

คือแอนนิต้า คือเดอะ บอดี้ ช็อพ

Being *Anita Roddick*
Being **The Body Shop**



ผู้หญิงที่ประกาศตัวไว้ครั้งหนึ่งว่า คงประหลาดทีเดียวถ้าจะต้องตายไปโดยทิ้งขุมทรัพย์มหาศาลไว้เบื้องหลัง และให้สัมภาษณ์กับผู้สื่อข่าวมาร์ติน ลิววิส แห่งบีบีซี ว่าหากจะกลบฝังร่างของเธอ ขอให้สำรวจดูให้มั่นใจว่าเธอตายไปแล้วจริงๆ !!!

A woman who once declared that it would be quite weird to die by leaving a priceless treasure behind and interviewed with Martin Lewis of BBC that if her body is to be buried, just make sure that she is really dead!!!

เจ้าของคำพูดข้างต้นเป็นผู้หญิงรูปร่างกะทัดรัด ปราดเปรียว จนคาดเดาอายุได้ยาก เดินเร็ว ชนิดที่แม่คู่ชีวิตของเธอกระเซ้าว่าไม่เคยเห็นใครที่ตัวเล็กๆ ขาสั้นๆ เดินได้เร็วอย่างนี้มาก่อน ประกอบกับมาจากการพูดทรงพลังระดับนักกิจกรรมสังคม (Activist) ชื่อนำสะกดคนฟังให้นิ่งงัน เธอมีรูปแบบเฉพาะตัว ทั้งการแต่งกายและอากัปกริยาเชื่อมั่นในตัวเองอย่างสูง ทั้งไม่มีอาการเกรงขามต่อสาธารณชนแม้แต่น้อย

เป็นนัยที่แปรได้ว่าคนที่มีจิตวิญญาณเยี่ยงเธอตายยาก เพราะสิ่งที่เธอสร้างขึ้น ไม่ใช่อาณาจักรธุรกิจธรรมดา แต่เป็นธุรกิจสร้างบุคลากรที่เปี่ยมด้วยจิตวิญญาณแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชนเสมือนทายาทสานต่อปณิธานและจิตวิญญาณของผู้ก่อตั้ง

ในวันที่เธอเดินทางมาเยือนเมืองไทย ณ เวทีหอประชุมใหญ่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในบ่ายวันที่ 3 มีนาคม พ.ศ. 2547 จึงเนืองแน่นไปด้วยแนวร่วมของผู้หญิงนักกิจกรรมสังคมตัวเอก ผู้เปิดเวทีแห่งวาทะด้วยการบอกเล่าถึงคำถามคลาสสิกที่ว่า เธอประสบความสำเร็จในการสร้างอาณาจักรธุรกิจร้านเดอะบอดี ช็อป ที่มีภาพลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างไร เธอให้คำตอบขบข่อย่อนไปว่า เป็นเพราะตัวเองไม่เคยผ่านหลักสูตรการบริหารธุรกิจจากสถาบันใดๆ มาก่อนนั่นเอง

เธอคือคุณหญิงแอนนิต้า รือตติก ซึ่งคงไม่เป็นที่รู้จักของสังคมบ้านเราอย่างกว้างขวางนัก แต่หากบอกว่าเธอคือผู้ก่อตั้งกิจการร้านค้าและผลิตภัณฑ์ประทืองผิว เดอะบอดี ช็อป เชื่อว่าเสียงตอบรับคงกระหึ่มขึ้น แม้เธอจะออกตัวว่าไม่เคยผ่านหลักสูตรการบริหารธุรกิจใดๆ มาก่อนก็ตาม แต่สังคมรับรู้ถึงชื่อเสียงและคุณค่าที่ผ่านการกลั่นกรองมาแล้วของธุรกิจของเธออย่างแท้จริง



31

T

The one who said so was a compact-sized woman, so active that it was hard to guess her age. She walked so fast that her spouse even teased her that he had never seen a small one with short legs who could walk this fast. Her powerful talk as a leading activist could spell the audience to speechlessness. She had her own dressing style with high confidence manner without any fear for the public.

This can be interpreted that the one with her kind of soul dies hard. This is because what she has created is not a normal business kingdom but the business that has created staff members with the spirit of social and communal responsibilities. They are like the heir to the intention and spirit of the founder.

On March 3, 2004, the day she visited Thailand, the Auditorium of Chulalongkorn University was filled up with the network of this leading social activist woman. She opened the floor with the answer to a classic question of how she was successful in creating the business kingdom of The Body Shop with such uniqueness. Her retorting answer was that it was due to the fact that she had never passed the business administration course from any institution.

She is Dame Anita Roddick, who might not be widely known in our society. However, if we say she is the founder of skin care business, The Body Shop, the response should be roaring. Even though she made excuses that she did not finish any business administration course, the society is well aware of the finely refined reputation and value of her business.

Today it is obvious that Anita is proud of the success of her large kingdom. She wanted to specify that she has created the multi cultural and multi community business by integrating community way with economy to elevate the living of people before transferring into trade system and becoming products for the consumption of big cities.

She said that the first The Body Shop started in 1976 based on a simple reason of creating good life for her and her two daughters while Gordon Roddick, her husband, had been wandering in the South American forests. With barely any business experience but the simple advice of her husband to make the shop have only the revenue of £ 300 per week, she had the only target to make the first shop progress until today. Today the shop has grown into almost 2,010 franchised shops in 52 countries worldwide using 25 different languages in trading.

It cannot be claimed that this success has come by unintentionally because it has been concealed with determination to do the business with different conscience. It has thus become the core value that ultimately differentiates itself from others of the same kind.

It is the business style called **"Business as Unusual"** which has become the title of her first book to tell how her kingdom was born and how to create corporate value differently from other businesses. (Her book available in bookstores now is Brave Hearts, Rebel Spirits.)

The difference of The Body Shop has arisen from different way of thinking of its founder. She has pushed her own determination into one with corporate value. Dame Anita said that she has been a rebellion since the day she was born. Her idol was James Dean. With the status of Italian refugee daughter in Littlehampton in England, she was born in 1942. When she was ten years old, she found herself to do differently and felt like **"the outsider."**

She is self confident and believes that her DNA and Italian nationality have been significant in urging her to the success in life. Being a refugee in an alien society has taught her to care and share. Her mother taught her and instilled in her family to reuse, refill, and recycle even before these three words were widely known and the public did not know how to spell **"environment."** This tiny ethics nurtured by her family

วันนี้ เห็นได้ชัดเจนนว่า แอนนิต้าภาคภูมิใจในความสำเร็จของกิจการเติบโตใหญ่ที่แอนนิต้าอยากให้ระบุคำพูดว่า เธอเป็นคนสร้างธุรกิจหลากหลายวัฒนธรรมหลายชุมชน (Multi cultural, multi community) ด้วยเป็นการประสานวิถีชุมชนเข้ากับเศรษฐกิจเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ ก่อนการส่งผ่านเข้าสู่ระบบการค้าจนกลายเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการบริโภคของสังคมเมืองใหญ่

เธอเล่าว่าร้านเดอะ บอดี้ ชีพ แห่งแรกเริ่มต้นเมื่อปี ค.ศ. 1976 ด้วยเหตุผลง่ายของแอนนิต้าที่บอกว่าเพื่อร่วมสร้างความกินดีอยู่ดีให้กับตัวเองและลูกสาวสองคน ในขณะที่กอร์ดอน รีดดิก ผู้เป็นสามีตระเวนเดินป่าไปทั่วอเมริกาใต้ ด้วยประสบการณ์การค้าที่เรียกได้ว่าแทบไม่มีเลยของตนเอง มีแต่คำแนะนำง่าย ๆ จากสามีเพียงว่า ทำอย่างไรก็ได้ให้ร้านมีรายได้เพียงสัปดาห์ละ 300 ปอนด์ นั่นจึงเป็นเพียงเป้าหมายเพียงประการเดียวที่ทำให้ร้านแรกมุ่งหน้าเดินต่อมาจนถึงวันนี้เติบโตเป็นแฟรนไชส์ร้านค้าจำนวนเกือบ 2,010 ร้าน ใน 52 ประเทศทั่วโลก โดยใช้ภาษาเจรจาซื้อขายกันถึง 25 ภาษา

จะกล่าวถึงความสำเร็จนี้ได้มาด้วยความไม่ตั้งใจก็มีใช่ เพราะในความไม่ตั้งใจนั้นแฝงไว้ด้วยความมุ่งมั่นเพื่อการประกอบธุรกิจด้วยสำนึกที่แตกต่าง กลายเป็นธุรกิจที่มีคุณค่าหลัก (Core Value) แตกต่าง (Differentiate) จากธุรกิจประเภทเดียวกันอย่างสิ้นเชิง

เป็นวิถีธุรกิจที่เรียกว่าเป็น **"Business as Unusual"** ซึ่งกลายเป็นชื่อหนังสือเล่มแรกๆ ที่เธอเขียนออกมาเพื่อเล่าเรื่องของกำเนิดกิจการและการสร้างคุณค่าองค์กรแบบแตกต่างจากธุรกิจอื่น (หากอยากอ่านหนังสือของเธอ ตอนนั้นบนแผงมีเรื่อง Brave Hearts, Rebel Spirits)

ความแตกต่างของธุรกิจ เดอะ บอดี้ ชีพ เกิดขึ้นจากการคิดที่แตกต่างของผู้ก่อตั้ง ด้วยตัวเธอเป็นคนผลักดันปณิธานของตัวเองให้เป็นหนึ่งเดียวกับคุณค่าขององค์กร คุณหญิงแอนนิต้าเล่าว่า ตนเป็นคนกบฏมาตั้งแต่เกิด เทพบุตรในฝันของเธอคือ เจมส์ ดีน ด้วยสถานะลูกสาวของอิตาเลียนอพยพมาอยู่ในเมืองลิทแฮมตัน ในอังกฤษ และกำเนิดเธอในปี ค.ศ. 1942 เมื่ออายุเพียงแค่สิบขวบ เธอค้นพบว่าตัวเองชอบทำอะไรไม่เหมือนใคร และรู้สึกเหมือนเป็น **"คนนอก"** ตลอดมา

เธอเชื่อมั่นในตัวเอง เชื่อมั่นว่าดิเอเนเอและเชื้อชาติอิตาเลียนเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันความสำเร็จในชีวิต ความเป็นคนอพยพในสังคมแปลกถิ่นสอนให้รู้จักการใส่ใจและแบ่งปัน และแม่ของเธอสอนและปลูกฝังให้ครอบครัวรู้จักหลักการนำของเก่ากลับมาใช้ใหม่ในรูปแบบต่างๆ (Reuse, Refill and Recycle) มาตั้งแต่สามคำนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย และสาธารณชนยังสะกดคำว่า **"สิ่งแวดล้อม"** ไม่ได้ จริยธรรมเล็กน้อยจากการปมพะของครอบครัวกลายมาเป็นวิสัยและก่อสร้างเป็นรากฐานแนวคิดทางการค้าและสารที่ชัดเจนที่สื่อผ่านร้านค้าทุกร้าน

เธอผ่านการศึกษาดูด้วยการเป็นครูตามความต้องการของมารดา เดินทางเพื่อเร่สอนหนังสือตามคิบบุตซ์ (Kibbutz) ในประเทศอิสราเอล และเดินทางไปเยือนชุมชนพื้นเมืองในที่ต่างๆ มาตั้งแต่

ยังเป็นนักศึกษา ประสบการณ์ดังกล่าวกลายเป็นแรงบันดาลใจในแนวคิดของการสร้างธุรกิจและความสัมพันธ์กับชุมชน การเดินทางกลายเป็นภาระหน้าที่ในฐานะผู้บริหารกิจการในการเสาะหาวัตถุดิบจากชุมชนพื้นเมืองทั่วโลก บ่อนให้กับธุรกิจ และกลายเป็นการสร้าง ความแตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ ในด้านของการให้การสนับสนุนการค้า ชุมชนอย่างจริงจังและจริงจังมาเป็นระยะเวลาสี่สิบแปดปี

“องค์กรธุรกิจมีพลังอำนาจที่เข้มแข็งชนิดที่องค์กรของรัฐ มีอาจทำได้ ในการผลักดันการค้าของชุมชนอย่าให้ธุรกิจเป็นเพียง กลไกการสร้างเพียงผลกำไรเพียงอย่างเดียว ธุรกิจต้องมีส่วนรับผิดชอบต่อปัญหาสังคม ส่วนผู้บริหารก็ควรมีวิจักษณ์ญาณ ที่ดีในการซื้อสินค้า”

นั่นคือที่มาของเป้าหมายและภารกิจที่เดินไปพร้อมๆ กับการดูแลชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม เดอะ บอดี ช็อป ใช้หน้าร้าน สินค้าเป็นแหล่งสร้างวิญญานแห่งอุดมการณ์ พร้อมถ่ายทอด สารแห่งการปกป้องสิทธิมนุษยชนและนำเสนอประเด็นการพิทักษ์ ชีวิตสัตว์ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่มาจากหลากหลายชุมชน ตามประสบการณ์แห่งการเดินทางของเธอเอง และที่นั่นเป็นแหล่ง ดึงดูดคนที่มีจิตสำนึกเดียวกันแบบตัวเธอเข้ามาร่วมอุดมการณ์ แอนนิต้าเคยถามพนักงานของเธอว่า หากออกจากที่นี่ไป คิดว่า จะไปทำงานที่ไหนกัน กลุ่มคนเหล่านี้ตอบว่า ที่อื่นคงไม่ยอมรับ พวกเขาเข้าไปทำงานด้วยแน่นอน

อย่างไรก็ตามเธอให้เครดิตกับสังคมว่ากิจการของเธอเกิดขึ้น ในช่วงเวลาที่เหมาะสม ในยุคก่อตั้งเป็นช่วงเวลาที่สหราชอาณาจักร อังกฤษเริ่มเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจโลกสีเขียว การยอมรับในสินค้าที่มี ส่วนผสมจากธรรมชาติจึงเข้าสู่สมัยนิยมได้ไม่ยาก ความสำเร็จ ส่วนหนึ่งจึงมาจากโอกาสที่เอื้ออำนวยแต่ไม่ใช่ด้วยโชคช่วยแน่นอน

สิ่งหนึ่งที่แอนนิต้ายึดถือและกระทำอย่างต่อเนื่องคือ การเป็นนักต่อต้านความไม่เป็นธรรมเพื่อปกป้องมวลชน เฉพาะ อย่างยิ่ง หากมวลชนนั้นคือคนพื้นเมือง หรือผู้ด้อยโอกาสใน ที่อห่งประเทศด้อยพัฒนา

อย่างไรในกรณีของยักษ์ใหญ่ทางด้านพลังงานแห่งหนึ่ง ลูกค้านี่พื้นที่การสำรวจน้ำมันของชนเผ่าโอโกนิ ในประเทศไนจีเรีย ในปี ค.ศ. 1993 แอนนิต้าร่วมกับองค์กรเอ็นจีโออื่นๆ ผลักดัน มาตรการประท้วงองค์กรพลังงานยักษ์ใหญ่ อย่างไม่ยอมในตอนที่นั้น ผู้นำของกลุ่มชนพื้นเมืองถูกตัดสินว่ามีความผิดและถูกจำคุก แต่ การประท้วงยังคงดำเนินต่อไปจนผู้ถูกกักขังถูกปล่อยตัว กระทั่ง ปี ค.ศ. 1997 ภายใต้ความกดดันจากหลายฝ่าย เซลล์ประกาศ มาตรการพิทักษ์สิทธิมนุษยชนและการพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

แอนนิต้ามีความภาคภูมิใจในการเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดัน ให้องค์กรธุรกิจระดับยักษ์หันมาตระหนักถึงการเป็นองค์กรที่มี ส่วนในการปกป้องชุมชนอย่างยั่งยืน

เมื่อเล่าถึงจุดเริ่มความคิดอันตลกผลิกระหว่างความสนใจในเชิง ส่วนบุคคลประสานอย่างลงตัวด้วยการพัฒนาการค้าร่วมกับชุมชน แอนนิต้าย้อนไปในปี ค.ศ. 1989 ที่อัลตามิรา เมื่อเธอเข้าร่วมกับ ชนเผ่ามาโซเนียนอินเดีย (Amazonian Indian) เพื่อประท้วง

has become the nature and created her distinct business concept and message communicated through all shops.

She was educated to be a teacher as her mother's wishes. She wandered to teach in Kibbutz in Israel and visited local communities in various place as students. Such experience has become an inspiration in the concept of creating business and relationship with communities. Traveling has become her job as the business executive in searching for raw materials from local communities throughout the world to feed her business. It is in fact the differentiation of her business from others in seriously and sincerely supporting businesses with communities for 28 years.

“Business entities have the power that cannot be imitated by the public sector in pushing community business. Business sector shouldn't be a tool to create only benefits. It must play a part in social responsibility. Consumers should also have good judgment in buying goods.”

This is the origin of target and mission that are walking hand in hand with the care for communities and environment. The Body Shop uses its façade and merchandise to create the spirit of ideology while transferring the message of human rights protection. Concurrently, the issues of animal life projection, environmental preservation from various communities according to her travel experiences have been presented. This is the attraction venues for people of the same conscience to join the ideology. Anita used to ask her staff about where they wanted to work for after leaving The Body Shop and they answered that other places may not want to accept them to work.

However, she also gave credit to the society that her enterprise was born at a suitable time. At its foundation, the United Kingdom was entering into the Green Economy period. The acceptance of goods with natural could be easily in trend. A part of her success was favorable opportunity not luck.

What Anita believes in and continuously does is being a rebellion against unfairness to protect the people, especially if the people are local or less privileged in developed countries.

For example, in the case of a large energy company encroaching the area of the Ogoni in Nigeria in 1993 for oil exploration, Anita and other NGOs pushed for the campaign against the giant multinational oil company. The Ogoni's key persons were imprisoned but the campaign continued and eventually they were released. In 1997, under unrelenting pressure from several parties, Shell issued a revised operating charter committing the company to human rights and sustainable development.

Anita is proud to be a part in getting such a giant business organization to think about what it really means to be a corporate citizen.

When talking about the beginning of her crystallized ideas naturally combined personal interest and community trade initiatives, Anita recounted back in 1989 when she attended the meeting at Altamira of Amazonian Indian tribes protesting against a hydro-electric project which would have flooded thousands of acres of rainforest, submerging native lands.

As she could not do anything to terminate the project, she thought that if the areas were damaged, what could be protected in advance was to preserve Brazil nuts, renowned native agricultural produce. Brazil nut is a perennial tree with hard-shell nut, of which special quality is when crushed, it will yield oil with moisture suitable to be an ingredient in skin moisturizing and hair nourishing cream.

This has become a reputable community trade of The Body Shop, with 42 projects in 26 countries, across the world. The philosophy of the project is that farmers or owners of materials must receive fair and stable prices.

In addition, The Body Shop also has the product of which ingredient is sesame seed oil of Chepang indigenous farmers in Nepal. Above all, several communities have become trade partners and run a subsidized store. The Body Shop employs a Cuban agronomist consultant specializing in organic production methods.

"The deal with The Body Shop isn't going to make the farmers financially rich, but it does enable them to maintain their chosen way of life, not in the no-choice and victimized status all the time. I'm immensely proud of our efforts to make fair or community trade relationships more mainstream today. We cannot separate corporate values from social responsibilities, respect for human rights, care and protection of animal life and nature, all of which is integrated and combined."

What can't be omitted is that the giving mission of The Body Shop shares 25% of profits to communities with trade relationships in terms of public utilities development, educational center development, baby care center.

Infinite giving is the mission Anita wants to do and must be continuously executed because she does not want to leave this world as the rich addicted to external treasures.

N.B. : This article is not meant to be advertorials for the mentioned products but to present the real value of the corporation.

ต่อต้านโครงการพลังงานไฟฟ้าไอน้ำ ที่ก่อผลถึงขั้นอาจจะก่อให้เกิดน้ำท่วมล้นพื้นที่ป่าร้อนชื้นนับหลายพันเอเคอร์ของชาวพื้นเมือง

เมื่อมีอีกทำอะไรเพื่อยุติโครงการนี้ได้ แอนนิต้าทวนกลับมาคิดว่า หากพื้นที่ดังกล่าวต้องเสียหาย สิ่งที่สามารถป้องกันเป็นการเฉพาะหน้าได้ก็คือ การช่วยอนุรักษ์ผลผลิตทางการเกษตรพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อของท้องถิ่น นั่นคือบราซิลนัท ซึ่งเป็นพืชยืนต้น ให้ผลเป็นเมล็ดเปลือกแข็ง กระเพาะแล้วได้เมล็ดถั่วที่มีคุณสมบัติพิเศษคือ เมื่อนำมาบดละเอียดแล้ว จะให้สารสกัดน้ำมันที่อุดมด้วยคุณสมบัติให้ความชุ่มชื้น เหมาะที่จะนำมาเป็นส่วนผสมครีมบำรุงผิวและครีมบำรุงผม

กลายเป็นที่มาของการค้าชุมชนอันเลื่องชื่อของเดอะ บอดี ช็อป ซึ่งขณะนี้มีโครงการค้าร่วมชุมชนถึง 42 โครงการ ใน 26 ประเทศ กระจายอยู่ทั่วทุกท้องที่ทั่วแผนที่โลก ด้วยกฎการค้าที่ระบุชัดว่าเกษตรกรเจ้าของวัตถุดิบจะได้รับราคาที่มีเสถียรภาพและเป็นธรรม

นอกจากนี้ยังมีสินค้าที่มีส่วนผสมเป็นวัตถุดิบจากน้ำมันงาจากนิคารากัว สมุนไพรจากชนเผ่าพื้นเมืองเซปิง (Chepang) ในเนปาล ที่ล้ำหน้าไปกว่านั้น หลายชุมชนกลายเป็นหุ้นส่วนทางการค้า ดำเนินกิจการร้านค้าย่อย นอกจากนี้เดอะ บอดี ช็อป ยังว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญชาวคิวบาให้เป็นที่ปรึกษาทางด้านกระบวนการผลิตสินค้าอินทรีย์ที่ปราศจากส่วนผสมของสารเคมีใดๆ (Organic)

"การที่ชาวพื้นเมืองร่วมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีการค้ากับเรา ไม่ได้ช่วยให้เขาร่ำรวยมากมายแต่อย่างใด แต่เป็นการช่วยเหลือเลี้ยงให้เขาได้มีชีวิตที่มีทางเลือก (enable them to maintain their chosen way of life) ไม่ต้องอยู่ในฐานะที่ไร้ทางเลือกและเป็นฝ่ายถูกกระทำอยู่ตลอดเวลา ดิฉันมีความสุขุมใจอย่างแรงกล้าที่มีส่วนในการผลักดันวิถีการค้าในแนวทางของการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนให้กลายเป็นวิถีทางการค้าที่ยอมรับกันในวันนี้ สามารถกล่าวได้ว่าเราไม่สามารถแยกคุณค่าขององค์กรออกจากความรับผิดชอบทางสังคม ความนับถือในสิทธิมนุษยชน การดูแลและปกป้องพิทักษ์ชีวิตสัตว์และธรรมชาติทุกอย่างที่กล่าวมาล้วนหลอมเป็นสิ่งเดียวกัน"

ที่จะไม่กล่าวถึงไม่ได้คือ ภารกิจของการให้ กิจการเดอะ บอดี ช็อป แบ่งปันรายได้ยี่สิบห้าเปอร์เซ็นต์ของผลกำไรกลับคืนสู่ท้องถิ่นที่มีความสัมพันธ์ทางการค้าซึ่งกันและกัน ในรูปของการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาสาธารณูปโภคของชุมชน การพัฒนาศูนย์การศึกษา ศูนย์เลี้ยงเด็กเล็ก เป็นต้น

การให้แบบไม่สิ้นสุดเป็นภารกิจที่แอนนิต้าต้องการกระทำ และต้องทำต่อเนื่องไป เพราะเธอไม่อยากจะจากโลกนี้ไปอย่างคนร่ำรวยที่เสพยาติดกับทรัพย์สินนอกราย

หมายเหตุ : ผู้เขียนมิได้มีเจตนาให้ข้อเขียนชิ้นนี้เป็นบทความในเชิงโฆษณาสินค้าที่กล่าวถึงแต่อย่างใด เพียงต้องการนำเสนอสาระอันเป็นคุณค่าแท้จริงขององค์กรเท่านั้น