

### บทที่ 3

บริษัท แอมเวย์(ประเทศไทย)-จำกัด

ศึกษากรณี ความรับผิดชอบต่อสังคม กำนัลสิ่งแวดล้อม และ ชุมชน

#### ประวัติบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทในเครือแอมเวย์ คอร์ปอเรชั่น ซึ่งเป็นบริษัทหนึ่งในสหรัฐอเมริกา ที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายสินค้าโดยตรงที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลก โดยมีธุรกิจอยู่ในประเทศและดินแดนต่าง ๆ ทั่วโลกกว่า 50 แห่ง

แอมเวย์ประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2530 โดยนำผลิตภัณฑ์แอมเวย์ฯ ชนิดเข้าสู่ตลาดเมืองไทย ปัจจุบันแอมเวย์มีผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในตลาดระบบขายตรงในประเทศทั้งสิ้นกว่า 70 ชนิด หรือกว่า 330 รายการ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ (Personal care product) ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง (Cosmetics) เครื่องประดับ (Jewelry) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ทันสมัย (Hometech) จนถึงผลิตภัณฑ์กาแฟ

ธุรกิจของแอมเวย์ มีการขยายตัวอย่างมาก เห็นได้จากยอดจำหน่ายของปีบัญชี 2534-2535 ซึ่งสิ้นสุดลงเมื่อเดือนสิงหาคม 2535 สูงถึง 1,592 ล้านบาท และจากจำนวนผู้จำหน่ายที่มีอยู่ในปัจจุบันกว่า 200,000 คน ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จมาจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความตั้งใจจริงในการดำเนินธุรกิจของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แอมเวย์

แอมเวย์ให้การสนับสนุนผู้จำหน่ายของบริษัทอย่างเต็มที่ โดยการผลิตเอกสารคู่มือแนะนำผลิตภัณฑ์ เทปคาสเส็ทท์และเทปวีดีโอบรรยายวิธีการขาย และการสร้างแรงบันดาลใจ เป็นต้น นอกจากนี้บริษัทยังจัดประชุมและสัมมนากลุ่มผู้จำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ เพื่อฝึกอบรมและแนะนำวิธีการขาย ตลอดจนแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ ๆ

นโยบายที่สำคัญของแอมเวย์ คือ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยได้มุ่งเน้นทางด้าน การอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นหลัก ซึ่งที่ผ่านมาแอมเวย์มีกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อมหลายโครงการ และยังคงดำเนินการต่อไปในอนาคต

## ผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม

การอนุรักษ์ปกป้องสิ่งแวดล้อมนั้นเป็นความรับผิดชอบของทุกคน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานหรือบุคคลใด ๆ ทั้งนี้ รวมถึงบริษัทแอมเวย์ด้วยเช่นกัน นับตั้งแต่การดำเนินธุรกิจในปี 2502 แอมเวย์มีนโยบายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดมา จะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์ของแอมเวย์ ดังต่อไปนี้

### - ผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายตัวได้ทางชีวภาพ

สารเซอร์แฟคแทนท์ที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดของแอมเวย์ทุกชนิดล้วนมีคุณสมบัติที่สลายตัวสู่ธรรมชาติทั้งสิ้น โดยจะแตกตัวอย่างรวดเร็วและไม่ก่อให้เกิดปัญหาฟองอากาศที่มากเกินไปในทะเลหรือแม่น้ำลำคลอง เช่น น้ำยาทำความสะอาดเนกประสงค์ แอล.โอ.ซี ผงซักฟอก เอส-เอ-8 พลาส น้ำยาล้างจาน ดิชครอปส์ เป็นต้น

### - ผลิตภัณฑ์สูตรเข้มข้น

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีสูตรผสมเข้มข้นซึ่งไม่เป็นเพียงให้ความประหยัดและสะดวกในการใช้สำหรับผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังเป็นผลดีต่อสภาพแวดล้อมเพราะจะช่วยลดปริมาณการซื้อให้น้อยครั้งกว่าปกติ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ใช้แล้วและจำเป็นต้องทิ้งมีจำนวนลดน้อยลง

### - ผลิตภัณฑ์ปลอดจากสารคลอโรฟลูโอโรคาร์บอน (สาร CFC)

ผลิตภัณฑ์ชนิดสเปรย์ทุกชนิดที่ผลิตขึ้นมิได้มีส่วนผสมของสารคลอโรฟลูโอโรคาร์บอน(CFC) มาเป็นเวลากว่า 20 ปี แล้ว นับตั้งแต่ที่ได้มีการวิจัยค้นพบเกี่ยวกับสารคลอโรฟลูโอโรคาร์บอนว่าเป็นตัวการทำลายชั้นโอโซนในบรรยากาศของโลก

### - เลิกการใช้สตีว์เป็นตัวอย่างทดลองผลิตภัณฑ์

แอมเวย์ได้ยกเลิกการทดลองผลิตภัณฑ์กับสตีว์ เพื่อประเมินผลความปลอดภัยต่อมนุษย์ อันเป็นส่วนหนึ่งในโครงการส่งเสริมสวัสดิภาพสัตว์มานานกว่าทศวรรษแล้ว แต่กระนั้นก็ยังยึดถือความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรกของบริษัทอยู่ต่อไป

- บรรจุกัมภ์ที่เป็นกระดาษ

ผลิตภัณฑ์หลายชนิดของแอมเวย์บรรจุอยู่ในกล่องกระดาษ แม้ว่าแนวโน้มทางการตลาดจะนิยมบรรจุภัณฑ์พลาสติกก็ตาม เพราะกระดาษสามารถย่อยสลายได้ง่าย และนำมาหมุนเวียนผลิตใช้ได้ใหม่ จึงปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าพลาสติก

- ปลอดภัยต่อระบบน้ำทิ้งและน้ำเสีย

ผลิตภัณฑ์แอมเวย์ทุกชนิด เมื่อทำให้เจือจางตามคำแนะนำในฉลากจะปลอดภัยต่อระบบระบายน้ำทิ้งน้ำเสียที่เกิดขึ้นภายหลังการใช้ โดยอาจนำมาใช้รดน้ำเพื่อให้ความชุ่มชื้นแก่บรรดาต้นไม้ และพืชผักสวนครัวได้ด้วย จึงไม่มีผลเสียต่อระบบนิเวศน์วิทยา

มาตรการ 3 ขั้นตอน เพื่อส่งเสริม "การนำกลับมาใช้ใหม่" (Recycling)

ทุกวันนี้เราจะพบว่าสินค้าที่เราบริโภคนั้นจะมีบรรจุภัณฑ์เป็นขวดพลาสติกมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้ ก็เพราะว่าบรรจุภัณฑ์ที่เป็นพลาสติกมีข้อดีหลายประการ เช่น ใช้ได้สารพัดประโยชน์ น้ำหนักเบา และไม่แตกง่าย แต่ก็เป็นที่ทราบกันดีว่าทุกอย่างต้องมีทั้งข้อดีและข้อเสีย และพลาสติกก็เช่นเดียวกัน เราคงเห็นแล้วว่าที่หลุมฝังขยะที่ใด ๆ ก็แล้วแต่ ล้วนเต็มไปด้วยบรรจุภัณฑ์พลาสติก และมีปริมาณเพิ่มขึ้นตลอดเวลา ยิ่งกว่านั้นคือ พลาสติกทำจากน้ำมันปิโตรเลียม จากจำนวนพลาสติกที่เพิ่มขึ้น ซึ่งก็หมายถึงเราใช้น้ำมันปิโตรเลียมมากขึ้นด้วย และนั่นก็แสดงว่า เรากำลังใช้ทรัพยากรที่เราไม่สามารถสร้างขึ้นมาใหม่ให้หมดไปเรื่อย ๆ

ด้วยเจตนาและความยึดมั่นที่แอมเวย์มีต่อสิ่งแวดล้อม แอมเวย์จึงได้มีมาตรการ 3 ขั้นตอน เพื่อเป็นการส่งเสริม "การนำกลับมาใช้ใหม่"

1. การนำกลับไปย่อยใหม่อีกครั้ง ในกระบวนการผลิต จะมีขวดซึ่งถูกคัดลอก เพราะไม่ได้มาตรฐานที่แอมเวย์กำหนด แอมเวย์จะนำขวดเหล่านี้มาย่อยแล้วเอาพลาสติกไปใช้ในการผลิตขวดใหม่ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า จากขวดพลาสติกที่แอมเวย์ผลิตออกมานั้น ส่วนหนึ่งก็คือ ขวดที่ผลิตขึ้นโดยใช้พลาสติกที่ได้จากกระบวนการ "การนำกลับมาใช้ใหม่" นั่นเอง

2. การนำกลับไปเข้ากระบวนการผลิตใหม่ แอมเวย์จะส่งขวดพลาสติกที่ไม่สามารถย่อยใหม่ได้ไปที่บริษัทผลิตพลาสติก และพลาสติกที่ได้จากกระบวนการผลิตนี้จะถูกนำไปใช้ทำโต๊ะปิกนิก ม้านั่งตามสวนสาธารณะ และผลิตภัณฑ์อื่น

3. รหัส เอส.พี.ไอ ที่ขวดพลาสติก บริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมพลาสติกโดยผ่านสมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกได้มีการพัฒนาระบบรหัสขึ้น ซึ่งเลขรหัสนี้จะบ่งบอกถึงชนิดของพลาสติกที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้ดำเนินการตามกระบวนการ "การนำกลับมาใช้ใหม่" สามารถจำแนกชนิดของผลิตภัณฑ์ตามชนิดของพลาสติกที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตบรรจุภัณฑ์นั้น ทุกวันนี้แอมเวย์ได้พิมพ์หมายเลขรหัสที่ขวดพลาสติก โดยที่กันขวดจะมีเครื่องหมายลูกศร 3 ดอก ประกอบกันเป็นรูปสามเหลี่ยม โดยมีเลข "2" อยู่ตรงกลาง และตัวหนังสือ "HDPE" อยู่พื้นฐาน ซึ่งหมายความว่าพลาสติกนี้ทำจากสาร "โพลีเอทิลีน" ที่มีความหนาแน่นสูง วิธีนี้จะช่วยส่งเสริมกระบวนการ "การนำกลับมาใช้ใหม่" ซึ่งนั่นก็คือจะช่วยประหยัดเนื้อที่ในหลุมฝังขยะ และในขณะเดียวกันก็เป็นการสงวนน้ำมันซึ่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติอันมีค่าไว้ด้วย

### ความรับผิดชอบต่อสังคม : หัวใจของงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

#### การประชาสัมพันธ์ธุรกิจคืออะไร

ในการประกอบธุรกิจ สิ่งที่จะต้องคำนึงถึง คือ ประชาชน ความคิดเห็นหรือความเชื่อถือ เลื่อมใสของประชาชนเกี่ยวกับธุรกิจต่างๆ นั้น หน่วยงานธุรกิจจะต้องให้ความสนใจ และศึกษาเป็นพิเศษ เนื่องจาก ประชาชนเป็นตัวจักรสำคัญที่จะทำให้หน่วยงานธุรกิจดำรงอยู่ได้โดยได้รับแรงสนับสนุนจากประชาชน ดังนั้นในปัจจุบัน การประชาสัมพันธ์ธุรกิจจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับประชาชน

การประชาสัมพันธ์ธุรกิจคืออะไร ร.ศ.วีรัช อภิรัตน์กุล อธิบายว่า "การประชาสัมพันธ์ธุรกิจคือ) การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานธุรกิจ เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มประชาชนอันได้แก่ บริษัทธุรกิจ โรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น โดยใช้วิธีการบอกกล่าว เผยแพร่ และชี้แจงเกี่ยวกับนโยบาย การดำเนินงาน รวมทั้งวิธีอื่นๆ เพื่อที่จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดี และชื่อเสียงเกียรติคุณของหน่วยงานนั้นไปสู่กลุ่มประชาชนเพื่อให้ได้รับความนิยมนิยม และความร่วมมือจากกลุ่มประชาชนต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์ผลสำเร็จแก่งานใด ๆ ของหน่วยงานนั้น"<sup>1</sup>

อ. เสนีย์ แดงวัง ให้คำจำกัดความว่า "การประชาสัมพันธ์ในความหมายของการธุรกิจก็คือ ความรับผิดชอบในการส่งเสริม และประสานนโยบาย โครงการและพฤติกรรมต่าง ๆ ระหว่างวิสาหกิจหนึ่งกับประชาชนกลุ่มต่าง ๆ และระหว่างของประชาชนทุกกลุ่มเหล่านั้น ที่จะพึงมีต่อวิสาหกิจและเพื่อเป็นเครื่องกระตุ้นให้มีโอกาสพัฒนารุ่งเรือง ในผลประโยชน์ของวิสาหกิจยิ่งขึ้น"<sup>2</sup>

1 วีรัช อภิรัตน์กุล , การประชาสัมพันธ์ , (กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์ฯ 2526), หน้า 403

2 เสนีย์ แดงวัง , การประชาสัมพันธ์ , (กรุงเทพ, :โรงพิมพ์อักษรบัณฑิต, 2525),

สำนักหอสมุด



### เป้าหมายและแผนงานการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ 3

ในเรื่องที่เกี่ยวกับการเป็นบริษัทธุรกิจที่ดี เหมือนหนึ่งเป็นประชาชนที่ดีนั้น ในแง่ธุรกิจ มีแนวทางดังนี้

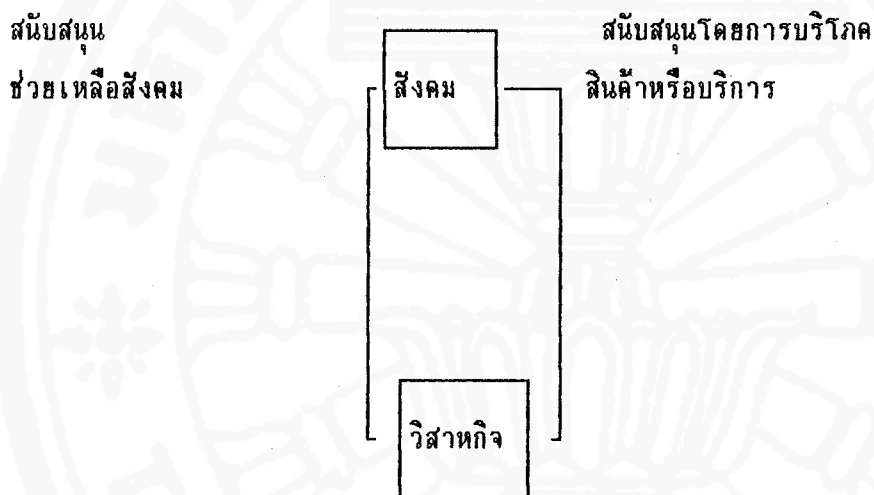
1. ก่อนอื่นบริษัทธุรกิจจะต้องได้รับการยอมรับจากประชาชนเสียก่อนว่าบริษัทดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการบริหาร กิจการ และต้นทุนกำไร
2. ในการดำเนินงานธุรกิจ บริษัทจะต้องได้รับการยอมรับว่า บริษัทจะต้องมีคุณธรรม มีหลักธรรมจรรยา คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อและการทำธุรกิจจะไม่ก่อผลกระทบกระเทือนต่อสภาพแวดล้อมทางสังคม
3. ไม่ว่าบริษัทธุรกิจนี้จะดำเนินการธุรกิจชนิดใด แต่บริษัทก็มีส่วนในการสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาทางด้านสังคม เช่น การให้ความช่วยเหลือแก่มูลนิธิ และสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น

เพื่อย้ำในเจตนาตามเป้าหมายของภาพลักษณ์ที่บริษัทธุรกิจต้องการ ๓ ประการดังกล่าวข้างต้น งานทางด้านประชาสัมพันธ์จะต้องแจจแจงรายละเอียดให้เห็นเด่นชัดขึ้นว่า

1. คุณภาพของผลิตภัณฑ์ของบริษัทมีคุณภาพสูง
2. บริษัทต้องปฏิบัติตามกฎหมายโดยเคร่งครัด
3. การดำเนินธุรกิจของบริษัทจะต้องมีจรรยาบรรณ
4. บริษัทส่งเสริมการพัฒนาด้านสังคม
5. บริษัทส่งเสริมการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ

#### ความรับผิดชอบต่อสังคม 4

ในระยะหลัง ๆ นี้ แนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ได้แผ่รัศมีกว้างออกไปถึงการบำเพ็ญตนเป็นสมาชิกที่ดีของสังคม (Good Corporate Citizen) โดยยึดถือคติที่ว่าสังคมเจริญ กิจการก็เจริญตาม สังคมตกต่ำ กิจการก็ตกต่ำด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างสังคมกับวิสาหกิจจึงเกี่ยวข้องต่อเนื่องกันเป็นวงกลม ดังนี้



มีข้อที่น่าจะพิจารณาคือว่า การช่วยเหลือกิจการวิสาหกิจให้ต่อสังคมนี้เป็นเพียงความนึกคิดมิใช่ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ทั้งนี้ เพราะกิจกรรมที่ได้ตอบสนองกลับไปสู่สังคมนั้น เป็นส่วนหนึ่งของกำไร ซึ่งวิสาหกิจได้จากการทำมาหากินกับสังคม ซึ่งย่อมเป็นที่แน่นอนว่าย่อมไม่สามารถจะนำไปช่วยเหลือกิจการสังคมได้อย่างทั่วถึง และเต็มเม็ดเต็มหน่วย และสังคมเริ่มมีความไม่เอียงที่จะคิดว่า การช่วยเหลือกิจการในลักษณะนี้ แม้เขาจะรู้สึกขอบคุณในความเอื้ออาทร (สำหรับผู้ที่ได้รับการช่วยเหลือ) และพลอยชื่นชมไปกับผลบุญนั้นด้วย แต่ก็ยังมีความรู้สึกว่ามันยังไม่ใช่ความรับผิดชอบต่อสังคมที่แท้จริง ถ้าจะเป็นก็คงจะเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้นและน่าจะเป็นความรับผิดชอบต่อสังคมในลักษณะเช่นเดียวกับความรับผิดชอบต่อวิสาหกิจมีต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน คนงานของตน ซึ่งเป็นกลุ่มชนเฉพาะกลุ่มที่มีต่อผู้ถือหุ้น พนักงาน คนงานของตน ซึ่งเป็นกลุ่มชนเฉพาะกลุ่มที่เกี่ยวข้อง ผูกพันโดยตรง จึงน่าจะไม่ใช่ความรับผิดชอบต่อสังคมที่แท้จริงตามทฤษฎีความรับผิดชอบต่อสังคม

ความรับผิดชอบต่อสังคมที่แท้จริงนั้น ควรจะอยู่ที่หัวใจของธุรกิจนั้นเลขที่เดียว กล่าวคือ วิชาชีพที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจะต้องยึดถือ คือ

1. ผลิตสินค้าที่เป็นผลประโยชน์ต่อสังคม (Social product)
2. จำหน่ายจ่ายแจกสินค้าในราคาสมควรที่ประชาชนจะซื้อหาได้ (Social Price)
3. มีกำไรเพียงพอที่จะอยู่ในสังคมได้โดยไม่เดือดร้อน (Social Profit)

ปัจจัยทั้ง ๓ ข้อนี้ น่าจะเป็นข้อที่จะตรวจสอบได้ว่าวิชาชีพใดมีความรับผิดชอบต่อสังคม มากน้อยเพียงใด

#### กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน

บริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ให้การสนับสนุนและเข้าร่วมโครงการเพื่อ สิ่งแวดล้อมและชุมชนอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่ได้เปิดดำเนินกิจการในประเทศไทย ด้วย ปณิธานแน่วแน่ในการปฏิบัติตนเป็นพลเมืองที่ดี และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

#### กิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม

- การประกวดต้นไม้ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
- แอมเวย์ร่วมกับมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย ในพระบรม ราชูปถัมภ์ จัด "โครงการประกวดต้นไม้ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย" ขึ้นในปี 2534 เพื่อปลูกจิตสำนึก ให้ประชาชนทั่วประเทศเห็นความสำคัญตลอดจนร่วมกันรักษา ฟื้นฟูต้นไม้ใหญ่ และเก่าแก่ ซึ่งเป็น ส่วนหนึ่งของมรดกไทย



## โครงการปลูกป่า

- ในปี 2533 บริษัทฯ ได้มอบเงินทุนในการจัดหากล้าไม้ยืนต้นและพันธุ์ไม้ป่าชายเลน จำนวน 324,000 ต้น ให้กับโครงการปลูกป่าของสำนักงานคณะกรรมการสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ ซึ่งต่อมาได้เปลี่ยนชื่อเป็นกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม
- ในปี 2534 บริษัทฯ ได้ร่วมกับหน่วยงานเดียวกันนี้ และวิทยาลัยเกษตรกรรมจังหวัดพังงา สนับสนุนโครงการปลูกต้นไม้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการปลูกป่าดังกล่าว เพื่อสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้แก่เยาวชน และประชาชนในจังหวัดพังงา

## โครงการรณรงค์วันสิ่งแวดล้อมและวันคุ้มครองโลก

- บริษัทฯ ร่วมกับกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม จัดนิทรรศการส่งเสริมการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และมีการแจกจ่ายกล้าไม้ให้แก่ประชาชนทั่วไปโดยไม่คิดมูลค่าในวันสิ่งแวดล้อมโลก ซึ่งตรงกับวันที่ 5 มิถุนายนเป็นประจำทุกปี
- บริษัทฯ ได้สนับสนุนการประกวดโปสเตอร์เพื่อรณรงค์ป้องกันและแก้ไขปัญหามลพิษในเขตเมือง จัดพิมพ์โปสเตอร์ที่ชนะการประกวดและหนังสือคู่มือเรื่องภาวะเรือนกระจกเพื่อแจกจ่ายให้แก่ภาครัฐ และเอกชนต่อไป

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังได้ดำเนินการผลิตโปสเตอร์รณรงค์ "วันคุ้มครองโลก" ปี 2533 และจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจกับ "วันคุ้มครองโลก" อีกด้วย

## พิธีปลูกต้นไม้

บริษัทฯ สนับสนุนพิธีปลูกต้นไม้ของเด็ก ๆ กว่า 2,700 คน เพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสที่สมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี ทรงมีพระชนมายุครบ 90 พรรษา ตามโครงการพัฒนาเด็กก่อนก่อนวัยเรียนในแหล่งชุมชนแออัดของศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาบุคคล

## การอบรมด้านสิ่งแวดล้อม

บริษัทฯ ได้ร่วมมือกับศูนย์สิ่งแวดล้อมศึกษา วิทยาลัยครูพระนคร จัดฝึกอบรมด้านสิ่งแวดล้อมหลายครั้งตามโครงการ "เยาวชนรักสัตว์" ซึ่งเป็นโครงการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องให้นักเรียนระดับประถมศึกษาที่สวนสัตว์ดุสิต เป็นเวลา 2 วัน โดยมุ่งให้เด็ก ๆ ได้มีโอกาสเรียนรู้ชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์จากสิ่งที่ได้พบเห็นจริง ๆ ทั้งนี้ เพื่อกระตุ้นให้เด็กมีจิตสำนึกและเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์สัตว์ป่า

## ศูนย์สงเคราะห์สัตว์ป่า

บริษัทฯ ได้บริจาคเงินทุนส่วนหนึ่งให้แก่มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพรรณพืชแห่งประเทศไทย เพื่อช่วยจัดตั้ง "ศูนย์สงเคราะห์สัตว์ป่า" และยังสามารถเข้ามาเป็นสมาชิกของศูนย์นี้ด้วย

## โครงการไอซ์วอร์ด

บริษัทฯ เป็นผู้จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการไอซ์วอร์ดในประเทศไทย โครงการดังกล่าวซึ่งจัดขึ้นในปี 2532 เป็นโครงการเดินเท้าพิชิตขั้วโลกเหนือของคณะนักสำรวจนานาชาติ 8 คน โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อให้ชาวโลกหันมาให้ความสนใจปัญหาภาวะที่เป็นปัญหาต่อเนื่อง และมองเห็นความจำเป็นที่จะต้องร่วมมือกันแก้ไขในระดับสากล

บริษัทฯ ได้ให้การสนับสนุนคณะสำรวจเดินเท้าไอซ์วอร์ด และคณะสำรวจอีกคณะหนึ่งซึ่งประกอบด้วยนักศึกษา 22 คน จาก 15 ประเทศในการเดินทางไปทำงานวิจัยขั้วโลกเหนือภายใต้แผนงาน "ไอซ์วอร์ด"

บริษัทฯ ได้สนับสนุนให้ มร.โรเบิร์ต สวอน มาเยือนประเทศไทยเพื่อพบปะกับนักอนุรักษ์และกลุ่มอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของไทย มร.โรเบิร์ต สวอน เป็นมนุษย์คนแรกในประวัติศาสตร์ที่เดินเท้าพิชิตขั้วโลกเหนือ และขั้วโลกใต้ได้สำเร็จ

## กิจกรรมเพื่อชุมชน

### สนับสนุนโครงการของมูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม

ในปี 2534 บริษัทฯ ได้บริจาคเงิน 1 ล้านบาท เพื่อสนับสนุนโครงการต่าง ๆ ของมูลนิธิเด็กอ่อนในสลัม ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา

### จัดงานปีใหม่ให้แก่เด็กชุมชนแออัด

บริษัทฯ ได้เป็นเจ้าของจัดงานปีใหม่ และงานวันเด็กให้แก่เด็กด้อยโอกาสกว่า 3,000 คน ซึ่งมีอายุระหว่าง 3-6 ปี จากชุมชนแออัดในเขตกรุงเทพมหานคร ภายใต้โครงการพัฒนาเด็กก่อนวันเรียนในแหล่งชุมชนแออัดของศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาบุคคล โดยผู้จำหน่ายและพนักงานแอมเวย์ได้ซื้อของขวัญปีใหม่ ร่วมเล่นเกมส์ และเลี้ยงอาหารกลางวันพร้อมเครื่องดื่มให้แก่เด็ก ๆ ในงานนี้ด้วยตนเอง ซึ่งโครงการดังกล่าวนี้ได้จัดติดต่อกมาเป็นเวลา 3 ปี แล้ว

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังสนับสนุนให้เด็ก ๆ ได้เดินทางไปทัศนศึกษาที่สวนสัตว์ดุสิตและท้องฟ้าจำลอง กรุงเทพฯ ในปี 2532 และจัดงานวันกีฬาในปี 2535 ด้วย

### แผนงานช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม

ในเดือนพฤศจิกายน 2532 ได้เกิดภัยธรรมชาติที่ร้ายแรง ทำให้เกิดน้ำท่วมหนักในภาคใต้ของประเทศไทย ทางบริษัทฯ และผู้จำหน่ายแอมเวย์ได้ร่วมกันบริจาคอาหาร ยารักษาโรค เครื่องใช้ในครัวเรือนที่จำเป็นและเงินให้กับผู้ประสบภัยน้ำท่วมดังกล่าว โดยมอบผ่านทางกระทรวงสาธารณสุข

บริษัทฯ ยังได้บริจาคเงินให้แก่มูลนิธิโรคเรื้อนพุดหง อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งได้รับความเสียหายจากภัยน้ำท่วมครั้งนั้น

### โครงการสนับสนุนพิธีฮัจญ์ที่นครราชสีมา

บริษัทฯ ได้จัดงบประมาณเพื่อการจัดซื้ออุปกรณ์เครื่องนอน เสื้อผ้าพัดลม และทำการ  
ซ่อมแซมตัวอาคารพิธีฮัจญ์ที่นครราชสีมา ในพระอุปถัมภ์ของสมเด็จพระศรีนครินทร์ราชฯ บรมราชชนนี  
นอกจากนี้ยังได้สนับสนุนโครงการค่ายพัฒนาเยาวชนภาคฤดูร้อนสำหรับเด็ก ๆ ของมูลนิธิอีกด้วย

สำนักหอสมุด