

<<一看就懂CSR>>

图书基本信息

书名：<<一看就懂CSR>>

13位ISBN编号：9787508392844

10位ISBN编号：7508392841

出版时间：2009-9

出版时间：中国电力出版社

作者：日本综合研究所

页数：206

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

青山学院大学名誉教授森本三男先生指出，在经营学领域，CSR的概念最早是1924年时任英国某糕点公司董事奥利弗·谢尔顿先生提出的。

如今，这个词已经在国内外掀起了数次热潮。

日本的这次热潮开始于2002年前后。

某报社的数据库显示，带有CSR字样的报道已由2002年的52篇急剧增长到2005年的972篇，直到最近，这一势头也没有丝毫的衰减。

但是，在与企业的接触中我们惊讶地发现，各企业对于CSR的理解也是莫衷一是。

有的解释为“避免企业丑闻”，也有的解释说“提供优质的产品和服务才是根本”，而“即便是企业，也不能仅仅是赚钱，还要致力于世间的慈善事业”这样的观点让我们意识到，寻找“CSR是什么”也就是重新审视“企业到底是什么”。

CSR的实现方式有很多种。

在美国，世界第二大资本家沃伦·巴菲特向比尔·盖茨创建的基金捐赠资产，有600亿美元以上的资金用于贫困国家和地区的卫生医疗以及美国国内的教育领域。

在“政府的失灵”已成为发达国家共识的当今时代，美国将最后的希望寄托在企业慈善活动和非营利组织（NPO）主导的“民间公益活动”上。

内容概要

人们逐渐意识到，寻找“CSR是什么”也就是重新审视“企业到底是什么”。在经济全球化浪潮和不确定性日益高涨的今天，这样的思考无疑愈发重要。

书籍目录

原著前言第1章 总论 总论 1 CSR (企业社会责任) 2 利益相关方 3 可持续发展第2章 CSR的操作作项目 Compliance与企业治理 4 企业丑闻 5 Compliance (合规经营) 6 内部治理和COSO组织体制 7 风险管理 8 公司法 9 日本版SOX法 消费者 10 通用设计 (Universal Design) 11 个人信息保护 12 消费者意见与处理办法 13 品质与放心、安全 14 消费者保护 员工聘用 15 多样性 16 就业能力 17 工作与生活的平衡 18 家庭友好型 19 职场安全与卫生 20 高龄者雇用 21 工会组织 社会贡献活动 22 社会贡献活动 23 NPO (民间非营利组织) 24 事业关联营销 (Cause Related Marketing) 25 员工志愿活动 公平交易 26 供应链中的CSR 27 血汗工厂 28 供应商行为规范 29 公平交易 环境 30 温室效应 31 绿色劳动力市场 32 环境配套服务 33 供应链上的环境友好型企业联合 34 指导方针·认证第三章 推广CSR的具体措施 第四章 促进CSR实施的重要因素

章节摘录

第1章 总论 总论 关于“企业社会责任”这个词的定义，可以说是见仁见智、各不相同。而且，这个词也是长期以来围绕“企业究竟是什么”进行争论的产物。在这里，我们并不回顾那些关于企业的定义和争论的过程。从当今社会对企业的要求这个观点出发，在这里把美国社会责任促进组织BusinessforSocialResponsibility (BSR) 的定义作为基准。BSR把CSR定义为“回应社会对企业所抱有的法律、道德、商业或者其他方面的期待，针对各关键利益相关方 (Stakeholder) 的需要进行平衡决策。” 在此，请您注意的是“社会对企业的期待”这一部分。“社会对企业的期待”究竟包括什么?首先想到的应该是“通过产品和服务为社会提供经济价值”，“通过纳税将利益回报社会”等。但是，问题在于这样的期待现在正迅速扩张。“希望更加尊重顾客的隐私”，“希望在灵活的工作体系下劳动”，“企业的产品应该更加重视环境问题”，“企业应该对发展中国家那些上不起学的孩子们伸出援助之手”，各种各样的期待不断增长并附加到企业之上。当然，其中包括善意的内容，也包括批评的内容。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>