

## CSR - Corporate Social Responsibility

โลกในยุคโลกาภิวัตน์กำลังเผชิญกับปัญหาภัยธรรมชาติ วิกฤตสิ่งแวดล้อม และปัญหาภาวะโลกร้อน บทบาทความรับผิดชอบต่อสังคมของกลุ่มบริษัท (Corporate Social Responsibility) ก็เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นทั้งในแง่ของการเป็นแนวคิด กลไก และเครื่องมือที่สำคัญของการพัฒนาองค์กรธุรกิจ และการพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อมของโลกอย่างยั่งยืน เช่น การใช้หลักธรรมาภิบาล การผลิตสินค้าและบริการที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม เป็นการสร้าง “คุณค่า” ให้กับองค์กรธุรกิจ นอกจาก “มูลค่า” ทางธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการประกอบธุรกิจแล้วแนวคิดดังกล่าว ยังสนับสนุนการเติบโตทางธุรกิจควบคู่ไปกับการพัฒนาทางสังคม มุ่งเน้นให้องค์กรธุรกิจดำเนินกิจการทางธุรกิจที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรและสังคมโดยรวมเพื่อชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่ อันที่จะส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งและการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างปกติสุข

แนวความคิดและที่มาของ CSR สร้างความตื่นตัวให้แก่บรรดากลุ่มธุรกิจและให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนภารกิจ CSR ในองค์กรอย่างจริงจังมีการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาสังคม ซึ่งแนวความคิดเกี่ยวกับ CSR ครั้งแรกเกิดจากการประชุมระดับโลกที่กรุงเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ในปี 2535 ได้มีการกล่าวถึงทิศทางใหม่ของการพัฒนาที่เรียกว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” (Sustainable Development) มีการเรียกร้องให้เกิดการพัฒนาที่เอาใจใส่ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากการมุ่งเน้นแต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเดียว

ต่อมาเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2553 องค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Organization for Standardization : ISO) ได้ประกาศใช้แนวปฏิบัติว่าด้วยความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000 Guidance on Social Responsibility : SR) อย่างเป็นทางการไปแล้ว ซึ่งไม่มีข้อกำหนดในการนำ ISO 26000 ไปใช้ในการรับรองและไม่ใช้มาตรฐานบังคับแต่อย่างใด หากแต่เป็นเรื่องการนำไปใช้ด้วยความสมัครใจ แต่เมื่อใดก็ตามที่มาตรฐาน ISO 26000 ได้รับการยอมรับในประเทศไทยอย่างกว้างขวางมากขึ้น ก็จะนำไปสู่การดำเนินงาน CSR ในทางปฏิบัติที่จะเป็นสิ่งช่วยกำหนดว่าต่อไปนี้เราจะไม่สามารถจะทำ CSR รูปแบบเดิมๆ ได้อีกแล้ว และแนวปฏิบัติตามมาตรฐานของ ISO 26000 นั้นจะช่วยให้อุตสาหกรรมเดินไปในกรอบแนวทางที่วางเอาไว้เพื่อให้พร้อมสู่การแข่งขันในตลาดโลกต่อไป

### ระดับของ CSR

**ระดับ 1 Mandatory Level:** ข้อกำหนดตามกฎหมาย หมายถึง การที่ธุรกิจมีหน้าที่ต้องปฏิบัติให้

เป็นไปตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค  
กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

**ระดับ 2 Elementary Level:** ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถใน

การอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งกำไรที่ได้นั้นต้องมีกำไรซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

**ระดับ 3 Preemptive Level:** จรรยาบรรณทางธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมและผู้ประกอบธุรกิจได้ใส่ใจเพื่อให้ประโยชน์ตอบแทนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมใกล้ที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแล หรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบธุรกิจ

**ระดับ 4 Voluntary Level:** ความสมัครใจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทางของ CSR ด้วยความสมัครใจไม่ได้ถูกเรียกร้องจากสังคม ซึ่งการประกอบธุรกิจอยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ ธุรกิจต้องดำเนินการตามเกณฑ์ในระดับ 1 เป็นอย่างน้อย ส่วนการดำเนินการในระดับต่อไปให้ขึ้นกับความพร้อมของแต่ละองค์กร โดยหลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ควรอยู่บนหลักพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคม

## ประเภทของ CSR

- **In process** หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสิ่งแวดล้อมขององค์กร เช่น การดูแลสวัสดิการพนักงาน การผลิตที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อลูกค้า
- **After process** หมายถึง กิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมที่ไม่เกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง เช่น การปลูกป่า การบริจาคทุนการศึกษา การรณรงค์สร้างจิตสำนึก การช่วยเหลือผู้ประสบภัย
- **As Process** หมายถึง องค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อช่วยเหลือสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยไม่มุ่งหวังผลกำไร เช่น มูลนิธิ หรือ สมาคมการกุศลต่างๆ

## หลักแนวคิดสำคัญเกี่ยวกับ CSR

หลักสำคัญของการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ซึ่งควรอยู่บนพื้นฐานของความพอประมาณที่ธุรกิจต้องไม่เบียดเบียนตนเอง และขณะเดียวกันก็ต้องไม่เบียดเบียนสังคมด้วย โดยสามารถแบ่งแนวปฏิบัติในเรื่อง CSR ได้เป็น 8 หัวข้อ ดังนี้

1. **การกำกับดูแลกิจการที่ดี** - การกำกับดูแลกิจการที่ดี เป็นการจัดให้มีระบบบริหารจัดการอย่างรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบในการจัดการอย่างโปร่งใส เท่าเทียม เป็นธรรมมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจต่อผู้ถือหุ้น ผู้ลงทุน ผู้มีส่วนได้เสีย และผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อันจะนำไปสู่ความเติบโตและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนของธุรกิจ
2. **การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม** - การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรมย่อมก่อให้เกิดความเชื่อมั่นกับผู้เกี่ยวข้อง อันจะส่งผลดีต่อกิจการในระยะยาว ทั้งนี้ ธุรกิจควรถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

**3. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม** - การเคารพสิทธิมนุษยชนเป็นรากฐานของการพัฒนาทรัพยากรบุคคล อันมีส่วนสัมพันธ์กับธุรกิจในลักษณะการเพิ่มคุณค่า และทรัพยากรบุคคลนับเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มผลผลิต ดังนั้น ธุรกิจควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขในการทำงาน ให้พนักงานมีคุณภาพชีวิตที่ดี และได้มีโอกาสแสดงศักยภาพ ตลอดจนได้รับโอกาสในการฝึกฝนและเพิ่มพูนทักษะในการทำงาน

**4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค** - สินค้า และ/หรือ บริการของธุรกิจไม่ควรก่อให้เกิดความเสี่ยงหรืออันตรายต่อผู้บริโภค ทั้งนี้ ธุรกิจควรปรับปรุงมาตรฐานของสินค้า/บริการให้มีความเป็นสากลและให้ทุกคนสามารถเข้าถึงได้รวมทั้งควรพัฒนาสินค้า/บริการเพื่อเป็นประโยชน์ในการช่วยแก้ไขปัญหาของสังคมด้วย

**5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม** - ชุมชนและสังคมที่เข้มแข็งและมีการพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น มีความสำคัญยิ่งในฐานะเป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ดังนั้น ธุรกิจควรจัดกิจกรรมทางสังคม และ/หรือ มีส่วนร่วมในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและสังคมที่ได้รับผลกระทบจากกระบวนการผลิตสินค้า/บริการของธุรกิจ โดยการแสดงตัวเป็นพลเมืองที่ดีของชุมชนนั้น พร้อมกับคิดค้นวิธีการที่จะลดและหยุดผลกระทบในทางลบต่อชุมชนและสังคม ที่เกิดจากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจในที่สุด

**6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม** - การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรโลก บวกกับปัจจัยความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากเป็นสาเหตุของการบริโภคทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมากเกินกว่าความจำเป็น ยังก่อให้เกิดมลภาวะทั้งทางน้ำ อากาศ ขยะ สารพิษ ฯลฯ ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนตามมา โดยภาวะโลกร้อนดังกล่าวจะกระทบต่อมนุษย์และระบบนิเวศน์ต่อไป ดังนั้น ธุรกิจจึงมีหน้าที่ในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ด้วยการจัดการปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยถือว่าการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกคน

**7. การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม** - ในการดำเนินธุรกิจควรนำแนวคิด CSR มาประยุกต์ผสมผสานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมและสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างกลมกลืน โดยนำความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์การดำเนินงานด้าน CSR มาพัฒนาปรับใช้และคิดค้นให้เกิดนวัตกรรมทางธุรกิจที่สามารถสร้างประโยชน์ความสามารถในการแข่งขัน และมูลค่าเพิ่ม ทั้งต่อธุรกิจและสังคมไปพร้อมๆกัน (competitiveness with innovative business)

**8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม** - ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการเปิดเผยข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นการปฏิบัติตามแนวทาง CSR ที่กล่าวมาอย่างครบถ้วน โดยข้อมูลที่เปิดเผยนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย (stakeholders) ทุกฝ่ายยังช่วยในการสอบทานให้ธุรกิจทราบได้ว่า ได้ดำเนินการในเรื่อง CSR ตรงกับเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ อย่างไร

## กรณีตัวอย่าง

**บริษัท ปูนซีเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)** มีธุรกิจเครื่องเคลือบคลุมธุรกิจหลากหลายประเภท ตั้งแต่ ปูนอุปกรณ์ก่อสร้าง กระดาษ ฯลฯ เครื่องซีเมนต์เป็นหนึ่งในบริษัทแรกๆ ในประเทศไทยที่มีการทำกิจกรรมเพื่อสังคมอย่างจริงจัง โดยก่อตั้ง “มูลนิธิเครื่องซีเมนต์ไทย” เพื่อดำเนินธุรกิจตามอุดมการณ์ “คุณภาพและเป็น

ธรรม” โดยสร้างสรรค์กิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อย่างจริงจังและต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน โดย มุ่งเน้นด้านสิ่งแวดล้อม การศึกษา กีฬา ชุมชน และสาธารณประโยชน์ อาทิ

### ด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

การจัดประกวดหุ่นยนต์กู้ภัย (Thailand Rescue Robot Championship) การจัดค่ายวิทยาศาสตร์เยาวชนช่างเผือกซิเมนต์ไทย Young Thai Artist Award นอกจากนี้ยังมอบทุนสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง

### ด้านกีฬา

ทางด้านการกีฬามีการจัดการแข่งขันแบดมินตันเครื่องซิเมนต์ไทยชิงชนะเลิศเยาวชนแห่งประเทศไทย ที่จัดต่อเนื่องมาเป็นเวลา 24 ปี การแข่งขันเครื่องซิเมนต์ไทยชิงชนะเลิศแบดมินตันแห่งประเทศไทย และการแข่งขัน แบดมินตันเครื่องซิเมนต์ไทย ไทยแลนด์ โอเพน วอลเลย์บอลเครื่องซิเมนต์ไทย ชิงชนะเลิศเยาวชนแห่งประเทศไทยที่จัดต่อเนื่องมาถึง 17 ปี

### โครงการด้านสิ่งแวดล้อม

โครงการจัดระเบียบขยะ DO IT CLEAN โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกในการคัดแยกขยะ และการนำกลับมาใช้ประโยชน์ ให้แก่พนักงานเครื่องฯ ชุมชนรอบโรงงาน นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา และประชาชนทั่วประเทศ ผ่านกิจกรรมหลากหลายทั่วทุกภูมิภาค อาทิ เปิดตัวโครงการที่โรงงานเครื่องฯ จัด School Tour จัดคอนเสิร์ตในพื้นที่ชุมชนรอบโรงงาน โฆษณาทางวิทยุและสื่อสิ่งพิมพ์ ทอดผ้าป่าขยะ รีไซเคิล และจัดทำสื่อเผยแพร่ต่างๆ

### กิจกรรมสาธารณประโยชน์

การมอบเงินสนับสนุนองค์กรสาธารณกุศลอย่างต่อเนื่อง การช่วยเหลือผู้ประสบภัยทั่วประเทศ การจัดสร้างสาธารณสมบัติต่างๆ เพื่อชุมชน บริจาคเงินและสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยช่วยเหลือผู้ประสบภัยธรรมชาติต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ โดยให้การช่วยเหลือทั้งระยะเร่งด่วน และฟื้นฟูในระยะยาวต่อไปด้วย นอกจากนี้ สนับสนุนปูนซิเมนต์และวัสดุก่อสร้างแก่นิสิต/นักศึกษาที่ออกค่ายอาสาพัฒนาชนบทในช่วงปิดภาคเรียน และยังสนับสนุนให้พนักงานเครื่องฯ สร้างอาคารเรียนให้ชุมชนท้องถิ่นในชนบท

### กิจกรรมชุมชนสัมพันธ์

การบำเพ็ญประโยชน์ให้แก่สังคม จึงจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของชุมชนรอบบริเวณบริษัทและโรงงาน เช่น สนับสนุนการจัดกิจกรรมของศูนย์เยาวชนเทศบาล และจัดอบรมเสริมทักษะความรู้ด้านอาชีพให้แก่ชุมชนรอบโรงงาน นอกจากนี้ ในส่วนของการบริหารงานบุคคลภายในองค์กร

เครือซีเมนต์ไทยมีการจัดอบรมพนักงาน ให้มีความรู้ความ สามารถอยู่เสมอด้วยแนวคิด ‘การบริหาร สมรรถนะความสามารถ’ (Competency-Based Management) และให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อ สังคมที่เครือข่าย ทำอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเครือข่าย เป็นบริษัทแรกที่ได้รับการรับรองระบบบริหารคุณภาพ ISO 9001 : 2000 ด้านการบุคคลของประเทศไทย โดยเครือซีเมนต์ไทยถือว่า “ความรับผิดชอบต่อสังคม” เป็น การกิจ / พันธสัญญาของบริษัทในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ก็ควรจะมีส่วนในการพัฒนาสังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมไทยให้เจริญก้าวหน้าไปพร้อมๆ กัน

**บางจาก ปิโตรเลียม** เป็นอีกบริษัทที่ชัดเจนมากในด้านการช่วยเหลือชุมชน โดยใช้ร้านมินิมาร์ทในปั้ม เป็นสถานที่แสดงสินค้าชุมชน มีการจัดประกวด"ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาไทย" ที่ทำขึ้นโดยชาวบ้าน/ ภูมิปัญญาชาวบ้าน และให้มีโอกาสได้วางขายตามร้านค้าในปั้มทั่วประเทศ นอกจากนี้ บางจากยังพยายาม ส่งเสริมให้ชาวบ้านในแต่ละชุมชน ได้มีโอกาสเป็นเจ้าของ “ปั้มน้ำมันชุมชน” เพราะเห็นว่า

“ชุมชนเป็นรากฐานสำคัญของสังคม ความแข็งแรงของชุมชน จะเป็นความแข็งแรงของทั้งสังคม การสนับสนุนให้องค์กรชุมชนได้รวมกลุ่มเพื่อทำธุรกิจ จึงเป็นความพยายามเล็กๆ ทางหนึ่งของบาง จากที่หวังให้ชุมชนมี รายได้สามารถเลี้ยงชีพพึ่งตนเองได้ บนวิถีชีวิตที่มีความสุข เพราะเมื่อชุมชน แข็งแรงจะช่วยสร้างความแข็งแรงให้ครอบครัวทำให้พ่อแม่ลูกอยู่ด้วยกันได้เสริมสร้างรากฐาน จริยธรรม การเรียนรู้ และช่วยพัฒนาศักยภาพของคนอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่ความแข็งแรงของ สังคมและของประเทศชาติต่อไป การสร้างธุรกิจชุมชนนี้จะเกิดขึ้นได้ และต่อเนื่องยั่งยืน ต้องอาศัย ความร่วมมือระหว่างกลุ่มชาวบ้าน, องค์กรชุมชนต่างๆ, และภาคธุรกิจ โดยรัฐเป็นผู้สนับสนุน”

ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางของการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ตามพระราชดำริของในหลวง

ในส่วนของการจัดการภายในองค์กรของบางจากเอง บางจากมีการอบรมพนักงาน และยังมีโครงการ “ปัน เงินเดือน” จากพนักงาน มาเป็นกองทุนในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งจะนำมาสมทบกับ เงิน 1 สตางค์ ที่ ได้จากการเติมน้ำมันทุกๆ 1 ลิตร (ซึ่งเป็นส่วนของผลกำไรของบริษัท ไม่ได้ไปเพิ่มในราคาน้ำมัน) จะปันเข้า สู่กองทุน เพื่อนำไปทำกิจกรรมเพื่อสังคมต่อไป ซึ่งการปัน “เศษ” เงินจากพนักงานและผลกำไรของบริษัท เป็นแนวคิดที่น่าสนใจมากในการทำ CSR ในระดับ “การบริจาค หรือ Philanthropy” เพราะให้ความรู้สึกที่ ดีต่อทั้งลูกค้า พนักงาน และชุมชนที่ได้รับความช่วยเหลือในรูปแบบของกิจกรรม หรือทุนสนับสนุนต่างๆ ซึ่ง น่าจะนำไปประยุกต์ใช้กับองค์กรอื่นๆ ในประเทศไทยได้อีกมาก

**บริษัท สวนเงินมีมา จำกัด** ก่อตั้งขึ้นในวันที่ ๒๗ มีนาคม ๒๕๔๔ โดยใช้ชื่อของคุณชายของ อาจารย์สุ ลักษณ์ ศิวรักษ์ มาตั้งเป็นชื่อบริษัท และก่อตั้งในวันเดียวกับวันคล้ายวันเกิดของ อาจารย์สุลักษณ์ โดยเริ่มต้น จากแนวคิดที่ว่า ถ้าอยากทำงานเพื่อสังคม แต่ต้องรอการสนับสนุนปัจจัยจากแหล่งทุนอาจไม่เพียงพอ

(หรือไม่มีเลย) ดังนั้น หากเราสามารถทำธุรกิจที่ตัวธุรกิจนั้นสามารถเป็นตัวขับเคลื่อนงานด้านสังคม ใฝ่ใจ ในปัญหาสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และศักยภาพด้านในของมนุษย์ อีกทั้งยังสามารถก่อให้เกิดรายได้ที่จะ กลับคืนสู่สังคม ชุมชน และกลับไปสนับสนุนองค์กรไม่หวังผลกำไรอื่นๆ (NGO) ได้ น่าจะเป็นแนวทางของ การพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างแท้จริง ดังนั้น บริษัท สวนเงินมีมา จำกัด จึงถือกำเนิดขึ้นจาก ผู้ถือหุ้นทั้งจากองค์กร ด้านสังคมและนักธุรกิจ ภายใต้แกนนำของ อาจารย์สุลักษณ์ นั่นเอง

ความแตกต่างของ สวนเงินมีมา กับบริษัทอื่นๆนั้นก็คือการตั้งต้นจาก “ใจ” ใจนำ ธุรกิจตาม ไม่ มุ่งเน้นการหาผลกำไรเป็นหลัก ในขณะที่ บริษัทอื่นๆ มักจะ ตั้งบริษัทโดยมุ่งเน้นการหาผลกำไร แล้วเมื่อทำ กิจกรรมไปได้สักระยะหนึ่งจึงมาสนใจที่จะทำกิจกรรมเพื่อสังคม หรือ CSRนั่นเอง สิ่งที่มีหวังคือ “การเป็น แรงกระตุ้น” พุดง่ายๆ ก็คือ การสร้างกระแส ให้เป็นแนวทางแก่องค์กรธุรกิจอื่นๆ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัทและการช่วยเหลือสังคมสามารถแบ่งหลักๆ ได้ 4 ประเภท

1. สำนักพิมพ์ มีหนังสืออยู่ 8 ประเภทซึ่งเน้นพื้นที่ทางความคิด มุมมองและโลกทัศน์ใหม่ ได้แก่ ครอบคลุมการศึกษาของครุฑรวม หมวดวิถีชีวิตใหม่ หมวดธุรกิจและผู้นำใหม่ หมวดชีวประวัติเพื่อแรงบันดาลใจ หมวดศิลปะวรรณกรรมแห่งชีวิต หมวดสังคมและการเปลี่ยนแปลง หมวดศาสนธรรมเพื่อสังคมร่วมสมัย หมวดกระบวนทัศน์ใหม่

2. ร้านหนังสือ คีตยิตสยาม (ติดตามด้านล่าง)

3. สินค้าคัดสรรพื้นบ้าน ที่เป็น Organic Cotton ผ้าฝ้ายไม่ฟอก ย้อมสีธรรมชาติ วิธีการตามแบบ แผนพื้น บ้าน ไม่มุ่งเน้นให้เป็นอุตสาหกรรม เพราะจะกระทบกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน ที่ปกติแล้วจะปลูกพืช หมุนเวียน และทำคัดสรรตามแต่ฤดูกาล เรานั่นให้รายได้ แก่ชาวบ้านอย่างเต็มที่ ไม่กดราคา ด้วยเห็นใน คุณค่าของผลิต ภัณฑ์ที่มีความเป็น ธรรมชาติ และความ “งามแท้” ของมัน

4. จัดสัมมนา เสวนา ประชุม ตามวาระ และประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เราให้ความสนใจ

Diagnosing

ที่มา : <http://www.csri.or.th/knowledge/csr>

<http://www.csrcom.com/csr.php>

<http://www.sec.or.th/infocenter/th/pub/other/CSR.pdf>

[http://eservices.dpt.go.th/eservice\\_6/ejournal/28/28-09.pdf?journal\\_edition=28](http://eservices.dpt.go.th/eservice_6/ejournal/28/28-09.pdf?journal_edition=28)

<http://www.exim.go.th/doc/research/article/CSR.pdf>

<http://csr-thai.blogspot.com/>