

CREATIVE MATURITY

HOW TO FOSTER CREATIVITY IN YOUR ORGANIZATION

สร้างองค์กรอย่างไรให้สร้างสรรค์

รายงานที่รวบรวมทุกข้อมูลและเครื่องมือต้องรู้ สู่การยกระดับองค์กรให้สร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

เรียบเรียงโดย

ทีมห้องสมุด TCDC Resource Center และเจ้าหน้าที่ส่วนงาน CIC



01

INTRODUCTION

บทนำ

02

CREATIVITY AND CREATIVE MATURITY

ความคิดสร้างสรรค์ และระดับการใช้
ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

03

DYNAMICS OF ORGANIZATIONAL SIZE AND STRUCTURE IN CREATIVE MATURITY

การแบ่งองค์กรตามขนาดและโครงสร้างในมิติ
ของการใช้ความคิดสร้างสรรค์

04

KEY DIMENSIONS INDICATING CREATIVE MATURITY IN ORGANIZATIONS AND ENTREPRENEURS

มิติชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร
และผู้ประกอบการสร้างสรรค์

05

THE BENEFITS OF A CREATIVE MATURITY ORGANIZATION

ประโยชน์ของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

06

CREATIVE MATURITY MEASUREMENT

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

- **WHY MEASURE CREATIVE MATURITY?**
เหตุใดจึงต้องวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร
- **WHEN AND HOW OFTEN TO MEASURE CREATIVE MATURITY**
ควรวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเมื่อไรและบ่อยแค่ไหน
- **MEASUREMENT TOOLS**
เครื่องมือที่ใช้วัดระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

07

FOSTERING CREATIVE MATURITY IN YOUR ORGANIZATION

การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

1. ORGANIZATIONAL CULTURE AND LEADERSHIP

วัฒนธรรมองค์กรและความเป็นผู้นำ

2. ENVIRONMENT AND INFRASTRUCTURE

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม

3. TEAM DYNAMICS AND COLLABORATION

ความร่วมมือและพลวัตของทีม

4. LEARNING AND DEVELOPMENT

การเรียนรู้และการพัฒนา

- PROMOTING CREATIVE MATURITY THROUGH PROGRAMS AND TOOLS

การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรผ่านเครื่องมือและโปรแกรมต่าง ๆ

5. OPERATIONAL STRATEGIES

กลยุทธ์การดำเนินงาน

08

LIMITATIONS AND CHALLENGES

ข้อจำกัดและความท้าทาย

- LIMITATIONS

ข้อจำกัด

- CHALLENGES

ความท้าทาย

- INTERNAL CHALLENGE

ความท้าทายภายในองค์กร

- EXTERNAL CHALLENGES

ความท้าทายจากภายนอกองค์กร

09

FUTURE OF CREATIVE MATURITY

อนาคตของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

10

STEP-BY-STEP ACTION PLAN FOR ORGANIZATIONS

แผนปฏิบัติการทีละขั้นตอนสำหรับองค์กร

11

CONCLUSION

บทสรุป



INTRODUCTION

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการสร้างสรรค์และนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของทุกองค์กร โดยไม่เพียงเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป แต่ยังเป็นแนวทางในการสร้างความแตกต่าง และยืนหยัดในฐานะผู้นำในวงการอุตสาหกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาซึ่งความท้าทายและโอกาสที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน องค์กรหลายแห่งได้มีการปรับตัวเพื่อรับมือกับกลไกตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ทำให้คำว่า **Creative Maturity** หรือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรไม่ใช่เพียงคำที่สวยงามอีกต่อไป แต่ยังเป็นปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนธุรกิจและยกระดับการแข่งขันให้สูงขึ้น

รายงานเรื่อง **Creative Maturity: How to Foster Creativity in Your Organization สร้างองค์กรอย่างไร ให้สร้างสรรค์** ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อทำความเข้าใจเรื่องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ที่มากไปกว่าความคิดสร้างสรรค์ในบริบททั่วไป โดยศึกษาถึงมิติที่ชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ประโยชน์จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร วิธีและเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างกลยุทธ์ มาตรการ และเครื่องมือเพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน พร้อมทั้งวิเคราะห์ถึงข้อจำกัดและอนาคตขององค์กรที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงขั้นตอนการปรับเปลี่ยนให้เป็นองค์กรสร้างสรรค์

การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรที่ยั่งยืนและสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ไม่ได้เกิดขึ้นจากความบังเอิญ แต่ต้องอาศัยการวางแผน การวิเคราะห์ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อนำแนวคิด เครื่องมือ และวิธีการ ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถเติบโตและพัฒนาในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งวิเคราะห์ทิศทางและโอกาสที่อาจเกิดขึ้น โดยหวังว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้ และนำแนวทางไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



CREATIVITY AND CREATIVE MATURITY

ความคิดสร้างสรรค์และระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

Creativity หรือความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาและสื่อสารความคิดที่มีความแปลกใหม่และมีคุณค่า หลายคนมักเข้าใจผิดว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นลักษณะเฉพาะของศิลปินหรือนักออกแบบ แต่ปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนธุรกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์หรือองค์กร

ความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเริ่มต้นชัดเจนขึ้นจากการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคและกลไกตลาดเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความคิดสร้างสรรค์จึงเข้ามาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ใหธุรกิจมีความคล่องตัว และตอบสนองต่อความท้าทายและโอกาสใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่ใช่เพียงการคิดนอกกรอบเท่านั้น แต่ต้องเป็นแนวคิดที่ทำให้องค์กรได้เปรียบในการแข่งขัน มีการเติบโตที่ยั่งยืน และสะท้อนตัวตนของแบรนด์ เช่น iPhone ของบริษัท Apple ที่ไม่เพียงโดดเด่นด้านการออกแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเดียวยังผสมผสานการออกแบบกับฟังก์ชันให้เข้ากับประสบการณ์ของผู้ใช้แบบที่ไม่เคยมีมาก่อน ความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวส่งผลให้ Apple กลายเป็นบริษัทชั้นนำของอุตสาหกรรมด้านการสื่อสารในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถนำไปต่อยอดเพื่อใช้งานหรือพัฒนาเป็นนวัตกรรมได้อย่างที่คาดหวังไว้ เนื่องจากยังเป็นแนวคิดที่ยังขาดทักษะ ขาดการเชื่อมโยงและการพิจารณาถึงความเป็นไปได้รวมถึงผลกระทบต่อองค์กรและสังคม ทำให้เกิดศัพท์ใหม่ที่ใช้แทนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่ผ่านกระบวนการคิดที่เหมาะสม นั่นก็คือ **“Creative Maturity”**

ปัจจุบันยังไม่มีคำจำกัดความของ Creative Maturity แต่ในบริบทของการพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ทั้งส่วนบุคคลและวิชาชีพสำหรับองค์กร อาจให้ความหมายของ Creative Maturity ได้ว่า **ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร** ที่ประกอบด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก ผสานกับความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์นั้นในสภาวะต่าง ๆ เช่น การแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่ซับซ้อน การสื่อสารแนวคิดในรูปแบบที่เข้าใจง่าย หรือการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



CHARACTERISTICS OF CREATIVE MATURITY

ลักษณะของระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

การสำรวจเกี่ยวกับลักษณะของระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจถึงความสำคัญและวิธีการส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรในทุกขนาดและลักษณะ โดยสามารถระบุลักษณะสำคัญของระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ได้ดังนี้

1 มีความลึกซึ้งและเป็นระเบียบ ความคิดสร้างสรรค์ที่กระจุกกระจาย และไม่มีเป้าหมายไม่สามารถนำไปใช้งานได้ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์นั้นต้องมีความลึกซึ้ง สม่ำเสมอ และเป็นระเบียบ เพื่อพัฒนาแนวคิดที่เป็นประโยชน์และยั่งยืน

4 มีความยืดหยุ่น การเผชิญความท้าทาย การเรียนรู้จากความล้มเหลว และความสามารถในการปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการคิดเชิงสร้างสรรค์

2 อาศัยการฝึกหัด การเรียนรู้ และประสบการณ์ การเรียนรู้และประสบการณ์ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ โดยสามารถขับเคลื่อนให้แนวคิดมีความหลากหลาย มีคุณภาพและล้ำลึก สามารถพิจารณาถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงความแตกต่างของการดำเนินการในแต่ละรูปแบบ

5 สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการคิด สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน เช่น การส่งเสริมการเรียนรู้และความร่วมมือ สามารถกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมและไอเดียใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

3 ไอเดียที่สามารถนำไปใช้งานได้ นวัตกรรมไม่ใช่แค่การมีไอเดียใหม่ ๆ เท่านั้น สิ่งที่สำคัญคือไอเดียเหล่านั้นจะต้องสามารถนำมาใช้งานได้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยต้องเหมาะสมและปรับใช้กับความต้องการและเป้าหมายขององค์กรได้



ตัวอย่างของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ในสถานการณ์ของบริษัทกำลังหาไอเดียในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในช่วงเริ่มแรก พนักงานต่างช่วยกันนำเสนอไอเดียที่แปลกใหม่มากมาย ซึ่งไอเดียเหล่านี้คือความคิดสร้างสรรค์ ในระยะต่อไป ความคิดสร้างสรรค์นั้น ๆ จะถูกประเมินว่าสามารถนำไปใช้กับโครงการหรืองานออกแบบได้หรือไม่ ขั้นตอนนี้จะเข้าสู่ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยการนำความคิดสร้างสรรค์ มาตรวจสอบถึงความเป็นไปได้ ความน่าสนใจในตลาด ต้นทุนการผลิต และความสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแบรนด์ โดยจะต้องพิจารณาถึงความสำเร็จและความล้มเหลวในอดีต การเรียนรู้จากการลงมือทำ และการมีทิศทางชัดเจนที่นำไปสู่เป้าหมายสุดท้าย

อีกตัวอย่างหนึ่งคืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ รูปแบบเนื้อเรื่องภาพยนตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ พร้อมกับการพลิกเนื้อเรื่องที่ไม่คาดคิดซึ่งจะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ แต่ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร นั้นคือการพัฒนาไปอีกขั้น รวมถึงการเข้าใจรายละเอียดของเนื้อเรื่อง การพัฒนาตัวละคร การพิจารณาความชื่นชอบของผู้ชม และเรื่องจริยธรรม ซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมที่ผลิตออกมานั้นไม่เพียงให้ความบันเทิง แต่ยังสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชมทุกระดับได้นั่นเอง

การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์ที่กระจัดกระจายกับนวัตกรรมที่ยั่งยืน ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังแนวคิดและการประยุกต์ใช้ความคิดอย่างมีแบบแผน การนำความคิดเหล่านี้ไปปฏิบัติ และการคิดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรอีกด้วย ทักษะต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องมีการฝึกหัดและเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงาน การได้รับคำแนะนำ การวิจารณ์จากผู้อื่น รวมถึงวิสัยทัศน์ของผู้นำในองค์กร

DYNAMICS OF ORGANIZATIONAL SIZE AND STRUCTURE IN CREATIVE MATURITY

การแบ่งองค์กรตามขนาดและโครงสร้างในมิติของการใช้ความคิดสร้างสรรค์

การทำเข้าใจถึงการนำระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรมาประยุกต์ใช้ในบริบทขององค์กรที่แตกต่างกันนั้นเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากองค์กรสามารถปรับเปลี่ยนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกมาได้ในหลายรูปแบบตามลักษณะขององค์กร หากใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทขององค์กรโดยอาศัยขนาดและโครงสร้าง จะสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ Start-ups SMEs (องค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม) บริษัทข้ามชาติหรือบริษัทขนาดใหญ่ และหน่วยงานรัฐบาล

1 | START-UP

บริษัทหรือคนรุ่นใหม่ที่กำลังเริ่มต้นสร้างธุรกิจ Start-up มักก่อตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์สำหรับตลาดเฉพาะด้าน และโครงสร้างบริษัทที่ยังมีขนาดเล็กอยู่ ทำให้มีความคล่องแคล่วปรับตัวง่าย มีทัศนคติในการรับความเสี่ยง และพยายามที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว Start-up สามารถนำระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรมาใช้เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม และความคล่องตัวทำให้การคิดค้นและพัฒนาไอเดียใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาด นอกจากนี้ด้วยความที่มีวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่รวดเร็วฉับไว ทำให้สามารถดึงดูดผู้มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ ให้มาลงทุนและพัฒนาตลาดร่วมกันได้อีกทางหนึ่ง

2 | SMES | องค์กรขนาดกลาง และขนาดย่อม

SMEs หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จัดเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ โดยปกติจะมีจำนวนบุคลากรที่น้อยกว่า และเป็นธุรกิจแบบเฉพาะเจาะจงมากกว่า SMEs มีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหลาย ๆ แห่งยังช่วยให้อุตสาหกรรมในพื้นที่มีงานทำ ทำให้การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่า SMEs จะมีโครงสร้างที่แข็งแกร่งมากขึ้นเมื่อเทียบกับ Start-up แต่ก็ยังคงรักษาระดับความคล่องตัวที่ช่วยให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมักจะเริ่มบูรณาการกระบวนการสร้างสรรค์ที่มีโครงสร้างมากขึ้น สามารถช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ภายในบริษัทอาจมีทีมหรือหน่วยงานที่มุ่งเน้นทางด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยเฉพาะ เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นต้นแบบ ซึ่งจะส่งผลให้การรับรู้แบรนด์และอัตลักษณ์ขององค์กรชัดเจนมากขึ้น สามารถสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

3 | MULTINATIONALS OR LARGE CORPORATIONS | บริษัทข้ามชาติ หรือบริษัทขนาดใหญ่

บริษัทขนาดใหญ่เป็นองค์กรที่มีฐานลูกค้าที่กว้างขวางและสามารถทำรายได้สูง มักมีการประกอบธุรกิจในระดับโลกและมีสาขาอยู่ทั่วประเทศ โครงสร้างองค์กรเป็นระบบและมีการแบ่งแผนกที่ชัดเจนเพื่อรองรับฟังก์ชันต่าง ๆ ทั้งด้านการวิจัยและพัฒนา การตลาด การขาย และการบริการลูกค้า ด้วยอิทธิพลที่มีมากในตลาด บริษัทขนาดใหญ่จึงมีบทบาทที่สำคัญและเป็นผู้นำอุตสาหกรรม สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างมั่นคง แต่ก็มีแนวโน้มที่จะต้องเผชิญความท้าทายในการจัดการความเปลี่ยนแปลงเนื่องจากขนาดขององค์กร เนื่องจากองค์กรมีโครงสร้างขนาดใหญ่ จึงสามารถกำหนดวิธีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนได้อย่างชัดเจน ทำให้มีทรัพยากรที่พร้อมในการลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ สามารถใช้ระดับความคิดสร้างสรรค์เพื่อปรับรูปแบบและพัฒนาด้านนวัตกรรม ช่วยกระจายและลดความเสี่ยงทางธุรกิจ มีวัฒนธรรมสร้างสรรค์ภายในองค์กร และให้โอกาสพนักงานในการเติบโตทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ทำให้สามารถรักษาบุคลากรที่มีความสามารถระดับสูงไว้ได้ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรเติบโตจนเป็นผู้นำทางการตลาด

4 | GOVERNMENT ORGANIZATIONS | องค์กรภาครัฐ

องค์กรรัฐบาลเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการภายใต้การบริหารจัดการของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นระดับท้องถิ่น รัฐ หรือระดับชาติ โดยมีภาระหน้าที่ในการบริหารและทำงานตามนโยบายสาธารณะ โครงสร้างภายในมักจะมีระบบมาตรฐานที่ต้องปฏิบัติตาม โดยการดำเนินการและการตัดสินใจขององค์กรอาจส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างรุนแรง ภาระหน้าที่หลักขององค์กรภาครัฐประกอบด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา สุขภาพ การป้องกันประเทศ สวัสดิการสังคม และการตรวจสอบต่าง ๆ โดยพื้นฐานแล้ว ระบบราชการจะใช้การบริหารที่มีกระบวนการตัดสินใจแบบลำดับขั้นมากกว่าความคิดสร้างสรรค์ บ่อยครั้งที่โครงการเกี่ยวกับด้านความคิดสร้างสรรค์ จะเริ่มต้นจากการผลักดันหรือการเปลี่ยนแปลงทางนโยบาย ความต้องการจากสาธารณชน หรือความร่วมมือกับภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การภาครัฐนั้นสามารถนำไปสู่บริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ และได้รับความพึงพอใจจากประชาชนมากขึ้น รัฐบาลที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สามารถดึงดูดความร่วมมือระหว่างประเทศ การลงทุน และวางตำแหน่งประเทศให้เป็นประเทศที่มีความคิดก้าวหน้าได้

KEY DIMENSIONS INDICATING CREATIVE MATURITY IN ORGANIZATIONS AND ENTREPRENEURS

มิติชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร และผู้ประกอบการสร้างสรรค์



จากการสำรวจความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างความคิดสร้างสรรค์ และระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องระบุระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะสามารถแสดงออกมาได้อย่างไรในสถานการณ์จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรอบขององค์กรและผู้ประกอบการ ในส่วนของบทนี้จะอธิบายถึงมิติที่จะเป็นตัวชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยสามารถแบ่งออกเป็น 9 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 HUMAN CAPITAL (ทุนมนุษย์)

ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและใช้ความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร องค์กรที่เป็นแบบอย่างทางด้านความคิดสร้างสรรค์จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนจะได้รับเทคนิคและวิธีการที่ทันสมัยอยู่เสมอ รวมทั้งยอมรับในความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก โดยมองว่าการผสมผสานของภูมิหลังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล จะทำให้เกิดแนวทางใหม่และมีแนวทางแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

ตัวอย่างเช่นแนวทางปฏิบัติของบริษัท Google ที่ใช้เกณฑ์ในการรับสมัครพนักงานที่เรียกว่า "Googley" ซึ่งเป็น การผสมผสานระหว่างทักษะ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงาน และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญเรื่องทรัพยากรมนุษย์ในการขับเคลื่อน ความสร้างสรรค์ภายในองค์กร

มิติที่ 2 FINANCIAL POLICY (นโยบายทางการเงิน)

การจัดสรรงบประมาณและการลงทุนขององค์กร ถือเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา สินค้าและบริการใหม่ ๆ องค์กรที่มีระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์สูงจำเป็นต้องมีการวางแผนนโยบายทางการเงิน ที่รอบคอบ โดยเน้นการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา โครงการนำร่อง นวัตกรรม ฯลฯ พร้อมทั้งมองการณ์ไกลถึง การจัดลำดับความสำคัญของผลตอบแทนในระยะยาวและความยั่งยืนมากกว่าผลกำไรชั่วคราว

อย่างเช่น บริษัท Apple ในยุคที่อยู่ภายใต้การดูแลของ Steve Jobs ได้ให้ความสำคัญกับการลงทุนระยะยาวมากกว่า ผลกำไรระยะสั้น ซึ่งแสดงให้เห็นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่าง iPhone ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและมีความ เสี่ยงสูง แต่ด้วยการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและการลงทุนอย่างมั่นใจของ Apple ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถจัดสรร งบประมาณ เพื่อนำมาใช้พัฒนา iPhone จนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

มิติที่ 3 OPENNESS (การเปิดกว้าง)

การเปิดกว้างในองค์กรเป็นตัวบ่งชี้ความสร้างสรรค์ของทีมงานและองค์กร ตามทฤษฎีต้นแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ ของ Richard Florida (2002) ที่เสนอเรื่องการให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมของเมืองและประเทศ ให้ เหมาะสมกับการทำงานของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ โดยพัฒนาแบบจำลอง "โมเดล 3T" ซึ่งประกอบด้วยคนที่มี ความสามารถและทักษะสูง (Talent) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology) และการยอมรับและเข้าใจในความแตกต่าง (Tolerance) ซึ่งการยอมรับความแตกต่างนี้หมายถึงการยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลาย พร้อมทั้งจะปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงตามข้อมูลและความรู้ใหม่ ๆ ทั้งกับพนักงาน ลูกค้า และคู่แข่งทางธุรกิจ เพื่อส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น

ยกตัวอย่าง Pixar Animation Studios ที่จัดกิจกรรม 'Notes Day' ซึ่งจะเป็วันที่บริษัทให้พนักงานหยุดทำงาน และเปลี่ยนเป็นการช่วยกันแสดงความคิดเห็น รวมถึงเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญห โดยจะแบ่งกลุ่มเพื่อแบ่งปัน ความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ พร้อมทั้งแยกหัวหน้างานออกจากกิจกรรม เพื่อให้พนักงานรู้สึกอิสระที่จะเสนอแนะ ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างตรงไปตรงมา

มิติที่ 4 CULTURE (วัฒนธรรม)

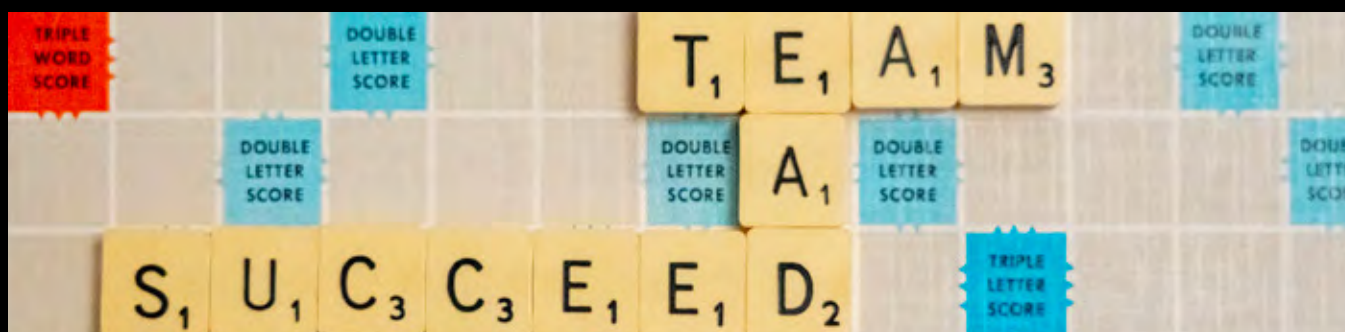
วัฒนธรรม กฎระเบียบ หรือข้อปฏิบัติขององค์กร ถือเป็นเครื่องมือในการกำหนดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีส่วนช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกและบุคคล ที่มีข้อพิพาทจากธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จว่าเป็นวิธีการแบ่งปันความคิดเห็น ที่สามารถช่วยให้เกิดนวัตกรรมและบริการใหม่ ๆ ได้ อีกทั้งยังส่งเสริมการให้โอกาสที่จะแสดงความคิดเห็นที่แปลกใหม่ และส่งเสริมให้พนักงานกล้าเสี่ยงโดยไม่ต้องกลัวความล้มเหลว เพราะการเรียนรู้จากความล้มเหลวจะทำให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

เช่น บริษัท 3M เจ้าของผลิตภัณฑ์ Post-it ที่สนับสนุนให้พนักงานได้จัดสรรเวลา 15% จากเวลาการทำงานของแต่ละคนให้กับโครงการที่พวกเขาสนใจ เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

มิติที่ 5 TECHNOLOGY (เทคโนโลยี)

การทำธุรกิจในปัจจุบันไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้เทคโนโลยีได้ เพราะธุรกิจทั่วโลกมีการแข่งขันกันในเรื่องนี้ค่อนข้างสูง ไม่เว้นแม้แต่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่เห็นได้ชัดเจนคือเรื่องของ Digital Transformation ที่เข้ามาเปลี่ยนวิธีการทำงานและการทำธุรกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นองค์กรสร้างสรรค์จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และนำมาปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการทำงานภายในองค์กรอยู่เสมอ รวมถึงฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการใช้งานเครื่องมือทางเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของเทคโนโลยี AI อาจทำให้เกิดปัญหาทางจริยธรรมตามมา องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านจริยธรรมจากการใช้งานอีกด้วย เพราะสำหรับองค์กร เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเท่านั้น แต่ยังเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนความสร้างสรรค์ขององค์กร

ยกตัวอย่างจากบริษัท Starbucks ที่ได้นำเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) มาใช้กับ Starbucks Reserve Roastery สาขาเชียงใหม่ในประเทศจีน ด้วยการผสานโลกความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งแสดงถึงพลังการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น



มิติที่ 6 LEADER (ภาวะผู้นำ)

ความคิดและทัศนคติของผู้นำเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางแห่งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กร ผู้นำที่มีความสร้างสรรค์ในระดับสูงไม่เพียงมีความสามารถในการดูแลจัดการงานประจำวันเท่านั้น แต่ยังมีวิสัยทัศน์ในการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เขาไม่ได้ทำเพียงการสั่งการ แต่ต้องเข้าร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ สนับสนุนการหาแนวคิด และมีส่วนร่วมในโครงการใหม่ ๆ ที่จะช่วยนำทางและขับเคลื่อนทีมงานให้มีความคิดริเริ่ม กระตุ้นให้ทีมมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่หรือวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ให้กับองค์กร

6 เช็กलिสรต์

คุณสมบัติของผู้นำที่เหมาะสมกับองค์กรสร้างสรรค์

- ✓ 1 สามารถกำหนดทิศทางแห่งความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการยืนยันว่าทุกการกระทำและการตัดสินใจจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะการระบุความเชื่อมโยงกับเป้าหมายยุทธศาสตร์ขององค์กร
- ✓ 2 กำหนดวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้กล้าเสี่ยง มองความล้มเหลวเป็นบทเรียน และยกย่องการสร้างนวัตกรรมใหม่ ระบบนิเวศนี้จะเน้นการทำงานร่วมกันแบบข้ามสายงานและแผนก เพื่อใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย
- ✓ 3 เสริมสร้างทีมให้มีอิสรภาพในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อทำให้องค์กรมีพลังสร้างสรรค์ที่เพิ่มขึ้น เมื่อสมาชิกในทีมรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของโครงการ จะทำให้รู้สึกว่าได้รับความไว้วางใจ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการคิดอย่างสร้างสรรค์มากขึ้น
- ✓ 4 ให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งจากความสำเร็จและความล้มเหลว โดยการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็น เช่น เวลา งบประมาณ หรือบุคลากร
- ✓ 5 เปิดรับความคิดเห็นและมุมมองที่หลากหลาย รวมถึงรับฟังและให้คุณค่ากับคำติชมของทีม ซึ่งจะสามารถช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศด้านความคิดสร้างสรรค์
- ✓ 6 ผู้นำควรเป็นผู้ริเริ่มและเสริมสร้างวัฒนธรรมสร้างสรรค์ขององค์กร และเป็นต้นแบบที่ดีในการสร้างสรรค์นวัตกรรม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการรับรู้และตอบสนองพนักงาน เมื่อสามารถสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ให้กับองค์กร

มิติที่ 7 CREATIVE PROCESS (กระบวนการสร้างสรรค์)

ความคิดสร้างสรรค์เริ่มขึ้นได้ในทุกกระบวนการ หากทุกขั้นตอนการทำงานมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลผลิตที่ออกมาย่อมเกิดเป็นชิ้นงานหรือบริการสร้างสรรค์ที่ดีได้ ดังนั้นกระบวนการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างสมดุลระหว่างโครงสร้างกับความยืดหยุ่นในการทำงาน ทั้งยังช่วยส่งเสริมและปรับแนวคิดอย่างเป็นระบบ เช่น บริษัท IDEO ที่ใช้วิธีการคิดเชิงออกแบบที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง ด้วยการใช้วิธีระดมสมองเพื่อค้นหาแนวทางแก้ปัญหารอบด้าน กระบวนการนี้จะทำให้มองเห็นปัญหาอย่างละเอียดและรอบคอบมากยิ่งขึ้น ช่วยให้เข้าใจปัญหาและแก้ไขได้ตรงจุด

มิติที่ 8 CREATIVE OUTPUTS (ผลผลิตสร้างสรรค์)

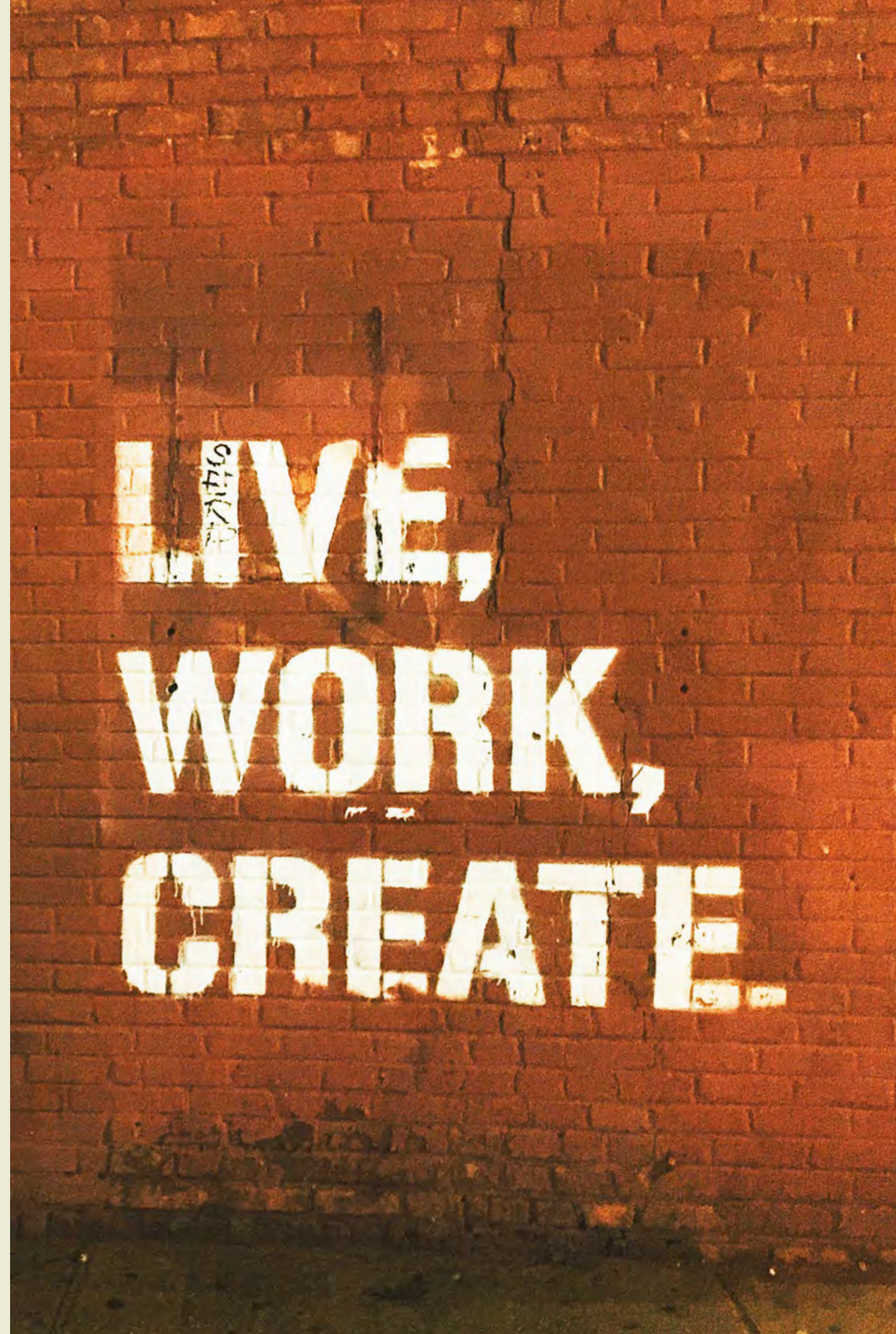
ผลผลิตสร้างสรรค์เป็นการแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ที่จับต้องได้ โดยเป็นการพิสูจน์ความมุ่งมั่นขององค์กรต่อนวัตกรรม องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพและผลกระทบมากกว่าผลผลิตจำนวนมาก เพื่อให้มั่นใจได้ว่านวัตกรรมในการผลิตมีความยืดหยุ่นและรักษามาตรฐานที่สูงอย่างต่อเนื่อง เช่น โทรศัพท์มือถือ iPhone ของ Apple ซึ่งเป็นผลผลิตที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการออกแบบและโทรศัพท์มือถือ โดยถือเป็นการปฏิวัติวงการอุตสาหกรรมสื่อสาร ที่ไม่เพียงเน้นความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ แต่ยังให้ความสำคัญเรื่องความยั่งยืนและความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลผลิตสร้างสรรค์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างไร

มิติที่ 9 BRANDING & NOTORIETY

(การสร้างแบรนด์และความมีชื่อเสียง)

การสร้างแบรนด์ให้สร้างสรรค์และความมีชื่อเสียงเป็นมากกว่ากลยุทธ์ทางการตลาด สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงแก่นแท้ด้านนวัตกรรมขององค์กร ตัวตนของแบรนด์เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในการทำธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Royalty) น้อยลง ดังนั้นการสร้างแบรนด์ให้มีความมีชื่อเสียงจะช่วยให้แบรนด์เข้าไปเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ ทั้งนี้ความสม่ำเสมอในการโฆษณาด้วยความที่มีความน่าเชื่อถือและไม่เกินจริง รวมถึงการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค จะช่วยกำหนดภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ได้

ยกตัวอย่างกลยุทธ์ทางการเงินของ Amazon ที่มีการนำผลกำไรไปลงทุนในกิจการใหม่ เช่น Amazon Go หรือร้านค้าอัจฉริยะที่ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้ง่าย เพียงแค่สแกนบัญชี Amazon ผ่านแอปพลิเคชัน เลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ และนำออกจากร้านได้โดยไม่ต้องชำระเงิน โดยระบบจะตัดเงินผ่าน Amazon Account ในภายหลัง กลยุทธ์นี้ถือเป็นการผสมผสานนวัตกรรมใหม่ให้เข้ากับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในเส้นทางความสร้างสรรค์ของแบรนด์





THE BENEFITS OF A CREATIVE MATURITY ORGANIZATION

ประโยชน์ของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



เมื่อเข้าใจความแตกต่างระหว่างความคิดสร้างสรรค์และมิติที่ชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรแล้ว จะเห็นได้ว่าความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นส่งผลต่อการทำงานทุกด้านขององค์กร ตั้งแต่ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การกำหนดเป้าหมายการทำงานในระยะยาว รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ผู้นำหรือหัวหน้าทีมจึงจำเป็นต้องใส่ใจประโยชน์ของการนำระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในองค์กร เพื่อจะได้ทราบถึงแรงจูงใจและผลักดันให้องค์กรของตนเองเป็นองค์กรสร้างสรรค์ได้

1

INNOVATION AND COMPETITIVE ADVANTAGE

นวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

องค์กรสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ โดยส่วนมากจะสร้างนวัตกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นนวัตกรรมที่ซับซ้อนจนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ทั้งการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่าง ๆ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่กล้าลงมือทำ ทำให้สามารถก้าวเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมด้านนั้น ๆ เช่น Amazon และ Google ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มทางการตลาด และกำหนดทิศทางในอนาคตได้อย่างชัดเจนและยั่งยืน ทั้งยังปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและให้ความสำคัญกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

2

ADAPTABILITY, RESILIENCE, AND LONG-TERM STRATEGY

การปรับตัว ความยืดหยุ่น และกลยุทธ์ระยะยาว

สภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้ต้องปรับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้เข้ากับแนวโน้มการตลาดอยู่เสมอ เพื่อให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว เช่น Netflix ที่เปลี่ยนจากการให้บริการเช่า DVD มาเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการให้บริการสตรีมมิง (Streaming) ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก ระดับของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร จะส่งผลให้สามารถวางแผนสถานการณ์เชิงรุกได้อย่างมั่นใจ และสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

3

ENHANCED PROBLEM SOLVING AND DECISION MAKING

การแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

องค์กรสร้างสรรค์จะมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่หลากหลาย การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะทำให้มองเห็นปัญหาได้จากมุมมองที่หลากหลาย ความหลากหลายนี้จะช่วยให้องค์กรพิจารณาปัญหาที่ครอบคลุมหลายประเด็น ซึ่งจะนำไปสู่การคิดค้นวิธีแก้ปัญหาที่หลากหลายเช่นกัน เช่น Airbnb ที่ต้องการท้าทายแนวคิดดั้งเดิมของธุรกิจที่พักอาศัย ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในส่วนของการตัดสินใจ องค์กรสร้างสรรค์จะไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ในทันที แต่จะตัดสินใจจากความสมดุลของกำไร จรรยาบรรณ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน เช่น โปรเจกต์ "20% Time" ของ Google ไม่ได้มีขึ้นเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังเป็นการตัดสินใจที่จะดูแลความพึงพอใจของพนักงาน นวัตกรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะยาว จนสามารถสร้างผลงานที่ประสบความสำเร็จอย่าง Gmail และ Google Maps ได้

4

EMPLOYEE ENGAGEMENT, SATISFACTION, AND TALENT MANAGEMENT

การสร้างความผูกพัน
ของพนักงาน ความพึงพอใจ
และการบริหารจัดการผู้มีความสามารถ

สิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์หรือการบริการ แต่ยังรวมถึงพนักงานด้วยเช่นกัน การพัฒนาและสนับสนุนระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ทำให้พนักงานได้รับอิสระทางความคิด สร้างสรรค์ และมีบทบาทสำคัญในหน้าที่ของตนเอง ทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถดำเนินงานและแก้ไขปัญหาไปพร้อม ๆ กับส่งเสริมให้กล้าท้าทายและเรียนรู้จากความผิดพลาด เพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงาน และเพิ่มความต้องการในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองไปพร้อม ๆ กัน

การสร้างสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ในองค์กร นอกจากจะช่วยรักษาพนักงานเหล่านี้ให้ทำงานกับองค์กรอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังสามารถดึงดูดผู้มีความสามารถหรือผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ให้เข้ามาร่วมงานในองค์กรมากขึ้น ทำให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์บริการ ผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง เช่น บริษัท Adobe พัฒนาพนักงานด้วยการมุ่งเน้นการเติบโตเฉพาะบุคคล ด้วยการมอบเครื่องมือ การฝึกอบรม และโอกาสมากมายให้แก่พนักงาน ทำให้พนักงานไม่หยุดพัฒนาตัวเองและมองเห็นอนาคตร่วมกันกับองค์กร

5

COLLABORATION AND TEAMWORK

การสร้างการทำงานร่วมกัน
และการทำงานเป็นทีม

ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่แค่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่ความคิดสร้างสรรค์นั้นยังสามารถเกิดจากการทำงานร่วมกันในมุมมองที่หลากหลายและแตกต่างกัน ซึ่งความไว้วางใจ การสื่อสาร และการเติบโตไปพร้อม ๆ กัน ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการทำงานเป็นทีม ความคิดสร้างสรรค์จะสามารถเปลี่ยนกลุ่มบุคคลธรรมดา ๆ ไปสู่ทีมที่มีความเหนียวแน่นและหลากหลาย ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จในรูปแบบที่ไม่มีใครเทียบได้

6

INSPIRING WORK ENVIRONMENT

สภาพแวดล้อมในองค์กร
ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ

องค์กรที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์มักมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมกับการสร้างแรงจูงใจ การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และความ เป็นอยู่ที่ดึงดูดพนักงาน องค์กรสร้างสรรค์ต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นของพื้นที่ ทั้งยังเอื้อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ด้วยการสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว เพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี อาจกล่าวได้ว่ายิ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานดีเท่าไร ก็จะยิ่งส่งเสริมให้พนักงานสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ มากขึ้นเท่านั้น เช่น สำนักงานใหญ่ของ Amazon ในซีแอตเทิลที่ชื่อว่า 'The Spheres' มาพร้อมสถาปัตยกรรมที่โดดเด่นและสวยงาม ทั้งยังมีพื้นที่ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่สำหรับการจัดแสดงผลงานศิลปะ พื้นที่ที่มีบรรยากาศเงียบสงบ และพื้นที่สำหรับการคิดค้น ฯลฯ





7

BRAND RECOGNITION AND FINANCIAL GROWTH

การสร้างการรับรู้แบรนด์
และการเติบโตทางการเงิน

ความคิดสร้างสรรค์สามารถก่อให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการรับรู้แบรนด์และการเติบโตทางการเงินขององค์กร ทั้งเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ในด้านการตลาด ความภักดีต่อแบรนด์ของผู้บริโภคที่ชื่นชอบความแปลกใหม่ของนวัตกรรมและต้องการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเติบโตทางการเงินที่เป็นผลมาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งหมดนี้ทำให้องค์กรสร้างยอดขายและได้รับส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น อีกทั้งเมื่อองค์กรมีชื่อเสียงด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ก็ยังดึงดูดนักลงทุนและพันธมิตรให้เข้ามามีส่วนร่วมในธุรกิจต่อไปในอนาคต

8

EFFECTIVE RESOURCE UTILIZATION AND RISK MANAGEMENT

การส่งเสริมการใช้ทรัพยากร
อย่างมีประสิทธิภาพ
และการบริหารความเสี่ยง

ความคิดสร้างสรรค์จะช่วยให้องค์กรจัดการปัญหาการใช้ทรัพยากรได้อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพ ด้วยการวางแผนกลยุทธ์อย่างเป็นระบบและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยวัสดุรีไซเคิล หรือลดการสร้างขยะมูลฝอย สำหรับด้านการบริหารความเสี่ยง องค์กรสร้างสรรค์จะมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า โดยมองว่าความผิดพลาดไม่ใช่ความล้มเหลว แต่เป็นการเรียนรู้ที่คุ้มค่า ซึ่งการยอมรับความเสี่ยงและการเรียนรู้จากความล้มเหลวจะช่วยให้องค์กรมีความคล่องตัว และปรับตัวได้อย่างรวดเร็วหากเกิดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในตลาด

9

STAKEHOLDER ENGAGEMENT AND ETHICAL CONSIDERATIONS

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
และการพิจารณาด้านจริยธรรม

การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเพื่อพัฒนาโครงการหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ จะต้องพิจารณาผลกระทบจากหลาย ๆ ฝ่าย ดังนั้น การสอบถามความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นนักลงทุน ผู้บริโภค ผู้ผลิต หรือคนในชุมชน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร เสริมสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งนี้เมื่อองค์กรเติบโตขึ้น ความรับผิดชอบด้านจริยธรรมก็ต้องมีมากขึ้น โดยจะต้องพิจารณาถึงผลกระทบที่ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มความมั่นคงและชื่อเสียงให้กับองค์กรแล้ว ยังทำให้องค์กรได้รับการยอมรับจากชุมชน และมีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

CREATIVE MATURITY MEASUREMENT

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ความคิดสร้างสรรค์มักถูกมองว่าเป็นแนวคิดที่คลุมเครือและจับต้องไม่ได้ แต่การวัดผลเชิงประจักษ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เรื่องที่น่าพิศวงนี้สามารถนำไปใช้และวัดผลได้จริง พื้นฐานสำคัญของการวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร คือการประเมินความสามารถขององค์กรในการสร้างแนวคิดใหม่ ๆ ที่ต่อเนื่อง และนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างมูลค่าเพิ่มที่ยั่งยืน ไม่จำกัดเพียงเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในระยะสั้น แต่ยังลงรายละเอียดถึงวิธีการและวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น บริษัทอาจลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่กระบวนการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นสามารถสร้างระบบคิดและโครงสร้างการทำงานที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืนได้

WHY MEASURE CREATIVE MATURITY?

เหตุใดจึงต้องวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ องค์กรที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ และสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนจากคู่แข่ง ทั้งยังมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะช่วยให้องค์กรตระหนักถึงจุดที่สามารถพัฒนาหรือเพิ่มประสิทธิภาพ ในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ยังช่วยเน้นย้ำความสำคัญของการสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมการคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร เพื่อนำไปสู่การเติบโตและการยกระดับของธุรกิจ ได้อย่างยั่งยืน โดยสามารถสรุปเหตุผลของการวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เป็นหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้



1. การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ช่วยให้้องค์กรสามารถบอกจุดยืนของตนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและมาตรฐานของอุตสาหกรรม ไม่ใช่เพียงรู้ว่าองค์กรมีความคิดสร้างสรรค์หรือไม่เท่านั้น แต่ช่วยให้เกิดความเข้าใจว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเมื่อเทียบกับคู่แข่งแตกต่างกันอย่างไร เพื่อแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้นำนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2. การระบุจุดแข็งและจุดอ่อน

การใช้แบบสอบถามหรือเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ช่วยให้้องค์กรได้รับมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน และความต้องการ ทั้งยังเผยให้เห็นช่องว่างการพัฒนาที่จะกลบจุดอ่อน เน้นจุดเด่นในขั้นตอนการปฏิบัติ และเกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

3. กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

ความชัดเจนเกี่ยวกับสถานะปัจจุบันของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จะช่วยให้้องค์กรสามารถกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม เฉพาะเจาะจง และวัดผลได้ ภายใต้กรอบเวลาที่เหมาะสม เป้าหมายด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ อาจอยู่ในรูปแบบของจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเพิ่มขึ้น การยื่นจดสิทธิบัตร หรือตัวชี้วัดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มงานขององค์กร

4. ผลตอบแทนและความรับผิดชอบ

เมื่อมีการลงทุนเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคาดหวังผลลัพธ์จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยเน้นพิจารณาค่าใช้จ่ายและความพยายามที่สมเหตุสมผลในการลงทุน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทรัพยากรที่จัดสรรสำหรับส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลลัพธ์ตามต้องการ

5. แรงจูงใจของพนักงานและวัฒนธรรมองค์กร

ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ส่งผลทำให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการทำงาน ช่วยเพิ่มความสูงในการทำงานและสร้างความผูกพันกับองค์กร

6. ความผูกพันของพนักงานที่เพิ่มขึ้น

เมื่อพนักงานเห็นว่าความพยายามสร้างสรรค์ของพวกเขาได้รับการยอมรับอย่างเห็นคุณค่า จะเกิดเป็นแนวโน้มของการมีส่วนร่วม และแรงบันดาลใจที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร



7. ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ช่วยให้้องค์กรสามารถบอกจุดยืนของตนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและมาตรฐานของอุตสาหกรรม ไม่ใช่เพียงรู้ว่าองค์กรมีความคิดสร้างสรรค์หรือไม่เท่านั้น แต่ช่วยให้เกิดความเข้าใจว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเมื่อเทียบกับคู่แข่งแตกต่างกันอย่างไร เพื่อแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้นำนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเดียวกัน

8. การจัดการความเสี่ยง

ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรสามารถเผยให้เห็นส่วนที่องค์กรอาจย่ำอยู่กับที่ สุ่มเสี่ยงต่อการพัฒนาสินค้า/บริการที่ล้าสมัย ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงและหาวิธีจัดการตั้งแต่เริ่มต้น จะช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อองค์กรที่อาจเกิดขึ้นได้

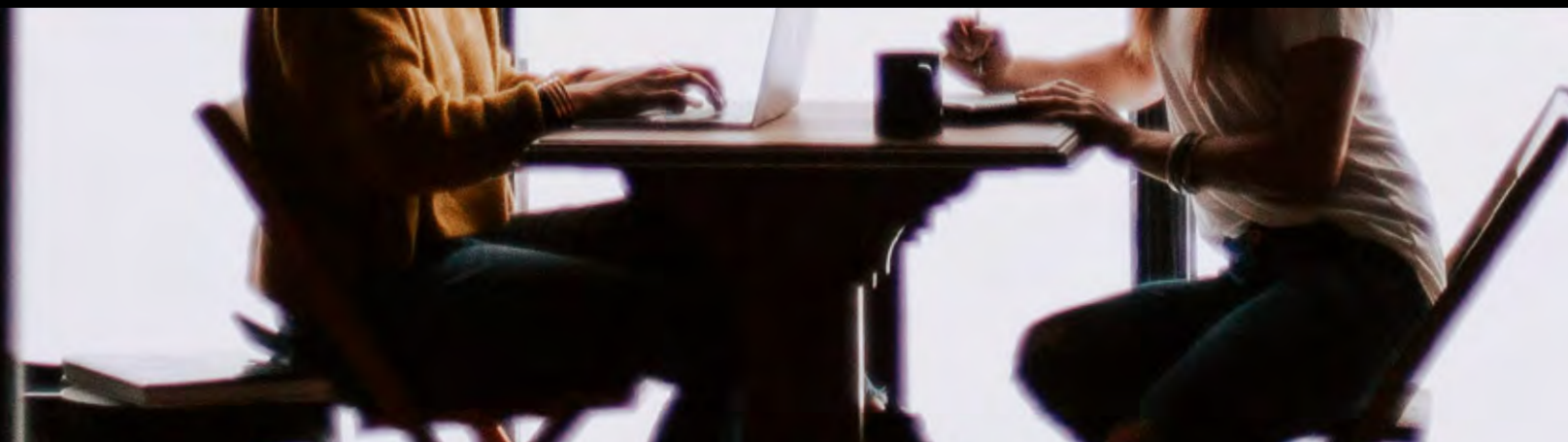
จะเห็นได้ว่าการวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ไม่จำกัดเฉพาะเรื่องความสามารถในการสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้้องค์กรมีทิศทางในการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น สามารถเข้าใจธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์ที่มีหลากหลายแง่มุม ควบคุมศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ได้ ตั้งแต่ขั้นจุดประกายความคิดไปจนถึงการปฏิบัติจริง รวมถึงสามารถสร้างความมั่นใจได้ว่าทุกขั้นตอนจะได้รับการปรับปรุงอย่างเหมาะสมเพื่อเป้าหมายในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร สามารถรักษาตำแหน่งที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาดต่อไปได้ หากไม่มีตัวชี้วัดเหล่านี้ องค์กรต่าง ๆ ก็สุ่มเสี่ยงที่จะมองข้ามทรัพยากรที่มีค่าที่สุดประการหนึ่งทีละองค์กรมืออยู่แล้ว นั่นก็คือทุนทางความคิดขององค์กรและพนักงานนั่นเอง



WHEN AND HOW OFTEN TO MEASURE CREATIVE MATURITY

ควรวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเมื่อไรและบ่อยแค่ไหน

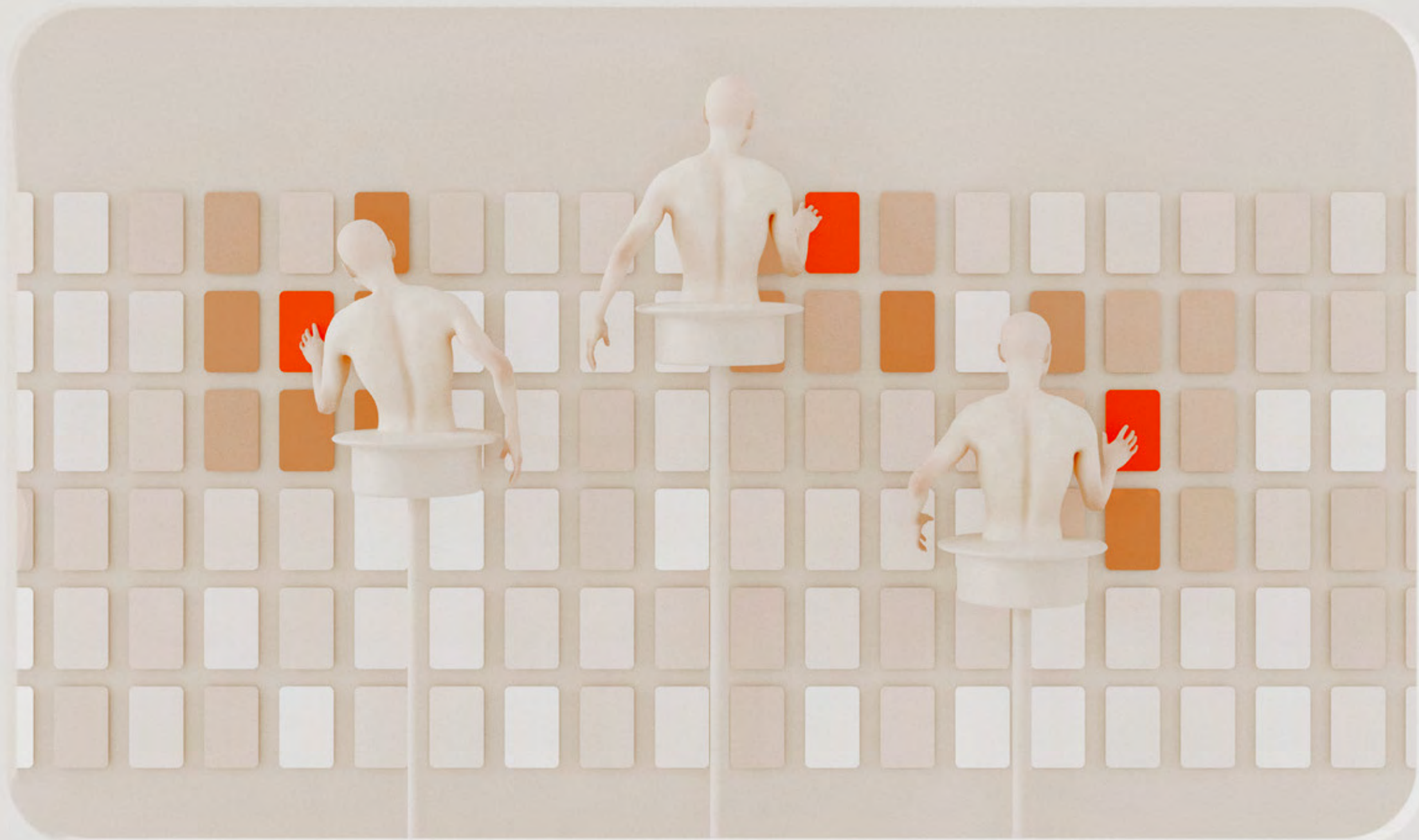
การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่องค์กรควรดำเนินการอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกตั้งแต่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ที่ถือเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างความมั่นใจในกลยุทธ์ที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการเข้าสู่ตลาดใหม่ การรับมือกับสถานการณ์การแข่งขัน การแสวงหาการลงทุนใหม่ ๆ และการสร้างทีม และควรมีการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ โดยอาจจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีหรือปีละสองครั้ง อย่างไรก็ตาม องค์กรในอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว อาจพบว่าการประเมินรายครึ่งปีมีประโยชน์มากกว่า หรือองค์กรที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก หรือกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ อาจพิจารณาประเมินทุกไตรมาสก็เป็นได้ นอกจากนี้ยังอาจใช้เพื่อการวัดผลหลังการดำเนินงานโครงการสำคัญ หรือเมื่อเกิดความท้าทายที่เฉพาะเจาะจงได้เช่นกัน



MEASUREMENT TOOLS

เครื่องมือที่ใช้วัดระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

การวัดระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นมีการใช้เครื่องมือที่หลากหลาย ซึ่งแต่ละเครื่องมือต่างมีจุดมุ่งหมายร่วมเพื่อรวบรวมแง่มุมของการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นรูปธรรม และสามารถวัดผลในเชิงประสิทธิภาพได้ โดยมีเทคนิคและเครื่องมือให้เลือกใช้มากมาย ยกตัวอย่างได้ดังนี้



1. CREATIVE MATURITY ASSESSMENT (CMA)

ระบบประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจ



<https://assessment.cea.or.th/auth/login>

บริการดิจิทัลที่พัฒนาขึ้นโดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA โดยให้บริการผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ ในการประเมิน วิเคราะห์ และให้คำแนะนำแบบครบวงจร ผ่าน Web Application ที่ง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน โดยมีกรอบการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์แบ่งเป็น 9 มิติชี้วัดสำคัญ ซึ่ง CEA ได้ดำเนินการศึกษาดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับมหภาค ระดับเมือง และเครื่องมือประเมินศักยภาพทางธุรกิจของประเทศไทยและต่างประเทศ โดยทบทวนวรรณกรรมที่มีชื่อเสียงทั้งหมดกว่า 13 ฉบับ

		Indexes											
		1. FCI	2. SV-CCI	3. F-ECI	4. HKCI	5. CZCI	6. CICE	7. J-CCI	8. ECI	9. BCI	10. L-CCI	11. CCI-CCI	12. GCI
Dimensions													
1	Human Capital, Creative Class and Education	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
2	Openness / Diversity / Tolerance	●	●	●	●	●			●	●	●	●	●
3	Cultural Environment and Tourism		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
4	Technology and Innovation	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
5	Regulations and Financial Policies		●	●	●			●	●	●	●	●	●
6	Employment, Outputs and Outcomes		●	●	●			●				●	●
7	Entrepreneurship		●	●	●		●	●			●	●	●
8	Infrastructure				●						●	●	●
9	Liveability and Amenities						●		●	●	●	●	●
10	Branding and Notoriety		●								●	●	●
Number of Indicators		9	11	9	88	6	8	78	32	9	7	72	7

FCI-Florida's Creative Index (2002); SV-CCI - Silicon Valley's Creative Community Index; F-ECI - Euro Creativity Index; HKCI - Hong Kong Creative Index; CZCI - Czech Creative Index; CICE - Composite Index of the Creative Economy; J-CCI - Creative City Index; ECI - European Creativity Index; BCI - Baltimore Creativity Index; L-CCI - Landry's Creative City Index; CCI-CCI - Creative City Index; GCI - Global Creative Index.

โครงสร้างข้อคำถามของระบบประเมินมีจำนวนทั้งสิ้น 38 ข้อ พร้อมกำหนดตัวแปรที่จะใช้คำนวณค่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Maturity Index) ซึ่งจะใช้ค่าคะแนนจาก 14 ข้อสำคัญ มาทำการคำนวณทั้งคะแนน Index รวม และคะแนนรายมิติ

โครงสร้างของข้อคำถามในระบบประเมิน




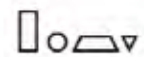





มิติบุคคล 9 มิติ บุคคล/ร้านค้า 6 มิติ

มิติ	ข้อคำถาม	ประเด็น	มิติบุคคล	บุคคล/ร้านค้า
ข้อมูลพื้นฐาน	13	ข้อมูลติดต่อ / ประเภทอุตสาหกรรม / รูปแบบการขายสินค้า / แหล่งรายได้ / ผลประกอบการ	●	●
D1: Human Capital	5	ข้อมูลเชิงปริมาณ / Generation / สัดส่วนการจ้าง Creative Talent ในธุรกิจ	●	●
D2: Financial Policy	2	การวางแผนการลงทุนพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ / วงเงิน / สัดส่วนการลงทุนแต่ละกระบวนการ	●	●
D3: Openiness	1	ธุรกิจเปิดกว้างและยอมรับต่อความแตกต่างหลากหลายมากน้อยเพียงใด	●	
D4: Culture	1	ธุรกิจมีวัฒนธรรมการบริหารองค์กร ที่เอื้อต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพียงใด	●	
D5: Digital	3	การปรับตัวสู่ดิจิทัล การบริหารองค์กร / งานขายและตลาด / ทักษะบุคลากร	●	●
D6: Leader	1	แนวทางการบริหารองค์กร เพื่อให้บุคลากรสร้างสรรค์ไอเดียหรือวิธีการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ	●	
D7: Creative Process	2	น้ำหนักการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการธุรกิจ / วิธีการนำไอเดียสร้างสรรค์สู่การปฏิบัติ	●	●
D8: Creative Output	3	รอบการออกสินค้า / ความสนใจในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา	●	●
D9: Branding	3	ช่องทางการสื่อสาร / ประเมินการเป็นที่รู้จักของแบรนด์ พฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้า	●	●
คำถามเพิ่ม	4	จุดแข็ง จุดอ่อน / ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อธุรกิจ / ทุนพัฒนาธุรกิจ / ความต้องการเพิ่มเติม	●	●

เครื่องมือนี้จะช่วยประเมินความคุ้มค่า ทิศทางการลงทุนทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และการดำเนินธุรกิจภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์มีความเข้มแข็ง และเกิดปัจจัยส่งเสริมการจ้างงานในกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์มากขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยมีทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับสถานการณ์จริงของผู้ประกอบการเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่สนใจสามารถดูผลการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง และดูข้อมูลคำแนะนำ (Recommendation System) เพื่อยกระดับกิจการไปสู่ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้นได้

2. TORRANCE TESTS OF CREATIVE THINKING (TTCT)

แบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ของทอร์แรนซ์

Torrance Test	Starting Shapes	Completed Drawing	
		More Creative	Less Creative
Use		 Mickey Mouse	 Chain
Combine		 King	 Face
Complete		 A fish on vacation	 Pot

innovators-guide.ch

TTCT ได้รับการพัฒนาโดย Dr. E. Paul Torrance ในช่วงปลายทศวรรษ 1950 เพื่อค้นหาและพัฒนาศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล โดยมีการประเมินความคิดสร้างสรรค์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น ปริมาณของความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น ความหลากหลายของแนวคิด ความคิดริเริ่มหรือความโดดเด่นของแนวคิด ฯลฯ

TTCT ประกอบด้วยแบบทดสอบสองรูปแบบหลัก คือการทดสอบด้วยภาพ โดยเน้นการประเมินความคิดสร้างสรรค์ผ่านภาพวาด ผู้เข้าร่วมจะได้รับตัวเลขหรือรูปร่างที่ไม่สมบูรณ์ และต้องวาดรูปเพิ่มเติมเพื่อวัดความคิดสร้างสรรค์ อีกรูปแบบหนึ่งคือการประเมินความคิดสร้างสรรค์ผ่านการตอบกลับเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจะต้องตอบคำถามปลายเปิดให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

แบบทดสอบ TTCT ถูกนำมาใช้ในบริบทที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการวัดพรสวรรค์และความสามารถของนักเรียนเพื่อพัฒนาหลักสูตร การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงใช้ในการตรวจสอบลักษณะความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อสรรหาผู้มีความสามารถหรือสร้างโปรแกรมการฝึกอบรม เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สร้างสรรค์

TTCT เป็นตัวสำคัญในความพยายามที่จะวัดผลและทำความเข้าใจความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าจะไม่มีเครื่องมือใดที่ไร้ข้อจำกัด แต่ TTCT ยังคงเป็นวิธีการที่เชื่อถือได้ในการประเมินศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มประชากรที่หลากหลาย

3. CAPABILITY MATURITY MODEL INTEGRATION (CMMI)

การวัดระดับวุฒิภาวะของกระบวนการสร้างสรรค์ในองค์กร



<https://cmmiinstitute.com/>

CMMI คือการวัดระดับวุฒิภาวะของกระบวนการสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อประเมินและปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ โดยเฉพาะกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม แม้ CMMI จะได้รับการออกแบบมาเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์และระบบในตอนแรก แต่ก็มีมีการปรับใช้ในสาขาอื่น ๆ รวมถึงงานบริการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์และบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

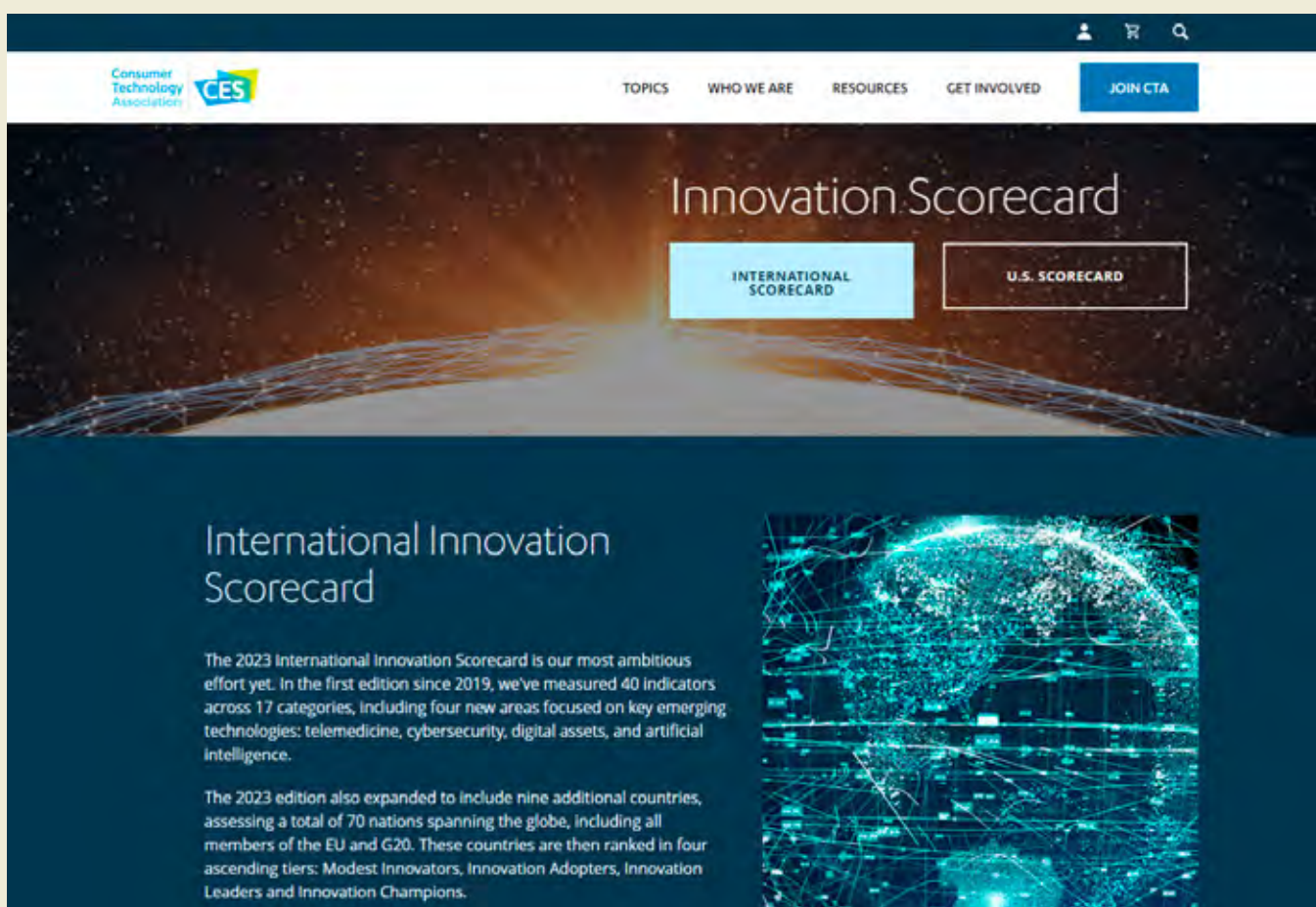
CMMI มีกรอบการทำงานที่มีโครงสร้างชัดเจน ทำให้เป็นตัวเลือกยอดนิยมสำหรับธุรกิจจำนวนมากที่ต้องการวางระบบและปรับปรุงกระบวนการทำงานของตนเอง โดยประกอบด้วยโครงสร้าง 5 ระดับ คือ

- ระดับ 1 (เริ่มต้น):** กระบวนการทำงานไม่สามารถคาดเดาได้ ควบคุมได้ไม่ดี ยังไม่เป็นระบบ
- ระดับ 2 (จัดการ):** กระบวนการทำงานของโครงการ ได้รับการวางแผนและดำเนินงานตามแผน
- ระดับ 3 (กำหนด):** กระบวนการทำงานมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน เข้าใจง่าย ได้มาตรฐาน มีแนวปฏิบัติ เครื่องมือ และขั้นตอนที่ชัดเจน
- ระดับ 4 (จัดการเชิงปริมาณ):** องค์กรและโครงการนำไปใช้เพื่อทำความเข้าใจ และควบคุมกระบวนการทำงานในเชิงสถิติ
- ระดับ 5 (การเพิ่มประสิทธิภาพ):** การปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดแนวคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ

ทั้งนี้ แต่ละระดับจะมีกระบวนการประเมินเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติ ที่มีรูปแบบเฉพาะที่แยกออกจากกัน ทำให้องค์กรที่ต้องการใช้เครื่องมือนี้ในการประเมินระดับความคิดสร้างสรรค์ จะต้องมุ่งเน้นเรื่องการประเมินและปรับปรุงกระบวนการทำงานเฉพาะในแต่ละส่วนงาน เพื่อให้สามารถพัฒนากระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละเรื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. INNOVATION SCORECARD

ดัชนีชี้วัดนวัตกรรม

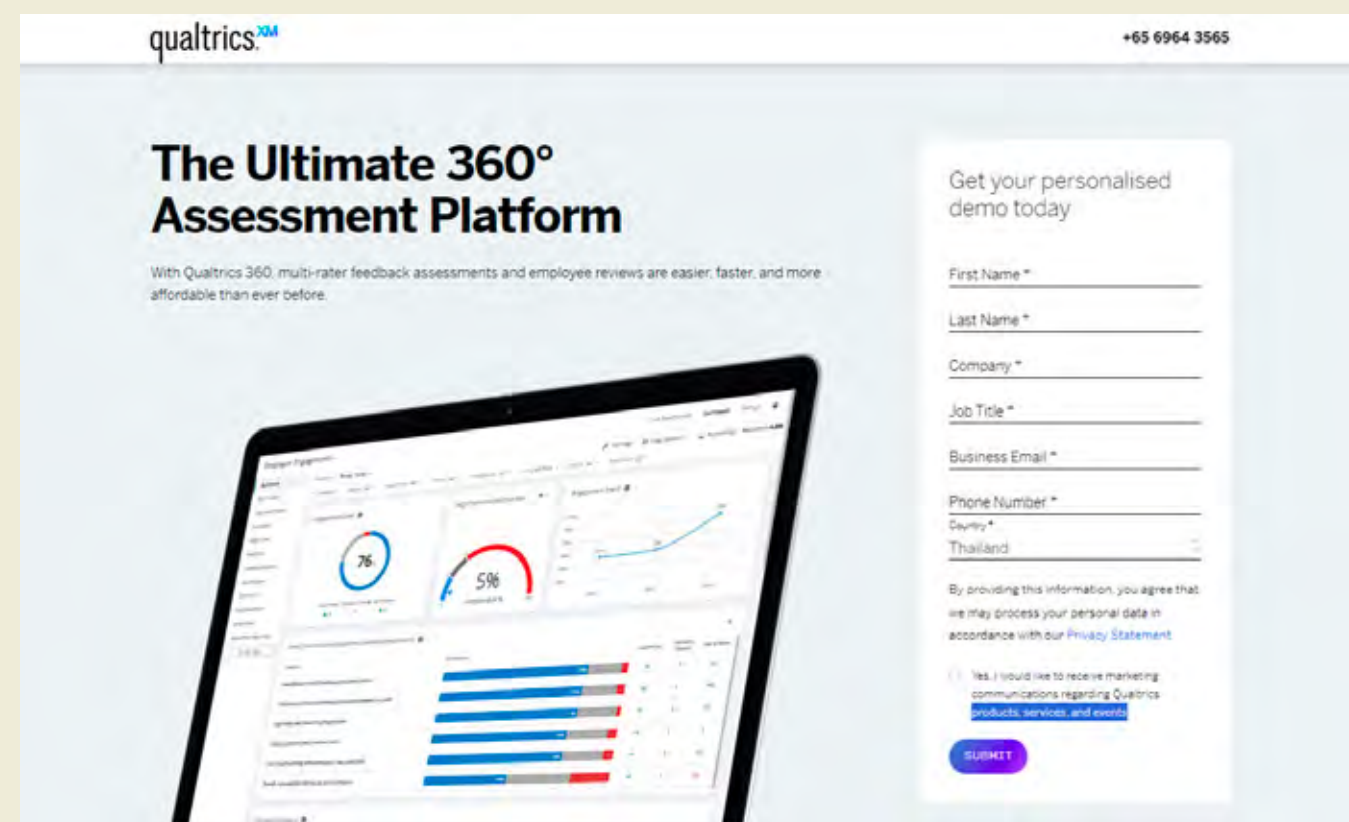


<https://www.cta.tech/Advocacy/Innovation-Scorecard>

เครื่องมือนี้ออกแบบมาเพื่อติดตามและส่งเสริมนวัตกรรมภายในองค์กรโดยเฉพาะ โดยเน้นตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม ผลลัพธ์ของโครงการ และประสิทธิภาพของการสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงวงจรของนวัตกรรม ตั้งแต่การสร้างแนวคิดไปจนถึงการนำไปปฏิบัติ ตลอดจนประสิทธิภาพทางการตลาดตามตัวชี้วัด เช่น จำนวนไอเดียใหม่ที่เกิดขึ้น จำนวนแนวคิดที่ถูกนำไปเป็นต้นแบบ ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด ฯลฯ ดัชนีชี้วัดนวัตกรรมมีประโยชน์อย่างยิ่งในอุตสาหกรรมที่ใช้นวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่าง เช่น เทคโนโลยีชีวภาพ เกษกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การใช้เครื่องมือนี้จะช่วยให้องค์กรเข้าใจความสามารถและความประสิทธิภาพของตนเองในด้านนวัตกรรม ทำให้สามารถมุ่งเน้นและปรับปรุงกระบวนการและผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. 360-DEGREE FEEDBACK

การประเมินผลแบบ 360 องศา



<https://www.qualtrics.com/au/lp/ex/360-feedback>

ระบบการประเมินแบบ 360 องศาเป็นวิธีที่ให้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับภายในองค์กร แต่ละคนสามารถรับข้อเสนอแนะจากหลายแผนกภายในองค์กร ซึ่งแตกต่างจากระบบการประเมินแบบดั้งเดิมที่มาจากผู้บังคับบัญชาเท่านั้น โดยใช้การรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากภายนอก โดยการสอบถาม สัมภาษณ์ และวิเคราะห์โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์ที่ได้จะนำมาแบ่งปันและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงาน เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในองค์กร

อย่างไรก็ตามระบบนี้ควรนำไปปรับใช้อย่างรอบคอบ เพราะอาจมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากอคติส่วนบุคคล ที่ทำให้ความเห็นอาจไม่ตรงประเด็นหรือมีข้อเสนอแนะมากเกินไป อีกทั้งพนักงานบางคนอาจไม่สามารถรับมือกับคำติชมจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาได้ จึงควรระมัดระวังและแน่ใจว่าความคิดเห็นนั้น ๆ ตอบรับตามวัตถุประสงค์และมีความสร้างสรรค์ เพื่อให้องค์กรและทีมงานเข้าใจการมีส่วนร่วมและแนวโน้มการเติบโตได้อย่างเต็มที่และยั่งยืน

6. IDEA MANAGEMENT PLATFORM FOR OPEN INNOVATION

แพลตฟอร์มการจัดการไอเดียสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมแบบเปิด

การใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อรวบรวม จัดระเบียบ ประเมิน และค้นหาแนวทางการนำไอเดียไปสู่การปฏิบัติ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรคนวัตกรรมใหม่ ๆ จากแนวคิดของพนักงาน ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ หรือแม้แต่ประชาชนทั่วไป

การส่งเสริมนวัตกรรมแบบเปิด หรือ Open Innovation มีประโยชน์ในหลากหลายแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นการได้ไอเดียจากกลุ่มคนที่หลากหลาย ที่สามารถนำไปสู่วิธีการแก้ปัญหาที่ไม่เหมือนใครและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งการมีส่วนร่วมของลูกค้าน่าจะส่งผลให้ได้วิธีการจัดการกับปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น ในส่วนขององค์กรเองยังสามารถตรวจพบสัญญาณความไม่ปกติที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้าเช่นกัน

แนวทางการนำไปใช้

กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขต: อธิบายเป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน เช่น เน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่อง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการ เป็นต้น

เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม: เช่น IdeaScale Planview IdeaPlace และ Spigit ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของแพลตฟอร์มการจัดการไอเดียที่เข้าถึงได้ง่าย โดยมีหลักการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเป้าหมายขององค์กร

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: นำเสนอแพลตฟอร์มให้กับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ผ่านการจัดกิจกรรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือสิ่งจูงใจ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม สร้างแคมเปญหรือความท้าทาย เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ต้องการ

ประเมินแนวคิด: กำหนดเกณฑ์สำหรับการประเมิน ตามความเป็นไปได้ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ต้นทุน หรือความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร

นำแนวคิดที่เลือกไปใช้: แนวคิดที่ได้รับการประเมินแล้ว ควรทดสอบเพื่อพิจารณาว่าแนวคิดเหล่านั้นใช้ได้จริงหรือไม่ก่อนที่จะนำไปปฏิบัติจริง

Feedback Loop: การให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ร่วมให้ข้อมูล แจ้งให้พวกเขาทราบว่าทีมของคุณกำลังพิจารณา นำไปใช้ หรือปฏิเสธข้อเสนอนั้นของพวกเขา

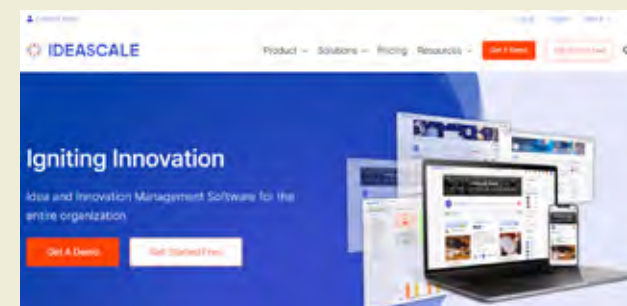
กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ

หนึ่งในตัวอย่างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของนวัตกรรมแบบเปิดผ่านแพลตฟอร์มการจัดการไอเดีย คือ LEGO Ideas คอนเซ็ปต์พื้นฐานของ LEGO Ideas เป็นแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสให้แฟน ๆ สามารถส่งไอเดียของตนเอง สำหรับการออกแบบ LEGO Collection ใหม่ได้ โดยใช้กลไกการโหวตเพื่อเลือกแนวคิดที่น่าสนใจ หากโครงการใดได้รับคะแนนโหวตเกิน 10,000 คะแนน ก็จะผ่านเข้าสู่ขั้นตอนการประเมินและทดสอบไอเดีย และหากได้รับการอนุมัติ ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตจริง

ตัวอย่างสินค้าของ LEGO ที่ถูกผลิตขึ้นภายใต้กระบวนการนี้ เช่น "The Beatles Yellow Submarine" และ "Doctor Who" จะเห็นได้ว่าแนวทางของ LEGO Ideas ไม่เพียงแต่สร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมชุมชนแฟน LEGO เท่านั้น แต่ยังช่วยลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยเพราะการสำรวจความนิยมไว้ล่วงหน้า ที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์จะได้รับผลตอบแทนที่ดีในตลาด



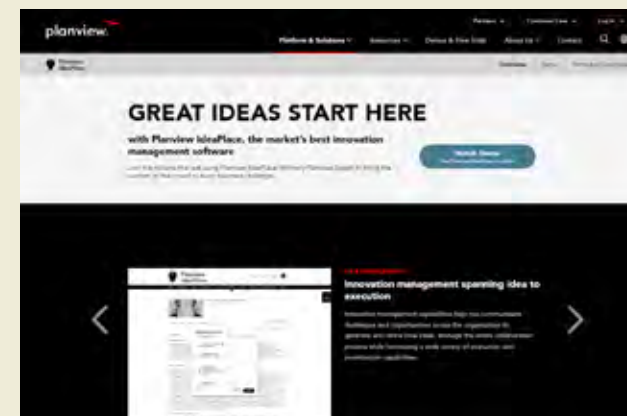
แพลตฟอร์มที่โดดเด่น



IDEASCALE

<https://ideascale.com/>

เป็นที่รู้จักในด้านอินเทอร์เน็ตที่ใช้งานง่ายและฟีเจอร์ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเครื่องมือสำหรับการสร้างแนวคิดและการวิเคราะห์ เพื่อประเมินและวัดความสำเร็จของไอเดีย



PLANVIEW IDEAPLACE

<https://www.planview.com/products-solutions/products/ideaplace/>

ได้รับการออกแบบมาเพื่อจัดการกับไอเดียระดับองค์กร โดยนำเสนอฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์เพื่อคาดการณ์ความสำเร็จของไอเดียที่อาจเกิดขึ้น เพื่อช่วยให้องค์กรเข้าถึงข้อมูลรวมของลูกค้านักงาน และลูกค้า เพื่อเร่งสร้างนวัตกรรมด้วยการค้นหาแนวคิดที่ดีที่สุดและตัดสินใจอย่างถูกต้อง



BRIGHTIDEA

<https://www.brightidea.com/>

ซอฟต์แวร์สำหรับการจัดการนวัตกรรมบนคลาวด์แบบครบวงจร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถรวบรวม จัดการ และนำไอเดียจากพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้งาน เพื่อช่วยสร้างไอเดียใหม่ ปรับปรุงการตัดสินใจ และขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์กร

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ เครื่องมือเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกว่าองค์กรมีความสามารถเชิงสร้างสรรค์มากเพียงใด สิ่งสำคัญคือต้องรับรู้ว่าการพยากรณ์เหล่านี้เป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น องค์กรจำนวนมากใช้วิธีการและเครื่องมือเพิ่มเติมมากมาย ซึ่งแต่ละเครื่องมือได้รับการออกแบบและปรับแต่งมาโดยเฉพาะเพื่อตอบสนองความท้าทายและเป้าหมายที่เจาะจง ชุดเครื่องมือสำหรับการประเมินและส่งเสริมความสามารถเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวตามความต้องการด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนางานของอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

FOSTERING CREATIVE MATURITY IN YOUR ORGANIZATION

การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



หลายคนอาจเข้าใจว่า เมื่อองค์กรได้ผ่านการประเมินและวิเคราะห์ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ด้วยเครื่องมือต่าง ๆ แล้ว ถือเป็นการจบขั้นตอนและสรุปได้ว่าองค์กรของเรามีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสม แท้จริงแล้วการเติบโตขององค์กรสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน อยู่ที่การใช้ข้อมูลเหล่านี้มาทำความเข้าใจ สนับสนุน และเสริมสร้างแนวทางปฏิบัติสำหรับองค์กร ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในองค์กรขึ้นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ หรือหากได้รับการประเมินว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรอยู่ในเกณฑ์ที่ต้องพัฒนาต่อ ก็จะต้องวางแผนว่าจะใช้กลยุทธ์หรือวิธีใดในการเสริมสร้างการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้น ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงกลยุทธ์หรือแนวทางที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

1. ORGANIZATIONAL CULTURE AND LEADERSHIP

วัฒนธรรมองค์กร และความเป็นผู้นำ

วัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบของความเป็นผู้นำ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจให้กับองค์กร หากองค์กรใดต้องการพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งความสร้างสรรค์ ผู้นำจะต้องส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้พร้อม เพื่อให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้กับองค์กร

1.1 ORGANIZATIONAL CULTURE (วัฒนธรรมองค์กร)

วัฒนธรรมองค์กรถือเป็นพื้นฐานในองค์กร ประกอบด้วยค่านิยม พฤติกรรม และวิถีทัศน เมื่อองค์กรให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ องค์กรนั้นก็กลายเป็นสถานที่ทำงานที่มีการคิดเชิงสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญที่สุดคือการกำหนดวิถีทัศนให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจสิ่งที่เปลี่ยนแปลงและจำเป็นสำหรับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ เช่น มีการประเมินอย่างสม่ำเสมอ หรือความยืดหยุ่นในโครงสร้างของการทำงาน

วัฒนธรรมองค์กรที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ จะต้องมีความคิดริเริ่ม มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาและปรับตัวอยู่เสมอ ซึ่งหมายถึงการลงทุนในโครงการที่มีการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสรรหา การประเมินผล และการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึกมีพลังและกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นโดยไม่ต้องกลัวว่าจะถูกตอบโต้ และจะทำให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรในเชิงสร้างสรรค์ที่ถูกหล่อหลอมจากการนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างนโยบายขององค์กรที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร เช่น

- นโยบาย "20% Time" ของบริษัท Google โครงการริเริ่มที่อนุญาตให้พนักงานสามารถจัดสรรเวลาส่วนหนึ่งในการทำโครงการส่วนตัว ซึ่งวิธีการดังกล่าวทำให้เกิดสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ได้ปฏิวัติวงการ อย่างเช่น Gmail
- "Plussing" ของบริษัท Pixar เป็นกลไกเรื่องข้อเสนอนะ โดยการนำคำวิจารณ์จากลูกค้า มาจับคู่กับข้อเสนอนะที่สร้างสรรค์ เพื่อช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมความคิดในเชิงบวก และมุ่งเน้นการแก้ปัญหาโดยตรง
- Squad Framework ของบริษัท Spotify ที่ส่งเสริมความเป็นอิสระภายในทีมและการทำงานร่วมกันข้ามสายงาน ส่งผลให้เกิดพื้นที่ที่เอื้อสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง



1.2 LEADERSHIP STYLE

(ลักษณะของการเป็นผู้นำ)

ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและปลูกฝังความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในทีม การเป็นแบบอย่าง การสื่อสารแบบเปิด การให้อิสระในการตัดสินใจและมีส่วนร่วม การส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันในทีมที่หลากหลายมากขึ้น การสร้างสภาพแวดล้อมของการทำงานให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกันและกันภายในทีม รวมทั้งการยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้

ผู้นำจะต้องทำมากกว่าแค่การสื่อสารถึงความสำคัญของเรื่องความคิดสร้างสรรค์ โดยต้องทำให้ความรู้เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ที่เข้าถึงได้ง่าย อย่างการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งส่งเสริมช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้างและโปร่งใสให้เกิดขึ้นในองค์กร ผู้นำต้องมีการเรียนรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง มองความล้มเหลวเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่มีคุณค่า เพื่อจะช่วยส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมในการคิดนอกกรอบได้

ผู้นำที่โดดเด่นหลาย ๆ คน ได้มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ในองค์กรของตนเอง เช่น Ed Catmull จากบริษัท Pixar นำเสนอการประชุมแบบ "Braintrust" ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับการประชุมที่ไม่มีลำดับชั้น โดยผู้สร้างภาพยนตร์จะอธิบายงานของตนเอง พร้อมรับข้อเสนอแนะทั้งหมดจากเพื่อนร่วมงาน และเน้นการแก้ปัญหาด้วยกันเป็นหลัก

1.3 DIVERSITY AND INCLUSION

(ความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก)

การยอมรับความหลากหลายไม่เพียงเป็นการปฏิบัติตามศีลธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่สร้างประโยชน์ทางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ทีมงานที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านประสบการณ์หรือมุมมอง ยิ่งทำให้แหล่งความคิดมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และถือเป็นข้อได้เปรียบในเชิงกลยุทธ์ บริษัทชั้นนำระดับโลกอย่าง Unilever เล็งเห็นประโยชน์ที่มาจากความหลากหลายและยึดถือเป็นหลักในการบริหารงาน เมื่อบริษัทเปิดกว้างและยอมรับความหลากหลายและความเท่าเทียม บริษัทนั้นก็จะมีสภาพแวดล้อมที่ทุกคนรู้สึกว่ามีคุณค่า สร้างแรงบันดาลใจในการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท

ในทางปฏิบัติ องค์กรควรมีการกำหนดเป้าหมายเรื่องความหลากหลายที่ชัดเจนระหว่างการพัฒนาบุคลากร โดยอาจมีการจัดเวิร์กช็อปเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน รวมทั้งการสร้างพื้นที่ที่พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งการไม่แบ่งแยกไม่เพียงเพิ่มความคิดสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังสามารถช่วยในการแก้ปัญหาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้องค์กรที่ให้ความสำคัญเรื่องความหลากหลายอย่างแท้จริง จะช่วยให้พนักงานได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่การมีส่วนร่วมและความภักดีต่อองค์กรที่เพิ่มขึ้น

1.4 REWARD AND CELEBRATE CREATIVITY

(การให้รางวัลและยกย่องเรื่องความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร)

องค์กรต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะในรูปแบบของรางวัล จดหมายข่าว หรือการแจ้งให้ทราบระหว่างการประชุมทีม ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสำคัญในการให้คุณค่ากับทุกความคิดซึ่งอาจเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประกวดไอเดียประจำเดือน หรือการให้รางวัลพิเศษจากผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้เกิดขึ้นได้

ระบบการให้รางวัล นับเป็นเครื่องมือในการปลูกฝังความคิดเชิงสร้างสรรค์ในบริษัทต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความขยันและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทที่ให้รางวัลความคิดสร้างสรรค์อย่างสม่ำเสมอ จะช่วยดึงดูดและรักษาผู้ที่มีความสามารถเอาไว้กับบริษัท อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน และส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม องค์กรควรพิจารณากระบวนการให้รางวัลที่หลากหลาย และต้องปรับให้เหมาะกับแรงบันดาลใจ ความต้องการ และความสามารถเฉพาะบุคคลในด้านความคิดสร้างสรรค์

1.5 LEARNING FROM FAILURE

(การเรียนรู้จากความล้มเหลว)

องค์กรที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ไม่ได้มองความล้มเหลวเป็นความพ่ายแพ้ แต่มองว่าเป็นโอกาสและการเรียนรู้ องค์กรจึงมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่พร้อมรับกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น มีความยืดหยุ่นในการทำงานต่าง ๆ รวมทั้งให้อิสระกับพนักงาน เพื่อให้รู้สึกว่าได้รับอำนาจและได้รับความไว้วางใจจากองค์กร ทำให้สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดของความคิดในรูปแบบเดิม ๆ ได้ ผู้บริหารควรเป็นตัวอย่างแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ โดยต้องส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ชัดเจนในการสื่อสารเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการคิดอย่างสร้างสรรค์ มีการจัดฝึกอบรม และรับฟังข้อเสนอแนะอย่างสร้างสรรค์ให้พนักงานได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่การมีส่วนร่วมและความภักดีต่อองค์กรที่เพิ่มขึ้น

5 วิธี

การให้รางวัลที่ช่วยกระตุ้น
ความสำเร็จของพนักงาน
ที่แสดงความคิดสร้างสรรค์เพื่อการ
ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1. RECOGNITION AND VISIBILITY

(การรับรู้และการมองเห็น)

การรับรู้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ สำหรับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ การได้รับการยอมรับ การรับรู้ต่อสาธารณะ และการได้รับคำชื่นชม สามารถเป็นแรงจูงใจที่สำคัญได้ เช่น การมอบรางวัลในการประชุมทีม การนำเสนอผลงานของพนักงานบนแพลตฟอร์มของบริษัทหรือโซเชียลมีเดีย หรือการพูดถึงในจดหมายข่าวของบริษัท ซึ่งเป็นการเพิ่มขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน

2. PROFESSIONAL GROWTH AND LEARNING

(การเรียนรู้และเติบโตอย่างมืออาชีพ)

การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยการนำเสนอโอกาสในการพัฒนาทักษะต่าง ๆ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการหรือการสัมมนา องค์กรจึงควรพัฒนาวิชาชีพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยการประชุมและการจัดกิจกรรมไม่เพียงให้ความรู้ แต่ยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้สร้างเครือข่ายกับองค์กร และผู้นำในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังเป็นการสร้างโอกาสในการทำงานร่วมกับกลุ่มคนที่มีความสนใจที่หลากหลาย ส่งเสริมนวัตกรรมและการทำงานเป็นทีมให้เกิดขึ้น หรือการให้สิทธิ์ในการซื้อหนังสือหรือสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเป็นแหล่งข้อมูลให้พนักงานติดตามแนวโน้มในอุตสาหกรรมและสร้างแรงบันดาลใจได้

3. WORK FLEXIBILITY AND AUTONOMY

(การให้อิสระและความยืดหยุ่นในการทำงาน)

ความคิดสร้างสรรค์มักไม่ได้ผูกพันกับเวลางาน 9 โมงเช้าถึง 5 โมงเย็นเสมอไป องค์กรสามารถนำเสนอ "วันเฉพาะกิจ" ให้กับผู้สร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ เพื่อแสดงถึงการยอมรับและความเคารพต่อการเติบโตและนวัตกรรมของบุคคล การให้อิสระและความยืดหยุ่นในการทำงานช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด เนื่องจากไม่มีแรงกดดันในการทำงานหรือข้อจำกัดเรื่องเวลาเป็นตัวบังคับ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสดชื่น ช่วยเติมพลังในการทำงาน รวมทั้งไม่ต้องกดดันจากงานประจำวันด้วย หรือสำหรับบุคคลที่ทำงานในองค์กรมาเป็นเวลานาน อาจพิจารณาให้พนักงานเป็นเวลานาน (Sabbatical Leave) เพื่อพักผ่อนและช่วยฟื้นฟู เติมเต็มพลังงาน หรือตามหาความหลงใหลของตนเองที่อาจหายไประหว่างการทำงาน

4. TANGIBLE REWARDS AND INCENTIVES

(สิ่งจูงใจและรางวัลที่สามารถจับต้องได้)

ในขณะที่รางวัลที่ไม่มีตัวตนเป็นสิ่งสำคัญ แต่รางวัลที่จับต้องได้จะช่วยสร้างความพึงพอใจ เป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานร่วมมือได้ในทันที และทำให้ผลงานของพวกเขามีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเงินโบนัสหรือสิ่งจูงใจทางการเงินต่าง ๆ ซึ่งต้องปรับให้เหมาะสมกับความสนใจเฉพาะบุคคล ทั้งหมดนี้จะช่วยให้พนักงานเห็นคุณค่าของตนเอง ส่งผลให้เกิดผลงานที่โดดเด่น หรือการมีส่วนร่วมในเป้าหมายสำคัญขององค์กร

5. EXPERIENTIAL REWARDS

(รางวัลทางประสบการณ์)

แรงบันดาลใจอาจมาจากหลากหลายแหล่งที่มา และบางครั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ก็สามารถจุดประกายความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจที่ได้รับจากการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ เช่น หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ หรือแม้แต่สถานที่พักผ่อนตามธรรมชาติ ก็สามารถทำให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ และมีส่วนช่วยให้พนักงานคิดนอกกรอบมากขึ้น



2. ENVIRONMENT AND INFRASTRUCTURE

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม

2.1 CONDUCTIVE ENVIRONMENT

(สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย)

สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกออกแบบมาอย่างดี มีบทบาทสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างพนักงาน โดยเรื่องพื้นที่ไม่ได้เป็นเพียงความสวยงาม แต่ยังรวมถึงการจัดวาง ฟังก์ชันการใช้งาน บรรยากาศ การสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ที่ต้องเปิดโล่ง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างพนักงานอย่างเป็นธรรมชาติ รวมถึงเรื่องแผนผังสำนักงาน ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้ งาน ทุกองค์ประกอบล้วนมีอิทธิพลต่อกรอบความคิดและผลงานสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กร

และเพื่อเป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในองค์กร ต้องเริ่มต้นจากการสร้างพื้นที่ทำงานร่วมกันที่เอื้อต่อการพูดคุยกันได้อย่างเปิดเผย และคำนึงถึงความสะดวกสบายตามหลักสรีรศาสตร์ และต้องมีการผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น แสงธรรมชาติ งานศิลปะ และการออกแบบต่าง ๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งผู้บริหารควรให้ความสำคัญเรื่องความยืดหยุ่นของทีมงาน ให้สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ตามลักษณะงานที่กำลังทำอยู่ มีการจัดหาพื้นที่ทำงานที่หลากหลาย การจัดการระดับของเสียง รวมถึงสิ่งสำคัญคือสามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับทุกคน

บริษัทที่มีชื่อเสียงมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการออกแบบสำนักงาน โดยให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ เช่น "Apple Park" ของบริษัท Apple และสำนักงานใหญ่ของบริษัท Pixar ซึ่งบริษัทเหล่านี้ได้ลงทุนในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมการพบเจอกันโดยบังเอิญ และอำนวยความสะดวกให้เกิดการทำงานร่วมกันได้ง่าย อีกหนึ่งบริษัทคือ Valve บริษัทพัฒนาเกมที่ได้เพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน ด้วยการจัดหาโต๊ะที่มีล้อ จึงช่วยให้ทีมสามารถจัดระเบียบพื้นที่ทำงานใหม่ได้ทันที เพื่อให้เหมาะกับความต้องการของแต่ละโปรเจกต์ได้

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร การส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถปลูกฝังให้พนักงานใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด อีกทั้งการศึกษาถึงผลกระทบของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงกระบวนการและสร้างช่องทางใหม่ ๆ ในการเติบโตขององค์กร ก็เป็นสิ่งสำคัญ องค์ประกอบเหล่านี้มีความจำเป็นเพื่อเป้าหมายขององค์กรที่ต้องการความก้าวหน้าที่ยั่งยืน ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.2 TECHNOLOGICAL INNOVATION

(นวัตกรรมทางเทคโนโลยี)

การเปิดรับนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ไม่ได้ในการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยผู้นำควรสนับสนุนการใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่สร้างสรรค์และเพิ่มความคล่องตัวในการปฏิบัติงานร่วมกัน เช่น Slack, Trello หรือ Miro ที่ช่วยในการสื่อสารและการจัดการในทีม การส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ด้วยแพลตฟอร์ม E-Learning และการเข้าร่วมเวิร์กช็อปออนไลน์ รวมถึงเทคโนโลยี AR และ VR ที่ช่วยสร้างประสบการณ์ในการระดมความคิด การสร้างภาพ และการสร้างต้นแบบที่เปลี่ยนไปจากการสร้างสรรค์แบบดั้งเดิม

การผสมผสานเครื่องมือและกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีเหล่านี้เข้าด้วยกัน จะช่วยให้องค์กรนั้น ๆ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างสรรค์และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น บริษัท Adobe ที่ถือเป็นผู้นำในการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ มีนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพให้กับทีมสร้างสรรค์ผ่านชุดซอฟต์แวร์ที่เรียกใช้งานได้ง่าย เช่น การใช้ AI ช่วยจัดการงานในรูปแบบเดิม ๆ เพื่อเพิ่มอิสระให้พนักงานได้รับมือกับความท้าทายเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น

12 CHECKLISTS FOR THE PERFECT WORKSPACE

เช็กลิสต์ 12 ปัจจัย องค์กรของคุณมีพื้นที่ที่ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์หรือไม่

- ✓ 1 เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์
พนักงานในองค์กรสร้างสรรค์ควรได้ใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ เช่น โต๊ะและเก้าอี้ เนื่องจากช่วยลดอาการปวดเมื่อยของร่างกาย ทำให้มีสมาธิในการทำงานมากขึ้น รวมถึงพื้นที่ทำงานที่ได้รับแสงสว่างตามธรรมชาติ ก็มีบทบาทสำคัญในด้านอารมณ์และประสิทธิภาพการทำงาน
- ✓ 2 พื้นที่แบบไดนามิกและยืดหยุ่น
พื้นที่ทำงานสมัยใหม่ควรส่งเสริมทั้งการทำงานร่วมกันและการนั่งทำงานแบบส่วนตัว โดยพื้นที่แบบเปิดโล่ง จะช่วยเอื้อต่อการทำงานเป็นทีมและการระดมความคิด ในขณะที่พื้นที่ส่วนตัวแบบกันเสียง จะมีประโยชน์ต่อการทำงานที่ต้องการสมาธิสูง นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ จะสร้างความไม่จำเจ และตอบสนองความต้องการของพนักงานแต่ละฝ่ายได้อีกด้วย
- ✓ 3 การใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ
การจัดวางพื้นที่ในที่ร่มด้วยธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นต้นไม้ ดอกไม้ หรือน้ำ จะช่วยยกระดับคุณภาพอากาศและส่งเสริมบรรยากาศที่เงียบสงบ ส่วนพื้นที่กลางแจ้ง เช่น ระเบียงหรือสวน สามารถใช้เป็นจุดพักผ่อนหรือที่ประชุมได้
- ✓ 4 พื้นที่สันทนาการ
การทำงานเพียงอย่างเดียวโดยที่ไม่มีการพักผ่อนหรือการเล่นเกมส์ อาจส่งผลเสียมากกว่าผลดี ดังนั้น องค์กรสร้างสรรค์ควรมีฟิตเนสหรือพื้นที่ออกกำลังกาย พื้นที่สำหรับผ่อนคลายหรือพักผ่อน รวมถึงห้องเล่นเกม ที่นอกจากจะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ยังช่วยสร้างความผูกพันในทีมได้เช่นกัน
- ✓ 5 สิ่งอำนวยความสะดวกทางเทคโนโลยี
เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจในปัจจุบัน องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมี Wi-Fi ความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมถึงเครื่องมือดิจิทัลสำหรับการระดมความคิด ประชุมออนไลน์ หรือการนำเสนองาน เพื่อให้สามารถดำเนินงานและทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ
- ✓ 6 ศูนย์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะ
องค์กรสร้างสรรค์ควรจัดพื้นที่สำหรับพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น ห้องสมุดหรือมุมอ่านหนังสือที่มีทรัพยากรหลากหลาย ห้องฝึกอบรม หรือการจัดบรรยายเวิร์กช็อป สัมมนา ฯลฯ
- ✓ 7 เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความเป็นตัวเอง
องค์กรสร้างสรรค์จะต้องมีการเปิดกว้างและเข้าใจสไตล์การทำงานของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน การเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปรับแต่งพื้นที่ทำงานของตนเอง จะทำให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวและสะดวกสบายมากขึ้น ทั้งยังส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจ
- ✓ 8 ห้องครัวและพื้นที่รับประทานอาหาร
โภชนาการเป็นกุญแจสำคัญในการรักษาระดับพลังงาน ห้องครัวที่จัดเตรียมไว้อย่างดีพร้อมของว่างเพื่อสุขภาพ รวมถึงจุดบริการกาแฟและชา สามารถใช้เป็นมุมเพิ่มพลังและเป็นจุดนัดพบที่ให้บริการสบาย ๆ
- ✓ 9 บริการด้านสุขภาพ
เพราะสุขภาพจิตมีความสำคัญพอ ๆ กับสุขภาพกาย พื้นที่สำหรับการหยุดพักหรือทำสมาธิเงียบ ๆ จะช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ รวมถึงบริการด้านสุขภาพภายในองค์กร เช่น การให้คำปรึกษาหรือการนวดบำบัด จะช่วยมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พนักงานได้
- ✓ 10 พื้นที่ที่ตอบสนองความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก
พนักงานทุกคนต้องมีสิทธิ์ในการเข้าถึงพื้นที่ในองค์กรได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายทางวัฒนธรรม เพศ และอายุ
- ✓ 11 มุมแบ่งปันข้อเสนอแนะและนวัตกรรม
องค์กรสร้างสรรค์ควรมีพื้นที่ให้พนักงานสามารถแบ่งปันแนวคิด ข้อเสนอแนะ หรือแสดงต้นแบบได้อย่างอิสระ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- ✓ 12 มาตรการรักษาความปลอดภัย
การปกป้องพนักงานจากความเสียหายต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นทางเข้าและออกขององค์กรจะต้องมีความปลอดภัย รวมถึงมีตู้เก็บของสำหรับทรัพย์สินส่วนตัว



3. TEAM DYNAMICS AND COLLABORATION

ความร่วมมือและพลวัตของทีม

ทีมที่มีพลัง ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการทำงานร่วมกัน จะเป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จขององค์กร ความสามารถในการร่วมมือและสนับสนุนกัน ทีมจะทำให้องค์กรสร้างนวัตกรรมที่ยอดเยี่ยมได้

3.1 ENCOURAGE TEAMWORK

(การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม)

การส่งเสริมวัฒนธรรมของการทำงานร่วมกันในองค์กร จะทำให้การพัฒนาวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทีมที่ทำงานร่วมกันแบบข้ามสายงาน ที่จะทำให้เกิดรากฐานของการพัฒนาและนวัตกรรมจากทักษะที่หลากหลาย ทำให้สร้างความแตกต่าง สามารถแก้ปัญหาด้วยมุมมอง ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย

นอกจากนี้องค์กรยังควรให้ความสำคัญและลงทุนกับการฝึกอบรมและการเรียนรู้การทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความสามารถในการสื่อสารและร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การระดมความคิดและการใช้เครื่องมือในการทำงานร่วมกัน

3.2 EXTERNAL ENGAGEMENTS

(การมีส่วนร่วมกับภายนอก)

องค์กรสร้างสรรค์ควรแสวงหาและสร้างโอกาสในการสร้างเครือข่ายหรือการร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก สถาบันการศึกษา หรือแม้กระทั่งสตาร์ทอัพอื่น ๆ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ สัมมนา และกิจกรรมเสริมสร้างและพัฒนาในอุตสาหกรรม ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้เข้าถึงแนวคิดและข้อมูลใหม่ ที่จะช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร

3.3 OPEN INNOVATION

(นวัตกรรมแบบเปิด)

นวัตกรรมแบบเปิดคือการใช้แหล่งข้อมูลจากองค์กรภายนอก ไม่ว่าจะเป็นพันธมิตร สถาบันการศึกษา นักวิชาการ และบุคคลทั่วไป เพื่อเข้าถึงแนวคิดและแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพ วิธีการนี้เป็นการยอมรับว่าไม่มีองค์กรใดที่สามารถคิดค้นนวัตกรรมที่ยอดเยี่ยมได้เพียงผู้เดียว เช่น โปรแกรม "Connect + Develop" ของบริษัท Procter & Gamble ถือเป็นต้นแบบเรื่องนวัตกรรมแบบเปิด P&G ใช้การค้นหานวัตกรรมจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประสบความสำเร็จในการเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่ส่งเสริมและเพิ่มความสามารถในการวิจัยและพัฒนาภายใน จนนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และแนวทางการแก้ไขปัญหาคือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ

4. LEARNING AND DEVELOPMENT

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม

4.1 TRAINING PROGRAMS

(โปรแกรมการฝึกอบรม)

ในยุคที่อุตสาหกรรมพัฒนาอย่างรวดเร็ว การจัดโปรแกรมการฝึกอบรมถือเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับองค์กรที่ต้องการสร้างทักษะ ความรู้ และทัศนคติสร้างสรรค์ให้กับพนักงาน โดยโปรแกรมดังกล่าวสามารถช่วยให้พนักงานปรับตัวให้ทันสมัย มีความสร้างสรรค์ และยืดหยุ่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเพิ่มทักษะการแก้ปัญหาภายในทีม เช่น บริษัทของเล่นชื่อดังระดับโลกอย่าง LEGO ได้แสดงผลของวิธีการฝึกอบรมที่สร้างสรรค์ผ่าน "LEGO Serious Play" การฝึกอบรมนี้ใช้เครื่องมือเกมและโครงสร้างเพื่อให้ผู้เข้าร่วมมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ สื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และร่วมมือในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน วิธีการที่ไม่เหมือนใครนี้ของ LEGO ไม่เพียงเสริมสร้างทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ แต่ยังส่งเสริมทักษะการวางแผนและการแก้ปัญหาอีกด้วย

4.2 FEEDBACK LOOP

(การใช้วงจรป้อนกลับ)

Feedback Loop เป็นกระบวนการที่องค์กรหรือระบบใด ๆ รับข้อมูลป้อนกลับและใช้ข้อมูลนั้นเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขรายละเอียดให้ดียิ่งขึ้น ในบริบทของการบริหารจัดการ คำติชมเป็นมากกว่าคำวิจารณ์หรือการชมเชย แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อใช้ประโยชน์จากคำติชมให้ได้มากที่สุด

การใช้ Feedback Loop จะช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมของการเรียนรู้ที่มองว่าคำติชมเป็นโอกาสสำหรับการเติบโตมากกว่าการวิจารณ์ โดยการใช้เครื่องมือเพื่อรับฟังคำติชมโดยไม่เปิดเผยตัวตน จะช่วยให้พนักงานสามารถสื่อสารและแสดงความคิดเห็นต่อกระบวนการทำงานได้อย่างแท้จริงและปราศจากความกลัว เช่น "Microsoft Pulse" เครื่องมือที่ช่วยรวบรวมคำติชมจากพนักงานในองค์กรผ่านแบบสำรวจแบบเรียลไทม์ เพื่อวัดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือปัญหาที่พนักงานกำลังเผชิญ การรับคำติชมในลักษณะนี้ จะช่วยให้องค์กรทราบถึงปัญหาและความต้องการที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลนั้นมาตัดสินใจ ปรับปรุง และพัฒนาการทำงานต่อไปได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ให้นักเรียนรู้สึกว่าเสียงและความคิดเห็นถูกรับฟัง และยังได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร

ในยุคที่ธุรกิจเติบโตและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่าการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญ องค์กรที่ให้ความสำคัญเรื่องการยกระดับทักษะของพนักงาน จึงมีโอกาสที่จะปรับตัว สร้างสรรค์ และประสบความสำเร็จมากกว่าองค์กรที่ไม่เปิดโอกาสให้พนักงานพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ในหัวข้อนี้ จะศึกษาเกี่ยวกับวิธีการเรียนรู้และการพัฒนาในหลาย ๆ ด้าน รวมถึงโปรแกรมการฝึกอบรมที่มีโครงสร้างในรูปแบบต่าง ๆ โดยเน้นความสำคัญของ Feedback Loop การพัฒนาสติและสุขภาพจิต รวมถึงการแบ่งปันความรู้ องค์กรประกอบเหล่านี้ไม่เพียงเพิ่มความสามารถส่วนบุคคลเท่านั้น แต่ยังส่งเสริมวัฒนธรรมที่มุ่งการเติบโต มีความสามารถในการปรับตัว และมีแนวคิดที่มีวิสัยทัศน์เพื่อขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กร

4.3 MINDFULNESS AND WELL-BEING

(การพัฒนาสติและสุขภาพจิต)

ในยุคปัจจุบันที่ความเร็วในการทำงานและความกดดันเพิ่มขึ้น การมีสติและสุขภาพจิตที่ดีเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ส่งเสริมให้การทำงานมีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น องค์กรชั้นนำได้เรียนรู้ว่าพนักงานที่มีสุขภาพจิตที่ดีไม่เพียงแค่ส่งมอบงานที่มีคุณภาพเท่านั้น แต่ยังสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้ดียิ่งขึ้น เพราะจิตใจที่สงบและสมาธิที่ดีจะเป็นการกระตุ้นให้สามารถคิดและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมสุขภาพจิตภายในองค์กรสามารถดำเนินการได้ในหลายรูปแบบ เช่น การจัดอบรมในเรื่องการปฏิบัติธรรม และการทำสมาธิ การสนับสนุนให้พนักงานหยุดพักและทำสมาธิระหว่างวัน หรือการเตรียมสถานที่พิเศษเพื่อการฝึกสติและการผ่อนคลาย เช่น บริษัท Intel ที่เน้นความสำคัญกับสุขภาพของพนักงานผ่านโปรแกรมฝึกสมาธิ การลงทุนแบบนี้ของ Intel ไม่เพียงแต่เสริมสร้างสุขภาพจิตให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังสร้างรากฐานสำหรับความสร้างสรรค์และนวัตกรรมในระยะยาว แนวคิดนี้คือการยืนยันความเชื่อมโยงระหว่างการผ่อนคลาย การมีสติและการเกิดของความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

4.4 KNOWLEDGE SHARING

(การแบ่งปันความรู้)

การแบ่งปันความรู้เป็นกลยุทธ์สำคัญในองค์กรยุคใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ของพนักงาน ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความชำนาญ ทักษะ และวิสัยทัศน์ระหว่างพนักงานด้วยกัน ไม่่าจะเป็นการใช้แพลตฟอร์มหรือเครื่องมือที่ช่วยในการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้ได้อย่างง่ายดาย การส่งเสริมความร่วมมือข้ามฝ่าย ซึ่งทีมงานสามารถใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย หรือการจัดเวิร์กช็อปหรือสัมมนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานได้นำเสนอผลงาน ความรู้ หรือวิธีแก้ปัญหาในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้ความรู้ไหลเวียนอย่างต่อเนื่อง ทำให้มั่นใจได้ว่านวัตกรรมและวิธีการทำงานที่ดีที่สุดจะได้รับการแบ่งปันและส่งต่อไปทั่วทั้งองค์กร เพื่อส่งเสริมการเติบโตและพัฒนาอย่างเป็นระบบ

เช่น บริษัท Tesla ได้แบ่งปันความรู้ในทุกฝ่ายงาน และมองว่าการได้รับข้อมูลใหม่ ๆ ที่ผ่านการสื่อสารอย่างรวดเร็วจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในฝ่ายงานอื่น ๆ ได้ Tesla จึงรักษาสภาพแวดล้อมที่สั้นไหลและเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งความรู้ที่ได้รับนั้นจะกลายเป็นตัวเร่งให้เกิดนวัตกรรมและความก้าวหน้าในวงกว้างต่อไป



9

ขั้นตอน การทำงานของ FEEDBACK LOOP

1. PROJECT PRESENTATION

เริ่มต้นด้วยการนำเสนอไอเดีย การออกแบบ หรือต้นแบบที่กำลังดำเนินการ

2. FEEDBACK COLLECTION

รวบรวมข้อเสนอแนะจากกลุ่มที่หลากหลาย เช่น ทีมงานจากแผนกต่าง ๆ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้ใช้งาน

3. ANALYSIS AND CATEGORIZATION

จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อเสนอแนะ เพื่อระบุแนวโน้มหรือประเด็นที่น่าสนใจ

4. REFINEMENT AND ITERATION

นำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุง การออกแบบ เขียนเนื้อหาใหม่ ปรับกลยุทธ์ หรือแก้ไขคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

5. RE-PRESENTATION AND VALIDATION

นำเสนอโครงการที่ปรับปรุงแล้วให้กับกลุ่มเดียวกันหรือกลุ่มใหม่ เพื่อให้แน่ใจว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นสอดคล้องกับความคิดเห็นที่ให้ได้และไม่มีปัญหาใหม่เกิดขึ้น

6. COMPARISON TO OBJECTIVES

ตรวจสอบว่าไอเดียหรือผลลัพธ์ที่ปรับปรุงแล้ว ยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายเริ่มแรกขององค์กรหรือโครงการหรือไม่

7. IMPLEMENTATION

หากไอเดียหรือโครงการได้รับการอนุมัติแล้ว จะเริ่มนำโครงการนั้นไปปฏิบัติ

8. POST-IMPLEMENTATION REVIEW

หลังจากที่นำไอเดียหรือโครงการไปปฏิบัติจริงแล้ว รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และความคิดเห็นของผู้ใช้และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

9. LOOP BACK FOR CONTINUOUS IMPROVEMENT

นำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงโครงการในอนาคต เพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้และปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

PROMOTING CREATIVE MATURITY THROUGH PROGRAMS AND TOOLS

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร
ผ่านเครื่องมือและโปรแกรมต่าง ๆ

เมื่อองค์กรกำลังพยายามใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมของการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคนนั้นไม่ใช่ลักษณะที่มีอยู่ตั้งแต่เกิด แต่เป็นทักษะที่สามารถปลูกฝังได้ผ่านกลยุทธ์ การฝึกอบรม และการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อเพิ่มทักษะ ปลดปล่อยศักยภาพทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุงงาน และพัฒนาไอเดียแปลกใหม่ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการทำงาน การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยใช้การฝึกอบรมและเครื่องมือต่าง ๆ สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้



1. BRAINSTORMING AND IDEA VISUALIZATION

(เครื่องมือสำหรับการระดมสมองและการสร้างภาพความคิด)

เครื่องมือสำหรับการระดมสมอง นำเสนอแพลตฟอร์มที่เป็นนวัตกรรมใหม่สำหรับการสร้างภาพความคิดให้กับทีม โดยจะช่วยส่งเสริมการประชุมให้คนในทีมสามารถสื่อสารและสร้างแนวคิดร่วมกันได้ง่ายขึ้น ด้วยการจัดระเบียบและปรับแต่งความคิดในลักษณะโครงสร้างและภาพ การใช้แผนที่ความคิดและบอร์ดในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะช่วยสร้างกระบวนการสร้างสรรค์ที่สามารถขยายแนวคิด เชื่อมต่อ หรือจัดเรียงใหม่ได้อย่างง่ายดาย ทำให้มีข้อมูลเชิงลึกและวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ โดยไม่มองข้ามข้อมูลที่มีศักยภาพในด้านอื่น ๆ

7

ตัวอย่าง เครื่องมือ

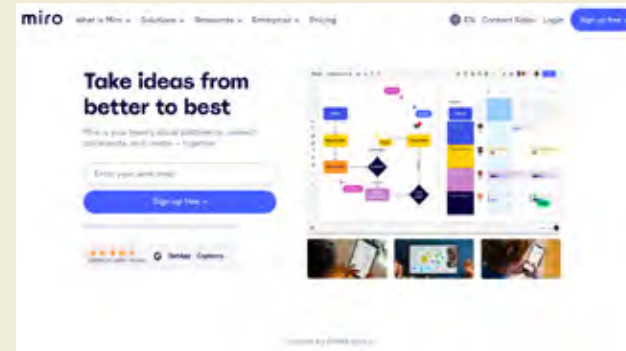
สำหรับการระดมสมอง
และการสร้างภาพความคิด



1. MINDMEISTER

<https://www.mindmeister.com/>

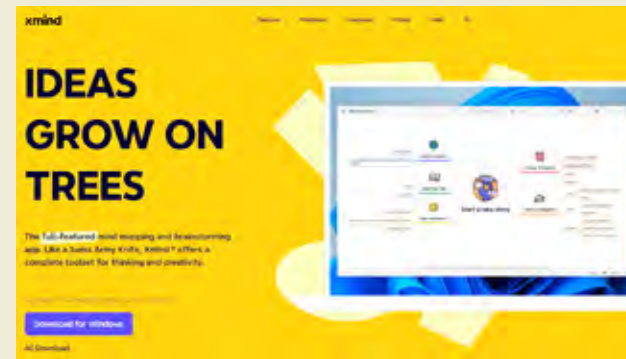
แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสร้างแผนที่ความคิด (Mind Mapping) ที่ให้ผู้ใช้สามารถสร้าง แชร และอัปเดตแผนที่ความคิดของตนเองกับผู้ใช้รายอื่น ๆ บนอินเทอร์เน็ตได้แบบเรียลไทม์ MindMeister ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างแนวคิด วางแผนโครงการ สรุปบันทึกการประชุม หรือจัดระเบียบความคิดได้อย่างง่ายดาย และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถทำงานร่วมกันระหว่างทีม ทำให้การทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์มากขึ้น



2. MIRO

<https://miro.com/>

Miro เป็นเครื่องมือไวต์บอร์ดออนไลน์ที่ออกแบบมาสำหรับการทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์ ผู้ใช้สามารถสื่อสาร บันทึก และร่างไอเดียบนบอร์ดดิจิทัลขนาดใหญ่ ที่มีฟีเจอร์หลากหลาย เช่น สตีกเกอร์ แผนที่ความคิด หรือชาร์ตต่าง ๆ Miro ช่วยเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน ระดมความคิด และวางแผนโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3. XMIND

<https://xmind.app/>

โปรแกรมสำหรับสร้างแผนที่ความคิด ซึ่งใช้ในการจัดเรียงและแสดงผลข้อมูลในรูปแบบของแผนภูมิเชื่อมโยง โปรแกรมนี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถจัดระเบียบและปรับปรุงวิธีคิด ทั้งยังสามารถนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถปรับเปลี่ยนได้ เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการทำงานหรือนำเสนอไอเดียร่วมกันภายในทีม



4. COGGLE

<https://coggle.it/>

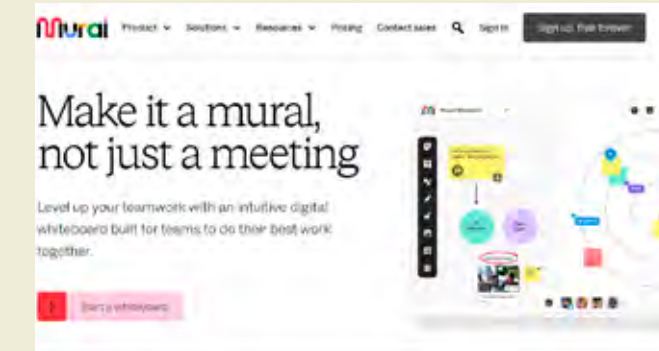
เครื่องมือสำหรับการสร้างแผนความคิดแบบออนไลน์ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สร้าง แก๊ง และแบ่งปันข้อมูลได้ง่าย ๆ ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ และใส่รูปภาพ ลิงก์ ข้อความ และนำเสนอแผนที่ความคิดในรูปแบบที่สวยงาม และมีสีสันได้ โดยแนวคิดของ Coggle คือการทำให้กระบวนการคิดร่วมกันและการทำงานเป็นทีมเป็นเรื่องง่าย



5. LUCIDCHART

<https://www.lucidchart.com/pages/>

แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสร้างแผนภาพแผนที่ความคิด และแผนผังอย่างมืออาชีพ ผู้ใช้สามารถสร้างและแก้ไขแผนภาพได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย มีการเชื่อมต่อไปยังเครื่องมือที่หลากหลาย และสามารถทำงานร่วมกับทีมแบบเรียลไทม์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Lucidchart ยังมีความยืดหยุ่นในการปรับแต่งและรองรับการสร้างแผนภาพประเภทต่าง ๆ เช่น Flowchart แผนผังองค์กร และอีกมากมาย



6. MURAL

<https://www.mural.co/>

เครื่องมือเพื่อการทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล ที่ช่วยให้ทีมงานสร้าง สื่อสาร และทำงานร่วมกันในรูปแบบกระดานไวต์บอร์ดออนไลน์ โดยสามารถสร้างสตีกเกอร์ วางข้อความ วาดภาพ และประยุกต์ใช้เครื่องมืออื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการวางแผน การสร้างแนวคิด และการคิดเชิงสร้างสรรค์ หน้าที่สำคัญของ MURAL คือการสนับสนุนการทำงานร่วมกันแบบไร้ขอบเขต ทำให้ทีมงานที่อยู่ห่างไกลกันสามารถทำงานร่วมกันได้เสมือนนั่งอยู่ด้วยกันในห้องเดียว



Credit: <https://www.onedaydesignchallenge.net/>

7. วิธีการคิดแบบ SIX THINKING HATS

Six Thinking Hats พัฒนาขึ้นโดย Dr. Edward de Bono และได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับการตัดสินใจและการสร้างแนวคิด โดยหมวกแต่ละสีจะแทนแนวคิดแบบต่าง ๆ ในการประชุมหรือการสนทนา โดยให้ผู้ใช้ร่วมเน้นพิจารณาไปที่ละแนวคิด การใช้แนวคิดนี้ในการประชุม จะช่วยให้ผู้ใช้ร่วมสามารถเปลี่ยนแปลงแนวคิดได้อย่างรวดเร็ว และพิจารณาปัญหาหรือกรณีนั้น ๆ จากมุมมองที่หลากหลาย ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น



2. DESIGN, COLLABORATION, AND MANAGEMENT TOOLS

(เครื่องมือสำหรับการออกแบบ การทำงานร่วมกัน และการจัดการ)

เครื่องมือในการออกแบบและการทำงานร่วมกัน จำเป็นสำหรับการทำงานในยุคสมัยใหม่ การฝึกฝนให้เกิดการทำงานบนแพลตฟอร์มเหล่านี้ จะช่วยให้พนักงานสามารถคิดหาไอเดียที่แปลกใหม่ได้เร็วขึ้น ลดระยะห่างระหว่างแผนก และเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมที่มีความสอดคล้องและราบรื่นมากขึ้น

11

ตัวอย่าง เครื่องมือ

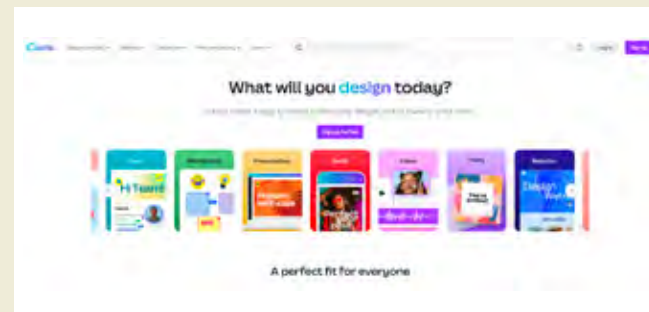
สำหรับการออกแบบ
การทำงานร่วมกัน
และการจัดการ



1. FIGMA

<https://www.figma.com/>

เครื่องมือออนไลน์สำหรับการออกแบบร่วมกันแบบเรียลไทม์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน แพลตฟอร์มนี้ได้รับความนิยมในวงการออกแบบ เนื่องจากมีความยืดหยุ่นและสามารถทำงานร่วมกันได้ง่าย ทำให้กระบวนการทำงานเป็นทีมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น



2. CANVA

<https://www.canva.com/>

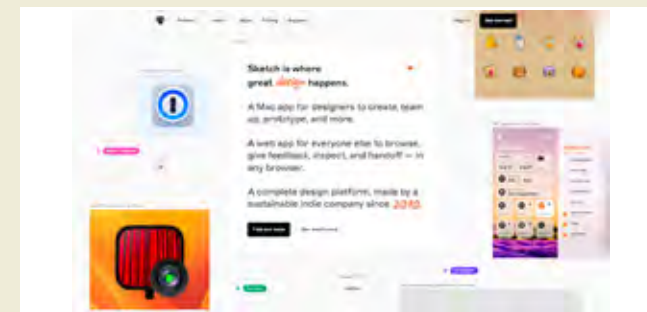
แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับออกแบบกราฟิกที่ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและแชร์งานออกแบบได้อย่างง่ายดาย แพลตฟอร์มนี้มีเครื่องมือสำหรับงานกราฟิกทุกประเภท ตั้งแต่โปสเตอร์ ปกหนังสือ การ์ด และการออกแบบสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยเกมเพลทที่พร้อมใช้งานและเครื่องมือออกแบบที่ใช้งานง่าย ทำให้คนที่ไม่มีประสบการณ์ด้านออกแบบกราฟิกสามารถสร้างงานออกแบบที่มีคุณภาพได้ และยังมีคุณสมบัติที่ช่วยให้ทีมงานทำงานร่วมกันบนโปรเจกต์เดียวกันได้แบบเรียลไทม์



3. ADOBE CREATIVE CLOUD

<https://creativecloud.adobe.com/>

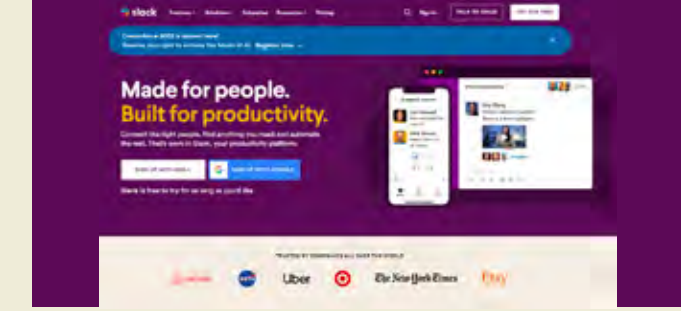
บริการแพ็คเกจซอฟต์แวร์จาก Adobe ที่ให้ผู้ใช้เข้าถึงชุดของแอปพลิเคชันสำหรับการออกแบบกราฟิก การแก้ไขภาพ การสร้างวิดีโอ การออกแบบเว็บไซต์ และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีคุณสมบัติที่ช่วยในการจัดการและจัดเก็บไฟล์ผ่านระบบคลาวด์ของ Adobe ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและแบ่งปันงานได้จากทุกที่และทุกเครื่องมือ ชุดโปรแกรมนี้เป็นเครื่องมือที่ผู้ใช้ในอุตสาหกรรมมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Adobe Photoshop Illustrator Premiere Pro After Effects Lightroom และอื่น ๆ อีกมากมาย



4. SKETCH

<https://www.sketch.com/#mac-app>

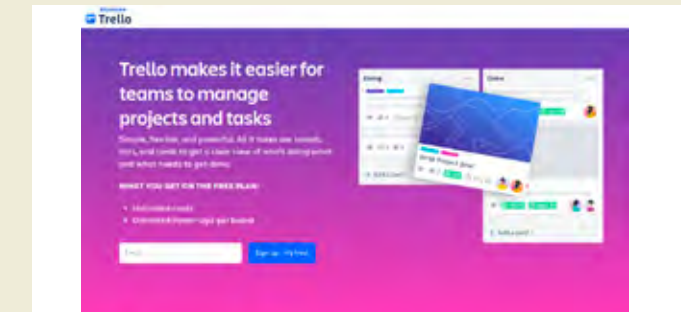
แพลตฟอร์มเครื่องมือที่เน้นการออกแบบอินเทอร์เฟซผู้ใช้ (UI) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) ได้รับความนิยมมากในการออกแบบม็อกอัพ (Mockups) วาดโครงร่าง (Wireframes) และสร้างอินเทอร์แอคชันสำหรับแอปพลิเคชัน



5. SLACK

<https://slack.com/>

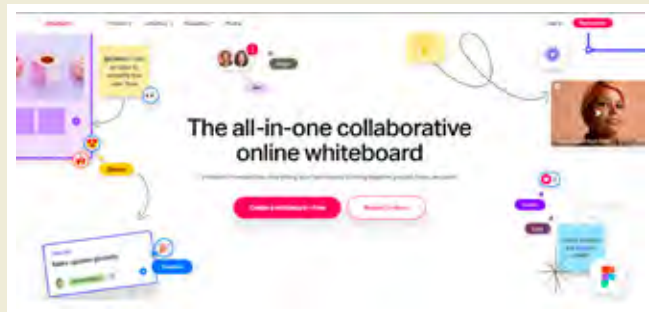
แพลตฟอร์มสื่อสารที่ช่วยให้สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกันในทีมได้อย่างเป็นระบบ ผู้ใช้สามารถสร้างช่องทางเพื่อสนทนาได้ทั้งช่องสาธารณะหรือช่องส่วนตัว สามารถส่งข้อความแบบตัวต่อตัว แชร์ไฟล์ แจกเตือน และรวมการทำงานของเครื่องมืออื่น ๆ เช่น Google Drive, Trello, และ Github เพิ่มความสามารถในการทำงานไว้ได้ในแพลตฟอร์มเดียว ทำให้เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในวงการธุรกิจและนักพัฒนาซอฟต์แวร์ทั่วโลก



6. TRELLO

<https://trello.com/>

แพลตฟอร์มสำหรับจัดการงานและการทำงานเป็นทีมที่มีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการใช้งาน การใช้งานหลักของ Trello คือบอร์ดที่ประกอบไปด้วยการ์ดที่สามารถย้ายไปมาได้ระหว่างรายการ ผู้ใช้สามารถเพิ่มรายละเอียดต่าง ๆ ลงในการ์ด เช่น กำหนดเวลา แนบไฟล์ แสดงความคิดเห็น และกำหนดผู้รับผิดชอบงาน ทำให้เหมาะสำหรับการจัดการงาน การติดตามความก้าวหน้าของโปรเจกต์ หรือการสร้างรายการที่ต้องทำส่วนตัว



7. INVISION

<https://www.invisionapp.com/>

เครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับนักสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างและแชร์ต้นฉบับงานออกแบบแนวอินเทอร์แอคทีฟแบบไม่ต้องเขียนโค้ด โดยสามารถทดสอบไอเดียงานออกแบบ รับคำติชม และทำงานร่วมกับทีมงานได้อย่างง่ายดาย ทำให้เป็นเครื่องมือที่ใช้สนับสนุนกระบวนการออกแบบที่เป็นมิตรต่อการทำงานเป็นทีม



8. ZOOM

<https://zoom.us/>

แอปพลิเคชันสำหรับการประชุมออนไลน์และเว็บินาร์ (Webinar) ซึ่งให้บริการการสื่อสารผ่านวิดีโอแบบถ่ายทอดสด สามารถแชร์หน้าจอและการสนทนาผ่านแชต โปรแกรม Zoom ได้รับความนิยมอย่างมากโดยเฉพาะการทำงานในระยะไกลในช่วงการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา



9. MONDAY.COM

<https://monday.com/>

แพลตฟอร์มการจัดการงานและโปรเจกต์ในรูปแบบของบอร์ด เพื่อช่วยให้ทีมงานวางแผน ติดตาม และประสานงานได้ในที่เดียว โดยสามารถกำหนดรูปแบบของงานตั้งแต่วันที่สิ้นสุด มอบหมายงานให้กับสมาชิกในทีม และยังมีฟีเจอร์เสริมต่าง ๆ เช่น แดชบอร์ด รายงาน และการแจ้งเตือน Monday.com ออกแบบมาให้ผู้ใช้ปรับแต่งได้หลากหลาย ทำให้ใช้งานได้กับหลาย ๆ ธุรกิจ และเหมาะสมกับทีมงานทุกขนาด



Credit: <https://www.radview.com/>

10. แนวคิด AGILE

การใช้แนวคิด Agile ในองค์กรที่เน้นการสร้างสรรคไม่ได้จำกัดเฉพาะการพัฒนาซอฟต์แวร์เท่านั้น แนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในหลาย ๆ ส่วนขององค์กร ช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่น เพิ่มการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและความรวดเร็วในการส่งมอบผลลัพธ์ ทำให้ผลงานมีคุณภาพและตอบโจทย์ตามความต้องการของผู้ใช้หรือลูกค้าได้มากขึ้น

เริ่มต้นจากการตั้งกรอบเวลาในการทำงานเป็น 1 Sprint โดยในกรอบเวลานั้น ทีมงานจะต้องดำเนินการภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยเริ่มจากการกำหนดความต้องการและความคาดหวังของโครงการ นำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ทดลองและปรับปรุงโดยอิงจากความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้ มีการส่งมอบผลงานเป็นส่วน ๆ โดยสรุปความคืบหน้าและรับคำติชมอย่างต่อเนื่อง และเมื่อสิ้นสุดการทำงานในแต่ละ Sprint ให้ทีมมาวิเคราะห์ปัญหา ความท้าทาย และหาวิธีการปรับปรุงในรอบถัดไป

การทำงานในลักษณะนี้จะช่วยให้ทีมมุ่งเน้นการพัฒนาให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า ไม่กลัวที่จะลงมือทำและกล้าที่จะผิดพลาด ทำงานโดยแก้ไขข้อผิดพลาดไปที่ละจุด โดยไม่จำเป็นต้องวางแผนเพื่อป้องกันความผิดพลาด และทำงานโดยเน้นการสื่อสารและความร่วมมือระหว่างทีมอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ทันเวลา



Credit: <https://www.processexcellencenetwork.com/>

11. ระบบ LEAN

LEAN คือกระบวนการหรือแนวคิดเพื่อบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักคือ การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดให้กับลูกค้า โดยพยายามลดการสูญเสียหรือลดสิ่งที่ไม่จำเป็นในกระบวนการทำงานขององค์กร เช่น ลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนในการทำงาน การรอคอยงานที่ทำให้เสียทั้งเวลา และความรู้สึก ความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้นำมาใช้ประโยชน์ หรือการทำงานเกินกว่าที่จำเป็น ฯลฯ

เมื่อองค์กรนำระบบ LEAN มาใช้งาน จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้งยังช่วยสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เน้นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในองค์กร ทางด้านพนักงานก็จะมีกำลังใจในการทำงานเมื่อมีผู้รับฟังปัญหาที่เกิดขึ้น และช่วยประหยัดเวลาในกระบวนการทำงานที่ไม่จำเป็น

3. FEEDBACK COLLECTION AND USER EXPERIENCE EVALUATION TOOLS

(เครื่องมือสำหรับการรวบรวมคำติชมและการประเมินประสบการณ์ผู้ใช้)

คำติชมเป็นเครื่องมือสำคัญของการพัฒนาโครงการเพื่อให้ได้ผลงานตรงตามความต้องการขององค์กรหรือลูกค้า การฝึกฝนพนักงานให้สามารถรวบรวม วิเคราะห์ และปรับปรุงตามคำติชม จะทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการยังคงเป็นที่ต้องการและมีคุณภาพ นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น



9

ตัวอย่าง เครื่องมือ

สำหรับการรวบรวมคำติชมและ
การประเมินประสบการณ์ผู้ใช้



1. SURVEYMONKEY

<https://www.surveymonkey.com/>
บริการออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างและแชร์แบบสอบถามอย่างง่ายและมีอาชีพ โดยสามารถสร้างแบบสอบถามเพื่อส่งไปยังผู้เข้าร่วม และวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของ Survey-Monkey



3. USERTESTING

<https://www.usertesting.com/>
แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานกับผู้ใช้ (User Experience Testing) ช่วยให้องค์กรและนักพัฒนาได้รับข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และการตอบสนองจากผู้ใช้จริงที่ทดลองใช้เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ UserTesting ยังให้บริการวิดีโอที่บันทึกการทดสอบประสิทธิภาพของผู้ใช้ เพื่อให้รับรู้ถึงปัญหา ความต้องการ และประสบการณ์จริงของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน



5. LOOKBACK

<https://www.lookback.com/>
เครื่องมือสำหรับการทดสอบและรับคำติชมจากผู้ใช้งาน ผ่านการสนทนาแบบวิดีโอทั้งในรูปแบบเรียลไทม์หรือผ่านการบันทึกวิดีโอ ทีมงานสามารถสังเกตการณ์และศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานในขณะที่กำลังใช้ผลิตภัณฑ์ของตน ทั้งยังสนทนากับผู้ใช้งานเพื่อรับคำติชมหรือสัมภาษณ์ได้อีกด้วย คุณสมบัติของ Lookback ช่วยให้ทีมงานเข้าใจ เรียนรู้ความต้องการและปัญหาที่ผู้ใช้งานพบได้อย่างละเอียด ช่วยให้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้น



2. TYPEFORM

<https://www.typeform.com/>
แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการในการสร้างแบบสอบถาม แบบฟอร์ม และเครื่องมือสำรวจอื่น ๆ ที่มีการออกแบบอย่างมีเอกลักษณ์ สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานในรูปแบบที่เป็นมิตรและไม่รู้สึเหมือนกำลังทำแบบสอบถามดั้งเดิม ซึ่งทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและมีส่วนร่วมมากขึ้นในการตอบคำถาม ช่วยให้เก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



4. USERVOICE

<https://uservoice.com/>
แพลตฟอร์มที่ช่วยให้องค์กรสามารถรับฟีดแบ็กและคำขอเพิ่มเติมจากลูกค้าและผู้ใช้งาน เพื่อใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเอง โดยสามารถส่งคำขอใหม่ โหวตคำขอที่ต้องการ และรับการแจ้งเตือนเมื่อมีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติตามที่ร้องขอไว้ นอกจากนี้ UserVoice ยังมีเครื่องมือที่ช่วยให้ทีมงานสามารถจัดการและตอบสนองต่อคำขอต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยตัดสินใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้



6. FULLSTORY

<https://www.fullstory.com/>
เครื่องมือการวิเคราะห์แบบดิจิทัลที่ช่วยให้องค์กรศึกษาและเข้าใจการทำงานของผู้ใช้งานบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันผ่านการบันทึกเซสชัน (Session Replay) ที่แสดงการใช้งานและการคลิกของผู้ใช้งานแบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยให้ทีมงานสามารถวิเคราะห์ปัญหา ความสับสน หรืออุปสรรคที่ผู้ใช้งานได้รับ เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการ นอกจากนี้ FullStory ยังมีคุณสมบัติอื่น ๆ เช่น การวิเคราะห์ฟังก์ชันการค้นหา การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จึงนับเป็นเครื่องมือที่มีความเป็นมืออาชีพ และเหมาะกับการทำงานของทีม UX ทีมการตลาด และนักพัฒนา

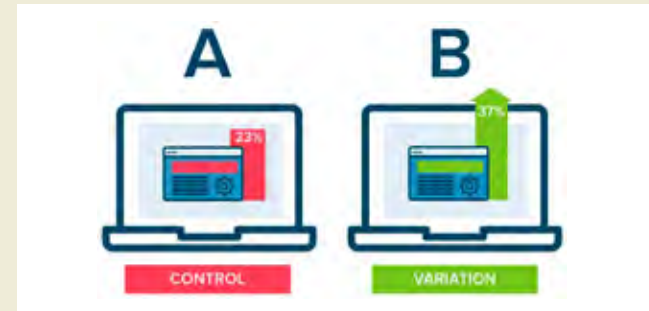


Credit: <https://www.productplan.com/>

7. USABILITY TESTING

กระบวนการทดสอบที่ออกแบบมาเพื่อวัดความสามารถในการใช้งานและประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของผู้ใช้งานจริง โดยจะทดลองใช้งานและดำเนินการตามภารกิจที่กำหนดให้ เพื่อตรวจสอบว่ามีการแสดงผลอย่างไรต่อการใช้งานหรือไม่ หรือมีข้อผิดพลาดหรือปัญหาอื่น ๆ เกิดขึ้นหรือไม่

กระบวนการนี้ช่วยให้ทีมผู้พัฒนาเข้าใจปัญหาที่ผู้ใช้เจอเมื่อใช้งาน และสามารถปรับปรุงหรือแก้ไขส่วนที่มีปัญหา เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างง่ายดาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานของผลิตภัณฑ์



Credit: <https://www.optimizely.com/>

8. A/B TESTING หรือ SPLIT TESTING

การทดสอบสองแบบ (หรือมากกว่า) ของสิ่งเดียวกัน เพื่อดูว่าแบบไหนทำงานได้ดีกว่า เช่น หน้าเว็บที่มีปุ่มสีแดงและหน้าเว็บที่มีปุ่มสีฟ้า ด้วยการส่งผู้เข้าชมไปยังแต่ละหน้าเว็บแบบสุ่ม และวัดว่าปุ่มสีไหนทำให้ผู้เข้าชมคลิกมากกว่า

เป้าหมายของการทดสอบรูปแบบนี้ คือการค้นหาแบบที่ให้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อเพิ่มอัตราการคลิก การสมัครสมาชิก การซื้อสินค้า หรือเป้าหมายอื่น ๆ ที่องค์กรต้องการ การทดสอบ A/B ช่วยให้ทีมพัฒนาและผู้ประกอบการตัดสินใจได้ว่าวิธีการหรือรูปแบบใดที่ให้ผลตอบรับที่ดีที่สุดต่อผู้ใช้งานหรือลูกค้า



Credit: <https://www.crmsoftwareblog.com/>

9. CUSTOMER JOURNEY MAPPING

กระบวนการการสร้างแผนผังการเดินทางของลูกค้า ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุดของการเข้ามาปฏิสัมพันธ์กับบริษัทหรือองค์กร ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้าในแต่ละจุดของการเดินทาง ตั้งแต่การทำความเข้าใจแบรนด์ การตัดสินใจซื้อ การใช้งานสินค้าหรือบริการ และการรับบริการหลังการขาย โดยการทำ Journey Mapping จะช่วยให้องค์กรเห็นจุดที่ลูกค้าพบปัญหาหรือได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี และค้นหาวิธีการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อให้ดีขึ้น



4. CONTINUOUS LEARNING AND SKILL DEVELOPMENT TOOLS

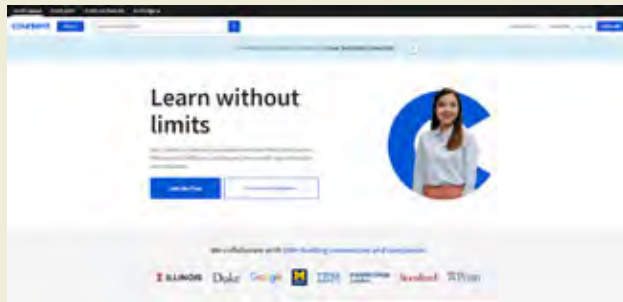
(เครื่องมือเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการพัฒนาทักษะ)

แรงงานในยุคสมัยใหม่ต้องพบกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีทักษะและความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นมากมาย และเพื่อให้พนักงานสามารถทำหน้าที่ในงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถนำความรู้และทักษะที่ทันสมัยไปใช้กับการทำงานได้อย่างเต็มที่ องค์กรสร้างสรรค์จึงควรส่งเสริมวัฒนธรรมของการเจริญเติบโต ด้วยการลงทุนกับเครื่องมือและรูปแบบการฝึกอบรมให้กับพนักงาน

10

ตัวอย่าง เครื่องมือ

เพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
และการพัฒนาทักษะ

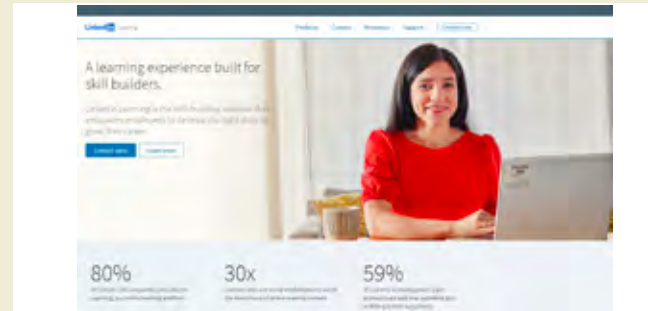


1. COURSERA FOR BUSINESS

<https://www.coursera.org/>

โปรแกรมฝึกอบรมออนไลน์ที่ออกแบบมาสำหรับองค์กร โดยให้บริการเนื้อหาการเรียนรู้อจากมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาชั้นนำทั่วโลกผ่าน Coursera ซึ่งเป็นหนึ่งในเว็บไซต์การเรียนรู้ออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

Coursera for Business สร้างความเป็นไปได้ในการปรับแต่งหลักสูตรการเรียนให้เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร ช่วยในการพัฒนาทักษะของพนักงานในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นวิทยาศาสตร์ วิศวกรรม ธุรกิจ ศิลปะศาสตร์ รวมถึงความรู้ในด้านที่จำเป็นต่อการพัฒนาการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับพนักงาน

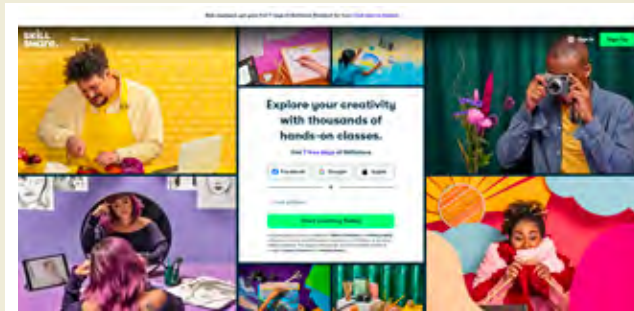


2. LINKEDIN LEARNING

<https://learning.linkedin.com/>

แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่ให้บริการหลักสูตรการฝึกอบรมในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ เทคโนโลยี ศิลปะศาสตร์ หรือทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการพัฒนาตัวเอง ซึ่งเป็นบริการหนึ่งของ LinkedIn ที่เป็นเครือข่ายสังคมสำหรับมืออาชีพที่ใหญ่ที่สุดในโลก

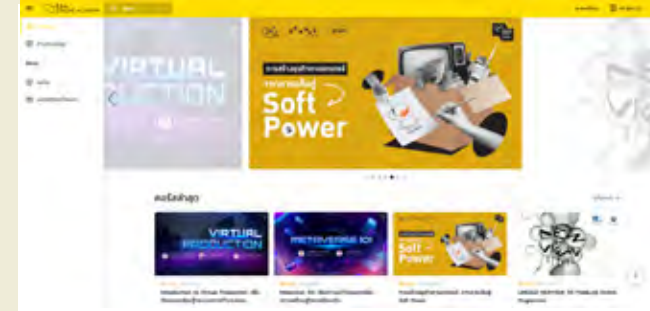
ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงและเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ต่างกัน และปรับแต่งเส้นทางการเรียนรู้ตามความสนใจและความต้องการของตนเองได้ นอกจากนี้ หลักสูตรที่ผ่านการเรียนรู้บนแพลตฟอร์มนี้ยังสามารถนำมาใช้เป็นประโยชน์ในการแสดงความสามารถและทักษะที่ได้รับบนโปรไฟล์ LinkedIn ของผู้ใช้งานได้อีกด้วย



3. SKILLSHARE

<https://join.skillshare.com/>

แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่ให้ผู้เรียนเข้าถึงหลักสูตรและบทเรียนในหลายด้าน ตั้งแต่ด้านศิลปะ การออกแบบ การถ่ายภาพ เทคโนโลยี ธุรกิจ และอื่น ๆ อีกมากมาย ผู้สอนบนแพลตฟอร์มนี้มาจากทั่วโลก และมีทักษะและประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ หลักสูตรส่วนใหญ่จึงมีการสอนผ่านวิดีโอ หนึ่งในคุณลักษณะเด่นของ SkillShare คือหลักสูตรและบทเรียนบนแพลตฟอร์มนี้มักเน้นการปฏิบัติ ทำให้ผู้เรียนได้สร้างผลงานจริง ๆ ขณะที่กำลังเรียนรู้ ซึ่งช่วยเสริมสร้างทักษะและความมั่นใจได้มากขึ้น



4. CEA ONLINE ACADEMY

<https://academy.cea.or.th/>

คลังแห่งการเรียนรู้ทางออนไลน์ที่พัฒนาโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการเสริมความรู้และเพิ่มทักษะบนฐานของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการยกระดับวิชาชีพและการพัฒนาธุรกิจที่สำคัญสำหรับโลกยุคใหม่ ซึ่งการพัฒนาทักษะเดิมให้ทันกับยุคสมัย (Upskill) และการเพิ่มทักษะใหม่ที่จำเป็น (Reskill) จะเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรของประเทศไทยสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจ 4.0



5. FUTURESKILL FOR BUSINESS

<https://futureskill.co/corporate>

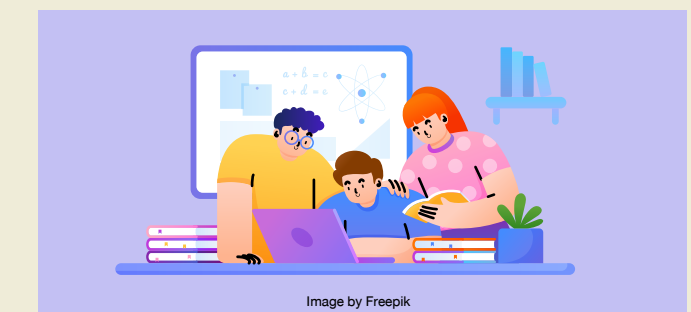
แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาโดยคนไทยที่มีทักษะให้เรียนรู้ได้มากกว่า 140 คอร์ส ครอบคลุมทั้ง Hard Skill และ Soft Skill ที่ผู้เข้าเรียนสามารถลงมือทำจริงผ่านแบบฝึกหัดและการจัดทำโครงการระหว่างเรียน แพลตฟอร์มยังให้บริการออกใบประกาศนียบัตร เพื่อรับรองการเรียนรู้เพื่อใช้ในการเพิ่มความน่าเชื่อถือในการทำงานได้



6. SEMINAR AND WORKSHOPS

(การจัดงานสัมมนาและเวิร์กช็อป)

การจัดสัมมนาและเวิร์กช็อปช่วยเสริมสร้างระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์ แลกเปลี่ยนมุมมองกับผู้อื่น ประยุกต์ใช้ความรู้และสร้างเครือข่ายร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลให้องค์กรสามารถยกระดับมาตรฐานการทำงานและความคิดสร้างสรรค์ เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มพูนความสามารถในการสื่อสารและทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ



7. PEER LEARNING

(การเรียนรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน)

กระบวนการเรียนรู้จากการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนในกลุ่มเดียวกัน การใช้ Peer Learning ช่วยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ผ่านการแลกเปลี่ยนแนวคิด การทดสอบความคิด และการเรียนรู้จากทั้งความสำเร็จและความล้มเหลวของเพื่อน ๆ การเรียนรู้ด้วยกันนี้ส่งผลให้แต่ละคนเข้าใจและยอมรับมุมมองที่แตกต่างจากตนเอง ช่วยเสริมสร้างสมรรถนะการทำงานเป็นทีม และยกระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



8. MENTORSHIP PROGRAMS (การให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ)

โปรแกรมที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ในด้านใดด้านหนึ่ง มาให้คำแนะนำ คำปรึกษา และส่งต่อความรู้ให้กับผู้ที่มีประสบการณ์น้อยกว่า เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ในด้านต่าง ๆ ในองค์กร การมี Mentorship Programs ช่วยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เข้าใจวิธีการและความคิดเห็นของผู้มีประสบการณ์ และรับรู้ถึงความท้าทายและโอกาสในองค์กร การได้รับคำปรึกษาและแนวทางที่เหมาะสมจากผู้มีประสบการณ์ ช่วยเร่งความเจริญก้าวหน้า และสร้างการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพในองค์กรได้



9. JOB ROTATION (การโอนย้ายพนักงาน)

การโอนหรือย้ายพนักงานไปทำงานในตำแหน่งหรือฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร มีจุดประสงค์เพื่อให้พนักงานได้รับประสบการณ์และความรู้ความเข้าใจในงานที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้และทดลองแก้ปัญหาและค้นหาแนวทางในมุมมองที่แตกต่าง ส่งผลให้พนักงานมีทักษะการแก้ปัญหาและความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย รวมถึงช่วยกระตุ้นสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



10. SELF-PACED LEARNING (การเรียนรู้ที่กำหนดด้วยตนเอง)

รูปแบบการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีโอกาสควบคุมความเร็วและจัดการเวลาในการเรียนเอง โดยไม่ได้ถูกกำหนดเวลาหรือแนวทาง การเรียนแบบนี้ช่วยในการสร้างสรรคความรู้และการทดลองตามที่ผู้เรียนเห็นสมควร ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งและแท้จริง การเรียนรู้ที่กำหนดด้วยตนเอง ทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจจุดเด่นและจุดที่ยังต้องพัฒนา พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการทดลองและสืบค้นความรู้เอง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในระยะยาวขององค์กร



A black and white photograph of a man in a suit, looking at his wristwatch. He is wearing a light-colored suit jacket over a white shirt and a dark tie. A lanyard with an ID badge is around his neck. The background is dark and out of focus.

5. TASK COORDINATION AND TIME MANAGEMENT TOOLS

(เครื่องมือสำหรับการประสานงานและจัดการเวลา)

เนื่องจากเวลาเป็นทรัพยากรที่จำกัด การฝึกให้พนักงานสามารถประสานงานกับลูกค้าและคนภายในทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้จัดการเวลาได้อย่างเหมาะสม จะทำให้ผู้นำและองค์กรมั่นใจได้ว่าโครงการที่ได้รับมอบหมายจะดำเนินไปอย่างราบรื่น ทันตามกำหนดเวลา และมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้ผ่านการใช้เครื่องมือต่าง ๆ จะทำให้ทีมงานจัดสรรทรัพยากรและจัดลำดับความสำคัญของงานได้ รวมถึงทำให้กระบวนการดำเนินงานเป็นระเบียบ มีคุณภาพ และรวดเร็วมากขึ้น

7

ตัวอย่าง เครื่องมือ

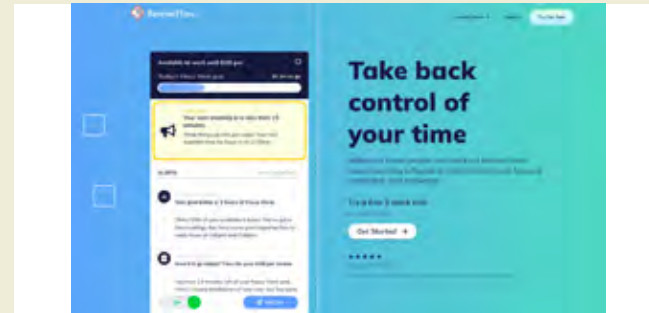
สำหรับการประสานงาน
และจัดการเวลา



1. ASANA

<https://asana.com/>

แพลตฟอร์มการจัดการโปรเจกต์ที่ช่วยให้ทีมงานวางแผน จัดการ และติดตามความคืบหน้าของงานได้ในที่เดียว ผู้ใช้สามารถสร้างงาน กำหนดรายละเอียด วันที่สิ้นสุด ความรับผิดชอบให้กับสมาชิกในทีม และติดตามความคืบหน้าของโปรเจกต์ได้ Asana ออกแบบมาเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่าย ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกสะดวกและทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ



2. RESCUETIME

<https://www.rescuetime.com/>

แอปพลิเคชันที่ช่วยติดตามการใช้เวลาของผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต โดยช่วยจัดระเบียบเวลาที่คุณใช้กับแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นหมวดหมู่ เช่น งาน การสื่อสาร สื่อสังคมออนไลน์ หรือเกม ทำให้ผู้ใช้เห็นได้ว่าพวกเขาใช้เวลาในแต่ละกิจกรรมอย่างไร เพื่อให้สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน หรือจัดการเวลาส่วนตัวได้ดียิ่งขึ้น



Credit: <https://www.asundergrad.pitt.edu/>

3. เทคนิคโฟมโโดโร (POMODORO TECHNIQUE)

เทคนิคการจัดการเวลาเพื่อแบ่งงานออกเป็นช่วง ๆ ที่กำหนดไว้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ ความตั้งใจในการทำงาน ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. เลือกงานหนึ่งงานที่ต้องการทำ
2. ตั้งเวลา 25 นาที (เรียกว่า "โฟมโโดโร" หนึ่งรอบ) แล้วเริ่มทำงาน
3. เมื่อเวลาผ่านไป 25 นาที หยุดการทำงานและพักสั้น ๆ ประมาณ 5 นาที
4. ทำซ้ำขั้นตอนที่ 2 และ 3 อีก 3 รอบ หลังจากนั้นพักยาวขึ้นประมาณ 15-30 นาที

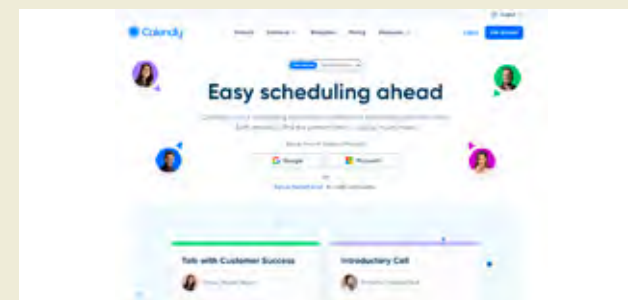
วิธีการนี้ทำให้เรามีพลังงานและความสนใจที่เพียงพอสำหรับการทำงานต่อไป และยังช่วยลดความรู้สึกเหน็ดเหนื่อยจากการทำงานในระยะเวลายาวได้



4. DOODLE

<https://doodle.com/en/>

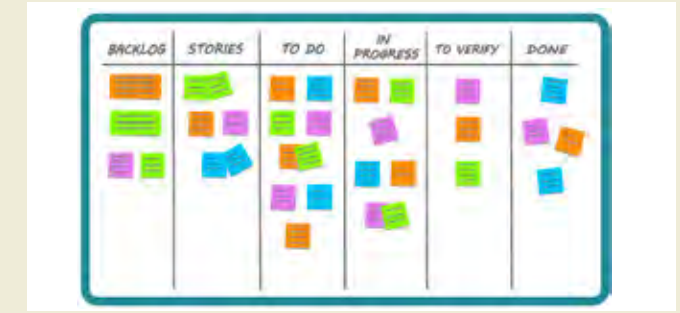
เครื่องมือออนไลน์สำหรับการจัดตารางนัดหมายแบบกลุ่ม ซึ่งอำนวยความสะดวกในการหาเวลาที่เหมาะสมในกลุ่มสามารถเข้าร่วมได้ ผู้ใช้สามารถสร้างแบบสอบถามการจัดตารางเวลา และส่งลิงก์ไปให้กับผู้ที่ต้องการเข้าร่วม เพื่อให้พวกเขาเลือกเวลาที่เหมาะสมสำหรับตนเอง จากนั้น Doodle จะสรุปและแสดงเวลาที่ทุกคนเข้าร่วมได้ ซึ่งมีประโยชน์มากเมื่อต้องการจัดประชุมหรือกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก และต้องการหาเวลาที่เหมาะสมที่สุด Doodle ยังสามารถเชื่อมต่อกับปฏิทินส่วนตัว เช่น Google Calendar หรือ Outlook เพื่อการจัดตารางงานที่ราบรื่นและไม่ซ้ำซ้อน



5. CALENDLY

<https://calendly.com/>

เครื่องมือสำหรับการจัดตารางนัดหมายออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้งานสามารถกำหนดตารางว่างของตนเอง และให้คนอื่น ๆ จองเวลาได้โดยตรงผ่านลิงก์ที่เปิดเผยแพร่สาธารณะ โดยไม่ต้องผ่านการส่งอีเมลเพื่อนัดหมาย ผู้ใช้สามารถฝังลิงก์ของ Calendly ไว้ในเว็บไซต์ ส่งผ่านอีเมล หรือแชร์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อมีการจองเวลาจากผู้ใช้งาน การนัดหมายจะถูกเพิ่มเข้าไปในปฏิทินส่วนตัวของทั้งสองฝ่ายโดยอัตโนมัติเพื่อป้องกันการจองซ้ำ



Credit: <https://dja.com/>

6. วิธีการ KANBAN (KANBAN METHOD)

Kanban คือวิธีการจัดการงานตามหลักการที่มาจากแนวคิดของ Toyota Production System คำว่า "Kanban" แปลว่า "ป้าย" หรือ "การ์ด" ที่ทุก ๆ งานที่ทำจะถูกแสดงในรูปแบบของการ์ด และวางบน Kanban Board ซึ่งแบ่งเป็น 3 คอลัมน์หลัก ๆ ได้แก่ "To Do" (งานที่ยังไม่เริ่มทำ), "In Progress" (งานที่กำลังทำ), และ "Done" (งานที่เสร็จสิ้น) งานต่าง ๆ จะถูกย้ายจากคอลัมน์หนึ่งไปยังอีกคอลัมน์หนึ่งตามความคืบหน้าของการทำงาน วิธีการนี้ช่วยให้องค์กรสามารถติดตามความคืบหน้า ระบุปัญหา และปรับปรุงกระบวนการได้อย่างต่อเนื่อง



Credit: <https://jamesclear.com/eisenhower-box>

7. EISENHOWER BOX

เครื่องมือการจัดการเวลาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยเลือกว่าควรจะทำอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยพิจารณาตามความเร่งด่วนและความสำคัญของงาน โดยแบ่งงานเป็น 4 ประเภท คือ

1. งานเร่งด่วนและสำคัญ = งานที่ควรจะทำโดยทันที
2. งานที่สำคัญแต่ไม่เร่งด่วน = งานที่ควรจะทำในเวลาเพื่อทำในภายหลัง
3. งานที่เร่งด่วนแต่ไม่สำคัญ = งานที่อาจจะมอบหมายให้คนอื่นทำหรือวางแผนในการดำเนินการ
4. งานที่ทั้งไม่เร่งด่วนและไม่สำคัญ = งานที่ควรพิจารณาละทิ้งหรือไม่ต้องทำ

OPERATIONAL STRATEGIES

กลยุทธ์การดำเนินงาน

การตั้งกลยุทธ์ที่สามารถปรับตัวและขับเคลื่อนอยู่ตลอดเป็นส่วนสำคัญในการบริหารองค์กรสร้างสรรค์ เพราะนอกจากจะช่วยรักษาประสิทธิภาพในการทำงานไว้ได้แล้ว ยังทำให้มั่นใจได้ว่าทุกการดำเนินงานจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร การกำหนดเส้นทางสู่ความสำเร็จที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งในการดำเนินงานประจำวันและการก้าวสู่เป้าหมายในระยะยาว รวมถึงการพัฒนาแผนการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างความก้าวหน้าที่เป็นการท้าทาย และเสริมสร้างความก้าวหน้าในการดำเนินงานและก้าวนำคู่แข่งได้

1. TIME PRESSURE AND DEADLINES

(ความกดดันด้านเวลาและการกำหนดเวลาส่งงาน)

การกำหนดเวลาส่งงานและการกดดันด้านเวลา มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยเวลาเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด และการกำหนดเวลาส่งงานจะช่วยสร้างกรอบการทำงานที่ส่งเสริมการพัฒนา การกำหนดเวลาที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งยังมีส่วนช่วยปรับปรุงการดำเนินงานได้อีกด้วย

การกำหนดเวลาในการทำงานกระตุ้นให้พนักงานมีสมาธิในการคิด และทำให้คิดและทำงานได้รวดเร็วขึ้น เช่น กฎเวลา 20% ของ Google ที่ให้พนักงานใช้เวลาเพียง 20% ของเวลาทำงานในการคิดโครงการ ซึ่งช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และปลูกฝังวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณ อย่างไรก็ตาม ความกดดันทางเวลาอาจทำให้พนักงานเหนื่อยล้าและส่งผลกระทบต่อคุณภาพของงานลดลง ดังนั้นหัวหน้างานจึงควรให้ความสำคัญเรื่องการสร้างสมดุลระหว่างการกำหนดเวลาและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และส่งเสริมระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้แข็งแกร่ง

2. WORKLOAD MANAGEMENT

(การจัดการภาระงาน)

การจัดการภาระงานที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความมั่นใจว่าพนักงานสามารถมีส่วนร่วมและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องรับภาระงานที่มากเกินไป ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการควบคุมสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมกรอบความคิดเชิงสร้างสรรค์ในองค์กร เนื่องจากปริมาณงานที่มากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมนวัตกรรม องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดลำดับความสำคัญเรื่องความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยการประเมินปริมาณงานอยู่เสมอ เพื่อให้งานถูกจัดสรรให้สอดคล้องกับจุดแข็งและความสามารถของพนักงาน และมีการจัดลำดับความสำคัญของงานอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ การเข้าไปสนับสนุนเมื่อพนักงานเผชิญกับปริมาณงานมากเกินไป การจ้างงานชั่วคราวในช่วงที่มีงานปริมาณมาก การส่งเสริมการลาหยุด และการสนับสนุนสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณงานและความคิดสร้างสรรค์ในเชิงบวก สามารถมองเห็นได้จากการพัฒนาทักษะและส่งเสริมกรอบความคิดในการแก้ปัญหา การเปิดโอกาสให้กับงานที่หลากหลายจะช่วยให้พนักงานแยกแยะรูปแบบและข้อมูลเชิงลึกได้ อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของการจัดการปริมาณงานที่ไม่เหมาะสม สังเกตได้จากความเหนื่อยล้าของพนักงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ลดลง

3. OPPORTUNITIES FOR RISK-TAKING

(โอกาสในการรับความเสี่ยง)

การลงทุนในนวัตกรรมส่วนใหญ่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยง องค์กรจึงมีการส่งเสริมวัฒนธรรมที่มองว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เป็นโอกาสที่อาจนำไปสู่แนวคิดและวิธีแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ องค์กรจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่ความล้มเหลวถูกมองว่าเป็นโอกาสในการเรียนรู้ ซึ่งบรรยากาศเช่นนี้จะส่งเสริมวิธีคิดและทัศนคติเชิงบวก เพื่อให้พนักงานกล้าลองทำสิ่งใหม่ ๆ โดยไม่ต้องกลัวถูกลงโทษ โดยถือว่าความท้าทายเป็นโอกาสในการเรียนรู้และเข้าใจว่าความพ่ายแพ้สามารถเป็นตัวเร่งให้เกิดนวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่กว่าได้ เช่น หลักการ "เห็นต่างแต่คล้อยตาม" (Disagree and Commit) ของ Amazon แสดงให้เห็นพลังในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่กล้าเสี่ยง โดยผลักดันให้พนักงานทดลองทำแม้จะเผชิญกับความขัดแย้งก็ตาม การสนับสนุนเช่นนี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน ทำให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์แนวคิดและนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์หรือคำแนะนำทั้งหมดนี้ อาจไม่สามารถเริ่มต้นได้หากไม่มีนโยบายการพัฒนาย่างจริงจังจากผู้นำหรือองค์กร อย่างไรก็ตาม ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้น ไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในทุก ๆ ด้านตามที่ได้นำเสนอไป แต่หากองค์กรเห็นความสำคัญในการพัฒนาและสร้างพื้นฐานด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับพนักงาน รวมถึงปรับตัวให้ก้าวเข้าสู่วัฒนธรรมองค์กรแห่งความสร้างสรรค์ ย่อมถือเป็นก้าวแรกแห่งการกำหนดทิศทางขององค์กร ไปสู่การเติบโตและประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป



LIMITATIONS



AND CHALLENGES

ข้อจำกัดและความท้าทาย

เมื่อองค์กรต่าง ๆ เริ่มส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงข้อจำกัดและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งความท้าทายเหล่านี้มักเกิดจากการปฏิบัติขององค์กรที่ยังยึดถือระบบในรูปแบบเดิม ๆ บรรทัดฐานทางวัฒนธรรมหรือแรงกดดันจากภายนอก สามารถขัดขวางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ สิ่งสำคัญที่องค์กรควรปฏิบัติคือการเผชิญหน้ากับปัญหาเหล่านั้นโดยตรง ด้วยการเปิดให้มีการแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมแบบใหม่ที่เติมเต็มความคิดสร้างสรรค์และหาแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

1. LIMITATIONS

ข้อจำกัด

ในการก้าวข้ามไปสู่ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้น แน่นอนว่าองค์กรส่วนใหญ่จะต้องเผชิญกับอุปสรรคภายในที่คอยขัดขวางความก้าวหน้าอยู่เสมอ ข้อจำกัดเหล่านี้มักเกิดจากโครงสร้างและวัฒนธรรมขององค์กรที่เข้ามาบีบบังคับมากเกินไป จนทำให้เกิดการต่อต้านความคิดในรูปแบบใหม่ สิ่งแรกที่ต้องปรับคือการผลักดันให้บุคลากรรับรู้และสร้างความเข้าใจให้ตระหนักถึงเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งชี้แนะแนวทางและจุดเปลี่ยนที่จะเข้ามาสร้างโอกาสในการยับยั้งองค์กร



1.1 RESOURCE & BUDGETARY CONSTRAINTS

(ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ)

ไม่ใช่ทุกองค์กรจะมีทรัพยากรพร้อมในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางความคิดสร้างสรรค์ ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณหรือทรัพยากรทางกายภาพจึงอาจส่งผลกระทบต่อการจัดจ้างบุคลากรที่มีความสามารถด้านสร้างสรรค์ หรือจัดซื้อเครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

1.2 OUTDATED INFRASTRUCTURE

(โครงสร้างพื้นฐานที่ล้าสมัย)

ระบบหรือเครื่องมือแบบดั้งเดิมอาจไม่เหมาะที่จะส่งเสริมการทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการย้ายระบบหรือการเปลี่ยนฐานข้อมูลใหม่อาจต้องใช้ระยะเวลาและมีค่าใช้จ่ายสูงส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการนำแนวทางปฏิบัติที่สร้างสรรค์ใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงาน

1.3 HISTORICAL PROCESSES

(วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร)

องค์กรที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานย่อมมีความคิดฝังลึกที่เป็นรากฐานในการทำงานส่งผลให้เกิดการยับยั้งและชะลอความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ซึ่งทัศนคติของบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า ดังนั้นการให้คำแนะนำหรือการปรับตัวให้เข้ากับวิธีการสร้างสรรค์ จะช่วยให้องค์กรสามารถปรับเปลี่ยนไปสู่องค์กรที่มีระดับความคิดสร้างสรรค์ได้

1.4 LACK OF DIVERSITY

(การขาดความหลากหลาย)

บุคลากรในองค์กรควรมีความหลากหลายด้านแนวคิดและมุมมอง เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจากความคิดสร้างสรรค์จากประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้สามารถพัฒนาผลงานได้อย่างครอบคลุมและสร้างสรรค์

1.5 FEAR OF RISK AND FAILURE

(การกลัวความเสี่ยงและความล้มเหลว)

บุคลากรในองค์กรควรมีความหลากหลายด้านแนวคิดและมุมมอง เพื่อสร้างสรรค์ผลงานจากความคิดสร้างสรรค์จากประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลให้สามารถพัฒนาผลงานได้อย่างครอบคลุมและสร้างสรรค์

2. CHALLENGES

ความท้าทาย

นอกเหนือจากข้อจำกัดแล้ว องค์กรต้องเผชิญหน้ากับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กรที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่ต้องการความยืดหยุ่นและความอดทนอยู่เสมอ การรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ องค์กรต้องเข้าใจสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดผลกระทบอย่างถาวร เพื่อจะได้ตั้งรับและเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่การเป็นองค์กรสร้างสรรค์ต่อไปได้

INTERNAL CHALLENGES

(ความท้าทายที่เกิดขึ้นจากในองค์กร)

1. MAINTAINING MOMENTUM

(การรักษาเสถียรภาพ)

เมื่อความตื่นเต้นและความกระตือรือร้นในการนำกลยุทธ์เข้าไปปรับใช้ในองค์กรลดลงจะส่งผลให้ผลงานความคิดสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพลดลงตามไปด้วย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรักษาเสถียรภาพในการทำงานให้คงที่ ด้วยการปรับและทบทวนกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ พร้อมทั้งเข้ารับการอบรมใหม่ ๆ และเฉลิมฉลองความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการนำกลยุทธ์มาปรับใช้งาน

2. MEASURING CREATIVE OUTPUT

(การวัดผลงานทางความคิดสร้างสรรค์)

การกำหนดวิธีการวัดผลลัพธ์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการนำระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเข้ามาใช้จะช่วยช่วยให้ได้รับผลผลิตที่มีคุณภาพและเพิ่มความท้าทายในการปฏิบัติงานโดยอาจกำหนดตัวชี้วัดประสิทธิภาพหลัก (KPI) ที่เป็นมาตรฐานสำหรับการวัดผลลัพธ์ภายในองค์กร

3. RISK OF FAILED EXPERIMENTS

(ความเสี่ยงของการทดสอบที่ล้มเหลว)

อิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้นในองค์กรอาจส่งผลให้การทดลองมีความเสี่ยงที่จะล้มเหลวสูงขึ้น องค์กรจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับแนวคิดบางอย่างที่อาจไม่ประสบความสำเร็จ พร้อมทั้งการสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้จากความผิดพลาดที่เกิดขึ้นแทนการตำหนิหรือลงโทษ

4. MANAGING DIVERSE OPINIONS

(การจัดการความคิดเห็นที่หลากหลาย)

สภาพแวดล้อมที่เพียบพร้อมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์จะยิ่งนำไปสู่แนวคิดและความคิดเห็นที่หลากหลาย จึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรจะต้องรับฟังความคิดเห็นของทุกคนอย่างเท่าเทียมและตัดสินใจเลือกแนวทางการดำเนินงานที่จะช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ

5. CULTURE CLASH

(การปะทะกันของวัฒนธรรมในองค์กร)

ในองค์กรที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิมมายาวนาน เมื่อนำกลยุทธ์รูปแบบใหม่เข้ามาปรับใช้ในการดำเนินงาน แต่ก็อาจเกิดการต่อต้านและขัดแย้งกันระหว่างบุคลากรภายในองค์กรที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมการทำงานในรูปแบบเดิม

6. SCALABILITY CONCERNS

(ข้อกังวลด้านการขยาย)

แนวความคิดสร้างสรรค์สำหรับการปรับใช้ในองค์กรสำหรับบุคลากร 10 คนอาจไม่ได้ผลในการนำมาปรับใช้กับองค์กรที่มีบุคลากร 100 - 1000 คน ดังนั้นเมื่อองค์กรมีขนาดเติบโตขึ้น ก็จะต้องพิจารณาเรื่องของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับขนาดขององค์กร

7. OVEREMPHASIS ON INDIVIDUAL CREATIVITY

(การเน้นความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเกินไป)

แม้การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งสำคัญ แต่ก็อาจทำให้เกิดการละทิ้งความสำคัญของการทำงานเป็นทีมและการทำงานร่วมกัน องค์กรจึงต้องสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของทั้งสองส่วนให้เท่าเทียมกัน



EXTERNAL CHALLENGES

(ความท้าทายจากภายนอกองค์กร)

นอกจากอุปสรรคจากข้อจำกัดภายในแล้ว องค์กรยังต้องเผชิญกับความท้าทายจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะมาเข้ามาทดสอบความสามารถในการปรับตัวขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมีเกิดขึ้นจากความผันผวนของตลาด แรงกดดันจากคู่แข่ง หรือวิวัฒนาการของเทคโนโลยี องค์กรจึงต้องวางแผนจัดการกับอุปสรรคเหล่านี้ด้วยความคิดสร้างสรรค์ พร้อมทั้งต้องเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้น

1. RAPID MARKET TRENDS

(แนวโน้มของตลาด)

ทิศทางและความต้องการของตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและแปรผันอยู่เสมอ ขณะเดียวกัน องค์กรก็พยายามนำความคิดหรือไอเดียใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้ตลอดเวลา ทำให้ต้องรับมือกับความเสี่ยงว่าความคิดหรือไอนี้ อาจจะไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอีกต่อไป

2. INTENSE COMPETITION

(การแข่งขัน)

ตลาดโลกเต็มไปด้วยคู่แข่งตั้งแต่สตาร์ทอัพไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ องค์กรจึงต้องนำกลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งซึ่งจะต้องมีการพัฒนาอย่างก้าวหน้า และสร้างสรรค์สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. EVOLVING CUSTOMER PREFERENCES

(ความต้องการของผู้บริโภค)

การก้าวเข้าสู่ยุคแห่งดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อเสนอแนะที่หลากหลาย องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับให้มีความคล่องตัวและยืดหยุ่น เพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ขององค์กรสอดคล้องกับความคาดหวัง และความต้องการของผู้บริโภค

4. TECHNOLOGICAL ADVANCEMENTS

(ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี)

เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง และก้าวกระโดด ดังนั้นการปรับปรุงและบูรณาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีล่าสุด จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

5. CULTURAL AND GEOGRAPHIC BARRIERS

(อุปสรรคทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์)

กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในประเทศหนึ่งอาจไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพในประเทศอื่น ๆ เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ ดังนั้นการปรับกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ให้เข้ากับวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค จะทำให้เข้าใจในบริบทที่แตกต่างของพื้นที่และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุน

6. REGULATORY RESTRICTIONS

(ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ)

อุตสาหกรรมบางประเภทจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเข้มงวดซึ่งกฎระเบียบเหล่านั้นอาจเข้ามายับยั้งความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ องค์กรจึงต้องมีการสร้างสมดุลระหว่างการปฏิบัติตามข้อบังคับและกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานที่ต้องใช้การวางแผนและการดำเนินการอย่างรอบคอบ เช่น การเงิน สุขภาพ และการป้องกัน

7. ADAPTING TO EXTERNAL PRESSURES

(การปรับตัวให้เข้ากับแรงกดดันภายนอก)

ภูมิทัศน์ทางธุรกิจเต็มไปด้วยแรงกดดันจากคู่แข่งแนวโน้มตลาดที่ผันแปรอย่างรวดเร็วรวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป องค์กรจึงต้องปรับตัวเพื่อรักษาความได้เปรียบทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้วยการสำรวจตลาดและนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้ภายในองค์กรก่อนคู่แข่ง โดยให้ความสำคัญกับนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรสามารถเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้

FUTURE OF CREATIVE MATURITY

อนาคตของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการแข่งขันที่มากขึ้น ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร เป็นสิ่งที่ยิ่งไปกว่าการเป็นแค่ "ข้อได้เปรียบ" แต่เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจให้ไปต่อไปและประสบความสำเร็จแน่นอนว่าไม่มีใครคาดเดาได้ว่าในอนาคตจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ไม่ว่าจะเป็นความทันสมัยของเทคโนโลยีแนวคิดทางการตลาดรูปแบบใหม่ รวมถึงเทรนด์ทางสังคมใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้น สิ่งที่สำคัญคือการทำความเข้าใจหรือคาดการณ์ถึงสิ่งที่จะเกิดขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตนเองในอนาคตที่ยั่งยืน และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้ มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่องค์กรควรพิจารณา และปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนี้

1 INTEGRATION OF TECHNOLOGY

(ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี)

การเติบโตของปัญญาประดิษฐ์ (AI) Machine Learning โลกเสมือน และเครื่องมือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่แพร่หลายมากขึ้น จะทำให้ธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์และวิธีการส่งเสริมภายในองค์กรเปลี่ยนไป โดยคาดว่าองค์กรจะสามารถปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อสร้างกระบวนการสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ใช้งานง่าย ฉลาด และสนับสนุนการสร้างสรรค์ได้มากขึ้น

4 SUSTAINABILITY

(ปัจจัยเรื่องความยั่งยืน)

เทคโนโลยีสมัยใหม่กำลังพัฒนาโลกให้มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตามความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมก็เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน ทำให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งในเรื่องของการใช้ชีวิต ผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงอาหาร ดังนั้นโมเดลการเจริญเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ในอนาคตอาจรวมเอาความยั่งยืนของโลกเป็นมิติสำคัญ

2 REMOTE WORK AND COLLABORATION

(การทำงานระยะไกลและการทำงานร่วมกัน)

วิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ทั่วโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเป็นแบบระยะไกล ส่งผลให้องค์กรต้องหาวิธีส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผ่านโปรแกรมและเครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้ทีมทำงานยังคงติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5 NEW LEARNING MODALITIES

(การเรียนรู้ในรูปแบบใหม่)

องค์กรจะต้องส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาตลอดเวลา เพื่อให้พนักงานมีความสามารถในการติดตามเทรนด์ทางสังคมที่น่าสนใจ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มและเครื่องมือทางการศึกษาใหม่ ๆ ที่จะช่วยยกระดับทักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

3 GLOBALIZATION AND CULTURAL SENSITIVITY

(โลกาภิวัตน์และความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม)

ในขณะที่ธุรกิจขยายตัวจากระดับประเทศเป็นระดับโลก การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะต้องคำนึงถึงการรองรับตลาดและลูกค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งยังต้องทำความเข้าใจ เคารพ และประยุกต์ใช้ความหลากหลายของวัฒนธรรม ให้เข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์และนวัตกรรม

6 SHIFTING ECONOMIC MODELS

(การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบเศรษฐกิจ)

เมื่อเศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงและเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ มากขึ้น องค์กรต่าง ๆ ควรมีการกำหนดนิยามใหม่ ว่าความคิดสร้างสรรค์มีความหมายต่อพวกเขาอย่างไร และจะสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรอย่างไร อนาคตของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะถูกกำหนดจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง ทั้งที่สามารถคาดการณ์ได้อย่างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือสิ่งที่อาจเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน เช่น การเกิดขึ้นของโรคระบาด สงคราม หรือภัยธรรมชาติ องค์กรสร้างสรรค์จะต้องสามารถปรับตัวและมีความคิดก้าวหน้า เพื่อรักษาความได้เปรียบด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ

STEP-BY-STEP ACTION PLAN FOR ORGANIZATIONS

แผนปฏิบัติการที่ละเอียดและขั้นตอนที่เหมาะสมกับองค์กรประเภทต่าง ๆ

การพัฒนาและสร้างสรรค์แผนปฏิบัติการในองค์กรเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งความท้าทายที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามขนาดและโครงสร้างขององค์กรนั้น ๆ ดังนั้นการทราบแนวทางการดำเนินการสำหรับองค์กรประเภทต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพื่อให้
องค์กรสามารถวางแผนดำเนินการพัฒนาระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ให้เหมาะสมกับจำนวนบุคลากร ลักษณะของ
องค์กร และงบประมาณ



1 LEADERSHIP BUY-IN

การเห็นชอบจากระดับผู้นำองค์กร

องค์กรสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ โดยส่วนมากจะสร้างนวัตกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นนวัตกรรมที่ซับซ้อนจนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ทั้งการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่าง ๆ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่กล้าลงมือทำ ทำให้สามารถก้าวเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมด้านนั้น ๆ เช่น Amazon และ Google ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มทางการตลาด และกำหนดทิศทางในอนาคตได้อย่างชัดเจนและยั่งยืน ทั้งยังปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและให้ความสำคัญกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

2 ESTABLISH CLEAR COMMUNICATION

สร้างการสื่อสารที่ชัดเจน

การประกาศให้บุคลากรในองค์กรทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และสร้างแพลตฟอร์มหรือช่องทางที่บุคลากรสามารถแสดงความคิดเห็นรวมถึงข้อกังวลที่อาจเกิดขึ้นได้

3 TAILORED TRAINING PROGRAMS

โปรแกรมการฝึกอบรมที่เหมาะสม

การจัดเวิร์กช็อปหรือฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์เช่นวิธีการคิดเชิงออกแบบเทคนิคการระดมความคิด การฝึกอบรมด้านศิลปะ หรือแม้กระทั่งการมอบรางวัลหรือการยกย่องสำหรับความคิดสร้างสรรค์หรือโครงการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งไม่เพียงเป็นการเห็นถึงความพยายามของพนักงาน แต่ยังกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

4 REDEFINE WORKSPACE

กำหนดพื้นที่ทำงานใหม่

การปรับปรุงพื้นที่การทำงานที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการพิจารณาการออกแบบพื้นที่สำนักงานรูปแบบใหม่ ด้วยการเพิ่มโซนการทำงานร่วมกันและพื้นที่พักผ่อน พร้อมทั้งนำเครื่องมือดิจิทัลหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาเสริมในการทำงาน หรือระบบการบริหารนวัตกรรม ที่จะช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้ง่ายขึ้น



5 PROMOTE CROSS FUNCTIONAL COLLABORATION

ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนงาน

ส่งเสริมให้ทีมงานจากแผนกต่าง ๆ ทำงานร่วมกัน เนื่องจากมุมมองที่หลากหลายจะนำไปสู่การสร้างความคิดที่สมบูรณ์และครบถ้วนยิ่งขึ้น

6 REGULAR FEEDBACK AND REVIEW

ข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์

ตรวจสอบผลกระทบของคำติชมและข้อเสนอแนะอยู่เสมอ และเตรียมพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนตามความจำเป็น

7 EMBED CREATIVITY IN RECRUITMENT

สรรหาบุคลากรที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์

มองหาบุคลากรใหม่ที่สามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์เข้ากับตำแหน่งงานที่สมัครได้อย่างน่าสนใจ พร้อมทั้งประเมินศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของผู้สมัครงาน

8 EXTERNAL COLLABORATIONS

สร้างความร่วมมือภายนอก

ร่วมงานกับมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัย หรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อตอบรับมุมมองและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ

STEP-BY-STEP ACTION PLAN TAILORED TO DIFFERENT TYPES OF ORGANIZATIONS

แผนปฏิบัติการที่ละขั้นตอนที่เหมาะสมกับองค์กรประเภทต่าง ๆ

การพัฒนาและสร้างสรรค์แผนปฏิบัติการในองค์กรเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งความท้าทายที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามขนาดและโครงสร้างขององค์กรนั้น ๆ ดังนั้นการทราบแนวทางการดำเนินการสำหรับองค์กรประเภทต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพื่อให้องค์กรสามารถวางแผนดำเนินการพัฒนาระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ให้เหมาะสมกับจำนวนบุคลากร ลักษณะขององค์กร และงบประมาณ

1. START-UP

สตาร์ทอัพ

Start-up เป็นองค์กรขนาดเล็กที่มีทรัพยากรค่อนข้างจำกัด แต่มีจุดเด่นคือมีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงานได้ตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น แผนปฏิบัติการสำหรับองค์กรขนาดเล็กต้องเน้นที่บุคลากรและทีมเป็นหลัก โดยการใช้กลยุทธ์เพื่อให้ทีมงานสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระตามเป้าหมายที่ชัดเจนรวมถึงส่งเสริมการทดลองและการเรียนรู้จากความล้มเหลว

7 ขั้นตอน สำหรับ Start-up

1. ปลุกฝังความคิดสร้างสรรค์ในค่านิยมหลักของบริษัทตั้งแต่เริ่มต้นกิจการ

2. ส่งเสริมความคิดเห็นที่มาจากสมาชิกคนใดก็ได้ โดยไม่คำนึงถึงตำแหน่งหน้าที่

3. ส่งเสริม 'วันแห่งนวัตกรรม' ที่สมาชิกสามารถทำงานในโครงการหรือแนวคิดใด ๆ ที่นอกเหนือจากงานปกติของตนเอง เพื่อหาไอเดียใหม่ ๆ

4. ทำงานร่วมกับสตาร์ทอัพอื่น ๆ เพื่อเปิดรับมุมมองใหม่ ๆ

5. ปรับพื้นที่ทำงานให้เอื้อต่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ทั้งพื้นที่เปิด พื้นที่สร้างความสะดวกขึ้น หรือพื้นที่สำหรับผ่อนคลาย

6. ใช้แนวคิดแบบ AGILE เพื่อทดสอบ ทำซ้ำ และปรับปรุงกระบวนการให้ทำงานได้เร็วขึ้น

7. เอลิมิเนตความสำเร็จทางความคิดสร้างสรรค์ให้กับทีมทั้งในระดับเล็กและใหญ่ เพื่อรักษาขวัญกำลังใจและเพิ่มแรงผลักดันในการทำงาน



2. SMEs

องค์กรขนาดกลาง และขนาดย่อม

SMEs เริ่มมีทั้งจำนวนทรัพยากรและพนักงานที่ขยายตัวขึ้น เป็นองค์กรที่ต้องสร้างทั้งเสถียรภาพระหว่างการขยายตัวและการรักษาธุรกิจ ดังนั้น การกำหนดแนวทางพัฒนาระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรประเภทนี้ ควรเน้นไปที่การสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจนและมีความยืดหยุ่นส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการสร้างสรรคในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการเรียนรู้และวิธีการทำงานอย่างสร้างสรรค์

7 ขั้นตอน สำหรับ SMEs

1. กำหนดวิสัยทัศน์ในด้านความคิดสร้างสรรค์ของบริษัท และประกาศให้ทุกคนรับรู้ร่วมกัน

2. จัดสรรงบประมาณโดยเฉพาะสำหรับการฝึกอบรมและการพัฒนาทางด้านความคิดสร้างสรรค์

3. จัดจ้างที่ปรึกษาหรือผู้วิทยากรจากภายนอกเพื่อดำเนินการฝึกอบรมหรือเวิร์คชอปเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

4. ส่งเสริมและให้รางวัลสำหรับการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในการดำเนินงานประจำวัน

5. ส่งเสริมวัฒนธรรมการตอบรับเพื่อให้แน่ใจว่าความคิดได้รับการรับฟัง พิจารณา และวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์

6. ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและเครื่องมือที่สามารถช่วยในการสร้างความคิดและการทำงานร่วมกัน โดยขึ้นอยู่กับงบประมาณของบริษัท

7. สร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับความล้มเหลว โดยเข้าใจว่าไม่ใช่ทุกความคิดที่จะประสบความสำเร็จ แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้



3. MULTI-NATIONALS OR LARGE CORPORATIONS

บริษัทข้ามชาติ หรือบริษัทขนาดใหญ่

สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีหลาย ๆ ทีมร่วมกัน บริหารงานผู้นำองค์กรจำเป็นต้องสื่อสารให้หัวหน้าทีม และบุคลากรเข้าใจตรงกัน ถึงความสำคัญจากระดับ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร และพัฒนาระบบ และกระบวนการในการสนับสนุนความสร้างสรรค์ร่วมกัน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการ ลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ องค์กรใหญ่นั้น สามารถใช้งบประมาณเพื่อพัฒนาความสามารถของ พนักงานด้วยเครื่องมือประเภทต่าง ๆ รวมทั้งยังต้อง รักษามาตรฐานวัฒนธรรมสร้างสรรค์ไว้อยู่เสมอ และ ต้องไม่ลืมที่จะทบทวนและปรับปรุงกระบวนการอย่าง ต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง

8 ขั้นตอน สำหรับ Large Corporations

1. สร้างความเข้าใจให้กับบุคลากร ภายในองค์กร เกี่ยวกับความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์และระดับ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ใน องค์กร

2. สร้างคณะกรรมการด้านความ คิดสร้างสรรค์จากบุคลากร ข้ามแผนก เพื่อดูแลการนำเสนอ โครงการและการฝึกอบรมเชิง สร้างสรรค์

3. ลงทุนด้านโปรแกรมการฝึกอบรมและเวิร์กช็อป เพื่อเน้นการ เสริมสร้างทักษะด้านความคิด สร้างสรรค์และส่งเสริมนวัตกรรม

4. สร้างศูนย์บ่มเพาะไอเดียหรือ ห้องปฏิบัติการภายในบริษัท เพื่อให้บุคลากรสามารถสร้างต้นแบบ และทดสอบแนวคิดใหม่ ๆ

5. สร้างแรงจูงใจในการคิด นวัตกรรมด้วยการเสนอรางวัล หรือการยกย่องให้ทีมหรือ บุคคล ที่สามารถแสดงความคิด สร้างสรรค์ได้อย่างยอดเยี่ยม

6. จัดเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม สำหรับการประชุมระดมความคิด ระหว่างแผนก และการนำเสนอ ความรู้ในการทำงานร่วมกัน

7. ใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยีที่ ส่งเสริมการทำงานร่วมกันและ ความคิดสร้างสรรค์

8. ทบทวนและประเมินเกณฑ์ชีวิต ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ เป็นประจำ และปรับแนวทาง กลยุทธ์ตามความจำเป็น

4. GOVERNMENT ORGANIZATIONS

องค์กรภาครัฐ

องค์กรภาครัฐมักกำหนดแผนปฏิบัติการที่ค่อนข้างละเอียดและมีการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอกอยู่เสมอ อีกทั้งยังต้องพิจารณาตามเป้าหมายการบริหารจัดการและนโยบายสาธารณะที่ได้รับการกำหนดมาจากรัฐบาล ทุกแผนปฏิบัติการจะต้องสอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรของรัฐนั้นอาจทำได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีกฎหรือระเบียบบางอย่างที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างอิสระเหมือนกับภาคเอกชน ดังนั้นแผนปฏิบัติการขององค์กรภาครัฐจึงควรเน้นให้มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชน ไปพร้อม ๆ กับการสร้างวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรแสดงศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

10 ขั้นตอน สำหรับองค์กร ภาครัฐ

1. กำหนดข้อบังคับที่ชัดเจนในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมภายในองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการให้บริการสาธารณะ

2. กำหนดคณะทำงานหรือคณะกรรมการที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่ขับเคลื่อนแนวคิดสร้างสรรค์และการฝึกอบรมในหน่วยงาน

3. ดำเนินการฝึกอบรมและประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นประจำ เพื่อเน้นการแก้ปัญหาด้วยความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงออกแบบ และนวัตกรรมสำหรับบุคลากรทุกระดับ

4. ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยหรือภาคเอกชน เพื่อนำเสนอมุมมองและแนวความคิดใหม่ ๆ

5. สร้างห้องปฏิบัติการหรือศูนย์นวัตกรรมที่บุคลากรข้ามสายงานสามารถทำงานกับความท้าทายในสภาพแวดล้อมที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์

6. ส่งเสริมช่องทางการสื่อสารที่โปร่งใส ซึ่งพนักงานสามารถเสนอแนวคิดใหม่ ข้อเสนอแนะ และมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ

7. บูรณาการเครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่อำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกัน และการดำเนินงานในโครงการสร้างสรรค์

8. วัดและประเมินผลกระทบของความคิดสร้างสรรค์ ปรึกกลยุทธ์ตามผลลัพธ์และข้อเสนอแนะ

9. ส่งเสริมและยอมรับความสามารถของบุคลากรในการดำเนินงานสร้างสรรค์ที่ประสบผลสำเร็จ เพื่อเป็นแรงจูงใจและแสดงความมุ่งมั่นขององค์กรในการพัฒนานวัตกรรม

10. ทบทวนและแก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับในแต่ละกระบวนการเป็นระยะ เพื่อให้เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์และไม่ขัดขวางการสร้างสรรคนวัตกรรม

CONCLUSION



บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือสิ่งแวดล้อม องค์กรต่าง ๆ ก็เช่นกัน การเผชิญหน้ากับความท้าทายในรูปแบบต่าง ๆ การแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นมากกว่าแค่ไอเดียใหม่ ๆ แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรสามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้

การจัดการความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จขององค์กรสมัยใหม่ บริษัทหลายแห่งไม่เพียงให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ แต่พวกเขาปลูกฝังมันลงไปเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ดังนั้น ผู้นำจึงมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร สร้างวัฒนธรรมแห่งความสร้างสรรค์ รวมทั้งยังต้องเป็นแบบอย่างเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ โดยเฉพาะการใช้เครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ แพลตฟอร์มที่ใช้การทำงานร่วมกัน และการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้า และใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและยั่งยืน



QUESTIONNAIRE

เชิญร่วมทำแบบสอบถามทักษะความรู้ที่ได้รับจากรายงาน

CREATIVE MATURITY

HOW TO FOSTER CREATIVITY IN YOUR ORGANIZATION

สร้างองค์กรอย่างไรให้สร้างสรรค์



◀ SCAN HERE

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลทักษะที่ผู้อ่านได้รับจากรายงาน
Creative Maturity: How to Foster Creativity in Your Organization
สร้างองค์กรอย่างไรให้สร้างสรรค์ และเพื่อการอ้างอิงในสำหรับการจัดทำรายงาน
ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในอนาคต

