

مسئولیت اجتماعی شرکتی برای منابع انسانی

نویسنده:

ایلین کوهن

مترجم:

صدف استانستی

ناظر علمی:

علیرضا امیدوار

مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی



نشر گدیمان

سرشناسه	کوهن، ایلین، ۱۹۵۹ - م.
عنوان و نام پدیدآور	Cohen, Elaine مسئولیت اجتماعی شرکتی برای منابع انسانی / نویسنده: ایلین کوهن؛ مترجم صدف استانستی؛ ناظر علمی علیرضا امیدوار؛ [برای] مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی. تهران: گندمان، ۱۳۹۴.
مشخصات نشر	۵۰۶ ص: جدول، نمودار.
مشخصات ظاهری	شابک
وضعیت فهرست نویسی	۹۷۸-۶۰۰-۷۱۹۹-۰۲-۲
یادداشت	فیبیا
موضوع	CSR for HR: a necessary partnership for advancing responsible business practices, c2010
موضوع	مسئولیت اجتماعی کسب و کار
موضوع	مدیریت صنعتی -- جنبه‌های اجتماعی
موضوع	کارکنان -- مدیریت
شناسه افزوده	استانستی، صدف، ۱۳۶۴ - مترجم
شناسه افزوده	امیدوار، علیرضا، ۱۳۵۶ - ناظر علمی
شناسه افزوده	مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی
رده‌بندی کنگره	۱۳۹۴ م ۹ ک / HD ۶۰
رده‌بندی دیویی	۶۵۸ / ۴۰۸
شماره کتابشناسی ملی	۳۸۴۰۰۶۳

نام کتاب	مسئولیت اجتماعی شرکتی برای منابع انسانی
نویسنده	ایلین کوهن
مترجم	صدف استانستی
ناظر علمی	علیرضا امیدوار
ناشر	گندمان
چاپ نخست	تابستان ۱۳۹۴
شمارگان	۷۵۰ جلد
حروفچینی	گروه انتشارات دایره
لیتوگرافی	فیلم گرافیک
چاپ	میران
صحافی	دانشور
تومان	۲۸۰۰۰

نشر گندمان: تهران - خیابان ولیعصر، توانیر، کوچه پله هفتم، پلاک ۱

مرکز پخش: خاتون، تلفن: ۸۸۸۷۹۲۴۰ و ۰۹۱۲۱۲۲۱۴۴۲

صندوق پستی ۳۹۶ - ۱۵۷۴۵

www.dayerehgroup.com

فهرست

۷	پیش‌گفتار
۱۱	مقدمه
۱۹	رزومه: آرنا داردل
۲۳	رزومه: شارون بلک
۲۵	بخش اول - منابع انسانی - شریکی لازم برای مسئولیت اجتماعی شرکتی
۲۷	فصل ۱- ملاقات شارون و آرنا
۵۱	فصل ۲- مدیر مسئولیت انسانی - اجتماعی شرکتی و محیط کاری متعهد
۷۳	فصل ۳- گفت‌وگو با کارکنان و دخالت دادن آنان در کسب و کار
۱۰۷	فصل ۴- حقوق کارکنان
۱۳۳	فصل ۵- پاداش و به رسمیت شناختن کارکنان
۱۵۷	فصل ۶- سلامتی، رفاه و ایمنی کارکنان
۲۰۱	فصل ۷- استخدام، تنوع و شمول
۲۴۳	فصل ۸- آموزش و رشد کارکنان
۲۶۱	فصل ۹- ارتباطات کارکنان
۳۲۷	فصل ۱۰- مشارکت کارکنان در جامعه
۳۸۹	فصل ۱۱- کارکنان و محیط زیست
۴۰۷	بخش دوم - در نظر گرفتن منابع اجتماعی - انسانی شرکتی
۴۰۹	فصل ۱۲- چرخه حیات کارکنان
۴۲۷	فصل ۱۳- تأثیرگذاری کارکنان
۴۳۷	فصل ۱۴- اخلاقیات
۴۴۹	فصل ۱۵- رهبری
۴۵۵	بخش سوم - زیرساخت منابع اجتماعی - انسانی شرکتی
۴۵۷	فصل ۱۶- ذی‌نفعان منابع انسانی
۴۷۱	فصل ۱۷- شرح وظایف منابع اجتماعی - انسانی شرکتی
۴۸۵	فصل ۱۸- نقشه راه مسئولیت شرکتی منابع انسانی
۴۹۷	فصل ۱۹- مسئولیت اجتماعی منابع اجتماعی - شرکتی: شرایط اصلی کسب‌وکار

پیش‌گفتار

برنامه داوطلبی کارکنان در قالب تعهد کلی شرکت به مسئولیت اجتماعی خود در قبال جامعه جای می‌گیرد. این برنامه، راهی است برای مشارکت مدنی شرکت‌ها در جامعه و در یک برنامه مسئولیت اجتماعی شرکتی که روی توسعه جامعه تمرکز می‌کند، مفهوم داوطلبی شرکتی (داوطلبی کارکنان) از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این برنامه‌ها یکی از فاکتورهای مهم در تقویت ارزشها و فرهنگهای سازمانی، توانمند کردن کارکنان و اخلاقی کردن شرکت به شمار می‌رود. هر چه کارکنان نسبت به چالشهای اجتماعی جامعه آگاه‌تر گردند ریسک‌های اخلاقی و عملیاتی شرکت کاهش می‌یابد.

برنامه‌های داوطلبی کارکنان که حوزه نوظهور مشارکت شرکت‌ها در اجتماعی هستند که در آن فعالیت می‌کنند، انواع مختلفی دارند. از مشارکت یک روزه کارکنان داوطلب یک شرکت در طول ساعات کاری خود و در برنامه‌های تعریف شده برای حمایت از جامعه محلی جهت پرداختن به یک مسئله و چالش خاص تا برخورداری از یک برنامه منظم هدفمند بلندمدت و مستمر که طی آن کارکنان، دانش و مهارت‌های تخصصی خود را در راستای ظرفیت‌سازی سازمان‌های غیردولتی و مردم‌نهاد، در اختیار آنان قرار می‌دهند. این شیوه مشارکت و این نوع از برنامه داوطلبی کارکنان از متداول‌ترین، اثربخش‌ترین و ارزش‌آفرین‌ترین نوع آن به شمار می‌رود که روز به روز هم محبوبیت بیشتری بین شرکت‌ها می‌یابد.

برنامه‌های داوطلبی کارکنان این ظرفیت را دارند که برای شرکت‌ها و جامعه ارزش قابل ملاحظه‌ای خلق کنند. یک سوم از شرکت‌های آمریکایی به نحوی برنامه داوطلبی دارند و داوطلب شدن کارکنان شرکت‌ها در فعالیت‌های جامعه مدنی، به عنوان یک هنجار شناخته شده است. حتی برخی شرکت‌های آمریکایی مثل آی‌بی‌ام، برنامه‌های داوطلبی کارکنان خود را در سطح بین‌المللی تعریف می‌کنند و باور دارند که اجرای این برنامه‌ها به افزایش بهره‌وری و سودآوری شرکت می‌انجامد. بسیج منابع و نیروها در راستای کسب منفعت اجتماعی از طریق سازماندهی برنامه‌های داوطلبی کارکنان و پرداختن به چالش‌های مهم

اجتماعی است که موجب شده است تا برنامه‌های داوطلبی از جانب شرکت‌ها استراتژی‌های قدرتمندی تلقی شوند و حتی به عنوان نوعی استراتژی بازاریابی نیز به کار گرفته شوند. استفاده منحصر به فرد از سرمایه اجتماعی از دیگر ویژگی‌های برنامه‌های داوطلبی کارکنان است. یکی از مفاهیم سرمایه اجتماعی این است که افراد و گروه‌ها، گرد هم می‌آیند و اطلاعات، مهارت و شبکه‌های ارتباطاتی خود را به اشتراک می‌گذارند در جهت انجام کاری مفید که نفع آن به عموم می‌رسد. سلامت یک جامعه با میزان استفاده آن جامعه از سرمایه اجتماعی خود، نسبت مستقیم دارد. برنامه‌های داوطلبی کارکنان به رشد سرمایه اجتماعی در داخل شرکت نیز کمک می‌کنند.

برنامه‌های داوطلبی کارکنان به رشد ارتباط بین شرکت‌ها و گروه‌های جامعه محلی کمک می‌کنند و تعهد و مشارکت بلندمدت جهت همکاری متقابل به وجود می‌آورند. این برنامه‌ها درگیری و مشارکت کارکنان را افزایش می‌دهند، زمینه‌های تقویت و توسعه مهارت‌های آنان را به وجود می‌آورند، به کشف راه حل‌های جدید برای مشکلات و چالش‌های جامعه با همکاری جوامع محلی می‌انجامند، مزیت رقابتی ایجاد می‌کنند و به بهبود سلامت و بهداشت روان کارکنان کمک می‌نمایند. بنابراین شرکت‌هایی که خواهان کاهش هزینه‌های سلامت و درمان کارکنان خود هستند، تعریف فعالیت‌های داوطلبی، راه حلی در دسترس و مقرون به صرفه است. در بسیاری موارد اتخاذ چنین رویکردی توسط شرکت‌ها نسبت به جامعه بسیار مفیدتر از اهدای کمک‌های مالی صرف خواهد بود. برنامه‌های داوطلبی کارکنان منافع بهداشت و سلامت متعددی تولید می‌کنند.

شرکت‌ها در جوامع قوی و منسجم که به منابع طبیعی فراوان و مدیریت شده دسترسی دارند، از دولت‌های با ثبات و سیستم سلامت و رفاه مناسب برخوردارند و مشکلات بیکاری و فقر و جرم در حداقل است، موفق‌تر عمل می‌کنند. (نفع برنامه‌های داوطلبی کارکنان در بلندمدت به خود شرکت‌ها بازمی‌گردد).

روز به روز شرکت‌های بیشتری در سراسر دنیا، به ارتباط مستقیم بین رفاه جامعه و رفاه شرکت پی می‌برند و به سوی تدوین برنامه‌های داوطلبی کارکنان می‌روند.

در ایران، به ویژه با وجود مشکلات و چالش‌های عدیده اجتماعی و ضعیف بودن سازمان‌های مردم‌نهاد، مشارکت شرکت‌ها برای از میان برداشتن این چالش‌ها و کمک به ظرفیت‌سازی سمن‌ها در قالب تعریف فعالیت‌های داوطلبی کارکنان، ضروری به نظر می‌رسد. روز داوطلبی

کارکنان بخشی از برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است که توسط مدیران ارشد بنگاههای اقتصادی برای تشویق و حمایت از داوطلبی کارکنان در رفع چالش‌های اجتماعی برگزار می‌شود. معمولاً این برنامه‌ها در راستای استراتژی‌ها و اولویت‌های کسب و کارها تعریف می‌شوند تا هم ارزش کار داوطلبی بیشتر باشد و هم ارزش مشترک خلق شده به هر سه گروه یعنی شرکت‌ها، کارکنان آن‌ها و سازمان‌های مردم‌نهاد - جامعه، نفع برساند.

مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت اجتماعی برای ترویج فرهنگ کار داوطلبانه کارکنان، ۱۶ اردیبهشت ماه را به عنوان روز کار داوطلبانه توسط کارکنان بنگاههای اقتصادی نامگذاری کرده است. در این روز کارکنان شرکت‌ها در برنامه‌های داوطلبانه‌ای شرکت می‌کنند که به حل کردن مشکلات اجتماعی کمک می‌کند. این فراخوان از شرکت‌های ایرانی می‌خواهد با پیوستن به مرکز ترویج حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی، یک روز را برای کار داوطلبانه کارکنانش مشخص کند و تعیین کند که در آن روز چه فعالیت‌هایی انجام خواهد داد؛ یعنی برای فعالیت‌های داوطلبانه آن روز برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کند و حتی یک سازمان مردم‌نهاد را برای همکاری معرفی کند. در سه سال اجرای این کمپین بیش از ۴۰۰۰ نفر از کارکنان بنگاههای اقتصادی در تهران، اراک و مشهد، ۱۰۰ بنگاه اقتصادی و ۷۰ سازمان مردم‌نهاد در روز کار داوطلبانه، در فعالیت‌های داوطلبانه اجتماعی، آگاه‌سازی، خیریه، زیست محیطی و غیره شرکت می‌کنند.

مرکز ترویج حاکمیت و مسئولیت شرکتی

تابستان ۱۳۹۴

مقدمه

این کتاب یکی از محدود کتاب‌هایی است که هم باعث بالا بردن آگاهی نسبت به منابع انسانی می‌شود و هم مانند ابزار کمکی است که به متخصصین این رشته کمک می‌کند تا بتوانند عملکرد حرفه‌ای‌تری در زمینه منابع انسانی داشته باشند. هدف این کتاب فعال ساختن اساتید ماهر منابع انسانی به گونه‌ای سازنده و محرک است و همچنین این کتاب قصد دارد که باعث پیشرفت مدیران دست‌اندر کار منابع انسانی شود تا بتوانند عملکرد بهتری با توجه به شرایط اجتماعی و محیطی شغلی خود در یک مجموعه داشته باشند.

مسئولیت اجتماعی شرکتی، رویکرد تجاری است که مسئولیت شفاف‌سازی و پاسخ‌گویی تأثیراتی را دارد که ساختار یک تجارت بر روی مردم، جامعه و محیط دارد. در حال حاضر این رویکرد به یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های گردانندگان شرکت‌های تجاری تبدیل شده است. مسئولیت اجتماعی شرکتی موقعیت‌های زیادی را بر اساس تبعیت‌های قانونی برای کاهش دادن خطرات داد و ستد، افزایش احترام تجاری و بهره‌مندی از پیشرفت‌های جدید برای شرکت‌ها و صاحبان صنایع فراهم می‌سازد. صاحبان صنایع و تجار می‌توانند با اتخاذ استراتژیهای مناسب مسئولیت اجتماعی شرکتی باعث پایداری و دوام تجارت خود باشند. این رویکرد جدید در حال تغییر روشهای سنتی توسعه تجارت، اتخاذ تصمیمات تجاری مهم، اجرا-رشد

و پردازش، برخورد با عوامل دست‌اندر کار و مشتریان، فشار گروه‌ها و جوامع بیرونی می‌باشد. همچنین این رویکرد نه تنها پاسخگوی سهام داران و شرکای تجاری می‌باشد بلکه از طریق کانالهای نوین با آنها ارتباط برقرار می‌کند. در واقع رمز داشتن تجارتی پویا و مداوم، برتری در مدیریت هر چه بهتر سرمایه‌گذاران و سهامداران می‌باشد. مسئولیت اجتماعی شرکتی، نقش سازنده‌ای در واکنش به مسائل جهانی نظیر تغییرات آب و هوایی، فقر، تغییر سازمان‌ها و شرکت‌ها و قابلیت‌های حرفه‌ای آنان و مهارت‌های مورد نیاز برای هدایت و توسعه عکس‌العمل‌های مناسب در هنگام بحران ایفا می‌کند. به عنوان مثال می‌توان فعالیت‌های اقتصادی با تولید حداقل دی‌اکسیدکربن را نام برد که تنها یکی از موارد گسترده‌ای است که نیازمند کارشناسان جدید در زمینه‌های نوین مرتبط با مدیریت منابع انسانی می‌باشد. عناوین شغلی مانند معاونت توسعه تجاری، مدیریت وظایف تجاری- اجتماعی و بسیاری از عناوین دیگر اکنون در زمره کلیدی‌ترین پست‌های یک شرکت پیش‌تاز می‌باشند و این در حالی است که چنین عناوین شغلی در ۱۰ سال گذشته وجود نداشت. در حال حاضر شواهد بسیاری وجود دارد که ثابت می‌کند که رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی یک رویکرد سطحی و زودگذر و یا فقط وسیله‌ای برای بهتر نشان دادن شرکت‌ها نیست بلکه خشت زیر بنایی هر موفقیت بلند مدتی است که بیش از پیش مورد توجه سهامداران و سرمایه‌گذارانی است که هم حاضر به دادن پاداش و هم تحمل جریمه هستند، می‌باشد.

اساس توانمندی و قدرت مانور یک شرکت که اصول حمایتی، مقاومتی و شفاف‌سازی را سرلوحه کار خود قرار داده است ناشی از ارزشها، فرهنگ، ارتباطات و مدیریت درونی آن سازمان است. بحث روز دنیا نیز در مورد به کارگیری رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی در تمام قسمت‌های یک

سازمان یا تشکیلات است. در این نکته که کارمندان به عنوان یک پیش فرض از آموزش‌ها و استراتژیهای مسئولیت اجتماعی شرکتی برخوردار باشند، جای هیچ بحثی وجود ندارد. این مدیران شرکتها هستند که باید از آگاهی سهامداران‌شان به عنوان تاثیرگذارترین ارکان شرکت نسبت به رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی اطمینان پیدا کنند.

برای مدتهای طولانی مسئولیت اجتماعی شرکتی به عنوان موضوعی که شرکت‌ها بصورت جزء به جزء و به تنهایی با آن سرو کار داشتند مطرح شده بود؛ مانند کاهش ضایعات کربنی یا توسعه برنامه‌های بازاریابی، اما اکنون بسیاری از شرکت‌ها متوجه شده‌اند که این گونه از فعالیت‌ها را نمی‌توان به تنهایی و در ایزوله انجام داد. چنین فعالیت‌های اقتصادی دارای به هم پیوستگی خاصی هستند که این پیوستگی نیازمند یک سیستم فکری منسجم و بستر یکپارچه برای انجام فعالیت‌های اقتصادی است و این مهم میسر نمی‌شود مگر تا زمانی که تمام نیروی انسانی مورد نظر تحت تعلیم قرار گیرد. منابع انسانی یکی از عواملی است که در تحقق این مهم می‌تواند نقش مهمی ایفا کند.

در این کتاب سعی شده است تا از منابع انسانی به عنوان عنصری پیش‌تاز در پایه‌ریزی فرهنگ مسئولیت اجتماعی شرکتی در درون هر تجارت و دادوستدی نام برده شود، اما این فرآیند رخ نداده است چرا که بسیاری از مدیران و صاحبان صنایع هنوز به شیوه‌های سنتی در حال توسعه، آموزش و استخدام در سازمان‌های خویش هستند. به همین دلیل است که قادر به درک موقعیت‌هایی که مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند برای آنان فراهم سازد و آنان را به یک پایداری جهانی و حرفه‌ای برساند، نیستند و این در حالی است که دست‌اندرکاران حرفه‌ای منابع انسانی هنوز متوجه این امر

نیستند که فعالیت‌های اقتصادی به مرحله‌ای رسیده است که نیازمند تفکر مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌باشند. به همین منظور درک عمیقی از مسئولیت اجتماعی شرکتی می‌تواند باعث ارزش بخشی به منابع انسانی شود. بنابراین به منظور بازخورد اقتصادی مفیدتر، بهتر است هر چه سریع‌تر منابع انسانی خود را به آموزش‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی مجهز کند.

تغییر کار آسانی نیست و تغییر الگوهای سنتی چه بسا کاری سخت‌تر. هنگام صحبت با دست‌اندر کاران منابع انسانی (HR Professionals) باید به طرز فکر و موانعی که آنان دارند بسیار دقت کرد. تجربه پانزده ساله من در مدیریت منابع انسانی و رویارویی با چالش‌های زیاد در قالب مدیریت اجرایی، من را قادر ساخت تا بتوانم اشراف کاملی نسبت به دست‌اندر کاران منابع انسانی و نیازها و موقعیت‌های تجاری‌شان داشته باشم. من کاملاً می‌دانستم که چه مسئولیت‌هایی در قبال منابع انسانی دارم. انتقادی را که نسبت به عملکرد و جایگاه تصمیم‌گیری منابع انسانی در شرکت‌های تجاری وجود داشت کامل حس می‌کردم. من تفاوت بین سرمایه‌گذاری و هزینه‌های جانبی را کاملاً متوجه هستم و همچنین نیاز به اثبات این حقیقت که **سهام منابع انسانی**، هزینه‌ای است برای آینده را نیز کاملاً می‌دانم. دل‌سردی و ناامیدی سرمایه‌گذاران منابع انسانی را از عدم دسترسی به سطوح عالی به دلیل نبود ابزار مناسب **محاسبه سهام در داد و ستد** را نیز حس می‌کردم. بسیاری از همکاران عکس‌العمل منفی در مورد روان‌شناسی جریان‌های موجود در سازمانها را بیان می‌کنند. گفت‌وگوهای زیادی پیرامون واگذاری منابع انسانی به بخش مدیریتی با همکاران داشته‌ام. عملکرد خود منابع انسانی نیز با نقش آن در یک سازمان در تناقض است. بنابراین در نهایت به این نتیجه رسیدم که این کتاب به طرز شگفت‌آوری می‌تواند به مدیران منابع انسانی کمک کند.

منابع انسانی به ندرت توانسته در رویارویی با چالش‌هایی نظیر نقش خود در یک سازمان، هدایت‌گر خویش باشد. من اکنون به آنها می‌گویم: بیدار شوید، مسئولیت اجتماعی شرکتی آمده است تا به یاری شما بیاید. برای کسانی که خوش‌بین هستند، ایده من در مورد مدیریت مسئولیت اجتماعی-انسانی شرکتی (CSHR) ممکن است تنها اشاره‌ای به بسیاری از کاستی‌ها و کمبودهای منابع انسانی در سازمان باشد. ارائه این کتاب به گونه‌ای است که خواننده احساس می‌کند که از منظر مدیر منابع انسانی به قضیه نگاه می‌شود. اکثر ما در مورد تاثیر کلام از طریق بیان داستان آگاه هستیم. در این کتاب، داستان تبدیل شدن مدیر منابع انسانی به مدیر مسئولیت اجتماعی-انسانی شرکتی به گونه‌ای آموزنده روایت شده است. قهرمان این داستان شخصی است به نام شارون^۱. شارون شانس خوبی داشت که با آرنا داردل^۲، مدیر باتجربه (مسئولیت اجتماعی-انسانی شرکتی) آشنا شود. آرنا آموزش اصول مسئولیت اجتماعی شرکتی را به شارون شروع می‌کند. در طی ماه‌های آینده شارون به طور منسجم و آکادمیک دستورالعمل‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی را اجرا می‌کند. او همچنین رابطه بین مسئولیت اجتماعی شرکتی و مدیر منابع انسانی را پیدا کرد و از این رابطه برای توسعه و تکمیل ابزارهای مربوط به (مسئولیت اجتماعی-انسانی شرکتی) استفاده کرد.

در این کتاب به سؤالات شارون که مربوط به ارتباط مسئولیت اجتماعی شرکتی و منابع انسانی بود، پاسخ داده شده. مکالمات رد و بدل شده در این کتاب نشان دهنده گفت‌وگوهای مدیران منابع انسانی و دوستان مسئولیت اجتماعی شرکتی پیرامون مسائل مشترک بوده است. در نهایت شارون به این نتیجه رسید که نباید بیشتر از این وقت تلف کند و منتظر اجازه مدیران ارشد

1- Sharon

2- Arena Dardelle

شرکت بماند و باید هرچه سریعتر به توسعه و نشر استراتژیهای مسئولیت اجتماعی شرکتی بپردازد. او می‌داندست که علاوه بر محافظت فرهنگ و توانمندیهای سازمان، کارهای بیشتری بایستی برای مهیا سازی فضای سازمان برای پذیرش رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی و توجه به پیشرفت اهداف کسب و کار به طور همزمان انجام دهد. فرآیندهای روشمند شارون در زمینه ارائه رویکرد مسئولیت اجتماعی شرکتی، راهنمای کاربردی و ابزارهای مفیدی برای تمام مدیران منابع انسانی فراهم آورد. شارون در سفرش با معلمان زیادی آشنا شد. اگر چه تعدادی از شخصیت‌های داستان ساخته ذهن من هستند، اما بسیاری از آنان متخصصین منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی بودند که با صبوری تمام من را در تألیف این کتاب یاری کردند. پانوشته‌های موجود در کتاب این موضوع را به وضوح تشریح می‌کند. یکی از شخصیت‌های واقعی این کتاب ایلانا اتلس^۱، مدیر مسئول عمکرد و منابع انسانی گروه وست‌پک بانکینگ^۲ در کشور استرالیا بود. نظرات او توانست کمک‌های شایان ذکری به من در درک بهتر رابطه متقابل فعالیت‌های منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی شرکتی کند. شخصیت واقعی دیگر نیریت کوهن^۳، مدیر منابع انسانی شرکت اینتل^۴ است که نوشته‌های راهنمایش در باب ترکیب فعالیت‌های منابع انسانی و مسئولیت اجتماعی شرکتی در شرکت اینتل، بسیار آموزنده بود.

بسیاری از مدیران منابع انسانی ممکن است تشابهی بین خود و شخصیت شارون پیدا کنند. شارون در بعضی از موارد از خود ابتکاراتی به خرج می‌دهد. من باید شخصیت شارون را در این کتاب به گونه‌ای نشان می‌دادم که گویی

1- Ilana Atlas

2- Westpac Banking

3- Nirit Cohen

4- Intel

با مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکتی هیچ گونه آشنایی ندارد تا بتوانم از این طریق مفاهیم موردنظر مسئولیت اجتماعی شرکتی را ارائه کنم. امیدوارم به کسی توهین نکرده باشم. به هر حال، من احساس می‌کنم که شارون هنگام پرواز مدل خوبی برای مدیران منابع انسانی بوده که به ندای بیدارباش مسئولیت اجتماعی شرکتی به خوبی پاسخ داده‌اند.

مخاطبان این کتاب می‌توانند فعالان، معلمین، و یا تمام کسانی باشند که تمایل به یادگیری عملکردهای منابع انسانی دارند. مفاهیم و تکنیک‌های به کار برده شده در این کتاب برای تمامی مدیران منابع انسانی، در تمام سطوح سازمانی، می‌تواند مثر و ثمر واقع شود. افراد دیگری مانند رهبران شرکت‌هایی که مسئول کنترل فعالیت‌های منابع انسانی هستند و مدیرانی که باید همکاری لازم با منابع انسانی را داشته باشند، می‌توانند از این کتاب استفاده کنند. این کتاب می‌تواند به آنان کمک کند تا انتظارات خود از مدیران منابع انسانی را مشخص کنند. همچنین معتقد هستم که این کتاب می‌تواند نظر مدیران مسئولیت اجتماعی شرکتی و تمام کسانی که در راه ایجاد تجارت پایدار تلاش می‌کنند، به خود جلب کند. البته این کتاب برای کسانی که به داستان‌های تجاری علاقمند هستند نیز جذاب است!!

نکته آخر اینکه، مطالب بیشتری برای گنجاندن در این کتاب در اختیار داشتم. مثال‌های زیاد، شخصیت‌های حقیقی یا داستانی بیشتر و یا سایت‌های معتبر، اما نویسنده باید همه چیز را سبک و سنگین کند و از آوردن مطالب غیرضروری جلوگیری کند.

محدودیت‌های اصلی من ضربالعجل ناشر (Greenleaf) و زمانی بود که برای تحقیق و نوشتن مطالب اختصاص داده بودم. پیشاپیش بابت جامع نبودن این کتاب عذرخواهی می‌کنم. اما با این حال معتقدم که کتاب حاضر

یکی از مؤثرترین کتاب‌های راهنمایی است که امروزه در اختیار مدیران منابع انسانی و کسانی که به فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی شرکتی علاقه‌مند هستند، قرار دارد.

مشتاقانه آماده دریافت نظرات و پیشنهادات تمامی مدیران منابع انسانی هستیم. همچنین علاقمندان می‌توانند از طریق سایت www.csrforhr.com نظرات و پیشنهادات خود را اعلام دارند.

امیدوار هستیم که از خواندن کتاب لذت ببرید. اکنون زمان آن رسیده است که شارون و معلم مسئولیت اجتماعی - انسانی شرکتی، آرنا، را ببینید...

ایلین کوهرن

اگوست ۲۰۱۰