

บุญฤทธิ์ มหามนตรี ขับเคลื่อนธุรกิจด้วย "องค์กรคนดี"

โดย กรุงเทพธุรกิจ

" เพราะคนดีจะสร้างความมั่นคงให้ธุรกิจได้"บุญฤทธิ์ มหามนตรี แห่งบริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) ที่มีวิธีสร้างองค์กรคนดีเพื่อยุทธวิธีธุรกิจ ด้วยความเชื่อมั่นว่า"คนดี" เป็นรากฐานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่ต้องการจะเติบโตใหญ่มั่นคง ต้องมี "ความดี" เป็นรากฐาน และมี "เก่ง" เป็นยอด ความดีเป็นสิ่งสากล ช่วยให้กิจการต่างๆ สังคม ประสบความสำเร็จจุล่งวงดงาม ธุรกิจการค้าก็ขับเคลื่อนด้วยความดีได้



ความผันผวนที่เกิดขึ้นครั้งแล้ว ครั้งเล่า ทำให้กระแสเรียกหา "จริยธรรม" ของธุรกิจมีมากขึ้น

ไม่ เว้นแม้แต่ในองค์กรธุรกิจ ที่ใครต่อใครต่างมอง "กำไร" เป็นโจทย์ตั้ง เช่นเดียวกับที่ "ไลอ้อน" ซึ่งบุญฤทธิ์ มหามนตรี บอกว่า เขาต้องการสร้าง "องค์กรคนดี"

เพราะคนดีจะสร้างความมั่นคงให้ธุรกิจได้

ด้วย เชื่อมั่นมาตลอดว่า "คนดี" เป็นรากฐานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรที่ต้องการจะเติบโตใหญ่มั่นคง ต้องมี "ความดี" เป็นรากฐาน และมี "เก่ง" เป็นยอด

องค์กรใดก็ตามที่มีแต่ความเก่งเพียง อย่างเดียว แม้จะพัฒนาอย่างรวดเร็ว เติบโตอย่างรวดเร็ว แต่ในไม่ช้าไม่นานก็จะล่มสลาย หลายสิ่งหลายอย่างที่จะเป็นประโยชน์กับสังคมก็พลอยล่มสลายไปด้วยเพราะไม่มี ความดีคอยช่วยพยุงไว้ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเสียดาย

บวกกับความต้องการ ส่วนตัวที่อยากเห็น บริษัทไลอ้อน (ประเทศไทย) ยืนหยัดอยู่ในแวดวงธุรกิจอย่างมั่นคง แข็งแกร่ง มีอายุยาวนานเป็น 100 ทศวรรษ

ทำให้ บุญฤทธิ์ มหามนตรี กรรมการผู้จัดการ บริษัทไลอ้อน (ประเทศไทย) เลือกที่จะใส่ "ความดี" เข้าไปในคน และยุทธวิธีในการทำธุรกิจ

" ผมอยู่กับไลอ้อนมาตั้งแต่วันแรกของทศวรรษที่ 1 ฉะนั้นถ้าผมต้องออกจากที่แห่งนี้ไป ผมก็อยากเห็นไลอ้อนมีอายุร้อยปี พันปี ซึ่งจะเป็นเช่นนั้นได้ รากฐานสำคัญที่สร้างความมั่นคงและยั่งยืนได้คือความดี"

นี่เองจึงเป็นที่มาของโครงการองค์กรคนดีในบริษัทไลอ้อน (ประเทศไทย)

บุญฤทธิ์ อธิบายถึงแก่นคิดของ "องค์กรคนดี" ในแบบของไลอ้อนว่า

ต้องมีศรัทธาในคุณธรรมและจริยธรรม คิดดี พูดดี ทำดี รู้รักสามัคคี รับผิดชอบ ซื่อสัตย์สุจริต และปรารถนาดีกับผู้อื่น

ฟังดูเหมือนง่ายแต่ไม่่ง่ายอย่างที่คิด

ย้อน ไปเมื่อ 3-4 ปีที่แล้ว ซึ่งเป็นช่วงเริ่มต้น โครงการองค์กรคนดีในบริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) การรับรู้เรื่องของการทำความดีก็ไม่ต่างไปจากที่คนทั่วไปนึกถึง

"เราจะไปทำบุญวัดไหน หรือบริจาคที่ไหนดี"

แต่ สิ่งเหล่านี้ บุญฤทธิ์ บอกว่าไม่ใช่แก่นของการขับเคลื่อนองค์กรที่ยังต้องมีหน้าที่การงาน มีค้ำขาย มีแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ทำความดี ด้วยการทำบุญ ทำทาน เป็นเพียงแค่ 2 วิธีในหลายร้อยหลายพันวิธีของการทำความดี

"แค่เราหน้าไม่บึ้ง ก็ทำให้คนรอบข้าง เพื่อนร่วมงานมีความสุข เท่ากับให้เขาพ้นทุกข์ หรือที่ดังคำสอนของพุทธเจ้าที่ว่า "กรุณา" ถ้าเขาทำดีอยู่แล้วและส่งให้เขาดียิ่งขึ้น หรือเราชื่นชม ยกย่องเขา ก็เท่ากับเป็นการ "อนุโมทนา" บุญฤทธิ์ กล่าว

และสำหรับบริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) โครงการองค์กรคนดีได้เกิดขึ้นนานกันไปหลากหลาย

รูปแบบ ภายใต้แนวคิด "ความดีไม่ใช่เรื่องบังคับ แต่ถ้ามีก็ไม่น่ามีต้นแบบแนะนำให้"

เริ่มตั้งแต่จัดทำคู่มือทำความดี 365 วัน เพื่อแจกฟรีให้พนักงาน โดยในคู่มือดังกล่าวจะมีช่องว่างให้เขียนว่า วันนี้เราได้ทำอะไรบ้าง เป็นบันทึกการทำความดีในทุกๆ วัน

สิ่งที่บุญฤทธิ์ย้ำ คือ การได้นึกทบทวนว่าในแต่ละวันที่ผ่านไป เราทำอะไรบ้าง เท่ากับเป็นชำระล้างจิตใจ ทำให้จิตใจดี และหากจะเปรียบเหล่านี้เป็นการทำความดี ก็ไม่แพ้การบริจาคเงินเป็นหมื่นเป็นแสนบาท เพื่อทำบุญ ทำทาน

ปฏิบัติการ องค์กรคนดียังเดินทางด้วยความพยายามช่วยเหลือกับเพื่อนพนักงานในด้านต่างๆ ตัวอย่างหนึ่งในนั้นคือ กองทุนช่วยเหลือเพื่อนพนักงาน ที่เกิดจากการประมุขขายของมือสอง รวมถึงของที่ยังไม่ได้ใช้ ในชื่อ ตลาดนัดพระโพธิสัตว์ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นครั้งๆ ไป ตามความจำเป็น

เช่น เพื่อระดมเงินไปช่วยเหลือลูกของพนักงานที่ป่วยเป็นมะเร็งด้วยวัยเพียง 2 ปีเศษ

การ ประมุขขายของครั้งนั้นทำให้กองทุนได้เงินมากกว่าแสนบาท สิ่งนี้เป็นความสุขที่พนักงาน ไลอ้อนทุกคนได้ทำร่วมกัน และผลตอบแทนความดีที่ได้รับกลับคืนมา คือ อาการที่ดีขึ้นของลูกพนักงาน จากช่วงแรกที่หมอบอกว่า "โอกาสรอดยาก"

พร้อมกันนี้ที่ ไลอ้อนยังมีโครงการ พาพนักงานไปพบปะ พูดคุยกับผู้ป่วยโรคมะเร็งขั้นสุดท้าย ซึ่งเป็นอีกวิธีที่ช่วยให้พนักงานเข้าใจ และเรียนรู้ถึง "ความดี" อย่างแท้จริง

โดยได้ต้นแบบมาจากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ป่วยที่ใกล้จะ เสียชีวิตชาวไต้หวันว่า หากย้อนกลับไปได้จะทำอะไร ทุกคนล้วนตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า สิ่งที่ปรารถนาอย่างยิ่งคือ ครอบครัวดี มิตรดี สิ่งแวดล้อมดี

"คนเรามักมองข้ามเรื่องใกล้ตัว เพื่อนที่เรามีอยู่ก็อาจไม่ได้ดูแลความรู้สึก เห็นเพื่อนเป็นศัตรู มุ่งแต่เอาชนะ เอาเปรียบ กว่าจะคิดได้ก็ยากที่จะแก้ไข ทำอย่างไรถึงจะเปลี่ยนแปลง และปรับเปลี่ยนก่อนที่จะไปถึงจุดนั้น"

ทั้งหมดนี้ บุญฤทธิ์บอกวาก็เพื่อให้เข้าใจแก่นของ "องค์กรคนดี" อย่างแท้จริง และส่งผลดีต่อองค์กร อย่างเห็นได้ชัด

เช่น ที่ผ่านมามีผลสำรวจภายในองค์กร ไลอ้อนพบว่า ทุกปีพนักงานจะมีความสุขเพิ่มขึ้น และมี
ความเครียดลดลง จำต้องได้จากระยะเวลาในการประชุม

"เดิมต้องใช้เวลาไม่น้อยกว่า 3 ชั่วโมง ทะเลาะกันไม่จบ แต่เดี๋ยวนี้ชั่วโมงเศษก็จบแล้ว เลิกทะเลาะกัน
แล้ว"

ผลจากการที่พนักงานมีความสุข ทำให้ผลประกอบการ 5 ปีซ้อนหลังเพิ่มขึ้นทุกปี ปีละ 2 หลัก ขณะที่ผล
กำไรก็เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ด้วยหลักของ ผลงานที่ดีที่สุดเกิดจากคนดี เพราะเขาทำด้วยใจ และมุ่งมั่น

ไม่ เพียงแต่ภายในองค์กร ไลอ้อนเท่านั้น โครงการความดียังส่งผ่านไปยังแคมเปญการตลาดในชื่อ

"กิจกรรมความดี" แทนการทำโปรโมชันด้วยของแถม ส่วนลด เช่นที่ผ่านมา ซึ่งผลที่ได้ร้านค้าพันธมิตร
ก็ให้การสนับสนุน ขณะที่ยอดขายก็ไม่น้อยกว่าวิธีทำการตลาดรูปแบบเดิมๆ

อีกสิ่งที่กำลังเกิดขึ้นและบุญฤทธิ์เชื่อว่าจะมีความชัดเจนมากขึ้น คือความดีได้เชื่อมโยงเข้าไปสู่การ
ทำงานร่วมกับพันธมิตรและลูกค้า

เช่นที่เกิดขึ้นกับบริษัทจัดจำหน่ายและบริษัทผู้จัดส่งสินค้าให้กับ ไลอ้อน

บุญฤทธิ์ บอกว่าแม้วันนี้พนักงาน ไลอ้อนส่วนใหญ่จะเข้าใจแนวคิดองค์กรคนดี แต่เพื่อเป็นสานต่อ

"องค์กรคนดี" ให้เดินต่อไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน ยังจำเป็นต้องสร้างแกนนำความดีเพิ่มด้วยการเปิดรับ

พนักงานอาสาสมัคร ทำหน้าที่เป็นต้นแบบความดีและแนะแนวให้เพื่อนพนักงาน

ความดีเป็นสิ่งที่สากล ช่วยให้กิจการต่างๆ สังคม ประสบความสำเร็จคู่ลงดวงงาม จึงจำเป็นต้องอยู่ดีที่ ทุกคน
ย่อมต้องอยากพบเจอคนดี ธุรกิจการค้าก็ขับเคลื่อนด้วยความดีได้

*** บุญฤทธิ์ มหามนตรี แห่ง บริษัท ไลอ้อน (ประเทศไทย) มีวิธีสร้าง องค์กรคนดีเพื่อยุทธวิธีธุรกิจ ได้
อย่างไร ชมรายการกรุงเทพธุรกิจ 360 องศา ตอน...สะกิดต่อมคิดซื่อโอ ทางเนชั่นแซนด์แนล วันอังคารที่
3 กุมภาพันธ์ 2552 เวลา 18.30-19.00 น.