

สารบัญ

คำนำพิมพ์ครั้งที่ 2	ก
คำนำพิมพ์ครั้งที่ 1	ข
การปรับปรุงและการพิมพ์ครั้งที่ 2	ง
สารบัญย่อ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ฐ
สารบัญภาพ	ท
คำย่อ	ด
ภาค 1 แนวคิดซีเอสอาร์	1
บทที่ 1. บทนำ	3
1.1 ความสำคัญของซีเอสอาร์	4
1.2 ความเป็นมาของซีเอสอาร์	5
1.3 ความหมายของซีเอสอาร์	7
1.4 คุณลักษณะของซีเอสอาร์	13
1.5 ประโยชน์ของซีเอสอาร์	15
1.6 อนาคตของซีเอสอาร์	16
1.7 ประเด็นทางสังคม	18
1.8 โครงสร้างของหนังสือ	21
1.9 สรุป	22
1.10 คำถามท้ายบท	23
1.11 เอกสารอ้างอิง	24
บทที่ 2. การแบ่งประเภทของซีเอสอาร์	27
2.1 การแบ่งตามกระบวนการ	28
2.2 การแบ่งตามลำดับชั้น	30
2.3 การแบ่งตามกิจกรรม	33
2.4 การแบ่งตามทรัพยากร	35
2.5 การแบ่งตามการพัฒนา	36
2.6 การแบ่งตามรูปแบบ	45

2.7	การแบ่งตามหน่วยงาน	47
2.8	สรุป	51
2.9	คำถามท้ายบท	51
2.10	เอกสารอ้างอิง	52
บทที่ 3.	แนวปฏิบัติของซีเอสอาร์	55
3.1	เข็มทิศธุรกิจเพื่อสังคม	56
3.2	แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ	59
3.3	มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมต่อสังคม	64
3.4	มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแล้ว	66
3.5	ISO 26000 Social Responsibility	70
3.6	OECD: The Guidelines for Multinational Enterprises	71
3.7	UN Global Compact	73
3.8	SA 8000 Social Accountability	74
3.9	สรุป	76
3.10	คำถามท้ายบท	77
3.11	เอกสารอ้างอิง	78
บทที่ 4.	ซีเอสอาร์และการพัฒนาอย่างยั่งยืน	79
4.1	จริยธรรมธุรกิจ	80
4.2	ปณิธานิบาล	84
4.3	การประกอบการสังคม	96
4.4	การพัฒนาอย่างยั่งยืน	103
4.5	ภาพบูรณาการ	109
4.6	สรุป	113
4.7	คำถามท้ายบท	114
4.8	เอกสารอ้างอิง	115
บทที่ 5.	การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยซีเอสอาร์	119
5.1	การแข่งขันเชิงกลยุทธ์	120
5.2	ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน	121

5.3	ความสามารถหลัก	126
5.4	การสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้วยซีเอสอาร์	130
5.5	สรุป	132
5.6	คำถามท้ายบท	133
5.7	เอกสารอ้างอิง	134
ภาค 2	การจัดการซีเอสอาร์	135
บทที่ 6	บทบาทของภาวะผู้นำกับซีเอสอาร์	137
6.1	ผู้นำกับผู้จัดการ	138
6.2	ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์	143
6.3	ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม	147
6.4	บทบาทของภาวะผู้นำต่อซีเอสอาร์	159
6.5	สรุป	160
6.6	คำถามท้ายบท	160
6.7	เอกสารอ้างอิง	161
ส่วนที่ 1	การวางแผนด้านซีเอสอาร์	163
บทที่ 7	การวางแผนสำหรับซีเอสอาร์	165
7.1	ความสำคัญของการวางแผน	166
7.2	ประเภทของวางแผน	167
7.3	ขั้นตอนการวางแผน	169
7.4	การวางแผนโครงการซีเอสอาร์	170
7.5	เครื่องมือที่ช่วยในการวางแผนซีเอสอาร์	171
7.6	สรุป	179
7.7	คำถามท้ายบท	179
7.8	เอกสารอ้างอิง	180
บทที่ 8	ซีเอสอาร์เชิงกลยุทธ์	181
8.1	การจัดการเชิงกลยุทธ์	182
8.2	ซีเอสอาร์เชิงกลยุทธ์	184
8.3	วิสัยทัศน์และพันธกิจด้านซีเอสอาร์	185
8.4	จุดมุ่งหมายด้านซีเอสอาร์	190
8.5	การวางกำหนดกลยุทธ์ซีเอสอาร์	193
8.6	การสร้างคุณค่าร่วม	200

8.7	วิสาหกิจเพื่อสังคม	201
8.8	การวางแผนกลยุทธ์ซีเอสอาร์	203
8.9	สรุป	204
8.10	คำถามท้ายบท	204
8.11	เอกสารอ้างอิง	205
บทที่ 9	กิจกรรมสังคมขององค์กร	207
9.1	การส่งเสริมเหตุปัจจัย	209
9.2	การตลาดเหตุสัมพันธ์	212
9.3	การตลาดสังคมองค์การ	215
9.4	การให้เพื่อสังคมขององค์กร	217
9.5	การอาสาชุมชน	220
9.6	การประกอบธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคม	222
9.7	การพัฒนาและส่งเสริมสินค้าและบริการที่สามารถซื้อหาได้	225
9.8	แนวปฏิบัติที่ดีกิจกรรมสังคมขององค์กรที่ดี	226
9.9	สรุป	228
9.10	คำถามท้ายบท	229
9.11	เอกสารอ้างอิง	230
ส่วนที่ 2	การจัดองค์การด้านซีเอสอาร์	231
บทที่ 10	สถาปัตยกรรมองค์การสำหรับซีเอสอาร์	233
10.1	หลักการออกแบบองค์การ	235
10.2	แนวทางการออกแบบโครงสร้างองค์การ	240
10.3	การออกแบบโครงสร้างองค์การด้านซีเอสอาร์	245
10.4	สรุป	252
10.5	คำถามท้ายบท	253
10.6	เอกสารอ้างอิง	254
บทที่ 11	วัฒนธรรมองค์การด้านซีเอสอาร์	255
11.1	พื้นฐานของวัฒนธรรมองค์การ	256
11.2	ลักษณะของวัฒนธรรมองค์การ	257
11.3	ประเภทของวัฒนธรรมองค์การ	260
11.4	การสร้างวัฒนธรรมองค์การ	261

11.5	วัฒนธรรมองค์การกับการปฏิบัติงาน	262
11.6	สรุป	264
11.7	คำถามท้ายบท	264
11.8	เอกสารอ้างอิง	265
ส่วนที่ 3 การนำซีเอสอาร์		267
บทที่ 12	การนำสำหรับซีเอสอาร์	269
12.1	การจูงใจ	270
12.2	การสร้างทีม	277
12.3	อาสาสมัคร/จิตอาสา	286
12.4	สรุป	294
12.5	คำถามท้ายบท	295
12.6	เอกสารอ้างอิง	296
บทที่ 13	การสื่อสารสำหรับซีเอสอาร์	297
13.1	แนวคิดเรื่องการสื่อสาร	298
13.2	วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	302
13.3	ประเภทของการสื่อสาร	302
13.4	กลยุทธ์การสื่อสารซีเอสอาร์	305
13.5	แนวทางการสื่อสารซีเอสอาร์	309
13.6	สรุป	314
13.7	คำถามท้ายบท	314
13.8	เอกสารอ้างอิง	315
ส่วนที่ 4 การประเมินผลซีเอสอาร์		317
บทที่ 14	การติดตามผลและการประเมินผลด้านซีเอสอาร์	319
14.1	การติดตามผลซีเอสอาร์	320
14.2	การประเมินผลซีเอสอาร์	322
14.3	การสร้างตัวชี้วัดซีเอสอาร์	330
14.4	แนวทางและวิธีการประเมินผลซีเอสอาร์	337
14.5	ดัชนีความยั่งยืน	348
14.6	สรุป	354
14.7	คำถามท้ายบท	354
14.8	เอกสารอ้างอิง	355

บทที่ 15. การตรวจสอบและควบคุมด้านซีเอสอาร์	357
15.1 แนวทางขององค์กรต่อซีเอสอาร์	358
15.2 การตรวจสอบซีเอสอาร์	359
15.3 การตรวจสอบสังคม	363
15.4 การควบคุมซีเอสอาร์	368
15.5 สรุป	375
15.6 คำถามท้ายบท	375
15.7 เอกสารอ้างอิง	376
บทที่ 16. การจัดทำรายงานซีเอสอาร์	377
16.1 การรายงานซีเอสอาร์	378
16.2 Global Reporting Initiative (GRI)	384
16.3 Integrated Reporting <IR>	395
16.4 AA1000 Series	402
16.5 Public Environmental Reporting	415
16.6 แนวทางสำหรับการรายงานความยั่งยืนอื่นๆ	420
16.7 สรุป	425
16.8 คำถามท้ายบท	425
16.9 เอกสารอ้างอิง	426
บรรณานุกรม	427
ภาษาไทย	428
ภาษาอังกฤษ	432
ภาคผนวก	443
อธิธานศัพท์	444
แหล่งข้อมูล	447
ตัวชี้วัดเชิงระบบ	449
แบบสอบถาม	454
ดัชนี	463
เกี่ยวกับผู้แต่ง	471