاقی در قالب نمونه‌های متعدد می‌پردازد.

از ویژگی‌های این کتاب، جامعیت و پرداختن همزمان به جنبه‌های نظری و عملیاتی در اخلاق کسب‌وکار است؛ به طوری که برای بسیاری از موضوعات مطرح‌شده، نمونه‌هایی در فضای واقعی کسب‌وکار ذکر شده است. با توجه به تفصیل مطالب و حجم بالای آن، ترجمه این مجموعه در قالب دو مجلد انجام گرفته است. با وجود تلاش بسیار در نقل دقیق مطالب و درج مناسب‌ترین

واژگان، مترجم نیاز به دریافت پیشنهادات و نقدهای صاحب‌نظران، پژوهشگران مدیریت و مدیران باتجربه را در اصلاح این کتاب در چاپ‌های آینده احساس می‌کند. رایانامه bizethics@chmail.com بدین منظور در نظر گرفته شده است. از تلاش همه عزیزانی که در ارائه این اثر به جامعه مترجم را یاری کردند سپاسگزاری می‌شود.

محمدجعفر نظری

تابستان ۱۳۹۶