

จิตสำนึกของความประหยัด (Economy Awareness)



บทความโดย : อารพณ์ ภูวิทย์พันธุ์

อีเมล : p_arporn11@yahoo.com

ในยุคของการแข่งขันทางธุรกิจที่องค์กรแต่ละแห่งต่างต้องพยายามปรับตัวเองเพื่อความอยู่รอด มีการแข่งขันกันทางธุรกิจที่มากยิ่งขึ้นทุกขณะ พบว่าการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันแทบจะไม่พบว่าบริษัทใดบริษัทหนึ่งที่สามารถผูกขาดหรือถือครองส่วนแบ่งการตลาดได้แต่เพียงบริษัทเดียว และด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้องค์กรต่าง ๆ ต่างต้องสร้างความอยู่รอดให้ได้ด้วยการปรับเปลี่ยนตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของกระบวนการทำงาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงความรู้ความสามารถ และทัศนคติของพนักงานที่ถือว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญอันจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กรต่อไป

ปัจจัยด้านหนึ่งที่เป็นสัญญาณบอกเหตุว่า องค์กรจะสามารถอยู่รอดได้หรือไม่ นั่นก็คือ ผลประกอบของบริษัท กำไร รายได้ ยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด และ " ต้นทุน " ทั้งนี้บริษัทที่มีรายได้มาก มิได้บ่งบอกว่าบริษัทจะมีกำไรมากขึ้นตามไปด้วย เพราะหากบริษัทมีต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น ย่อมส่งผลให้กำไรของบริษัทลดน้อยลง ดังนั้นเรื่องของต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจึงมีผลโดยตรงต่อผลประกอบที่องค์กรต้องการ

และด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทต่างตระหนักถึงความสำคัญและผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น การรณรงค์เพื่อช่วยกันประหยัดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จะเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่จะสามารถช่วยควบคุมและลดต้นทุนที่เกิดขึ้นนี้ได้

การกระตุ้นให้เกิด ' จิตสำนึกของความประหยัด ' (Economy Awareness) จึงเป็นหน้าที่อันสำคัญยิ่งของแต่ละองค์กร จิตสำนึกของความประหยัดจะหมายถึง ความเข้าใจถึงสาเหตุและเหตุผลของการประหยัด การร่วมมือกันเพื่อรักษา ควบคุมดูแล และหาวิธีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสมและเป็นไปตามความจำเป็น รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือโครงการที่จัดขึ้นเพื่อรณรงค์ให้เกิดความประหยัด ตลอดจนการกระตุ้นและสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากนี้ยังพบว่า มีองค์กรบางแห่งได้กำหนด " จิตสำนึกของความประหยัด " เป็นความสามารถด้านหนึ่งและเป็นหนึ่งในความสามารถหลัก หรือ Core Competency ที่สำคัญ โดยถือว่าเป็นเรื่องของทัศนคติ มุมมอง การรับรู้ และจิตใต้สำนึกของคนอันส่งผลต่อพฤติกรรมที่แสดงออกมา ดังนั้นเพื่อกระตุ้นให้พนักงานทุกคนมีจิตสำนึกของความประหยัด

ร่วมกัน ความสามารถดังกล่าวจึงได้ถูกนำมาใช้ในการวัดและประเมินผลงานของพนักงานแต่ละคน ซึ่งได้มีการกำหนดพฤติกรรมที่คาดหวังของระดับพนักงานที่แตกต่างกันออกไป ดังต่อไปนี้

ระดับพฤติกรรมที่คาดหวัง	รายละเอียดของพฤติกรรม
ระดับ 5 สำหรับผู้บริหาร	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดแนวทาง กลยุทธ์ และโครงการหรือกิจกรรมเพื่อกระตุ้นให้พนักงานเกิด จิตสำนึกของการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด โน้มน้าวชักจูงให้พนักงานเห็นความสำคัญและปรับพฤติกรรมให้มีส่วนร่วมในการประหยัดทรัพยากรของบริษัท เป็นตัวแทนขององค์กรในการถ่ายทอดวิธีการและโครงการเพื่อปลูกจิตสำนึกให้ เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด
ระดับ 4 สำหรับผู้จัดการ	<ul style="list-style-type: none"> อ้างอิงได้ถึงเหตุการณ์ ตัวบุคคล หรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่ ประหยัดจากองค์การภายนอกที่ประสบผลสำเร็จ (Best Practice) ได้ นำเสนอโครงการหรือกิจกรรมเพื่อรณรงค์ให้พนักงานเกิดจิตสำนึกในการประหยัดร่วมกัน ชี้แนะให้สมาชิกทั้งภายในและภายนอกหน่วยงานให้ความร่วมมือและร่วมกัน ประหยัดทรัพยากรของของบริษัท
ระดับ 3 สำหรับหัวหน้างาน	<ul style="list-style-type: none"> อธิบายและตอบข้อซักถามถึงเหตุผลและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากร อย่างประหยัด ควบคุมดูแล รักษา และใช้ทรัพย์สินและทรัพยากรของบริษัทให้เกิดประโยชน์ สูงสุด สามารถสอนเทคนิค และวิธีการในการใช้ทรัพย์สินและทรัพยากรให้คุ้มค่าและ เกิดประโยชน์ สูงสุด
ระดับ 2 สำหรับพนักงานอาวุโส	<ul style="list-style-type: none"> ชี้แนะให้สมาชิกในทีมช่วยกันและร่วมมือกันในการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด สามารถเลือกใช้ทรัพยากรอื่นมาทดแทน กรณีที่ทรัพยากรที่ต้องใช้มีไม่เพียงพอ /ขาดแคลน รู้วิธีการใช้ทรัพย์สินและทรัพยากรของบริษัทให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่า
ระดับ 1 สำหรับพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> แสดงออกถึงความเข้าใจในเหตุผลและประโยชน์ที่จะได้รับจากการร่วมแรงร่วมใจใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด แสดงออกถึงความเต็มใจที่จะให้ความร่วมมือในกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ เพื่อการใช้ทรัพยากรอย่างประหยัด อธิบายได้ถึงเหตุผล และวิธีการของการประหยัดให้แก่สมาชิกในทีมงานรับรู้ได้

จากความพยายามที่องค์กรได้ตระหนักถึงการปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกของการประหยัดนั้น หากดูผิวเผินแล้วอาจคิดว่าองค์กรจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์ พบว่าแท้จริงแล้ว มิใช่ประโยชน์จะเกิดขึ้นกับองค์กรแต่เพียงฝ่ายเดียว ทั้งนี้ความมุ่งหวังให้พนักงานมีจิตสำนึกของการประหยัดก็เพื่อความต้องการที่จะลดค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนที่เกิดขึ้น เพราะ

หากค่าใช้จ่ายลดลง แน่ใจว่ากำไรที่องค์กรจะได้รับนั้นย่อมจะมีมูลค่าที่มากขึ้น เนื่องจาก กำไร จะเกิดขึ้นจากการนำรายได้หักด้วยต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

และเมื่อองค์กรมีกำไรที่มากขึ้น ประกอบกับมีต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ลดลง จึงเป็นเหตุให้ผลตอบแทนที่พนักงานจะได้รับนั้นย่อมมีมูลค่าที่มากขึ้นตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นการปรับเงินเดือนที่เพิ่มขึ้น จำนวนโบนัสที่มากขึ้น รวมถึงความมั่นคงปลอดภัยในการทำงานที่จะเกิดขึ้นตามมา จึงเห็นได้ว่าพนักงานจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการมีจิตสำนึกร่วมกันในการประหยัด (Economy Awareness) ด้วยเช่นกัน แต่ทั้งนี้คำว่า " ประหยัด " นั้นขอให้มองไปที่ทรัพยากรทุกประเภท เช่น ทรัพยากรในด้านตัวเงิน (Money) เครื่องจักรและวัตถุดิบ (Machine) อุปกรณ์ต่าง ๆ เวลา (Time) และกำลังคน (Man) ที่ต้องใช้ในการทำงานแต่ละประเภท เป็นต้น

ดังนั้นการปลูกจิตสำนึกเรื่องการประหยัดให้กับตนเองนั้น แน่ใจว่าจะนำประโยชน์มาสู่ตนเองเช่นเดียวกัน พบว่านอกเหนือจากรายได้ที่มากขึ้นแล้ว ยังเป็นปลูกฝังนิสัยที่ดีติดตัวต่อไปด้วยเช่นกัน ซึ่งคุณเองสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งในการทำงานและการดำเนินชีวิตส่วนตัว