



ปลูกจิต คิดถึงสาธารณะ



รุ่นพี่ที่ทำงานเล่าถึง **วิธีคิดจัดการปัญหา**ของพนักงานขับรถแท็กซี่ **เจ้าประจำ** เมื่อไม่สามารถมาให้บริการได้ในเช้าวันหนึ่ง จึงได้พยายามช่วยหาแท็กซี่คันอื่นมาให้บริการแทน โดยไม่ปล่อยให้ลูกค้าต้องวุ่นวายกับการมองหาแท็กซี่เอง ซึ่งทำให้รุ่นพี่รู้สึกประทับใจในความใส่ใจลูกค้า และมั่นใจว่าจะยังคงเรียกใช้บริการแท็กซี่ท่านนี้ไปเรื่อยๆ อีกทั้งยังแนะนำคนใกล้ชิดให้เรียกใช้บริการอีกด้วย

หรือเรื่อง **ความประทับใจ**ของรุ่นพี่ **สูงวัย**ขาประจำ **สมาคมแพทย-โบราณใกล้ๆ ที่ทำงาน** เล่าถึงพนักงานในร้านคนหนึ่งที่สามารถจดจำเมนูของกลุ่มลูกค้าหน้าเดิมๆ ได้อย่างแม่นยำ เพียงแค่เห็นลูกค้าในกลุ่มนี้เดินเข้ามาในร้านก็ขานถามเสิร์ฟได้ทันที ยิ่งกว่านั้นยังส่งต่อความใส่ใจนี้ให้กับพนักงานคนอื่นๆ ทำให้เมื่อไม่อยู่ร้านพนักงานคนอื่นๆ ก็สามารถดูแลลูกค้ากลุ่มนี้ได้ดีเช่นเดียวกัน จนทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าถ้ามาถึงร้านอย่างไรก็ต้องได้ทานกาแฟรสชาติที่ชอบ จึงไม่เคยคิดไปทานที่อื่น ทั้งยังคอยเป็นกระบอกเสียงชักชวนคนสนิทให้มาลองใช้บริการ

จากเรื่องเล่าข้างต้น แสดงให้เห็น **วิธีคิดจัดการปัญหาในอนาคต** **ที่มองเป้าหมาย** คือ ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายและเกิดความสุขจากการมารับบริการ โดยไม่ได้มองแค่ภายในกรอบความรับผิดชอบและผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับ แต่พยายามคิดในมุมมองของลูกค้าจนอาจเลยไปถึงคิดแทนลูกค้า ตัวอย่างเช่น แม่บ้านของบริษัทคอยเตือนผู้บริหารเสมอให้ระวังการดื่มกาแฟปริมาณมากในแต่วัน จนในบางวันก็ไม่ขงเพิ่มให้ หรือชาวที่แชร์กันในโลกโซเชียลเกี่ยวกับพนักงานร้านอาหารพาสต์ฟูด ที่ช่วยหั่นชิ้นเนื้อให้ลูกค้าสูงอายุสามารถรับประทานอาหารได้ง่าย โดยทำไปเพราะความห่วงใย และอยากเห็นผู้อื่นมีความสุข ซึ่งเป็นคุณลักษณะส่วนหนึ่งของ **“ผู้มีจิตสาธารณะ”** ที่ไม่คิดเห็นแก่ตัว มีความปรารถนาที่จะช่วยแก้ปัญหา บรรเทาทุกข์ให้แก่ผู้อื่น สังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยความเต็มใจ รวมถึงรู้จักใช้สิทธิควบคุมกับทำหน้าที่ที่รับผิดชอบต่อทรัพย์สินของส่วนรวม

จิตสาธารณะ จึงเป็นคุณลักษณะทางจิตใจที่องค์กรควรปลูกฝังในตัวพนักงาน ให้รู้จักคิดคำนึงถึงผู้อื่นหรือส่วนรวม โดยกระตุ้นให้เห็นคุณค่าที่จะได้รับเมื่อเห็นผู้อื่นมีความสุข และสิ่งของรอบตัวอยู่ในสภาพที่ทุกคนสามารถใช้ร่วมกันได้อย่างดี ซึ่งจะช่วยลดอัตราของพนักงานให้น้อยลง เช่น คิดถึงประโยชน์และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในภาพรวมทุกครั้งทั้งปฏิบัติ 5 ส จากที่เคยคิดว่าพื้นที่ของตัวเองจะจัดวางอย่างไรก็ได้ ให้ถูกต้องตามหลักสะสาง หรือสะดวกก็เพียงพอ โดยไม่สนใจว่าจะกีดขวางการทำงานของผู้อื่น หรือทำให้ภาพรวมดูไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน แม้แต่การปรับปรุงกระบวนการทำงานก็ต้องคิดถึงประโยชน์ที่ผู้ปฏิบัติงานจะได้รับ ไม่ใช่คิดถึงแต่ผลงานของตัวเอง

ดังนั้น การทำให้พนักงานมีจิตสาธารณะ ควรเริ่มต้นจากสร้างระบบการดำเนินงานทุกกิจกรรมต้องระบุ **“ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อม องค์กร และสังคมอย่างชัดเจน”** รวมถึง

การปฏิบัติงานและประพฤติดัวของพนักงานต้องคิดเสมอว่า **“จะสร้างความเดือดร้อนให้ใครบ้าง”** เช่น พนักงานนำอาหารมารับประทานบริเวณโต๊ะทำงานของตนเองโดยไม่สนใจว่ากลิ่นของอาหารจะรบกวนเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ หรือกรณีพนักงานคนหนึ่งใช้โทรศัพท์มือถือยืนรอรับกาแฟจากร้านชื่อดังริมฟุตบาท โดยไม่สนใจว่าตัวเองยืนกีดขวางการสัญจรไปมาของคนรอบข้างอย่างมาก เป็นต้น

จากนั้นสนับสนุนกลุ่มพนักงานอาสาดำเนินกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ทั้งภายในและภายนอกขององค์กร และสื่อสารเรื่องราวดีๆ ให้รับรู้ทั่วทั้งองค์กรอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเป็นต้นแบบในการสร้างแรงบันดาลใจกระทำให้มีคุณค่าให้กับสาธารณะ โดยไม่มุ่งหวังผลตอบแทนใดๆ แม้ต้องเสียสละทั้งเวลา แรงกาย และแรงใจ นอกจากการได้ช่วยเหลือผู้อื่นให้ได้รับโอกาสดีๆ หรือบรรเทาความทุกข์ยากที่เกิดขึ้น เช่น การนำอุปกรณ์การเรียน เครื่องเล่นกีฬา เสื้อผ้าไปมอบให้กับนักเรียนในโรงเรียนที่ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุน หรือการระดมตุ๊กตาน่ารักๆ ไปมอบให้กับน้องๆ ในโรงพยาบาลเด็ก รวมไปถึงการร่วมดูแลความสะอาดของชุมชนรอบข้าง หรือแหล่งข้อบึงบริเวณอาคารสำนักงาน เป็นต้น

สุดท้ายต้องให้กลุ่มพนักงานอาสาแบ่งปันความรู้สึกของการให้และการไม่ยึดติดกับความคิดของตนเองจนสามารถเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่น ซึ่งจะทำให้พนักงานในองค์กรได้เรียนรู้ถึงกระบวนการคิดลด ละ และเลิกความเห็นแก่ตัว เช่น แม้เราเหนื่อยจากการทำงานมากจนคิดอยากกลับบ้านเร็วๆ แต่ก็คิดแย่งขึ้นรถไฟฟ้า ด้วยเรารู้สึกว่าคนอื่น ๆ ก็คงอยากรีบกลับไปพักผ่อนเช่นกัน ดังนั้น เราจึงเข้าแถวรอคอยอย่างสบายใจเมื่อเห็นทุกคนต่างได้รับสิ่งที่ตนเองคาดหวังไปด้วยกัน

จากแนวทางส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรมี **“จิตสาธารณะ”** ด้วยการไม่คิดทำให้ผู้อื่นเป็นทุกข์ และคอยหยิบยื่นความสุขให้ผู้คนรอบข้างอยู่เสมอ เป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรต้องตระหนักและสนับสนุนให้กลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร เพราะความยั่งยืนขององค์กรในอนาคตต้องอาศัย

“จิตสาธารณะ” ช่วยสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่ากับผู้มีส่วนสนับสนุนการเติบโตขององค์กร ทั้งลูกค้า พันธมิตร สังคม และโลกกลมๆ ใบนี้ อย่างไม่มีวันสิ้นสุด