

گفتمان مسئولیت اجتماعی برای

شرکتها و سازمانها

پیدایش، اهمیت و مزایا

دکتر علیرضا حسین پور سنبل

معاون علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مراغه

رئیس مدیریت دولتی

حمیدرضا نوروزی

www.ketab.ir

شابک	۹۷۸-۶۰۰-۷۳۳۶-۱۵-۲
شماره کتابشناسی ملی	۳۵۸۳۸۷۶
عنوان و نام پدیدآور	گفتمان مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها و سازمان‌ها... / علیرضا حسین پور سنبللی، محمدرضا نوروزی
مشخصات نشر	تهران: نشر انتخاب، ۱۳۹۳
مشخصات ظاهری	۱۴۱ص: مصور، جدول، نمودار.
یادداشت	کتابنامه: ص. [۱۳۵] - ۱۴۱.
موضوع	مسئولیت اجتماعی کسب و کار
رده بندی یوبی	۴۰۸/۶۵۸
رده بندی کده	۱۳۹۳۶۰H۱ ۱۳۹۳۶۰H۱/ج۵
سرشناسه	حسین پور سنبللی، علیرضا،
شناسه افزوده	نوروزی، محمدرضا،
وضعیت فهرست نویسی	فهرست

گفتار مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها و سازمانها

نشر اهمیت و مزایا

علیرضا حسین پور سنبللی، محمدرضا نوروزی

موسسه مهراد	حروفچینی
محسن مولایی	طراح جلد
موسسه مهر	چاپ و صحافی
۱۳۹۳	چاپ اول
جلد ۱۵۰	شمارگان
۹۷۸-۶۰۰-۷۳۳۶-۱۵-۲	شابک
۸۰۰۰ تومان	قیمت



نشر انتخاب

ناشر کتاب‌های دانشگاهی

خیابان ۱۲ فروردین، خیابان شهدای ژاندارمری، شماره ۱۲۶، طبقه چهارم

nashreentekhab.com

nashreentekhab@gmail.com

۹	پیشگفتار
۱۰	فصل اول - پیدایش مسئولیت اجتماعی
۱۰	پیدایش مسئولیت اجتماعی
۱۱	مسئولیت اجتماعی شرکتها در عرصه میثاق جدید
۱۳	سیر مفهوم رویکردهای مسئولیت اجتماعی
۱۶	سیر تاریخی شکل گیری مفهوم مسئولیت اجتماعی
۱۷	مفاهیم حوزه های مسئولیت اجتماعی شرکت ها
۱۷	دیدگاه های مختلف درباره مسئولیت اجتماعی
۱۹	مدیریت مسئولیتی بر کسب حداکثر سود
۱۹	مدیریت مسئولیت بر اساس انصاف
۱۹	مدیریت کیفیت زندگی
۱۹	مبانی فلسفی دیدگاه های مسئولیت اجتماعی
۲۰	دیدگاه اسلام به مسئولیت اجتماعی
۲۰	نیکی کردن
۲۰	مسئول بودن نسبت به یکدیگر
۲۱	نیکوکاری
۲۱	برخورد درست با زمین
۲۱	حقوق مردم
۲۱	کمک و مساعدت به مستمندان و اقشار ضعیف
۲۲	ویژگی های مؤمن
۲۲	تمرکز کارول در موضوع مسئولیت اجتماعی
۲۵	انواع مسئولیت اجتماعی
۲۶	ابعاد مسئولیت سازمانی و جایگاه مسئولیت اجتماعی
۲۶	مسئولیت اقتصادی
۲۶	مسئولیت قانونی
۲۶	مسئولیت اجتماعی
۲۶	مسئولیت اخلاقی
۲۷	مسئولیت اجتماعی سازمان ها در ایران
۲۹	فصل دوم - تعاریف مسئولیت اجتماعی
۲۹	مفهوم مسئولیت اجتماعی
۳۶	دیدگاه های نظری پیرامون مسئولیت اجتماعی
۳۹	ایجاد ارزش از طریق مسئولیت اجتماعی
۴۰	حد و مرز مسئولیت ها

۴۳	نظریه‌ها و رویکردهای مسئولیت اجتماعی
۴۴	دیگر تعاریف مسئولیت اجتماعی
۴۸	ابعاد مختلف مسئولیت اجتماعی شرکتها
۵۱	فصل سوم - اهمیت مسئولیت اجتماعی
۵۳	اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتها در موضوعات گوناگون
۵۴	مفهوم مسئولیت اجتماعی
۵۶	دلیل اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکتها
۵۷	مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتها در دهه اخیر
۵۹	اهمیت مسئولیت اجتماعی شرکت برای شرکتها
۶۱	اهمیت اخلاق و مسئولیت‌های اجتماعی مدیران
۶۳	عوامل محیطی تأثیرگذار بر مسئولیت اجتماعی و اخلاقی مدیران
۶۳	اجتماع
۶۳	اخلاق
۶۴	حقوق بشر
۶۴	بازار
۶۴	نگرش و ارزش‌ها
۶۴	نیروی کار
۶۵	افراد معلول
۶۷	فصل چهارم - تقویت مسئولیت اجتماعی
۶۷	عوامل مؤثر بر فضای فرهنگی و جو یک سازمان
۶۸	از تعهد تا پاسخگویی و مسئولیت
۷۱	مسئولیت اجتماعی و تصمیم‌گیری
۷۲	نقش حکومت در ترویج مسئولیت اجتماعی شرکتها
۷۲	نقش هدایت‌کننده
۷۲	نقش راهبردی
۷۳	نقش تسهیل‌کننده
۷۳	نقش کانالیزور
۷۷	فصل پنجم - مدل‌های مسئولیت اجتماعی
۷۷	مدل‌های مسئولیت اجتماعی
۷۷	الف) مدل هرمی کارول
۷۸	ب) مدل دوایر متقاطع
۷۹	ج) مدل دوایر متحدالمرکز
۸۰	مدل مسئولیت اجتماعی راهبردی
۸۱	مدل‌های اروپایی مسئولیت اجتماعی شرکتها
۸۲	مدل‌های چهار گانه مسئولیت اجتماعی کشورهای عضو اتحادیه اروپا

۸۴.....	مدل پنج بعدی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۸۵.....	مدل سلسله مراتبی مسئولیت اجتماعی کارول.....
۸۵.....	مدل پهلوی به پهلوی مسئولیت اجتماعی شرکت.....
۸۶.....	مدل ستاره ای مسئولیت اجتماعی شرکت.....
۸۷.....	مدل هماهنگی مسئولیت اجتماعی شرکت.....
۸۸.....	مدل پیوستار مسئولیت اجتماعی.....
۸۹.....	فصل ششم - چالش‌های مسئولیت اجتماعی
۸۹.....	موانع اجرای مسئولیت اجتماعی سازمان.....
۹۰.....	مأموریت سازمان‌ها و جایگاه مسئولیت‌های اجتماعی در آن.....
۹۱.....	پارادایم مسئولیت اجتماعی، فرصت استراتژیک.....
۹۴.....	مسئولیت اجتماعی به عنوان دارایی نامشهود در نقشه استراتژی.....
۹۵.....	اهمیت مطالعه موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۹۶.....	مسئولیت اجتماعی معهود اجتماعی، پاسخگویی اجتماعی.....
۹۷.....	اخلاق و مسئولیت اجتماعی.....
۹۹.....	طبقه‌بندی جنبه‌های مختلف مسئولیت اجتماعی.....
۱۰۱.....	لزوم توجه به موضوع مدیریت مسئولیت اجتماعی.....
۱۰۱.....	خط مشی‌های عمومی و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۱۰۵.....	فصل هفتم - مزایای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها
۱۰۵.....	مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و منافع آن.....
۱۰۷.....	اهمیت و ضرورت توجه به مسئولیت اجتماعی سازمان.....
۱۱۰.....	تنها افراد، دارای مسئولیت پذیری اجتماعی هستند.....
۱۱۲.....	افزایش مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بر تجارت و جامعه.....
۱۱۲.....	توسعه مبادله تجارب و فعالیت‌های مفید در مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بین اعضا.....
۱۱۲.....	افزایش مهارت‌های مدیریتی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۱۱۳.....	ترویج مسئولیت شرکتی بین شرکت‌های کوچک و متوسط.....
۱۱۳.....	گسترش هم‌گرایی و شفافیت ابزارها و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی.....
۱۱۴.....	استراتژی واکنشی.....
۱۱۴.....	استراتژی تطبیقی.....
۱۱۵.....	استراتژی اثر گذار.....
۱۱۵.....	مزایای مسئولیت اجتماعی در تجارت.....
۱۱۸.....	محرك‌های اقتصادی مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها.....
۱۲۰.....	نیروهای محیطی کلان شرکت و رابطه آنها با مسئولیت اجتماعی سازمان.....
۱۲۱.....	محیط طبیعی.....
۱۲۲.....	محیط سیاسی.....
۱۲۲.....	محیط فرهنگی.....

۱۲۳		ذی نفعان سازمانی و مسئولیت‌های اجتماعی سازمان
۱۲۵		رویکردی متعالی به کسب و کار
۱۲۶		مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و بهره‌وری
۱۲۷		ارزیابی عملکرد اجتماعی سازمان
۱۲۷		راهبردهای اساسی انجام مسئولیت
۱۲۸		آموزش مدیران
۱۲۸		نظم دهنده‌گی
۱۲۸		رسانه‌های گروهی
۱۲۹		گزینش مدیریت
۱۲۹		ارزیابی جامع عملکرد
۱۳۰		معیارهای اجتماعی
۱۳۰		مسائل جامعه جهانی
۱۳۱		آثار مثبت رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت سازمان
۱۳۲		برخی از مزایای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها
۱۳۲		افزایش درآمد، سودآوری و بهبود کیفیت رقابتی
۱۳۲		کاهش هزینه‌های ناشی از تصادفات
۱۳۳		بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات
۱۳۳		افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان
۱۳۳		افزایش اعتبار
۱۳۳		رضایت کارکنان
۱۳۴		نوآوری
۱۳۴		انتظار بیشتر برای جذب سرمایه
۱۳۴		مدیریت خطر
۱۳۴		ارتقاء طول عمر محصولات
۱۳۵		منابع
۱۳۵		منابع فارسی
۱۳۹		منابع انگلیسی

یکی از موضوعات مهم و اساسی در هر کشور که توجه عمده‌ای به آن می‌شود موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتها و سازمانهایی است که بشریت با آنها سرو کار دارد. این دغدغه برای عده‌ای واقعاً اساسی و برای عده‌ای ظاهراً اساسی است. اما در هر صورت یکی از ملزومات اساسی در توسعه‌ی پایدار هر کشور است. مسئولیت اجتماعی شرکتها در درجه اول به تصمیماتی که اعمال احتیاج را شامل می‌شود، می‌پردازد. مسئولیت اجتماعی شرکتها، یک تفکر کاری است و بنابراین بیانگر عمل است که باید به کار گرفته شوند یا از آنها اجتناب گردد و مدافعان آن معتقدند که یک شرکت انتخاب مسئولیت اجتماعی شرکتها از مزیت‌های راهبردی برخوردار می‌شود. و اثرات مثبت زیادی را بر پیشرفت بعد از آن می‌گذارد.

اما باید توجه داشت که رابطه با موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتها، استفاده از مفاهیمی چون نوع دوستی راهبردی و مسئولیت‌مداری هدف محور که سیاست‌های کاری هر سازمان محسوب می‌شوند و جزء عناصر راهبردی یک سازمان به حساب می‌آیند، از مؤلفه‌های اصلی مسئولیت اجتماعی شرکتها نیستند و باید از هم تفکیک داده شود.

با این مقدمه مختصر در این کتاب بر اهمیت موضوع مسئولیت اجتماعی شرکتها و سازمانها را برای کسانی که دغدغه این حوزه را دارند روشنتر و آنها را با ابعاد جدیدتر موضوع آگاهتر نماییم.

در طی این مسیر کم و کاستیهایی از سوی مولفان و جمعی از نویسندگان که نظرات خوانندگان آنها را در راستای چاپهای بعدی این کتاب یاری خواهند رساند.

مهرماه ۱۳۹۳ - تابستان ۱۳۹۳

دکتر علیرضا حسین پور سنبل

محرران نوروزی