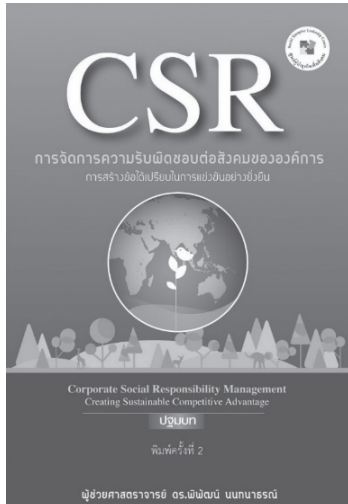


## Book Review

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์เทพ จันทสุวรรณ\*



ชื่อหนังสือ	การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน
ผู้แต่ง	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ นนทนารณ
ปีที่พิมพ์:	2559
พิมพ์ครั้งที่	2
ประเภทหนังสือ:	ตำรา
จำนวนหน้า	520 หน้า
ราคา	400 บาท
ISBN:	978-616-278-305-0

การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ฉบับปฐมบท เป็นการพิมพ์ครั้งที่ 2 ที่ห่างจากการพิมพ์ครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2553 ถึง 6 ปี ซึ่งเป็นระยะเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงในแนวคิด แนวปฏิบัติทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility) หรือ ซีเอสอาร์ และงานวิจัยต่างๆ ทางด้านนี้มีพัฒนาการไปมาก ซึ่ง การพิมพ์ครั้งที่ 2 นี้จะมีการปรับปรุงเนื้อหาเพิ่มเติมตามที่ผู้เขียนให้ข้อมูลไว้

หนังสือเล่มนี้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ภาคคือ ภาค 1 ว่าด้วยแนวคิดซีเอสอาร์ และภาค 2 เป็นเรื่องการจัดการซีเอสอาร์ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วนคือการวางแผนด้านซีเอสอาร์ การจัดการด้านซีเอสอาร์ การนำซีเอสอาร์ และการประเมินผลซีเอสอาร์

**ภาค 1 แนวคิดซีเอสอาร์** ประกอบด้วย 5 บท ได้แก่ บทนำ การแบ่งประเภทซีเอสอาร์ แนวปฏิบัติของซีเอสอาร์ ซีเอสอาร์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยซีเอสอาร์

เนื้อหาในภาคนี้จะกล่าวถึงซีเอสอาร์ในด้านความสำคัญ ความเป็นมา ความหมาย คุณลักษณะ ประโยชน์ หมายาคติ และประเด็นทางสังคม หนังสือเล่มนี้ได้จัดแบ่งประเภทของซีเอสอาร์ออกเป็น 7 ประเภทและในแต่ละประเภทก็ได้แบ่งย่อยเป็นซีเอสอาร์ในรูปแบบต่างๆ ส่วนในเรื่องแนวปฏิบัติซีเอสอาร์ก็ได้กล่าวถึงแนวปฏิบัติซีเอสอาร์ในประเทศเช่น เข้มทิศธุรกิจเพื่อสังคม มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม และของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแล้ว แนวปฏิบัติซีเอสอาร์ของต่างประเทศ เช่น ISO26000, OECD, UN Global

Compact และ SA8000 หนังสือเล่มนี้ยังกล่าวถึงความเชื่อมโยงระหว่าง จริยธรรมธุรกิจ บรรษัทภิบาล การประกอบการสังคมหรือ Social Enterprise และการพัฒนาอย่างยั่งยืน และบทสุดท้ายของภาค 1 คือการเชื่อมโยงระหว่างซีเอสอาร์กับการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

**ภาค 2 การจัดการซีเอสอาร์** เริ่มด้วยบทนำของภาคนี้คือบทบาทของภาวะผู้นำกับซีเอสอาร์ที่กล่าวถึงภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์และภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม

ส่วนที่ 1 การวางแผนด้านซีเอสอาร์ ประกอบด้วย 3 บท ได้แก่ การวางแผนสำหรับซีเอสอาร์ ซีเอสอาร์เชิงกลยุทธ์ และกิจกรรมสังคมขององค์กร

การวางแผนด้านซีเอสอาร์ หนังสือเล่มนี้ได้แนะนำเครื่องมือสำคัญสำหรับใช้ในการวางแผนด้านซีเอสอาร์คือแผนที่ผลลัพธ์ ตัวแบบตรรกะ และ PDCA เรื่องซีเอสอาร์เชิงกลยุทธ์ก็ได้แนะนำการกำหนดกลยุทธ์ซีเอสอาร์ การสร้างคุณค่าร่วม และวิสาหกิจเพื่อสังคม และสุดท้ายคือกิจกรรมสังคมขององค์กร หรือ Corporate Social Initiatives ที่ได้สรุปงานของ Kotler & Lee มาทั้งหมด 7 กิจกรรม

ส่วนที่ 2 การจัดองค์การด้านซีเอสอาร์ มี 2 บท คือสถาปัตยกรรมองค์การสำหรับซีเอสอาร์ และวัฒนธรรมองค์การด้านซีเอสอาร์

ในเรื่องสถาปัตยกรรมองค์การสำหรับซีเอสอาร์ได้กล่าวถึงหลักการและแนวทางในการออกแบบโครงสร้างองค์การ การออกแบบโครงสร้างองค์การด้านซีเอสอาร์ ส่วนเรื่องวัฒนธรรมองค์การด้านซีเอสอาร์ ได้กล่าวถึงลักษณะ ประเภท และการสร้างวัฒนธรรมองค์การ

ส่วนที่ 3 การนำซีเอสอาร์ มี 2 บทคือ การนำสำหรับซีเอสอาร์ และการสื่อสารสำหรับซีเอสอาร์

หนังสือได้กล่าวถึงการนำซีเอสอาร์ด้วยการจูงใจ การสร้างทีม และอาสาสมัคร/จิตอาสา และกล่าวถึงการสื่อสารด้านซีเอสอาร์ในเรื่องของแนวคิด วัตถุประสงค์ ประเภท กลยุทธ์ และแนวทางการสื่อสารซีเอสอาร์

ส่วนที่ 4 การประเมินผลซีเอสอาร์ ประกอบด้วย 3 บทคือ การติดตามผลและการประเมินผลด้านซีเอสอาร์ การตรวจสอบและควบคุมด้านซีเอสอาร์ และการจัดทำรายงานซีเอสอาร์

ในเรื่องของการติดตามผลและการประเมินผลด้านซีเอสอาร์ หนังสือได้กล่าวถึงการติดตาม การประเมิน การสร้างตัวชี้วัด แนวทางและวิธีการประเมินผลซีเอสอาร์ และดัชนีความยั่งยืนซึ่งรวมถึง DJSI (Dow Jones Sustainability Index) ที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจะนำแนวคิดมาดำเนินการกับบริษัทจดทะเบียน ส่วนในเรื่องการตรวจสอบและควบคุมด้านซีเอสอาร์ก็ได้กล่าวถึงการตรวจสอบซีเอสอาร์ การตรวจสอบสังคม และการควบคุมซีเอสอาร์ บทสุดท้าย การจัดทำรายงานซีเอสอาร์ ได้กล่าวถึงแนวทางการจัดทำรายงานซีเอสอาร์ที่หลากหลายเช่น GRI (Global Reporting Initiative), Integrated Reporting, AA1000 Series, PER (Public Environmental Reporting)

ภาคผนวกของหนังสือเล่มนี้ถือเป็นแหล่งค้นคว้าด้านซีเอสอาร์ได้อย่างต่อเนื่อง เพราะผู้เขียนได้จัดทำอภิธานศัพท์ ให้แหล่งข้อมูลในการสืบค้นต่อ ให้ตัวชี้วัด และให้ตัวอย่างแบบสอบถามถึง 4 ชุด ได้แก่ 1) การดำเนินงานตามมาตรฐาน ISO26000 2) การรับรู้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมตามตัวแบบ Carroll's the pyramid of CSR 3) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และ 4) ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งแบบสอบถามทั้งหมดได้มีการสร้างตามคำนิยามและผ่านการทดสอบทั้งความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น สามารถนำไปปรับปรุงใช้กับงานวิจัยได้

หนังสือการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ฉบับพิมพ์ครั้งที่ 2 ของ ผศ.ดร.พิพัฒน์ นนทนาถรณ์ นี้จึงยังเป็นหนังสือที่ทรงคุณค่าในการค้นคว้าทางด้านซีเอสอาร์ซึ่งได้มีการปรับปรุงให้ทันต่อเหตุการณ์และการเปลี่ยนแปลงของแนวคิดและแนวปฏิบัติของซีเอสอาร์ได้อย่างดี