

CREATIVE Maturity

HOW TO FOSTER CREATIVITY IN YOUR ORGANIZATION

สร้างองค์กรอย่างไรให้สร้างสรรค์

รายงานที่รวมทุกข้อมูลและเครื่องมือต้องรู้ สำหรับยกระดับองค์กรให้สร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

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

การเปลี่ยนแปลงขององค์กรตามขนาดและโครงสร้างในมิติ
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

ควรวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเมื่อไหร่และบ่อยแค่ไหน

- MEASUREMENT TOOLS

เครื่องมือที่ใช้วัดระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



07

FOSTERING CREATIVE MATURITY IN YOUR ORGANIZATION

การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

1. ORGANIZATIONAL CULTURE AND LEADERSHIP

วัฒนธรรมขององค์กรและความเป็นผู้นำ

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

- LIMITATIONS

ข้อจำกัด

- CHALLENGES

ความท้าทาย

- INTERNAL CHALLENGE

ความท้าทายภายในองค์กร

- EXTERNAL CHALLENGES

ความท้าทายจากภายนอกองค์กร

08

LIMITATIONS AND CHALLENGES

ข้อจำกัดและความท้าทาย

09

FUTURE OF CREATIVE MATURITY

อนาคตของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

10

STEP-BY-STEP ACTION PLAN FOR ORGANIZATIONS

แผนปฏิบัติการที่จะขับเคลื่อนสำหรับองค์กร

11

CONCLUSION

บทสรุป



INTRODUCTION

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ความสามารถในการสร้างสรรค์และนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของทุกองค์กร โดยไม่พึงเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไป แต่ยังเป็นแนวทางในการสร้างความแตกต่าง และยืนหยัดในฐานะผู้นำในการอุตสาหกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ จึงกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่นำพาซึ่งความท้าทายและโอกาสที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน องค์กรหลายแห่งได้มีการปรับตัวเพื่อรับมือกับกลไกตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ทำให้คำว่า **Creative Maturity** หรือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรไม่ใช่พียงคำที่สวยงามอีกต่อไป แต่ยังเป็นปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนธุรกิจและยกระดับการแข่งขันให้สูงขึ้น

รายงานเรื่อง **Creative Maturity: How to Foster Creativity in Your Organization** สร้างองค์กรอย่างไร ให้สร้างสรรค์ ฉบับนี้ จะดำเนินการเพื่อทำความเข้าใจเรื่องการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ที่มากไปกว่าความคิดสร้างสรรค์ในบริบทก่อนไป โดยศึกษาถึงมิติที่ซับซ้อนของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ประโยชน์จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร วิธีและเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างกลยุทธ์ มาตรการ และเครื่องมือเพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน พร้อมกับวิเคราะห์ถึงข้อจำกัดและอนาคตขององค์กรที่ขึ้นเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงขั้นตอนการปรับเปลี่ยนให้เป็นองค์กรสร้างสรรค์

การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรที่ยั่งยืนและสามารถปรับตัวตามสถานการณ์ไม่ได้เกิดขึ้นจากความบังเอิญ แต่ต้องอาศัยการวางแผน การวิเคราะห์ และการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อแนะนำแนวคิด เครื่องมือ และวิธีการ ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถเติบโตและพัฒนาในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ พร้อมกับวิเคราะห์ศักยภาพ และโอกาสที่อาจเกิดขึ้น โดยหวังว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้ และนำแนวทางไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป



CREATIVITY AND CREATIVE MATURITY

ความคิดสร้างสรรค์และระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

Creativity หรือความคิดสร้างสรรค์ ก็อเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาและสื่อสาร ความคิดที่มีความแปลกใหม่และมีคุณค่า หมายความมากเท่ากับการมีความคิด สร้างสรรค์เป็นลักษณะเฉพาะของศิลป์เป็นหรือนักออกแบบ แต่ปัจจุบันความคิด สร้างสรรค์มีบทบาทต่อการขับเคลื่อนธุรกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะ การสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับแบรนด์หรือองค์กร

ความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเริ่มเด่นขึ้นจากการพัฒนาของ เทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคและกลไกตลาดเกิดการ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ความคิดสร้างสรรค์จึงเข้ามาเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ธุรกิจมี ความคล่องตัว และตอบสนองต่อความต้าทายและโอกาสใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่ง ไม่ใช่เพียงการคิดนอกกรอบเท่านั้น แต่ต้องเป็นแนวคิดที่ทำให้องค์กรได้ปรับเปลี่ยน การแข่งขัน มีการเติบโตที่ยั่งยืน และสะท้อนตัวตนของแบรนด์ เช่น iPhone ของบริษัท Apple ที่ไม่เพียงโดดเด่นด้านการออกแบบแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่อย่างเดียว แต่ยังผสม พسانการออกแบบกับฟังก์ชันให้เข้ากับประสบการณ์ของผู้ใช้แบบที่ไม่เคยมีมาก่อน ความคิดสร้างสรรค์ดังกล่าวส่งผลให้ Apple กลายเป็นบริษัทชั้นนำของอุตสาหกรรม ด้านการสื่อสารในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถนำไปต่อยอดเพื่อ ใช้งานหรือพัฒนาเป็นนวัตกรรมได้อย่างที่คาดหวังไว้ เนื่องจากยังเป็นแนวคิดที่ยังขาด กักษะ ขาดการเชื่อมโยง และการพิจารณาถึงความเป็นไปได้รวมถึงผลกระทบต่อ องค์กรและสังคม ทำให้เกิดศักดิ์สิทธิ์ใหม่ที่ใช้แทนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่ผ่าน กระบวนการคิดที่หมายจะ บันทึกคือ “**Creative Maturity**”

ปัจจุบันยังไม่มีการให้คำจำกัดความของ Creative Maturity แต่ในบริบทของการ พัฒนา กักษะ ด้านความคิดสร้างสรรค์ทั้งส่วนบุคคลและวิชาชีพสำหรับองค์กร อาจ ให้ความหมายของ Creative Maturity ได้ว่า **ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ใน องค์กร** ที่ประกอบด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก ผสมกับความสามารถในการ ใช้ความคิดสร้างสรรค์นั้นในสภาพแวดล้อม การแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่ซับ ซ้อน การสื่อสารแนวคิดในรูปแบบที่เข้าใจง่าย หรือการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



CHARACTERISTICS OF CREATIVE MATURITY

ลักษณะของระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

1 มีความลึกซึ้งและเป็นระเบียบ ความคิดสร้างสรรค์ที่กระจัดกระกระจาย และไม่มีเป้าหมายไม่สามารถนำไปใช้งานได้ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์ นั้นต้องมีความลึกซึ้ง สม่ำเสมอ และเป็นระเบียบ เพื่อพัฒนาแนวคิด ที่เป็นประโยชน์และยั่งยืน

2 อาศัยการฝึกหัด การเรียนรู้ และประสบการณ์ การเรียนรู้และ ประสบการณ์ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ โดยสามารถขับเคลื่อนให้ แนวคิดมีความหลากหลาย มีคุณภาพและล้ำลึก สามารถพิจารณาถึง ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงความแตกต่างของการดำเนินการใน แต่ละรูปแบบ

3 ไอเดียที่สามารถนำไปใช้งานได้ นวัตกรรมไม่ใช่แค่การมีไอเดียใหม่ ๆ เท่านั้น สิ่งที่สำคัญคือไอเดียเหล่านั้นจะต้องสามารถนำมาใช้งานได้ ก็ต้นไปปัจจุบันและอนาคต โดยต้องเหมาะสมและปรับใช้กับความต้องการ และเป้าหมายขององค์กรได้

การสำรวจเกี่ยวกับลักษณะของระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จะช่วยให้สามารถทำความเข้าใจถึงความสำคัญและวิธีการส่งเสริมการใช้ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรในทุกขนาดและลักษณะ โดยสามารถ ระบุลักษณะสำคัญของระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ได้ดังนี้

4 มีความยึดหยุ่น การเพชญความท้าทาย การเรียนรู้จากความล้มเหลว และความสามารถในการปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการคิดเชิง สร้างสรรค์

5 สภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการคิด สภาพแวดล้อมที่สนับสนุน เช่น การ ส่งเสริมการเรียนรู้และความร่วมมือ สามารถกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม และไอเดียใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง



ตัวอย่างของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ในสถานการณ์ของบริษัทกำลังหาไอเดียในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในช่วงเริ่มแรก พนักงานต่างช่วยกันนำเสนอไอเดียที่หลากหลาย เช่น ไอเดียเหล่านี้คือ ความคิดสร้างสรรค์ ในระดับต่อไป ความคิดสร้างสรรค์นั้น ๆ จะถูกประเมินว่าสามารถนำไปใช้กับโครงการหรืองานออกแบบได้หรือไม่ ขั้นตอนนี้จะเข้าสู่ ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยการนำความคิดสร้างสรรค์ มาตรวจสอบถึงความเป็นไปได้ ความน่าสนใจในตลาด ต้นทุน การผลิต และความสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแบรนด์ โดยจะต้องพิจารณาถึงความสำเร็จและความล้มเหลวในอดีต การเรียนรู้จากการลงมือทำ และการมีทิศทางชัดเจนที่นำไปสู่เป้าหมายสุดท้าย

- อีกตัวอย่างหนึ่งคืออุตสาหกรรมภาพยนตร์ รูปแบบเนื้อเรื่องภาพยนตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ พร้อมกับการพัฒนาเนื้อเรื่องที่ไม่คาดคิดซึ่งจะเป็นสิ่งที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ แต่ระดับ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร นั้นคือการพัฒนาไปอีกขั้น รวมถึงการเข้าใจรายละเอียดของเนื้อเรื่อง การพัฒนาตัวละคร การพิจารณาความซับซ้อนของผู้ชม และเรื่องจริงธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มั่นใจว่าภาพยนตร์ที่ผลิตออกมานั้นไม่เพียงให้ความบันเทิง แต่ยังสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ชมทุกระดับได้ดีนั่นเอง

การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์ที่กระจัดกระจายกับนวัตกรรมที่ยั่งยืน ที่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังแนวคิดและการประยุกต์ใช้ความคิดอย่างมีแบบแผน การนำความคิดเหล่านี้ไปปฏิบัติ และการคิดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร อีกด้วย ก้าวต่อไป ความคิดสร้างสรรค์จะเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ไม่ว่าจะเป็นด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม หรือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างภายในองค์กร

DYNAMICS OF ORGANIZATIONAL SIZE AND STRUCTURE IN CREATIVE MATURITY

การแบ่งองค์กรตามขนาดและโครงสร้างในมิติของการใช้ความคิดสร้างสรรค์

การดำเนินการนำร่องด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรมาประยุกต์ใช้ในบริบทขององค์กรที่แตกต่างกันนี้เป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากองค์กรสามารถปรับเปลี่ยนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ออกมาได้ในหลายรูปแบบตามลักษณะขององค์กร หากใช้เกณฑ์การแบ่งประเภทขององค์กรโดยอาศัยขนาดและโครงสร้าง จะสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท คือ Start-ups SMEs (องค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม) บรรษัทข้ามชาติหรือบริษัทขนาดใหญ่ และหน่วยงานรัฐบาล

1 | START-UP

บริษัทหรือคนรุ่นใหม่ที่เพิ่งเริ่มนับตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีเอกลักษณ์สำหรับตลาดเฉพาะด้าน และโครงสร้างบริษัทที่ยังไม่แน่เล็กอยู่ ทำให้มีความคล่องแคล่ว ปรับตัวง่าย มีทักษะในการรับความเสี่ยง และพยาจานที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว Start-up สามารถนำร่องด้วยการใช้เพื่อเพิ่มเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม และความคล่องตัวทำให้การคิดค้นและพัฒนาไอเดียใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว และสามารถนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาด นอกจากนี้ ด้วยความที่มีวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่รวดเร็วอัปไว ทำให้สามารถดึงดูดผู้มีประสบการณ์และเชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ ให้มาลงทุนและพัฒนาตลาดร่วมกันได้อีกด้วย

2 | SMES | องค์กรขนาดกลาง และขนาดย่อม

SMEs หรือธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก จัดเป็นธุรกิจที่แตกต่างจากบริษัทขนาดใหญ่ โดยปกติจะมีจำนวนบุคลากรที่น้อยกว่า และเป็นธุรกิจแบบเฉพาะเจาะจงมากกว่า SMEs มีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยมีส่วนที่จะพัฒนาธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมหลาย ๆ แห่งยังช่วยให้คนในพื้นที่มีงานทำ ทำให้การเติบโตของผู้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศไทย (Gross Domestic Product: GDP) เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แม้ว่า SMEs จะมีโครงสร้างที่แข็งแกร่งมากขึ้นเมื่อเทียบกับ Start-up แต่ก็ยังคงรักษาด้วยความคล่องตัวที่ช่วยให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์ในการดำเนินธุรกิจ โดยมักจะเริ่มบูรณาการกระบวนการสร้างสรรค์ที่มีโครงสร้างมากขึ้น สามารถช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ภายใต้บริษัทอาจมีกิจกรรมทางการที่มุ่งเน้นทางด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมโดยเฉพาะ เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นต้นแบบ ซึ่งจะส่งผลให้การรับรู้แบรนด์และอัตลักษณ์ขององค์กรซัดเจนมากขึ้น สามารถสร้างความแตกต่างในตลาดที่มีการแข่งขันสูง

3 | MULTINATIONALS OR LARGE CORPORATIONS

บรรษัทข้ามชาติ หรือบริษัทขนาดใหญ่

บริษัทขนาดใหญ่เป็นองค์กรที่มีฐานลูกค้าที่กว้างขวางและสามารถทำรายได้สูง มักมีการประกอบธุรกิจในระดับโลกและมีสาขาอยู่ทั่วประเทศ โครงสร้างองค์กรเป็นระบบและมีการแบ่งแผนกที่ชัดเจนเพื่อรับฟังผู้ซึ่งกันต่าง ๆ กันด้วยการวิจัยและพัฒนา การตลาด การขาย และการบริการลูกค้า ด้วยอิทธิพลที่มีมากในตลาด บริษัทขนาดใหญ่จึงมีบทบาทที่สำคัญและเป็นผู้นำอุตสาหกรรม สามารถแบ่งปันในตลาดได้อย่างมั่นคง แต่ก็มีแนวโน้มที่จะต้องเผชิญความท้าทายในการจัดการความเปลี่ยนแปลงเนื่องจากขนาดขององค์กร

เนื่องจากองค์กรมีโครงสร้างขนาดใหญ่ จึงสามารถกำหนดวิธีการดำเนินการในแต่ละขั้นตอนได้อย่างชัดเจน ทำให้มีกรอบการทำงานที่พร้อมในการลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ สามารถใช้ระดับความคิดสร้างสรรค์เพื่อปรับรูปแบบและพัฒนาด้านนวัตกรรม ช่วยกระจายและลดความเสี่ยงทางธุรกิจ มีวัฒนธรรมสร้างสรรค์ภายในองค์กร และให้โอกาสพนักงานในการเติบโตทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ทำให้สามารถรักษาบุคลากรผู้มีความสามารถระดับสูงไว้ได้ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรเติบโตจนเป็นผู้นำในการตลาด

4 | GOVERNMENT ORGANIZATIONS

องค์กรภาครัฐ

องค์กรภาครัฐเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการภายใต้การบริหารจัดการของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นระดับก้อนกันรัฐ หรือระดับชาติ โดยมีภาระหน้าที่ในการบริหารและทำงานตามนโยบายสาธารณะ โครงสร้างภายในมักจะมีระบบมาตรฐานที่ต้องปฏิบัติตาม โดยการดำเนินการและการตัดสินใจขององค์กรอาจส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างรุนแรง ภาระหน้าที่หลักขององค์กรภาครัฐประกอบด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา สุขภาพ การป้องกันประเทศไทย สวัสดิการสังคม และการตรวจสอบต่าง ๆ โดยพื้นฐานแล้ว ระบบราชการจะใช้การบริหารที่มีกระบวนการตัดสินใจแบบลำดับขั้นมากกว่าความคิดสร้างสรรค์ บ่อยครั้งที่โครงสร้างที่เกี่ยวกับด้านความคิดสร้างสรรค์ จะเริ่มต้นจากการผลักดันหรือการเปลี่ยนแปลงทางนโยบาย ความต้องการจากสาธารณะ หรือความร่วบมือกับภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรภาครัฐนั้นสามารถนำไปสู่บริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ และได้รับความพึงพอใจจากประชาชนมากขึ้น รัฐบาลที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์สามารถดึงดูดความร่วมมือระหว่างประเทศไทย การลงทุน และวางแผนการที่มีความคิดก้าวหน้าได้

KEY DIMENSIONS INDICATING CREATIVE MATURITY IN ORGANIZATIONS AND ENTREPRENEURS

มิติชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร และผู้ประกอบการสร้างสรรค์



จากการสำรวจความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างความคิดสร้างสรรค์ และระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องระบุว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะสามารถแสดงออกมาได้อย่างไรในสถานการณ์จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในครอบขององค์กรและผู้ประกอบการ ในส่วนของบัน្តែចូបាយถึงมิติที่จะเป็นตัวชี้วัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยสามารถแบ่งออกเป็น 9 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 HUMAN CAPITAL (ทุนมุขย์)

กรณีการนำมุขย์กือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร องค์กรที่เป็นแบบอย่างทางด้านความคิดสร้างสรรค์จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่าทุกคนจะได้รับเทคโนโลยีและวิธีการที่เกี่ยวกับมนต์มนต์ รวมถึงยอมรับในความหลากหลายและการไม่แบ่งแยกโดยมองว่าการผสมผสานของภูมิหลังและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล จะทำให้เกิดแนวทางใหม่และมีแนวทางแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

ตัวอย่างเช่นแนวทางปฏิบัติของบริษัท Google ที่ใช้เกณฑ์ในการรับสมัครพนักงานที่เรียกว่า "Googley" ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างทักษะ ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับงาน และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสร้างบรรยากาศที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญเรื่องกรรพยายามมุขย์ในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนความสร้างสรรค์ภายในองค์กร

มิติที่ 2 FINANCIAL POLICY (นโยบายทางการเงิน)

การจัดสรรงบประมาณและการลงทุนขององค์กร กือเป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ องค์กรที่มีระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์สูงจำเป็นต้องมีการวางแผนโดยย่างก้าวในการการเงินที่ครอบคลุม โดยเน้นการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา โครงการนำร่อง นวัตกรรม ฯลฯ พร้อมกับมองการณ์ไกลถึงการจัด策ดับความสำคัญของผลตอบแทนในระยะยาว และความยั่งยืนมากกว่าผลกำไรในชั่วคราว อย่างเช่น บริษัท Apple ในยุคที่อยู่ภายใต้การดูแลของ Steve Jobs ได้ให้ความสำคัญกับการลงทุนระยะยาวมากกว่าผลกำไรระยะสั้น ซึ่งแสดงให้เห็นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่าง iPhone ซึ่งต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากและมีความเสี่ยงสูง แต่ด้วยการมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนและการลงทุนอย่างมุ่งมั่นของ Apple ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณ เพื่อนำมาใช้พัฒนา iPhone จนประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

มิติที่ 3 OPENNESS (การเปิดกว้าง)

การเปิดกว้างในองค์กรเป็นตัวบ่งชี้ความสร้างสรรค์ของทีมงานและองค์กร ตามทฤษฎีต้นแบบด้านความคิดสร้างสรรค์ของ Richard Florida (2002) ที่เสนอเรื่องการให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมของเมืองและประเทศ ให้เหมาะสมกับการทำงานของกลุ่มคนทำงานสร้างสรรค์ โดยพัฒนาแบบจำลอง “โนเดล 3T” ซึ่งประกอบด้วยคนที่มีความสามารถและทักษะสูง (Talent) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี (Technology) และการยอมรับและเข้าใจในความแตกต่าง (Tolerance) ซึ่งการยอมรับความแตกต่างนี้หมายรวมถึงการยอมรับความคิดเห็นที่หลากหลาย พร้อมที่จะปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงตามข้อบกพร่องและความรู้ใหม่ ๆ ทั้งกับพนักงาน ลูกค้า และคู่แข่งทั้งภายในและภายนอก เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น

ยกตัวอย่าง Pixar Animation Studios ที่จัดกิจกรรม 'Notes Day' ซึ่งจะเป็นวันที่บริษัทให้พนักงานหยุดทำงานและเปลี่ยนเป็นการช่วยกันแสดงความคิดเห็น รวมถึงเสนอแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยจะแบ่งกลุ่มเพื่อแบ่งปันความคิดเห็นในหัวข้อต่าง ๆ พร้อมกับแยกหัวหน้างานออกจากกิจกรรม เพื่อให้พนักงานรู้สึกอิสระที่จะเสนอแนะความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างตรงไปตรงมา

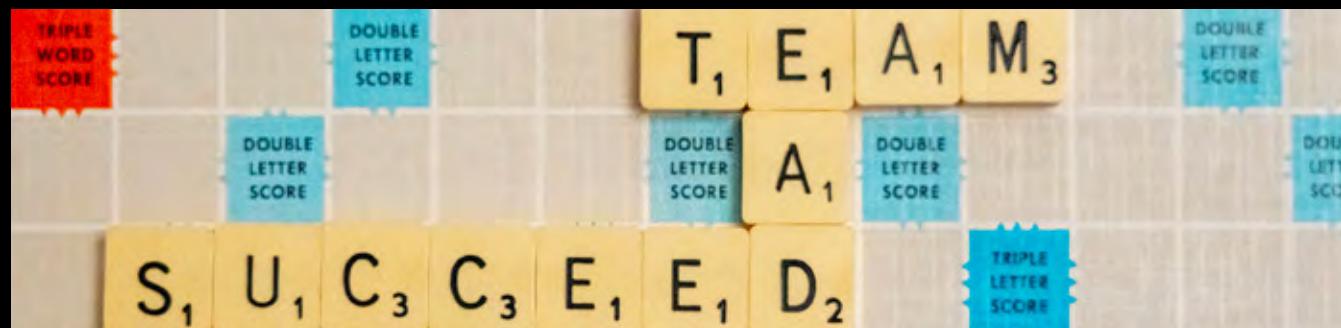
มิติที่ 4 CULTURE (วัฒนธรรม)

วัฒนธรรม กฎระเบียบ หรือข้อปฏิบัติขององค์กร ถือเป็นเครื่องมือในการกำหนดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีส่วนช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกและบุคคล ที่มีข้อพิสูจน์จากธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จว่าเป็นวิธีการแบ่งปันความคิดเห็น ที่สามารถช่วยให้เกิดนวัตกรรมและบริการใหม่ ๆ ได้ อีกทั้งยังส่งเสริมการให้โอกาสก่อจัดแสดงความคิดเห็นที่เปลี่ยนใหม่ และส่งเสริมให้พนักงานกล้าเสี่ยงโดยไม่ต้องกลัวความล้มเหลว เพราะการเรียนรู้จากความล้มเหลวจะทำให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น เช่น บริษัท 3M เจ้าของผลิตภัณฑ์ Post-it ที่สนับสนุนให้พนักงานได้จัดสรรเวลา 15% จากเวลาการทำงานของแต่ละคนให้กับโครงการที่พอกา疼านใจ เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง

มิติที่ 5 TECHNOLOGY (เทคโนโลยี)

การนำธุรกิจในปัจจุบันไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้เทคโนโลยีได้ เพราะธุรกิจก้าวโลกนี้การแห่งขั้นกันในเรื่องนี้ค่อนข้างสูง ไม่เว้นแม้แต่ผู้นำด้านนวัตกรรมสัมภาระ ที่เห็นได้ชัดเจนคือเรื่องของ Digital Transformation ที่เข้ามาเปลี่ยนวิธีการทำงานและการนำธุรกิจของผู้บุรุษ ดังนั้นองค์กรสร้างสรรค์จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับความตัวหน้าทางเทคโนโลยี และนำมายปรับใช้ให้เข้ากับกระบวนการทำงานภายในองค์กรอยู่เสมอ รวมถึงฝึกอบรมพนักงานให้มีความพร้อมในการใช้งานเครื่องมือทางเทคโนโลยีให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ การเพิ่มขั้นของเทคโนโลยี AI อาจทำให้เกิดปัญหางานจริยธรรมตามมา องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านจริยธรรมจากการใช้งานอีกด้วย เพราะสำคัญขององค์กร เทคโนโลยีไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเท่านั้น แต่ยังเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนความสร้างสรรค์ขององค์กร

ยกตัวอย่างจากบริษัท Starbucks ที่ได้นำเทคโนโลยี Augmented Reality (AR) มาใช้กับ Starbucks Reserve Roastery สาขาเชียงใหม่ในประเทศไทย ด้วยการพัฒนาโลกความเป็นจริงเข้ากับโลกเสมือน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แปลงใหม่ให้กับผู้ใช้บริการ ซึ่งแสดงถึงพลังการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น



มิติที่ 6 LEADER (ภาวะผู้นำ)

ความคิดและทักษะคิดต้องผู้นำเป็นสิ่งที่กำหนดทิศทางแห่งความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กร ผู้นำที่มีความสร้างสรรค์ในระดับสูงไม่เพียงมีความสามารถในการดูแลจัดการงานประจำวันเท่านั้น แต่ยังมีวิสัยทัศน์ในการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เขาไม่ได้ทำเพียงการสั่งการ แต่ต้องเข้าร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ สนับสนุนการหาแนวคิด และมีส่วนร่วมในโครงการใหม่ ๆ ที่จะช่วยนำทางและขับเคลื่อนทีมงานให้มีความคิดริเริ่ม กระตุ้นให้กับมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนานวัตกรรมใหม่หรือวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ให้กับองค์กร

6 เชิงลิสต์

คุณสมบัติของผู้นำที่เหมาะสม กับองค์กรสร้างสรรค์

- ✓ 1 สามารถกำหนดทิศทางแห่งความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการยืนยันว่าทุกการกระทำและการตัดสินใจจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยเฉพาะการระบุความเชื่อมโยงกับเป้าหมายยุทธศาสตร์ขององค์กร
- ✓ 2 กำหนดวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้กล้าเสี่ยง มองความล้มเหลวเป็นบทเรียน และยกย่องการสร้างนวัตกรรมใหม่ ระบบบิวตี้นี้จะเน้นการทำงานร่วมกันแบบข้ามสายงานและแผนก เพื่อใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย
- ✓ 3 เสริมสร้างทีมให้มีประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อกำให้องค์กรมีพลังสร้างสรรค์ที่เพิ่มขึ้น เมื่อสมาชิกในทีมรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของของโครงการ จะทำให้รู้สึกว่าได้รับความไว้วางใจ ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการคิดอย่างสร้างสรรค์มากขึ้น
- ✓ 4 ให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ก้าวจากความสำเร็จและความล้มเหลว โดยการจัดสรรงริพยากรที่จำเป็น เช่น เวลา งบประมาณ หรือบุคลากร
- ✓ 5 เปิดรับความคิดเห็นและบุนมองที่หลากหลาย รวมถึงรับฟังและให้คุณค่ากับคำติชมของทีม ซึ่งจะสามารถช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศด้านความคิดสร้างสรรค์
- ✓ 6 ผู้นำควรเป็นผู้รักษาและเสริมสร้างวัฒนธรรมสร้างสรรค์ขององค์กร และเป็นต้นแบบที่ดีในการสร้างสรรค์นวัตกรรม อีกทั้งให้ความสำคัญกับการรับรู้และตอบแทนพนักงาน เมื่อสามารถสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ๆ ให้กับองค์กร

มิติที่ 7 CREATIVE PROCESS (กระบวนการสร้างสรรค์)

ความคิดสร้างสรรค์เริ่มขึ้นได้ในทุกกระบวนการ หากทุกขั้นตอนการทำงานมีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อแก้ปัญหาหรือสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลผลิตที่ออกแบบย่อหน้าเกิดเป็นชั้นงานหรือบริการสร้างสรรค์ที่ดีได้ ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยเสริมสร้างสมดุลระหว่างโครงสร้างกับความยืดหยุ่นในการทำงาน ทั้งยังช่วยส่งเสริมและปรับแนวคิดอย่างเป็นระบบ เช่น บริษัท IDEO ที่ใช้วิธีการคิดเชิงออกแบบที่เน้นมุ่งเป้าหมายเป็นศูนย์กลาง ด้วยการใช้วิธีระดมสมองเพื่อค้นหาแนวทางแก้ปัญหารอบด้าน กระบวนการนี้จะทำให้น้องเห็นปัญหาอย่างละเอียดและรอบคอบมากยิ่งขึ้น ช่วยให้เข้าใจปัญหาและแก้ไขได้ตรงจุด

มิติที่ 8 CREATIVE OUTPUTS (ผลผลิตสร้างสรรค์)

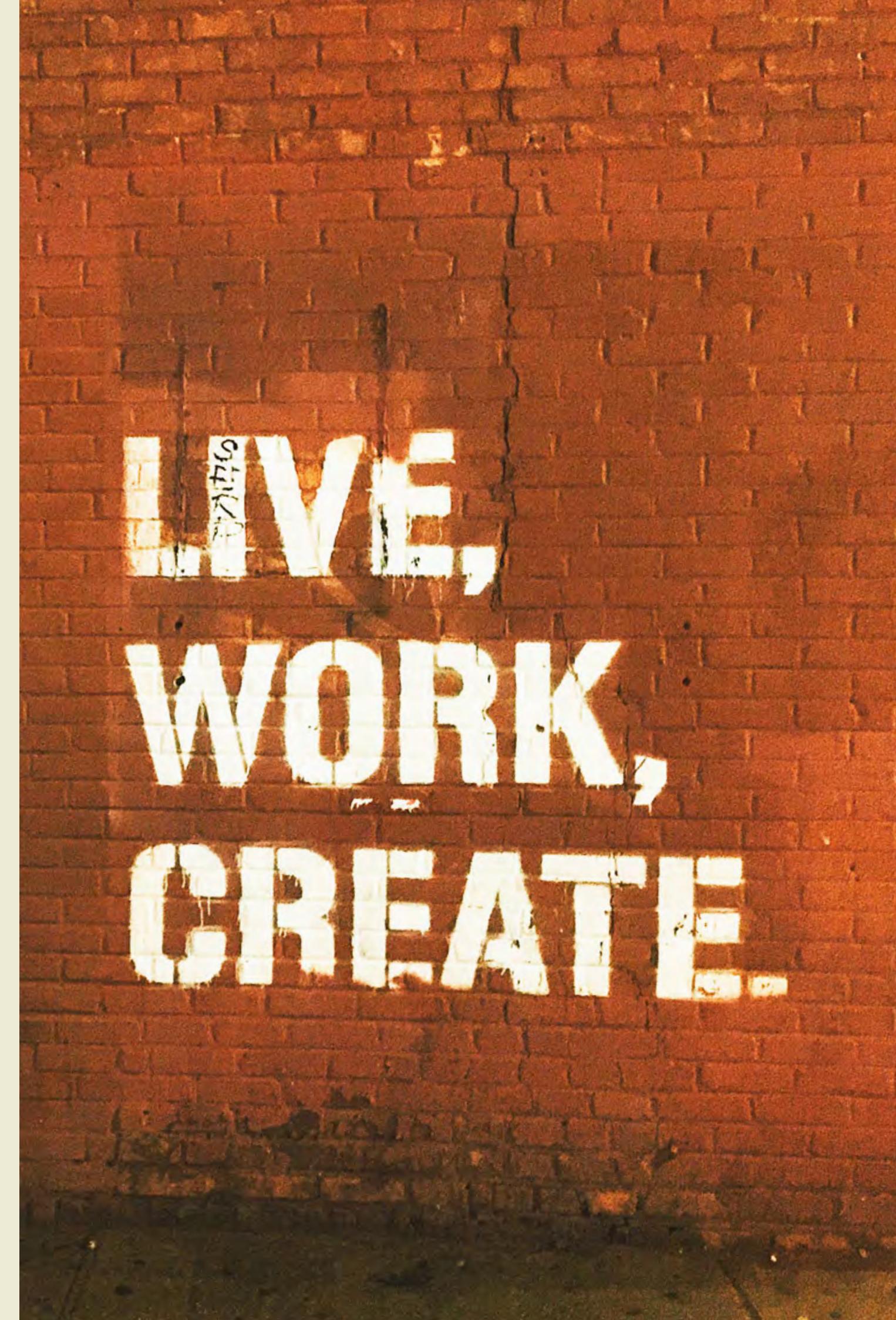
ผลผลิตสร้างสรรค์เป็นการแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ที่จับต้องได้ โดยเป็นการพิสูจน์ความมุ่งมั่นขององค์กร ต่อบุตกรรม องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพและผลกระทบมากกว่าผลผลิต จำนวนมาก เพื่อให้มั่นใจได้ว่าบุตกรรมในการผลิตมีความยืดหยุ่นและรักษามาตรฐานที่สูงอย่างต่อเนื่อง เช่น โทรศัพท์มือถือ iPhone ของ Apple ซึ่งเป็นผลผลิตที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการออกแบบแบบและโทรศัพท์มือถือ โดยถือเป็นการปฏิวัติวงการอุตสาหกรรมการสื่อสาร ที่ไม่เพียงเน้นความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ แต่ยังให้ความสำคัญเรื่องความยั่งยืนและความสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลผลิตสร้างสรรค์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างไร

มิติที่ 9 BRANDING & NOTORIETY

(การสร้างแบรนด์และความมีชื่อเสียง)

การสร้างแบรนด์ให้สร้างสรรค์และความมีชื่อเสียงเป็นมากกว่ากลยุทธ์ทางการตลาด สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงแก่นแท้ด้านบุตกรรมขององค์กร ตัวตนของแบรนด์เริ่มมีความสำคัญมากขึ้นในการทำธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่มีความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) น้อยลง ดังนั้นการสร้างแบรนด์ให้มีชื่อเสียงจะช่วยให้แบรนด์เข้าไปเป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ กังวลความเสี่ยงในการใช้มา ด้วยข้อความที่มีความน่าเชื่อถือและไม่เกินจริง รวมถึงการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภค จะช่วยกำหนดภาพลักษณ์ที่ดีของแบรนด์ได้

ยกตัวอย่างกลยุทธ์ทางการเงินของ Amazon ที่มีการนำผลกำไรไปลงทุนในกิจการใหม่ เช่น Amazon Go หรือร้านค้าอัจฉริยะที่ผู้บริโภคสามารถใช้บริการได้ง่าย เพียงแค่สแกนบัญชี Amazon ผ่านแอปพลิเคชัน เลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ และนำออกจากร้านได้โดยไม่ต้องชำระเงิน โดยระบบจะตัดเงินผ่าน Amazon Account ในภายหลัง กลยุทธ์นี้ถือเป็นการผสมผสานบุตกรรมใหม่ให้เข้ากับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน เพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจส่วนร่วมในสังคมทางความสร้างสรรค์ของแบรนด์



THE BENEFITS OF A CREATIVE MATURITY ORGANIZATION

ประโยชน์ของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร





เมื่อเข้าใจความแตกต่างระหว่างความคิดสร้างสรรค์และมิติที่ซับซ้อนของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรแล้ว จะเห็นได้ว่าความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นส่งผลดีต่อการทำงานทุกด้านขององค์กร ตั้งแต่ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การกำหนดเป้าหมายการทำงานในระยะยาว รวมถึงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ผู้นำหรือหัวหน้าก็จะจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจประโยชน์ของการนำร่องด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในองค์กร เพื่อจะได้ทราบถึงแรงจูงใจและผลลัพธ์ที่ห้องคิดของตนเองเป็นองค์กรสร้างสรรค์ได้

1

INNOVATION AND COMPETITIVE ADVANTAGE นวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

องค์กรสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ โดยส่วนมาก จะสร้างนวัตกรรมที่เดบิโตอย่างต่อเนื่องและเป็นนวัตกรรมที่ซับซ้อนและมีความนวัตกรรมขององค์กร ก้าวกระโดดที่สำคัญ เช่น การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร หรือการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เช่น AI และ Big Data ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้เข้ากับแนวโน้มการตลาดอยู่เสมอ เพื่อให้องค์กรสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้ ตัวอย่างเช่น Netflix ที่เปลี่ยนจากการให้บริการเช่า DVD มาเป็นหนังในผู้นำด้านการให้บริการสตรีมมิ่ง (Streaming) ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก ระดับขององค์กรที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตสินค้า หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการห้องครัว เช่น Google Home ที่สามารถควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าในบ้านได้โดยไม่ต้องใช้สายไฟ หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการห้องครัว เช่น KitchenAid ที่สามารถนำอาหารมาปรุงร้อนได้โดยไม่ต้องใช้เตาแก๊ส หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการห้องครัว เช่น Bosch ที่สามารถนำอาหารมาปรุงร้อนได้โดยไม่ต้องใช้เตาแก๊ส

2

ADAPTABILITY, RESILIENCE, AND LONG-TERM STRATEGY การปรับตัว ความยืดหยุ่น และกลยุทธ์ระยะยาว

สภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้เข้ากับแนวโน้มการตลาดอยู่เสมอ เพื่อให้องค์กรสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้ เช่น Netflix ที่เปลี่ยนจากการให้บริการเช่า DVD มาเป็นหนังในผู้นำด้านการให้บริการสตรีมมิ่ง (Streaming) ขนาดใหญ่ที่สุดของโลก ระดับขององค์กรที่สามารถนำเทคโนโลยีมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน เช่น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตสินค้า หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการห้องครัว เช่น Google Home ที่สามารถควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าในบ้านได้โดยไม่ต้องใช้สายไฟ หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการห้องครัว เช่น KitchenAid ที่สามารถนำอาหารมาปรุงร้อนได้โดยไม่ต้องใช้เตาแก๊ส หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการห้องครัว เช่น Bosch ที่สามารถนำอาหารมาปรุงร้อนได้โดยไม่ต้องใช้เตาแก๊ส

3

ENHANCED PROBLEM SOLVING AND DECISION MAKING การแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

องค์กรสร้างสรรค์จะมีกระบวนการแก้ไขปัญหาที่หลากหลาย การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะทำให้ห้องเรียนแก้ไขปัญหาได้จากมุมมองที่หลากหลาย ความหลากหลายนี้จะช่วยให้องค์กรพิจารณาปัญหาที่ครอบคลุมหลากหลายประเด็น ซึ่งจะนำไปสู่การคิดค้นวิธีแก้ปัญหาที่หลากหลาย เช่น Airbnb ที่ต้องการท้าทายแนวคิดดั้งเดิมของธุรกิจที่พักอาศัย ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในส่วนของการตัดสินใจ องค์กรสร้างสรรค์จะไม่ได้คำนึงถึงผลประโยชน์ในทันที แต่จะตัดสินใจจากความสมดุลของกำไร จรวจยาระรน และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน เช่น โปรเจกต์ "20% Time" ของ Google ไม่ได้มีขึ้นเพื่อส่งเสริมความสร้างสรรค์ เก่าแก่ แต่ยังเป็นการตัดสินใจที่จะดูแลความพึงพอใจของพนักงาน นวัตกรรม และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะยาว จนสามารถสร้างผลงานที่ประสบความสำเร็จอย่าง Gmail และ Google Maps ได้

4

EMPLOYEE ENGAGEMENT, SATISFACTION, AND TALENT MANAGEMENT

การสร้างความผูกพัน
ของพนักงาน ความพึงพอใจ
และการบริหารจัดการผู้มีความสามารถ

สิ่งที่สำคัญสำหรับองค์กรไม่ใช่เพียงผลิตภัณฑ์หรือ
การบริการ แต่ยังรวมถึงพนักงานด้วยเช่นกัน การ
พัฒนาและสนับสนุนระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์
ในองค์กร ทำให้พนักงานได้รับอิสระในการทำงานคิด
สร้างสรรค์ และมีบุคลิกสำคัญในหน้าที่ของตนเอง
ทั้งยังเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถดำเนินงานและแก้ไข
ปัญหาไปพร้อม ๆ กับส่งเสริมให้กล้าท้าทายและเรียนรู้
จากความผิดพลาด เพื่อให้พนักงานมีกำลังใจในการ
ทำงาน และเพิ่มความต้องการในการเรียนรู้และพัฒนา
ตนเองไปพร้อม ๆ กัน

การสร้างสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ในองค์กร
นอกจากจะช่วยรักษาพนักงานเหล่านี้ให้ทำงานกับ
องค์กรอย่างต่อเนื่องแล้ว ยังสามารถดึงดูดผู้มีความ
สามารถหรือผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ให้เข้ามาร่วมงาน
ในองค์กรมากขึ้น ทำให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์
บริการ ผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง
 เช่น บริษัท Adobe พัฒนาพนักงานด้วยการบุ่มเบ้น
 การเติบโตเฉพาะบุคคล ด้วยการมอบเครื่องมือ การฝึก
 อบรม และโอกาสใหม่ๆ ให้แก่พนักงาน ทำให้
 พนักงานไม่หยุดพัฒนาตัวเองและมองเห็นอนาคต
 ร่วมกับองค์กร

5

COLLABORATION AND TEAMWORK

การสร้างการทำงานร่วมกัน
และการทำงานเป็นทีม

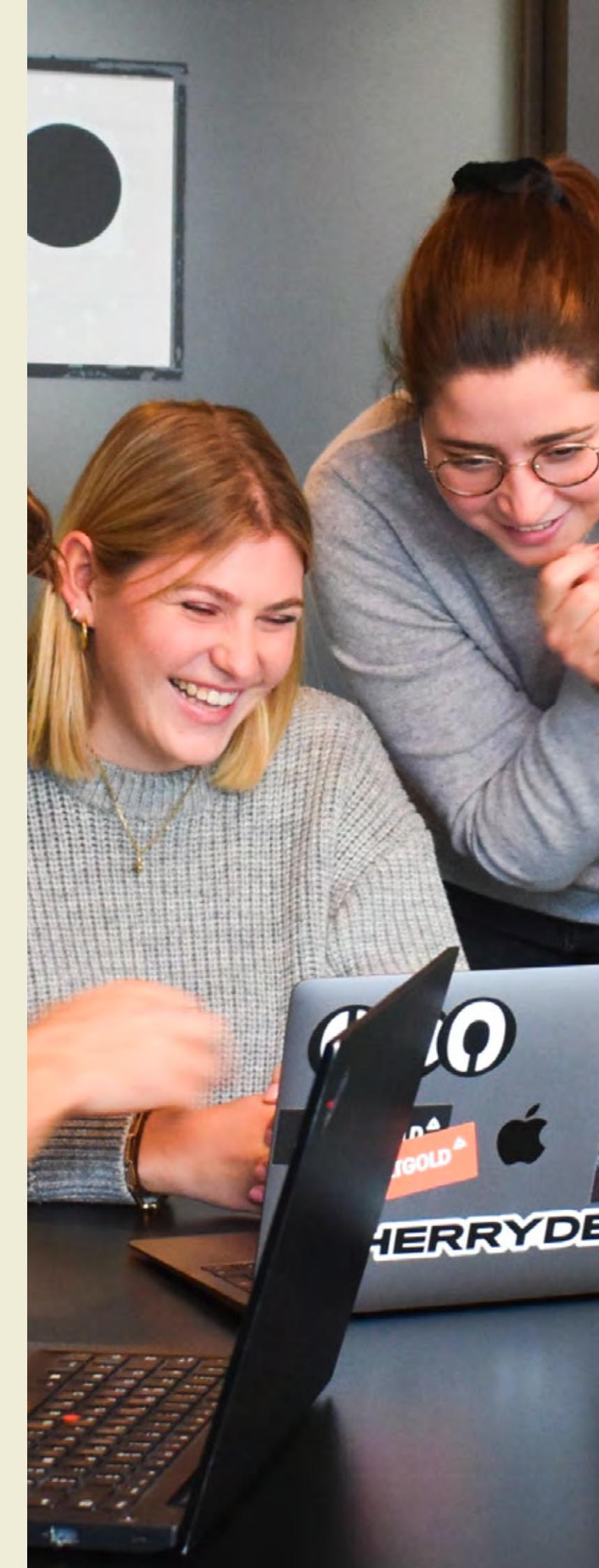
ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่แค่บุคคล
ใดบุคคลหนึ่ง แต่ความคิดสร้างสรรค์นั้นยังสามารถเกิด
จากการทำงานร่วมกันในมุมมองที่หลากหลายและแตก
ต่าง ซึ่งความไว้วางใจ การสื่อสาร และการเติบโตไป
พร้อม ๆ กัน ถือเป็นปัจจัยสำคัญของการทำงานเป็นทีม
ความคิดสร้างสรรค์จะสามารถเปลี่ยนแปลงบุคคล
ธรรมชาติ ไปสู่ทีมที่มีความเห็นใจกันและหลากหลาย
ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จในรูปแบบที่
ไม่มีใครเคยทำได้

6

INSPIRING WORK ENVIRONMENT

สภาพแวดล้อมในองค์กร
ที่ช่วยสร้างแรงบันดาลใจ

องค์กรที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์นักมี
สภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมกับการสร้าง
แรงจูงใจ การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และความ
เป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน องค์กรสร้างสรรค์ต่าง ๆ จึง
ให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นของพื้นที่ ทั้งยังเอื้อ
ประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของพนักงาน ด้วยการ
สร้างสมดุลระหว่างการทำงานและชีวิตส่วนตัว เพื่อให้
พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี อาจกล่าวได้ว่า ยิ่งสภาพ
แวดล้อมในการทำงานดีมากเท่าไร ก็จะยิ่งส่งเสริมให้
พนักงานสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้าง
สร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ มากขึ้นเท่านั้น เช่น สำนักงาน
ใหญ่ของ Amazon ในชื่อ The Spheres' มาพร้อมสภาพปัตยกรรมที่ได้ดีเด่นและ
สวยงาม ทั้งยังมีพื้นที่ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่
สำหรับการจัดแสดงผลงานศิลปะ พื้นที่ที่มีบรรยากาศ
เงียบสงบ และพื้นที่สำหรับการคิดค้น ฯลฯ





7

BRAND RECOGNITION AND FINANCIAL GROWTH

การสร้างการรับรู้แบรนด์ และการเติบโตทางการเงิน

ความคิดสร้างสรรค์สามารถก่อให้เกิดข้อได้เปรียบ ด้านการรับรู้แบรนด์และการเติบโตทางด้านการเงินขององค์กร ทั้งเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง ในด้านการตลาด ความภักดีต่อแบรนด์ของผู้บริโภคที่ เชื่อมชอบความมั่นคงในเรื่องนวัตกรรมและต้องการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการเติบโตทางการเงินที่เป็นผลมาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งหมดนี้ทำให้องค์กรสร้างยอดขายและได้รับส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น อีกทั้งเบื้องต้น มีเชื่อเสียงด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ก็จะยิ่งดึงดูดนักลงทุนและพันธมิตรให้เข้ามายื่นร่วมในธุรกิจต่อไปในอนาคต

8

EFFECTIVE RESOURCE UTILIZATION AND RISK MANAGEMENT

การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการบริหารความเสี่ยง

ความคิดสร้างสรรค์จะช่วยให้องค์กรจัดการปัญหาการใช้ทรัพยากรได้อย่างชาญฉลาดและมีประสิทธิภาพ ด้วยการวางแผนกลยุทธ์อย่างเป็นระบบและนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืน เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยวัสดุรีไซเคิล หรือลดการสร้างขยะมูลฝอย สำหรับด้านการบริหารความเสี่ยง องค์กรสร้างสรรค์จะมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงและวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า โดยมองว่าความผิดพลาดไม่ใช่ความล้มเหลวแต่เป็นการเรียนรู้ที่คุ้มค่า ซึ่งการยอมรับความเสี่ยงและการเรียนรู้จากความล้มเหลวจะช่วยให้องค์กรมีความคล่องตัว และปรับตัวได้อย่างรวดเร็วหากเกิดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในตลาด

9

STAKEHOLDER ENGAGEMENT AND ETHICAL CONSIDERATIONS

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการพิจารณาด้านจริยธรรม

การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเพื่อพัฒนาโครงการหรืออันวัตกรรมใหม่ ๆ จะต้องพิจารณาผลกระทบจากหลาย ๆ ฝ่าย ดังนั้น การสอบถามความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลทุกคน ผู้บริโภค ผู้ผลิต หรือคนในชุมชน เป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร เสริมสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดด้วยนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งนี้เมื่องค์กรเติบโตขึ้น ความรับผิดชอบด้านจริยธรรมก็ต้องมีมากขึ้น โดยจะต้องพิจารณาด้านผลกระทบที่ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะช่วยเพิ่มความนับถือและเชื่อเสียงให้กับองค์กรแล้ว ยังทำให้องค์กรได้รับการยอมรับจากชุมชน และมีความสัมพันธ์ที่แนบแฟ้นกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม

CREATIVE MATURITY MEASUREMENT

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ความคิดสร้างสรรค์มักถูกมองว่าเป็นแนวคิดที่คุณไม่ได้ แต่การวัดผลเชิงประจักษ์มีจุดบุ่งหมายเพื่อกำให้เรื่องที่เข้าใจได้ยากนี้สามารถนำไปใช้และวัดผลได้จริง พื้นฐานสำคัญของการวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร คือการประเมินความสามารถขององค์กรในการสร้างแนวคิดใหม่ ๆ ที่ต่อเนื่อง และนำมาปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างมูลค่าเพิ่มก่อนยึด ไม่จำกัดเพียงเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในระยะสั้น แต่ยังคงรายละเอียดถึงวิธีการและวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น บริษัทอาจลงทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่กระบวนการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นสามารถสร้างระบบคิดและโครงสร้างการทำงานที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืนได้

WHY MEASURE CREATIVE MATURITY?

เหตุใดจึงต้องวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

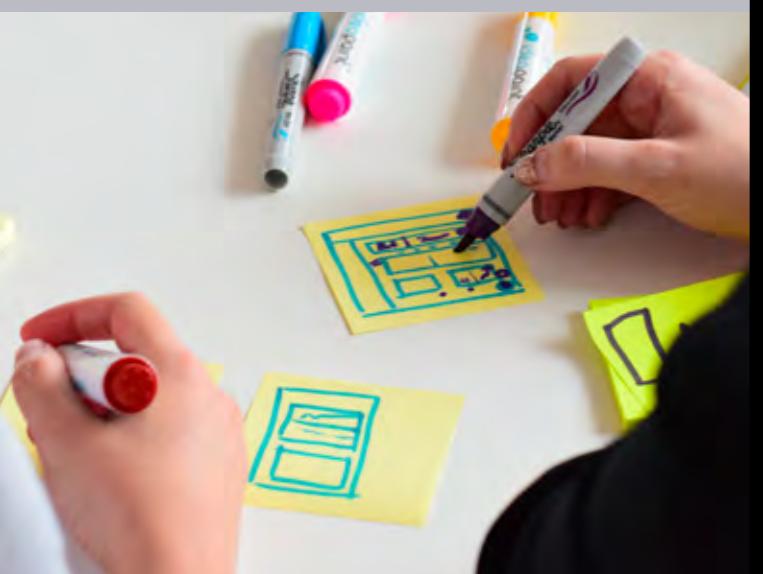
การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญ องค์กรที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ และสร้างความแตกต่างที่ชัดเจนจากคู่แข่ง ก็ยังมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จมากกว่า การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะช่วยให้องค์กรตระหนักรถึงจุดที่สามารถพัฒนาหรือเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ยังช่วยเน้นย้ำความสำคัญของการสนับสนุนและส่งเสริมวัฒนธรรมการคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร เพื่อนำไปสู่การเติบโตและการยกระดับของธุรกิจได้อย่างยั่งยืน โดยสามารถสรุปให้เห็นถึงความสามารถในการวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เป็นหัวข้อต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรช่วยให้องค์กรสามารถกอบกู้จุดยืนของตนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและมาตรฐานของอุตสาหกรรม ไม่ใช่เพียงรู้ว่าองค์กรมีความคิดสร้างสรรค์หรือไม่เท่านั้น แต่ช่วยให้เกิดความเข้าใจว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอะไรที่ดีกว่า หรือต้องปรับปรุงอย่างไร เพื่อแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้นำนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเดียวกัน

2. การระบุจุดแข็งและจุดอ่อน

การใช้แบบสอบถามหรือปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น ช่วยให้องค์กรได้รับบุณฑงค์ที่หลากหลายเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน และความต้องการ ทั้งยังเผยแพร่ให้เห็นช่องว่างการพัฒนาที่จะกลับจุดอ่อน เน้นจุดเด่นในขั้นตอนการปฏิบัติ และเกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



3. กำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์

ความชัดเจนเกี่ยวกับสถาบันเป้าจุดยืนของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จะช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน เป็นรูปธรรม เอแพะ-เจาะจง และวัดผลได้ ภายใต้กรอบเวลาที่เหมาะสม เป้าหมายด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ อาจอยู่ในรูปแบบของจำนวนผู้ติดตามที่ใหม่ที่พัฒนาเพิ่มขึ้น การยืนยันด้วยสถิติบัตร หรือตัวชี้วัดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มงานขององค์กร

4. ผลกระทบแก่และความรับผิดชอบ

เมื่อการลงทุนเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคาดหวังผลลัพธ์จากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยเน้นพิจารณาค่าใช้จ่ายและความพยายามที่สมเหตุสมผลในการลงทุน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าทรัพยากรที่จัดสรรสำหรับส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ถูกใช้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ผลลัพธ์ตามต้องการ

5. แรงจูงใจของพนักงานและวัฒนธรรมองค์กร

ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ส่งผลทำให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการทำงาน ช่วยเพิ่มความสุขในการทำงานและสร้างความผูกพันกับองค์กร

6. ความผูกพันของพนักงานที่เพิ่มขึ้น

เมื่อพนักงานเห็นว่าความพยายามสร้างสรรค์ของพวากษาได้รับการยอมรับอย่างเห็นคุณค่า จะเกิดเป็นแนวโน้มของการมีส่วนร่วม และแรงบันดาลใจที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร



7. ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรช่วยให้องค์กรสามารถกอบกู้จุดยืนของตนเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและมาตรฐานของอุตสาหกรรม ไม่ใช่เพียงรู้ว่าองค์กรมีความคิดสร้างสรรค์หรือไม่เท่านั้น แต่ช่วยให้เกิดความเข้าใจว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอะไรที่ดีกว่า หรือต้องปรับปรุงอย่างไร เพื่อแสวงหาโอกาสในการเป็นผู้นำนวัตกรรมในอุตสาหกรรมเดียวกัน

8. การจัดการความเสี่ยง

ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรสามารถเผยแพร่ให้เห็นส่วนที่องค์กรอาจย่อหย่อนกับ สุ่มเสี่ยงต่อการพัฒนาสินค้า/บริการที่ล้าสมัย ดังนั้นการรับรู้ความเสี่ยงและหาวิธีจัดการตั้งแต่เริ่มต้น จะสามารถช่วยลดผลกระทบเชิงลบต่อองค์กรที่อาจเกิดขึ้นได้

จะเห็นได้ว่าการวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ไม่จำเป็นเฉพาะเรื่องความสามารถในการสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังถือเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรมีทักษะในการพัฒนาที่ชัดเจนขึ้น สามารถเข้าใจธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์ที่มีหลากหลายและซับซ้อน ควบคุมศักยภาพในการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ได้ตั้งแต่ขั้นดูประกาย ความคิดไปจนถึงการปฏิบัติจริง รวมถึงสามารถสร้างความมั่นใจได้ว่าทุกขั้นตอนจะได้รับการปรับปรุงอย่างเหมาะสมเพื่อเป้าหมายในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร สามารถรักษาตำแหน่งที่โดดเด่นเหนือคู่แข่งในตลาดต่อไปได้ หากไม่มีตัวที่สามารถคิดขององค์กรและพนักงานนั่นเอง



WHEN AND HOW OFTEN TO MEASURE CREATIVE MATURITY

ควรวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเมื่อไรและบ่อยแค่ไหน

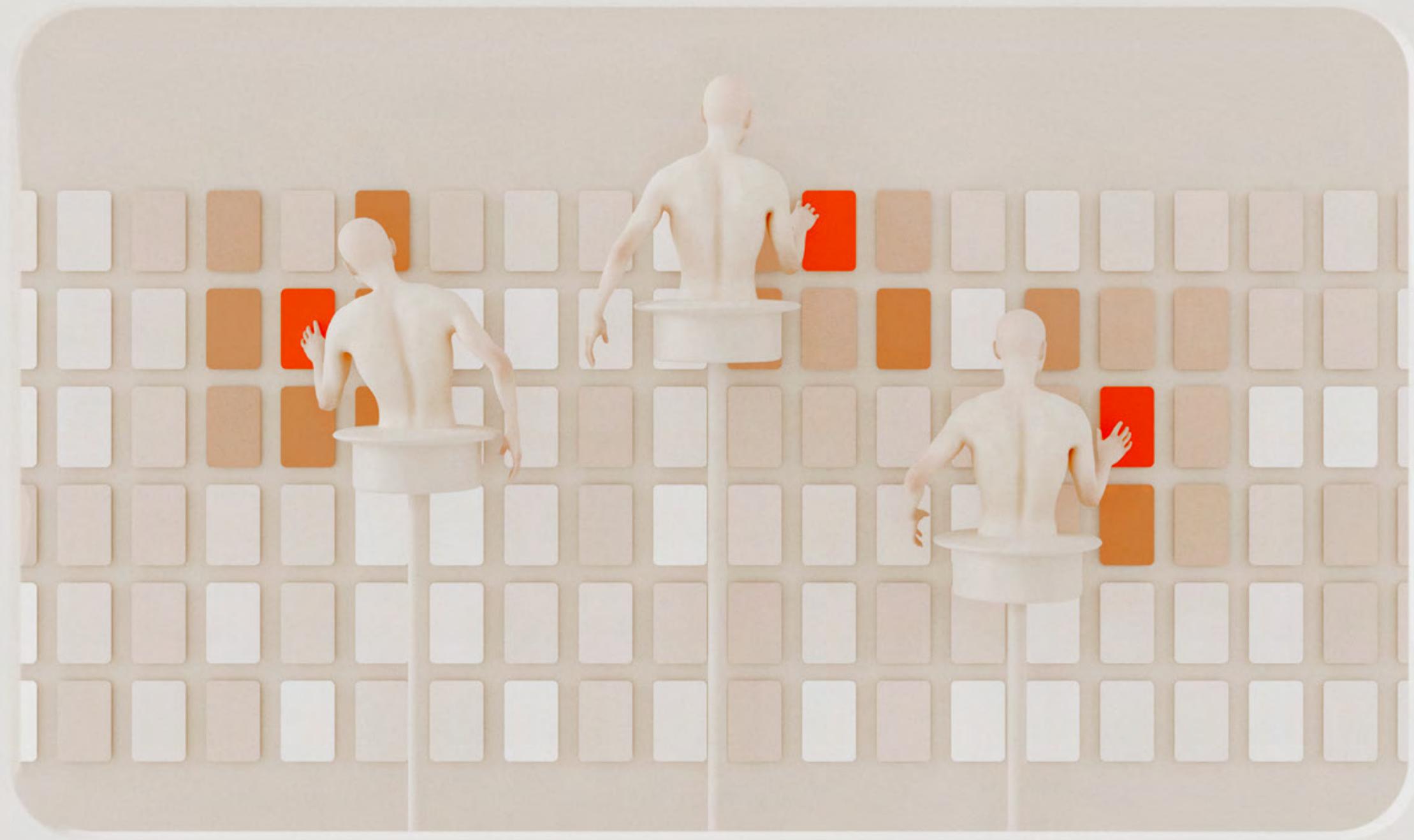
การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่องค์กรควรดำเนินการอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงแรกตั้งแต่การวางแผนเชิงกลยุทธ์ ที่ถือเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างความมั่นใจในกลยุทธ์ที่ออกแบบมาเพื่อรับการเข้าสู่ตลาดใหม่ การรับมือกับสถานการณ์การแท่งขัน การแสวงหาการลงทุนใหม่ ๆ และการสร้างทีม และควรมีการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ โดยอาจจัดขึ้นเป็นประจำทุกปีหรือปีละสองครั้ง อย่างไรก็ตาม องค์กรในอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว อาจพบว่าการประเมินรายครึ่งปีมีประโยชน์มากกว่า หรือองค์กรที่อยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก หรือกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ อาจพิจารณาประเมินทุกไตรมาสก็เป็นได้ นอกจากนี้ยังอาจใช้เพื่อการวัดผลหลังการดำเนินงานโครงการสำคัญ หรือเมื่อเกิดความท้าทายที่เฉพาะเจาะจงได้ เช่นกัน



MEASUREMENT TOOLS

เครื่องมือที่ใช้วัดระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

การวัดระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นมีการใช้เครื่องมือที่หลากหลาย เช่น แบบทดสอบทางจิตวิทยา แบบประเมินความสามารถทางเชิงคิด แบบสำรวจความพึงพอใจ หรือแบบประเมินความต้องการทางอาชีวศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้ ควรเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ต้องการได้



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 โดยมีกรอบการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์เบ่งเป็น 9 มิติซึ่งสำคัญ ซึ่ง CEA ได้ดำเนินการศึกษาดูซึ่งวัดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับเมือง ระดับเมือง และเครื่องมือประเมินศักยภาพ ทางธุรกิจของประเทศไทยและต่างประเทศ โดยเก็บรวบรวมตัวอย่างมากกว่า 13 ฉบับ

Dimensions	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
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	?	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 พัรอมกำหนดตัวแปรที่จะใช้คำนวณค่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Maturity Index) ซึ่งจะใช้ค่าคงที่แบบจาก 14 ข้อสำคัญ มาทำการคำนวณทั้งค่าแบบ Index รวม และค่าแบบรายบุคคล

โครงสร้างของข้อคำถามในระบบประเมิน

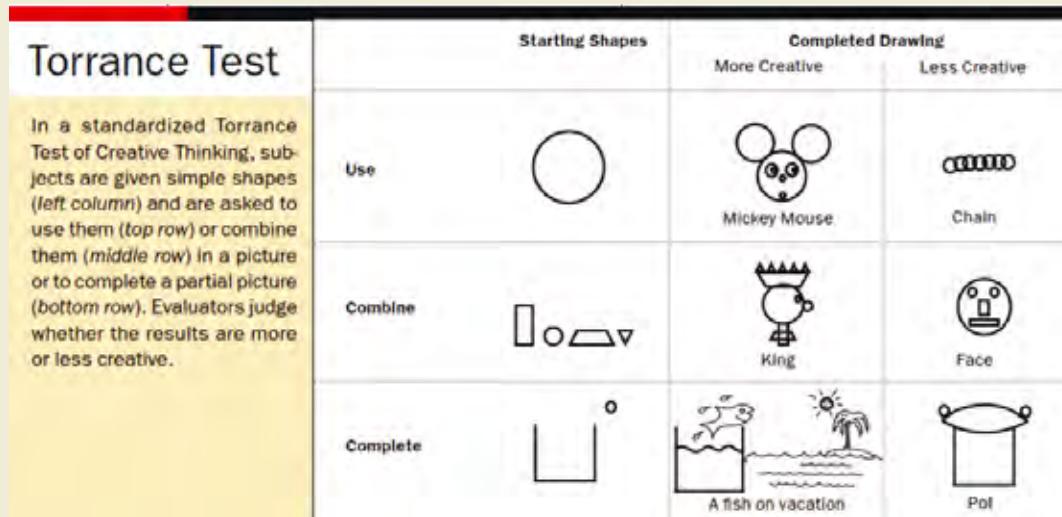
บันทึกครุ 9 มิติ บุคคล/ร้านค้า 6 มิติ

มิติ	ข้อคำถาม	ประเด็น	บันทึกครุ	บุคคล/ร้านค้า
	ข้อมูลพื้นฐาน	ข้อมูลติดต่อ / ประเภทอุตสาหกรรม / รูปแบบการขายสินค้า / แหล่งรายได้ / ผลประกอบการ	●	●
D1: Human Capital	5	ข้อมูลเชิงปริมาณ / Generation / สัดส่วนการ งาน Creative Talent ในธุรกิจ	●	●
D2: Financial Policy	2	การวางแผนการลงทุนเพิ่มข้าว叫声คิดสร้างสรรค์ / งบเงิน / สัดส่วนการลงทุนเพื่อส่งเสริมการ	●	●
D3: Openness	1	ธุรกิจเปิดกว้างและยอมรับต่อความต้องการต่างหากหลายมาน้อยเพียงใด	●	
D4: Culture	1	ธุรกิจมีวัฒธรรมการบริหารองค์กร ที่อ่อนห้อมห่วงนักศึกษาความคิดสร้างสรรค์ เพียงใด	●	
D5: Digital	3	การปรับตัวสู่ดิจิทัล การบริหารองค์กร / งานขายและตลาด / ก้าวสู่บุคลากร	●	●
D6: Leader	1	แนวทางการบริหารองค์กร เพื่อให้บุคลากรสร้างสรรค์ให้เดียหรือรักการแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ	●	
D7: Creative Process	2	น้ำหนักการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการธุรกิจ / วิธีการนำไอเดียรังสรรค์มาประยุกต์	●	●
D8: Creative Output	3	รอบการออกสินค้า / ความสนใจเรื่องทรัพยากรสิ่งแวดล้อม	●	●
D9: Branding	3	ช่องทางการสื่อสาร / ประเมินการเป็นตัวแทนของแบรนด์ พฤติกรรม และความพึงพอใจของลูกค้า	●	●
คำถามเพิ่ม	4	ฉุกเฉิน ฉุกเฉิน / ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระตุ้นต่อธุรกิจ / ทุบพัฒนาธุรกิจ / ความต้องการเพิ่มเติม	●	●

เครื่องมือนี้จะช่วยประเมินความคุ้มค่า ทิศทางการลงทุนทางด้านความคิดสร้างสรรค์ และการดำเนินธุรกิจภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์มีความเข้มแข็ง และเกิดปัจจัยส่งเสริมการเจรจาต่อรอง ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการและนักสร้างสรรค์ที่สนใจสามารถติดตาม ผลการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของตนเอง และดูข้อมูลคำแนะนำ (Recommendation System) เพื่อยกระดับกิจการไปสู่ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้นได้

2. TORRANCE TESTS OF CREATIVE THINKING (TTCT)

แบบทดสอบความคิดสร้างสรรค์ของทอร์แรนซ์



innovators-guide.ch

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

TTCT ประกอบด้วยแบบทดสอบรูปแบบหลัก คือการทดสอบด้วยภาพ โดยเน้นการประเมินความคิดสร้างสรรค์ผ่านภาพว่า ผู้เข้าร่วมจะได้รับตัวเลขหรือรูป่างที่ไม่สมบูรณ์ และต้องวาดรูปเพิ่มเติมเพื่อวัดความคิดสร้างสรรค์ อีกรูปแบบหนึ่งคือการประเมินความคิดสร้างสรรค์ผ่านการตอบกลับเป็นลายลักษณ์อักษร โดยจะต้องตอบคำถามปลายเปิดให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

แบบทดสอบ TTCT ถูกนำมาใช้ในบริบทที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการวัดพรสวรรค์และความสามารถของนักเรียนเพื่อพัฒนาหลักสูตร การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ และวิธีการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงใช้ในการตรวจสอบลักษณะความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อสอดคล้องกับความสามารถหรือสร้างโปรแกรมการฝึกอบรม เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สร้างสรรค์

TTCT เป็นก้าวสำคัญในการพยายามที่จะวัดผลและทำความเข้าใจความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าจะไม่มีเครื่องมือใดที่ไร้ข้อจำกัด แต่ TTCT ยังคงเป็นวิธีการที่เชื่อถือได้ในการประเมินศักยภาพเชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มประชากรที่หลากหลาย

3. CAPABILITY MATURITY MODEL INTEGRATION (CMMI)

การวัดระดับวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ในองค์กร



<https://cmmiinstitute.com/>

CMMI คือการวัดระดับวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อประเมินและปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ โดยเฉพาะกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม แม้ CMMI จะได้รับการออกแบบมาเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์และระบบในตอนแรก แต่ก็มีการปรับใช้ในสาขาวิชานั้น ๆ รวมถึงงานบริการและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ความคิดสร้างสรรค์และบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ

CMMI มีกรอบการทำงานที่มีโครงสร้างชัดเจน ทำให้เป็นตัวเลือกยอดนิยมสำหรับธุรกิจจำนวนมากที่ต้องการวางแผนและปรับปรุงกระบวนการทำงานของตนเอง 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): องค์กรและโครงการนำไปใช้เพื่อกำหนดเวลา ใช้เวลา ใช้ทรัพยากร กระบวนการทำงานในเชิงสถิติ

ระดับ 5 (การเพิ่มประสิทธิภาพ): การปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดแนวคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ

ทั้งนี้ แต่ละระดับจะมีกรอบการประเมินเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติ ที่มีรูปแบบเดียวกัน ทำให้องค์กรที่ต้องการใช้เครื่องมือนี้ในการประเมินระดับความคิดสร้างสรรค์ จะต้องมุ่งเน้นเรื่องการประเมินและปรับปรุงกระบวนการทำงานเฉพาะในแต่ละส่วนงาน เพื่อให้สามารถพัฒนากระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละส่วนงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. INNOVATION SCORECARD

ดัชนีชี้วัดนวัตกรรม

The screenshot shows the homepage of the Innovation Scorecard. At the top, there's a navigation bar with links for TOPICS, WHO WE ARE, RESOURCES, GET INVOLVED, and JOIN CTA. The CES logo is also present. Below the navigation, the title "Innovation Scorecard" is displayed, with two buttons: "INTERNATIONAL SCORECARD" (highlighted in blue) and "U.S. SCORECARD". The main background features a globe with a network of connections. On the left, there's a section titled "International Innovation Scorecard" with a brief description of the 2023 edition and its expanded scope. On the right, there's a larger image of the globe.

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

เครื่องมืออีกแบบมาเพื่อติดตามและส่งเสริมนวัตกรรมภายในองค์กรโดยเฉพาะ โดยเน้นตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างนวัตกรรม ผลลัพธ์ของโครงการ และประสิทธิภาพของการสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงวงจรของนวัตกรรม ตั้งแต่การสร้างแนวคิดไปจนถึงการนำไปปฏิบัติ ตลอดจนประสิทธิภาพในการตลาดตามตัวชี้วัด เช่น จำนวนไอเดียใหม่ที่สร้างขึ้น จำนวนแนวคิดที่ถูกนำเสนอเป็นต้นแบบ ความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาด และดัชนีชี้วัดนวัตกรรมมีประโยชน์อย่างยิ่งในอุตสาหกรรมที่ใช้นวัตกรรมเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่าง เช่น เทคโนโลยีเชิงภาพ เกสชั่นรูป โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การใช้เครื่องมือนี้จะช่วยให้องค์กรเข้าใจความสามารถและความประทับใจของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และปรับปรุงกระบวนการและผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. 360-DEGREE FEEDBACK

การประเมินผลแบบ 360 องศา

The screenshot shows the Qualtrics 360-degree feedback platform. At the top, there's a header with the Qualtrics logo and a phone number +65 6964 3565. Below the header, the title "The Ultimate 360° Assessment Platform" is displayed in large bold letters. A subtext explains that with Qualtrics 360, multi-rater feedback assessments and employee reviews are easier, faster, and more affordable than ever before. To the right, there's a form for users to get a personalized demo. The form includes fields for First Name, Last Name, Company, Job Title, Business Email, Phone Number, Country (Thailand selected), and a checkbox for marketing communications. A "SUBMIT" button is at the bottom. In the center, there's a large image of a tablet displaying a dashboard with various charts and graphs, representing the platform's user interface.

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

ระบบการประเมินแบบ 360 องศาเป็นวิธีที่ให้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้องในทุกระดับภายในองค์กร แต่ละคนสามารถรับข้อเสนอแนะจากหลายแพนกagy ในองค์กร ซึ่งแตกต่างจากระบบการประเมินแบบเดิมที่มาจากการบังคับบัญชา เก่านั้น โดยใช้การรวมข้อมูลเชิงลึกจากเพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้บังคับบัญชา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จากการนอก โดยการสอบถาม สนับสนุน และวิเคราะห์โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้อง ผลลัพธ์ที่ได้จะนำมาแบ่งปันและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพนักงาน เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในองค์กร

อย่างไรก็ตามระบบนี้ควรนำไปปรับใช้อย่างรอบคอบ เพราะอาจมีความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากอคติส่วนบุคคล ที่ทำให้ความเห็นอาจไม่ตรงประเด็นหรือมีข้อเสนอแนะมากเกินไป ฉึกทั้งพนักงานบางคนอาจไม่สามารถรับมือกับคำติชมจากเพื่อนร่วมงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชาได้ จึงควรระมัดระวังและแบ่งใจว่าความคิดเห็นนั้น ๆ ตอบรับตามวัตถุประสงค์และมีความสร้างสรรค์ เพื่อให้องค์กรและทีมงานเข้าใจการมีส่วนร่วมและแนวโน้มการเติบโตได้อย่างเต็มที่และยั่งยืน

6 IDEA MANAGEMENT PLATFORM FOR OPEN INNOVATION

แพลตฟอร์มการจัดการไอเดียสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมนวัตกรรมแบบเปิด

การใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อรวบรวม จัดระเบียบ ประเมิน และค้นหาแนวทางการนำไอเดียไปสู่การปฏิบัติ จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ จากแนวคิดของพนักงาน ลูกค้า พันธมิตรทางธุรกิจ หรือแม้แต่ประชาชนทั่วไป การส่งเสริมนวัตกรรมแบบเปิด หรือ Open Innovation มีประโยชน์ในหลากหลายเชิงมุม ไม่ว่าจะเป็นการได้ไอเดียจากกลุ่มคนที่หลากหลาย ที่สามารถนำไปสู่การแก้ปัญหาที่ไม่เหมือนใครและรวดเร็วขึ้น อีกทั้งการมีส่วนร่วมของลูกค้าอาจส่งผลให้ได้ไอเดียการจัดการกับปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากขึ้น ในส่วนขององค์กรเองยังสามารถตรวจสอบความไม่ปกติที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า เช่นกัน

แนวการทำงานนำไปใช้

กำหนดวัตถุประสงค์และขอบเขต: อธิบายเป้าหมายขององค์กรให้ชัดเจน เช่น เน้นการแก้ไขปัญหาเฉพาะเรื่อง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการ เป็นต้น

เลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม: เช่น IdeaScale Planview IdeaPlace หรือ Spigit ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของแพลตฟอร์มการจัดการไอเดียที่เข้าถึงได้ง่าย โดยมีหลักการเลือกใช้ให้เหมาะสมกับเป้าหมายขององค์กร

การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย: นำเสนอแพลตฟอร์มให้กับกลุ่มเป้าหมายขององค์กร ผ่านการจัดกิจกรรม การประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือสิ่งจูงใจ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม สร้างความเป็นปัญญาและความท้าทาย เพื่อรวมหัวใจที่ต้องการ

ประเมินแนวคิด: กำหนดเกณฑ์สำหรับการประเมิน ตามความเป็นไปได้ ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น ต้นทุน หรือความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร

นำแนวคิดที่เลือกไปใช้: แบ่งคิดที่ได้รับการประเมินแล้ว ควรทดสอบเพื่อพิจารณาว่าแนวคิดเหล่านี้ใช้ได้จริง หรือไม่ก่อนที่จะนำไปปฏิบัติจริง

Feedback Loop: การให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ร่วมให้ข้อมูล แจ้งให้พວກเพาทรานว่าทีมของคุณกำลังพิจารณานำไปใช้ หรือปฏิเสธข้อเสนอแนะของพວกเพา

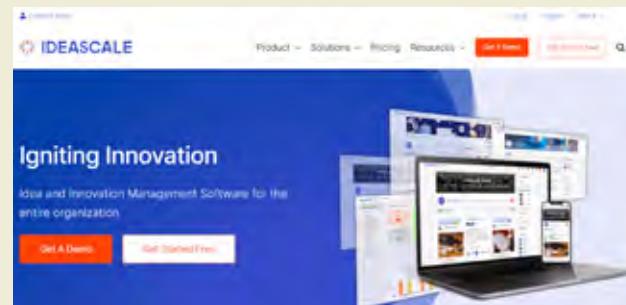
กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ

หนึ่งในตัวอย่างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของนวัตกรรมแบบเปิดคือ LEGO Ideas คุณเซปต์พีนชานของ LEGO Ideas เป็นแพลตฟอร์มที่เปิดโอกาสให้แฟน ๆ สามารถส่งไอเดียของตนเอง สำหรับการออกแบบ LEGO Collection ใหม่ได้ โดยใช้กลไกการโหวตเพื่อเลือกแนวคิดที่น่าสนใจ หากโครงการได้รับคะแนนโหวตเกิน 10,000 คะแนน ก็จะผ่านเข้าสู่ขั้นตอนการประเมินและทดสอบโดยเดียว และหากได้รับการอนุมัติก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตจริง

ตัวอย่างสินค้าของ LEGO ที่ถูกผลิตขึ้นภายใต้กระบวนการนี้ เช่น "The Beatles Yellow Submarine" หรือ "Doctor Who" จะเห็นได้ว่าแนวการทำงานของ LEGO Ideas ไม่เพียงแต่สร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมชุมชนแฟน LEGO เท่านั้น แต่ยังช่วยลดความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยเพราระการสำรวจความนิยม ไว้ล่วงหน้า ที่ทำให้มั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์จะได้รับผลตอบรับที่ดีในตลาด

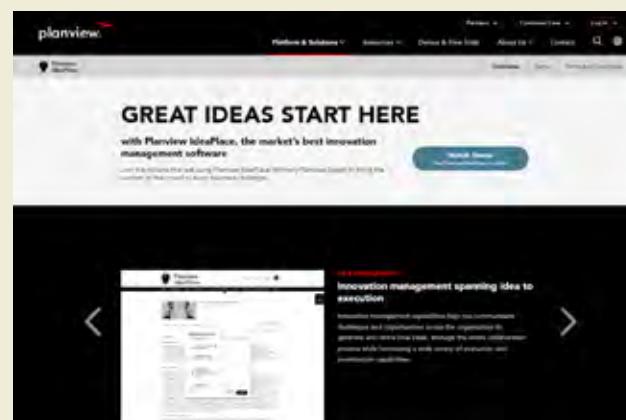


แพลตฟอร์มที่โดดเด่น



IDEASCALE

<https://ideascale.com/>
เป็นที่รู้จักในด้านอินเทอร์เฟซที่ใช้งานง่ายและฟีเจอร์ที่มีประสิทธิภาพ โดยมีเครื่องมือสำหรับการสร้างแนวคิดและการวิเคราะห์ เพื่อประเมินและวัดความสำเร็จของไอเดีย



PLANVIEW IDEAPLACE

<https://www.planview.com/products-solutions/products/ideaplace/>
ได้รับการออกแบบมาเพื่อจัดการกับไอเดียระดับองค์กร โดยนำเสนอฟีเจอร์ต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์เพื่อคาดการณ์ความสำเร็จของไอเดียที่อาจเกิดขึ้น เพื่อช่วยให้องค์กรเข้าถึงข้อมูลรวมของลูกค้า พนักงาน และคู่ค้า เพื่อเร่งสร้างนวัตกรรมด้วยการค้นหาแนวคิดที่ดีที่สุดและตัดสินใจอย่างถูกต้อง



BRIGHTIDEA

<https://www.brightidea.com/>
ซอฟต์แวร์สำหรับการจัดการนวัตกรรมแบบครบวงจร ที่ช่วยให้องค์กรสามารถรวม จัดการ และนำไอเดียจากพนักงาน ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมาใช้งาน เพื่อช่วยสร้างไอเดียใหม่ ปรับปรุงการตัดสินใจ และขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์กร

การวัดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเป็นสิ่งสำคัญ เครื่องมือเหล่านี้ให้ข้อมูลเชิงลึกว่าองค์กรมีความสามารถเชิงสร้างสรรค์มากเพียงใด สิ่งสำคัญคือต้องรับรู้ว่าธุรกิจเด่นนี้เป็นเพียงจุดเริ่มต้นเท่านั้น องค์กรจำเป็นมากใช้เวลาระบุรุษและเครื่องมือเพื่อเติบโตอย่างมาก ซึ่งแต่ละเครื่องมือได้รับการออกแบบและปรับแต่งมาโดยเฉพาะ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและพนักงาน ชุดเครื่องมือสำหรับการประเมินและส่งเสริมความสำเร็จเหล่านี้ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวตามความต้องการด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงการพัฒนาของอุตสาหกรรมและธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

FOSTERING CREATIVE MATURITY IN YOUR ORGANIZATION

การสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



หลายคนอาจเข้าใจว่า เมื่องค์กรได้ผ่านการประเมินและวิเคราะห์ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ด้วยเครื่องมือต่าง ๆ แล้ว ถือเป็นการจบขั้นตอนและสรุปได้ว่าองค์กรของเรามีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสม แท้จริง แล้วการเติบโตขององค์กรสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน อยู่ที่การใช้ข้อมูลเหล่านี้มาทำความเข้าใจ สนับสนุน และเสริมสร้างแนวทางปฏิบัติสำหรับองค์กร ให้เกิดเป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในองค์กรขึ้นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ หรือหากได้รับการประเมินว่าระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรอยู่ในเกณฑ์ต้องพัฒนาต่อ ก็จะต้องวางแผนว่าจะใช้กลยุทธ์หรือวิธีใดในการเสริมสร้างการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้น ในหัวข้อนี้จะกล่าวถึง กลยุทธ์หรือแนวทางที่จะช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

1. ORGANIZATIONAL CULTURE AND LEADERSHIP

วัฒนธรรมองค์กร และความเป็นผู้นำ

วัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบของความเป็นผู้นำ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจให้กับองค์กร หากองค์กรได้ต้องการพัฒนาให้เป็นองค์กรที่มีความสร้างสรรค์ ผู้นำจะต้องส่งเสริมสภาพแวดล้อมให้พร้อม เพื่อให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้กับองค์กร

1.1 ORGANIZATIONAL CULTURE (วัฒนธรรมองค์กร)

วัฒนธรรมองค์กรถือเป็นพื้นฐานในองค์กร ประกอบด้วยค่านิยม พฤติกรรม และวัฒนธรรม เมื่องค์กรให้ความสำคัญ กับความคิดสร้างสรรค์ องค์กรนั้นก็จะกลายเป็นสถานที่ทำงานที่มีการคิดเชิงสร้างสรรค์ ลิ่งสำคัญที่สุดคือการกำหนด วัฒนธรรมให้ชัดเจน เพื่อให้พนักงานทุกคนเข้าใจสิ่งที่เปลี่ยนแปลงและจำเป็นสำหรับวัฒนธรรมองค์กรแบบสร้างสรรค์ เช่น การประเมินอย่างสม่ำเสมอ หรือความยืดหยุ่นในโครงสร้างของการทำงาน

วัฒนธรรมองค์กรที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ จะต้องมีความคิดธิเริ่ม มีความบุ่มบึ้นในการพัฒนาและปรับตัวอยู่เสมอ ซึ่งหมายถึงการลงทุนในโครงการที่มีการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการสร้างสรรค์ การประเมินผล และการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะทำให้พนักงานรู้สึก มีพลังและกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นโดยไม่ต้องกลัวว่าจะถูกตอบโต้ และจะทำให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรในเชิงสร้างสรรค์ ที่ถูกหล่อหลอมจากการนำไปปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ ตัวอย่างน้อยๆ ขององค์กรที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงในการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมองค์กร เช่น

- น้อยบาย "20% Time" ของบริษัท Google โครงการเริ่มต้นที่อุบัติให้พนักงานสามารถจัดสรรเวลาส่วนหนึ่งในการทำโครงการส่วนตัว ซึ่งวิธีการดังกล่าวทำให้เกิดสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ได้ปฏิวัติวงการอย่างเช่น Gmail
- "Plusssing" ของบริษัท Pixar เป็นกลไกเรื่องข้อเสนอแนะ โดยการนำคำวิจารณ์จากลูกค้า มาจับคู่กับข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์ เพื่อช่วยส่งเสริมสภาพแวดล้อมความคิดในเชิงบวก และบุ่มบึ้นการแก้ปัญหาโดยตรง
- Squad Framework ของบริษัท Spotify ที่ส่งเสริมความเป็นอิสระภายในทีมและการทำงานร่วมกันข้ามสายงาน ส่งผลให้เกิดพื้นที่ที่เอื้อสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง



1.2 LEADERSHIP STYLE

(ลักษณะของการเป็นผู้นำ)

ผู้นำมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและปลูกฝังความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ และกระตุ้นความสร้างสรรค์ในทีม การเป็นแบบอย่าง การสื่อสารแบบเปิด การให้อิสระในการตัดสินใจและมีส่วนร่วม การส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันในทีมที่หลากหลายมากขึ้น การสร้างสภาพแวดล้อมของการทำงานให้เกิดความเปิดกว้างใจซึ่งกันและกันในทีม รวมถึงการยอมรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้

ผู้นำจะต้องมากกว่าแค่การสื่อสารถึงความสำคัญของเรื่องความคิดสร้างสรรค์ โดยต้องทำให้ความรู้เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ที่เข้าถึงได้ง่าย อย่างการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงออกแบบอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งส่งเสริมช่องทางการสื่อสารที่เปิดกว้างและโปร่งใสให้เกิดขึ้นในองค์กร ผู้นำต้องมีการเรียนรู้เพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง มองความล้มเหลวเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้ที่มีคุณค่า เพื่อจะช่วยส่งเสริมและสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมในการคิดนออกกรอบได้

ผู้นำที่โดดเด่นหลาย ๆ คน ได้มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่สร้างสรรค์ในองค์กร ของตน เช่น Ed Catmull จากบริษัท Pixar นำเสนองการประชุมแบบ "Braintrust" ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับการประชุมที่ไม่มีลำดับขั้น โดยผู้สร้างภาพยนตร์จะอธิบายงานของตน เช่น พร้อมรับข้อเสนอแนะทั้งหมดจากเพื่อนร่วมงาน และเน้นการแก้ปัญหาร่วมกันเป็นหลัก

1.3 DIVERSITY AND INCLUSION

(ความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก)

การยอมรับความหลากหลายไม่เพียงเป็นการปฏิบัติตามศีลธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่สร้างประโยชน์ทางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ทีมนักที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านประสบการณ์หรือมุมมอง ยังทำให้แหล่งความคิดมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขัน บริษัทชั้นนำระดับโลกอย่าง Unilever เล็งเห็นประโยชน์ที่มาจากการหลากหลายและยึดถือเป็นหลักในการบริหารงาน เมื่อบริษัทเปิดกว้างและยอมรับความหลากหลายและความเท่าเทียม บริษัทนี้ก็จะมีสภาพแวดล้อมที่ทุกคนรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า สร้างแรงบันดาลใจในการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท

ในการปฏิบัติ องค์กรควรมีการกำหนดเป้าหมายเรื่องความหลากหลายที่ชัดเจนระหว่างการสรรหาบุคลากร โดยอาจมีการจัดตัวองค์กรขึ้นเพื่อกำหนดเป้าหมายเช่นเดียวกับทีมงาน รวมถึงการสร้างพื้นที่ที่พนักงานสามารถแสดงความคิดเห็นได้ ซึ่งการไม่แบ่งแยกไม่เพียงความคิดสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้องค์กรที่ให้ความสำคัญเรื่องความหลากหลายอย่างแท้จริง จะช่วยให้พนักงานได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่การมีส่วนร่วมและความก้าวต่อไปขององค์กรที่เพิ่มขึ้น

1.4 REWARD AND CELEBRATE CREATIVITY

(การให้รางวัลและยกย่องเรื่องความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร)

องค์กรต่าง ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรางวัล จดหมายข่าว หรือการแจ้งให้ทราบระหว่างการประชุมทีม ทั้งหมดนี้เป็นส่วนสำคัญในการให้คุณค่ากับทุกความคิดซึ่งอาจเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การประกูลใจดีเดือน หรือการให้รางวัลพิเศษจากผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้เกิดขึ้นได้

ระบบการให้รางวัล นับเป็นเครื่องมือในการปลูกฝังความคิดเชิงสร้างสรรค์ในบริษัทต่าง ๆ เป็นการกระตุ้นให้เกิดความทุ่มเทและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน นอกจากนี้ บริษัทที่ให้รางวัลความคิดสร้างสรรค์อย่างสม่ำเสมอ จะช่วยดึงดูดและรักษาผู้ที่มีความสามารถอาชีวะกับบริษัท อีกทั้งยังช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน และส่งเสริมการทำงานร่วมกันเป็นทีม องค์กรควรพิจารณากระบวนการให้รางวัลที่หลากหลาย และต้องปรับให้เหมาะสมกับแรงบันดาลใจ ความต้องการ และความสามารถเฉพาะบุคคลในด้านความคิดสร้างสรรค์

1.5 LEARNING FROM FAILURE

(การเรียนรู้จากความล้มเหลว)

องค์กรที่ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ ไม่ได้มองความล้มเหลวเป็นความพ่ายแพ้ แต่มองว่าเป็นโอกาสและการเรียนรู้ องค์กรจึงมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่พร้อมรับกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น มีความยืดหยุ่นในการทำงานต่าง ๆ รวมถึงให้อิสระกับพนักงาน เพื่อให้รู้สึกว่าได้รับอำนาจและได้รับความไว้วางใจจากองค์กร ทำให้สามารถก้าวข้ามขีดจำกัดของความคิดในรูปแบบเดิม ๆ ได้

ผู้บริหารควรเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ โดยต้องส่งเสริมให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ชัดเจนในการสื่อสารเพื่อให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการคิดอย่างสร้างสรรค์ มีการจัดฝึกอบรม และรับฟังข้อเสนอแนะอย่างสร้างสรรค์ให้พนักงานได้รับประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้น นำไปสู่การมีส่วนร่วมและความก้าวต่อไปขององค์กรที่เพิ่มขึ้น

5 วิธี

การให้รางวัลที่ช่วยกระตุ้นความสำเร็จของพนักงาน

ที่แสดงความคิดสร้างสรรค์เพื่อการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

1. RECOGNITION AND VISIBILITY

(การรับรู้และการมองเห็น)

การรับรู้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ สำหรับพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ การได้รับการยอมรับ การรับรู้ต่อสาธารณะ และการได้รับคำชื่นชมสามารถเป็นแรงจูงใจที่สำคัญได้ เช่น การมอบรางวัลในการประชุมทีม การนำเสนอผลงานของพนักงานบนแพลตฟอร์มของบริษัทหรือโซเชียลมีเดีย หรือการพูดถึงในจดหมายข่าวของบริษัท ซึ่งเป็นการเพิ่มขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน

2. PROFESSIONAL GROWTH AND LEARNING

(การเรียนรู้และเติบโตอย่างมืออาชีพ)

การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ โดยการนำเสนอโอกาสในการพัฒนาตัวเอง เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการหรือการสัมมนา องค์กรจัดควรพัฒนาวิชาชีพของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ โดยการประชุมและจัดกิจกรรมไม่เพียงให้ความรู้ แต่ยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้สร้างเครือข่ายกับองค์กร และผู้นำในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อีกด้วย ยังเป็นการสร้างโอกาสในการทำงานร่วมกับกลุ่มคนที่มีมุมมองที่หลากหลาย ส่งเสริมนวัตกรรมและการทำงานเป็นทีมให้เกิดขึ้น หรือการให้สิทธิในการซื้อบ้านส่วนตัว ที่สามารถเป็นแหล่งข้อมูลให้พนักงานติดตามแนวโน้มในอุตสาหกรรมและสร้างแรงบันดาลใจได้

3. WORK FLEXIBILITY AND AUTONOMY

(การให้อิสระและความยืดหยุ่นในการทำงาน)

ความคิดสร้างสรรค์มักไม่ได้ผูกพันกับเวลาทำงาน 9 โมงเช้าถึง 5 โมงเย็นเสมอไป องค์กรสามารถนำเสนองาน "วันเดพาร์คิจ" ให้กับผู้สร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ เพื่อแสดงถึงการยอมรับและความเคารพต่อการเติบโตและนวัตกรรมของบุคคล การมีอิสระและความยืดหยุ่นในการทำงานช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้ประสิทธิผล มีคุณภาพ และเกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด เป็นจากไปเมืองกอดดันในการทำงานหรือข้อจำกัดเรื่องเวลา เป็นตัวบังคับ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความสดชื่น ช่วยเติมพลังในการทำงาน รวมถึงไม่ต้องกดดันจากการประจำวันด้วย หรือสำหรับบุคคลที่ทำงานในองค์กรมาเป็นเวลานาน อาจพิจารณาให้พนักงานเป็นเวลานา (Sabbatical Leave) เพื่อพักผ่อนและช่วยฟื้นฟู เติบเต็มพลังงาน หรือตามหาความหลงใหลของตนเองที่อาจหายไประหว่างการทำงาน

4. TANGIBLE REWARDS AND INCENTIVES

(สิ่งจูงใจและรางวัลที่สามารถจับต้องได้)

ในทุนเดียวที่รางวัลที่นำไปตัวตนเป็นสิ่งที่สำคัญ แต่รางวัลที่จับต้องได้จะช่วยสร้างความพึงพอใจ เป็นสิ่งจูงใจให้พนักงานร่วมมือได้ในกันที่ และทำให้ผลงานของพนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเงินโบนัสหรือสิ่งจูงใจทางด้านการเงินต่าง ๆ ซึ่งต้องปรับให้เหมาะสมกับความสนใจเฉพาะบุคคล ก้าวหน้าด้วยการให้พนักงานเห็นคุณค่าของตนเอง ส่งผลให้เกิดผลงานที่โดดเด่น หรือการมีส่วนร่วมในเป้าหมายสำคัญขององค์กร

5. EXPERIENTIAL REWARDS

(รางวัลทางประสบการณ์)

แรงบันดาลใจอาจมาจากหลากหลายแหล่งที่มา ละบางครั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ก็สามารถจุดประกายความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจได้รับจากการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้ เช่น หอศิลป์ พิพิธภัณฑ์ หรือแม้แต่สถานที่พักผ่อนตามธรรมชาติ ก็สามารถทำให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ และมีส่วนช่วยให้พนักงานคิดนอกกรอบมากขึ้น



2. ENVIRONMENT AND INFRASTRUCTURE

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม

2.1 CONDUCIVE ENVIRONMENT (สภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย)

สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ถูกออกแบบมาอย่างดี มีบวกมากสำหรับการทำงานร่วมกันระหว่างพนักงาน โดยเรื่องพื้นที่ไม่ได้เป็นเพียงความสวยงาม แต่ยังรวมถึงการจัดวาง ฟังก์ชัน การใช้งาน บรรยากาศ การสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ที่ต้องเปิดโล่ง เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่าง พนักงานอย่างเป็นธรรมชาติ รวมถึงเรื่องแพนผังสำนักงาน ประเภทของเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้งาน ทุกองค์ประกอบล้วนเน้น ออกแบบที่คำนึงถึงความคิดและผลงานสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กร

และเพื่อเป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในองค์กร ต้องเริ่มต้นจากการสร้างพื้นที่ทำงานร่วมกันที่เอื้อต่อการพูดคุยกันได้อย่างเปิดเผย และคำนึงถึงความสะดวกสบายตามหลักสิริศาสตร์ และต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น แสงธรรมชาติ งานศิลปะ และการออกแบบต่าง ๆ ที่สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งผู้บริหารควรให้ความสำคัญเรื่องความยืดหยุ่นของกิจกรรม ให้สามารถปรับเปลี่ยนพื้นที่ได้ตามลักษณะงานที่กำลังเปลี่ยนไป ทำให้หลากหลาย การจัดการระดับของเสียง รวมถึงสีที่สำคัญคือ สามารถเข้าถึงได้ง่ายสำหรับทุกคน

บริษัทที่มีชื่อเสียงมีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการออกแบบสำนักงาน โดยให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ เช่น "Apple Park" ของบริษัท Apple และสำนักงานใหญ่ของบริษัท Pixar ซึ่งบริษัทเหล่านี้ได้ลงทุนในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมการพบร่องกับโดยบังเอิญ และอำนวยความสะดวกในการทำงาน ด้วยการจัดหาโต๊ะที่มีล้อ จึงช่วยให้กิจกรรมทางธุรกิจดำเนินไปได้ราบรื่น บริษัทคือ Valve บริษัทพัฒนาเกมที่ได้เพิ่มความยืดหยุ่นในการทำงาน ด้วยการจัดหาโต๊ะที่มีล้อ จึงช่วยให้กิจกรรมทางธุรกิจดำเนินไปได้ราบรื่น

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการวางแผนทางธุรกิจเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร การส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถปลูกฝังให้พนักงานใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไม่มีขีดจำกัด อีกทั้งการศึกษาดึงผลกรอบของนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงกระบวนการและสร้างช่องทางใหม่ ๆ ในการเติบโตขององค์กร ที่เป็นสิ่งสำคัญ องค์ประกอบเหล่านี้มีความจำเป็นเพื่อเป้าหมายขององค์กรที่ต้องการความก้าวหน้าที่ยั่งยืน ในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2.2 TECHNOLOGICAL INNOVATION (นวัตกรรมทางเทคโนโลยี)

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

การผสมผสานเครื่องมือและกลยุทธ์ทางเทคโนโลยีเหล่านี้เข้าด้วยกัน จะช่วยให้องค์กรนั้น ๆ สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างสรรค์และสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น บริษัท Adobe ที่ก่อเป็นผู้นำในการใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ มีนโยบายเพิ่มประสิทธิภาพให้กับกิจกรรมทางธุรกิจ ผ่านชุดซอฟต์แวร์ที่เรียกว่า Photoshop ได้ง่าย เช่น การใช้ AI ช่วยจัดการงานในรูปแบบเดิม ๆ เพื่อเพิ่มอัตราการดำเนินงานได้รับมือกับความท้าทาย เช่นสร้างสรรค์มากขึ้น

12 CHECKLISTS FOR THE PERFECT WORKSPACE

เช็คลิสต์ 12 ปัจจัย องค์กรของคุณมีพื้นที่ที่ส่งเสริมสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างสร้างสรรค์หรือไม่

- | | |
|--|--|
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 1 เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์
พนักงานในองค์กรสร้างสรรค์ควรได้ใช้เฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ เช่น โต๊ะ และเก้าอี้ เนื่องจากช่วยลดอาการปวดเมื่อยของร่างกาย ทำให้มีสมาธิในการทำงานมากขึ้น รวมถึงพื้นที่ทำงานที่ได้รับแสงสว่างตามธรรมชาติ ก็มีบทบาทสำคัญในด้านอารมณ์และประสิทธิภาพการทำงาน</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 7 เปิดโอกาสให้พนักงานแสดงความเป็นตัวเอง
องค์กรสร้างสรรค์จะต้องมีการเปิดว่างและเข้าใจสไตล์การทำงานของแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกัน การเปิดโอกาสให้พนักงานสามารถปรับแต่งพื้นที่ทำงานของตนเอง จะทำให้รู้สึกถึงความเป็นส่วนตัวและส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจ</p> |
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 2 พื้นที่แบบไดนามิกและยืดหยุ่น
พื้นที่ที่ทำงานสมัยใหม่ควรส่งเสริมทั้งการทำงานร่วมกันและการนั่งทำงานแบบส่วนตัว โดยพื้นที่แบบเปิดโล่ง จะช่วยเอื้อต่อการทำงานเป็นทีมและการระดมความคิด ในขณะที่พื้นที่ส่วนตัวแบบกันเสียง จะมีประโยชน์ต่อการทำงานที่ต้องการสมาธิสูง นอกจากนี้ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดวางเฟอร์นิเจอร์ จะสร้างความไม่จำเจ และตอบสนองความต้องการของพนักงานแต่ละฝ่ายได้อีกด้วย</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 8 ห้องครัวและพื้นที่รับประทานอาหาร
โภชนาการเป็นกุญแจสำคัญในการรักษาและดับพลังงาน ห้องครัวที่จัดเตรียมไว้อย่างดีพร้อมของว่างเพื่อสุขภาพ รวมถึงจุดบริการกาแฟและชา สามารถใช้เป็นมุมพักผ่อนและเป็นจุดนัดพบที่ให้บรรยายกาศสบาย ๆ</p> |
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 3 การใช้ประโยชน์จากการธรรมชาติ
การจัดวางพื้นที่ในที่ร่มด้วยธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นต้นไม้ ดอกไม้ หรือน้ำ จะช่วยยกระดับคุณภาพอากาศและส่งเสริมบรรยากาศที่เยี่ยงสงบ ส่วนพื้นที่กลางแจ้ง เช่น ระเบียงหรือสวนสามารถใช้เป็นจุดพักผ่อนหรือที่ประชุมได้</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 9 บริการด้านสุขภาพ
 เพราะสุขภาพมีความสำคัญพอ ๆ กับสุขภาพกาย พื้นที่สำหรับการหยุดพักหรือกำسາหรือนั่งๆ จะช่วยผ่อนคลายความเครียดได้ รวมทั้งบริการด้านสุขภาพกายในองค์กร เช่น การให้คำปรึกษาหรือการนวดบำบัด จะช่วยมอบความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พนักงานได้</p> |
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 4 พื้นที่สำนักงาน
 การทำงานพียงอย่างเดียวโดยที่ไม่มีการพักผ่อนหรือการเล่นเกม อาจส่งผลเสียมากกว่าผลดี ดังนั้น องค์กรสร้างสรรค์ควรมีพื้นที่สำนักงานที่ออกแบบมาเพื่อรองรับการทำงานที่หลากหลาย หรือพักสมอง รวมทั้งห้องเล่นเกม ที่นอกจากจะช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ยังช่วยสร้างความผูกพันในทีมได้เช่นกัน</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 10 พื้นที่ที่ตอบสนองความหลากหลายและการไม่แบ่งแยก
 พนักงานทุกคนต้องมีสิทธิในการเข้าถึงพื้นที่ในองค์กรได้อย่างเท่าเทียมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการที่หลากหลายทางวัฒนธรรม เพศ และอายุ</p> |
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 5 สื่อสารด้วยความสะดวกทางเทคโนโลยี
 เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจในปัจจุบัน องค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมี Wi-Fi ความเร็วสูงครอบคลุมทุกพื้นที่ รวมถึงเครื่องมืออัจฉริยะสำหรับการระดมความคิด ประชุมออนไลน์ หรือการนำเสนอผลงาน เพื่อให้สามารถดำเนินงานและทำงานร่วมกันได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 11 มุมแบ่งปันข้อเสนอแนะและนวัตกรรม
 องค์กรสร้างสรรค์ควรมีพื้นที่ให้พนักงานสามารถแบ่งปันแนวคิด ข้อเสนอแนะ หรือแสดงตัวแบบได้อย่างอิสระ เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการปรับปรุงอย่างต่อไป</p> |
| <p><input checked="" type="checkbox"/> 6 ศูนย์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาทักษะ
 องค์กรสร้างสรรค์ควรจัดพื้นที่สำหรับพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เช่น ห้องสมุดหรือบุนเดินหนังสือที่มีกริพยากรหลากหลาย ห้องฝึกอบรม หรือการจัดบรรยาย เวิร์กช็อป สัมมนา ฯลฯ</p> | <p><input checked="" type="checkbox"/> 12 มาตรการรักษาความปลอดภัย
 การปกป้องพนักงานจากความเสี่ยงต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นการเข้าออกขององค์กรจะต้องมีความปลอดภัย รวมถึงมีตู้เก็บของสำหรับทรัพย์สินส่วนตัว</p> |



3. TEAM DYNAMICS AND COLLABORATION

ความร่วมมือและพลวัตของทีม

3.1 ENCOURAGE TEAMWORK

(การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม)

การส่งเสริมวัฒนธรรมของการทำงานร่วมกันในองค์กร จะทำให้การพัฒนานวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทีมที่ทำงานร่วมกันแบบข้ามสายงาน ที่จะทำให้เกิดรากฐานของการพัฒนาและนวัตกรรมจากทักษะที่หลากหลาย ทำให้สร้างความแตกต่าง สามารถแก้ปัญหาด้วยมุมมอง ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย

นอกจากนี้องค์กรยังควรให้ความสำคัญและลงทุนกับการฝึกอบรมและการเรียนรู้การทำงานเป็นทีม เพื่อสร้างความสามารถในการสื่อสารและร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การระดมความคิดและการใช้เครื่องมือในการทำงานร่วมกัน

3.2 EXTERNAL ENGAGEMENTS

(การมีส่วนร่วมกับภายนอก)

องค์กรสร้างสรรค์ควรแสวงหาและสร้างโอกาสในการสร้างเครือข่ายหรือการร่วมมือกับพันธมิตรภายนอก สถาบันการศึกษา หรือแม้กระทั่งสถาการณ์อื่น ๆ เช่น การประชุมเชิงปฏิบัติการ สัมมนา และกิจกรรมเสริมสร้างและพัฒนาในอุตสาหกรรม ซึ่งจะเป็นการเปิดโอกาสให้เข้าถึงแนวคิดและข้อมูลใหม่ ที่จะช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในองค์กร

ทีมที่มีพลัง ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการทำงานร่วมกัน จะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ ความสามารถในการร่วมมือและสนับสนุนกันในทีมจะทำให้องค์กรสร้างนวัตกรรมที่ยอดเยี่ยมได้

3.3 OPEN INNOVATION

(นวัตกรรมแบบเปิด)

นวัตกรรมแบบเปิดคือการใช้แหล่งข้อมูลจากองค์กรภายนอก ไม่ว่าจะเป็นพันธมิตร สถาบันการศึกษา นักวิชาการ และบุคคลที่ไม่ใช่พนักงาน เพื่อเข้าถึงแนวคิดและแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ วิธีการนี้เป็นการยอมรับว่าไม่มีองค์กรใดที่จะสามารถคิดค้นนวัตกรรมที่ยอดเยี่ยมได้เพียงผู้เดียว เช่น โปรแกรม "Connect + Develop" ของบริษัท Procter & Gamble ถือเป็นต้นแบบเรื่องนวัตกรรมแบบเปิด P&G ใช้การค้นหา นวัตกรรมจากภายนอกอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประสบความสำเร็จในการเปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่ส่งเสริมและเพิ่มความสามารถในการวิจัยและพัฒนาอย่างมากใน จนนำไปสู่ผลิตภัณฑ์และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอยู่เสมอ

4. LEARNING AND DEVELOPMENT

โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม

4.1 TRAINING PROGRAMS

(โปรแกรมการฝึกอบรม)

ในยุคที่อุตสาหกรรมพัฒนาอย่างรวดเร็ว การจัดโปรแกรมการฝึกอบรมก็เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับองค์กรที่ต้องการสร้างทักษะ ความรู้ และทักษะด้านสร้างสรรค์ให้กับพนักงาน โดยโปรแกรมดังกล่าวสามารถช่วยให้พนักงานปรับตัวให้กับสมัย มีความสามารถสร้างสรรค์ และยึดหยุ่น เพื่อกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และเพิ่มทักษะการแก้ปัญหาภายในทีม เช่น บริษัทของเล่นชื่อดังระดับโลกอย่าง LEGO ได้แสดงผลลัพธ์ของการฝึกอบรมที่สร้างสรรค์ผ่าน "LEGO Serious Play" การฝึกอบรมนี้ใช้เครื่องมือเกมและโครงสร้างที่ไม่เหมือนใครนี้ของ LEGO ไม่เพียงเสริมสร้างทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ แต่ยังส่งเสริมทักษะการวางแผนและการแก้ปัญหาอีกด้วย

4.2 FEEDBACK LOOP

(การใช้งานรีบอนกลับ)

Feedback Loop เป็นกระบวนการที่องค์กรหรือระบบใด ๆ รับข้อมูลติดตามและใช้ข้อมูลนั้นเพื่อปรับปรุงหรือแก้ไขรายละเอียดให้ดีขึ้น ในบริบทของการบริหารจัดการ คำติชมเป็นมากกว่าคำวิจารณ์หรือการชมเชย แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สามารถกำหนดรูปแบบการพัฒนาการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อใช้ประโยชน์จากคำติชมให้ได้มากที่สุด

การใช้ Feedback Loop จะช่วยส่งเสริมวัฒนธรรมของการเรียนรู้ที่เน้นองค์กร คำติชมเป็นโอกาสสำหรับการเติบโตมากกว่าการวิจารณ์ โดยการใช้เครื่องมือเพื่อรับฟังคำติชมโดยไม่เปิดเผยตัวตน จะช่วยให้พนักงานสามารถสื่อสารและแสดงความคิดเห็นต่อกระบวนการทำงานได้อย่างแท้จริงและปราศจากการกลัว เช่น "Microsoft Pulse" เครื่องมือที่ช่วยรวมคำติชมจากพนักงานในองค์กรผ่านแบบสำรวจและแอปพลิเคชัน เพื่อวัดความรู้สึก ความคิดเห็น หรือปัญหาที่พนักงานกำลังเผชิญ การรับคำติชมในลักษณะนี้ จะช่วยให้องค์กรทราบถึงปัญหาและความต้องการที่เกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถใช้ข้อมูลนั้นมาตัดสินใจ ปรับปรุง และพัฒนาการทำงานต่อไปได้ก้าวใหญ่ในระยะสั้นและระยะยาว อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมที่ให้พนักงานรู้สึกว่าเสียงและความคิดเห็นถูกรับฟัง และยังได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนองค์กร

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

4.3 MINDFULNESS AND WELL-BEING

(การพัฒนาสติและสุภาพจิต)

ในยุคปัจจุบันที่ความเร็วในการทำงานและความกดดันเพิ่มขึ้น การมีสติและสุภาพจิตใจที่ดีเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ส่งเสริมให้การทำงานมีผลลัพธ์ที่ดีขึ้น องค์กรซึ่งนำได้รับรู้ว่าพนักงานที่มีสุภาพจิตที่ดีไม่เพียงแค่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการทำงาน แต่ยังสามารถพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้ดียิ่งขึ้น เพราะจิตใจที่สงบและสามารถที่จะจดจำได้ดีจะมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมสุภาพจิตภายในองค์กรสามารถดำเนินการได้ในหลายรูปแบบ เช่น การจัดอบรมในเรื่องการปฏิบัติธรรมและการทำสมาธิ การสนับสนุนให้พนักงานหยุดพักและทำสมาธิระหว่างวัน หรือการเตรียมสถานที่พิเศษเพื่อการฝึกสติและการฟ้อนคลาย เช่น บริษัท Intel ที่เน้นความสำคัญกับความสุขของพนักงานผ่านโปรแกรมฝึกสมาธิ การลงทุนแบบนี้ของ Intel ไม่เพียงแค่เสริมสร้างสุภาพจิตให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังสร้างแรงจูงใจให้พนักงานสำหรับความสร้างสรรค์และนวัตกรรมในระยะยาว แนวคิดนี้คือการยืนยันความเชื่อมโยงระหว่างการฟ้อนคลาย การมีสติและการเกิดของความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

4.4 KNOWLEDGE SHARING

(การแบ่งปันความรู้)

การแบ่งปันความรู้เป็นกลยุทธ์สำคัญในองค์กรยุคใหม่ โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ของพนักงาน ส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนความชำนาญ ทักษะ และวิสัยทัศน์ระหว่างพนักงานด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการใช้แพลตฟอร์มหรือเครื่องมือที่ช่วยในการจัดเก็บและแบ่งปันความรู้อย่างง่ายดาย การส่งเสริมความร่วมมือข้ามฝ่าย ซึ่งกีழงนสามารถใช้ประโยชน์จากความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย หรือการจัดเวิร์กช็อปหรือสัมมนาก่อนอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้พนักงานได้นำเสนอผลงาน ความรู้ หรือวิธีแก้ปัญหารูปแบบใหม่ เพื่อกำให้ความรู้ให้กับคนอื่นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มั่นใจได้ว่าวัตกรรมและวิธีการทำงานที่ดีที่สุดจะได้รับการแบ่งปันและส่งต่อไปทั่วทั้งองค์กร เพื่อส่งเสริมการเติบโตและพัฒนาอย่างเป็นระบบ

เช่น บริษัท Tesla ได้แบ่งปันความรู้ในทุกฝ่ายงาน และมองว่าการได้รับข้อมูลใหม่ ๆ ที่ผ่านการสื่อสารอย่างรวดเร็ว จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในฝ่ายงานอื่น ๆ ได้ Tesla จึงรักษาสภาพแวดล้อมที่ลื่นไหลและเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งความรู้ที่ได้รับนั้นจะถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ให้เกิดนวัตกรรมและความก้าวหน้าในวงกว้างต่อไป

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 เพื่อบรรลุเป้าหมายใหม่ ปรับกลยุทธ์ หรือแก้ไขคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์

5. RE-PRESENTATION AND VALIDATION

นำเสนอโครงการที่ปรับปรุงแล้วให้กับกลุ่มเดิมที่ร่วมกันหรือกลุ่มใหม่ เพื่อให้แน่ใจว่าการเปลี่ยนแปลงนี้สอดคล้องกับความคิดเห็นที่ให้ไว้และไม่มีปัญหาใหม่เกิดขึ้น

6. COMPARISON TO OBJECTIVES

ตรวจสอบว่าไอเดียหรือผลลัพธ์ที่ปรับปรุงแล้ว ยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายเริ่มแรกขององค์กรหรือโครงการหรือไม่

7. IMPLEMENTATION

หากไอเดียหรือโครงการได้รับการอนุมัติแล้ว จะเริ่มนำโครงการนี้ไปปฏิบัติ

8. POST-IMPLEMENTATION REVIEW

หลังจากที่นำไอเดียหรือโครงการไปปฏิบัติจริงแล้ว รวบรวมข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และความคิดเห็นของผู้ใช้และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

9. LOOP BACK FOR CONTINUOUS IMPROVEMENT

นำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงโครงการในอนาคต เพื่อกำให้เกิดการเรียนรู้และปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่อง

PROMOTING CREATIVE MATURITY THROUGH PROGRAMS AND TOOLS

การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร
ผ่านเครื่องมือและโปรแกรมต่าง ๆ

เมื่องค์กรกำลังพยายามใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมของการเรียนรู้และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละคนนั้นไม่ใช่ลักษณะที่มีอยู่ตั้งแต่เกิด แต่เป็นกักษะที่สามารถปลูกฝังได้ผ่านกลยุทธ์ การฝึกอบรม และการใช้เครื่องมือต่าง ๆ เพื่อเพิ่มกักษะ ลดปล่อยศักยภาพทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุงงาน และพัฒนาให้ดียิ่งๆ ไป ทั้งนี้ ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการทำงาน การเพิ่มประสิทธิภาพ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยใช้การฝึกอบรมและเครื่องมือต่าง ๆ สามารถแบ่งได้ 5 ประเภท ดังนี้



1. BRAINSTORMING AND IDEA VISUALIZATION

(เครื่องมือสำหรับการระดมสมองและการสร้างภาพความคิด)

เครื่องมือสำหรับการระดมสมอง นำเสนอแพลตฟอร์มที่เป็นเวทกรรมใหม่สำหรับการสร้างภาพความคิดให้กับทีม โดยจะช่วยส่งเสริมการประชุมให้คนในทีมสามารถสื่อสารและสร้างแนวคิดร่วมกันได้ง่ายขึ้น ด้วยการจัดระเบียบและปรับแต่งความคิดในลักษณะโครงสร้างและภาพ การใช้แพลตฟอร์มในการทำงานร่วมกัน ซึ่งจะช่วยสร้างกระบวนการสร้างสรรค์ที่สามารถขยายแนวคิด เชื่อมต่อ หรือจัดเรียงใหม่ได้อย่างง่ายดาย ทำให้มีข้อมูลเชิงลึกและวิธีการแก้ปัญหาที่สร้างสรรค์ โดยไม่เน้นข้ามข้อมูลที่มีศักยภาพในด้านอื่น ๆ

7

ตัวอย่าง เครื่องมือ

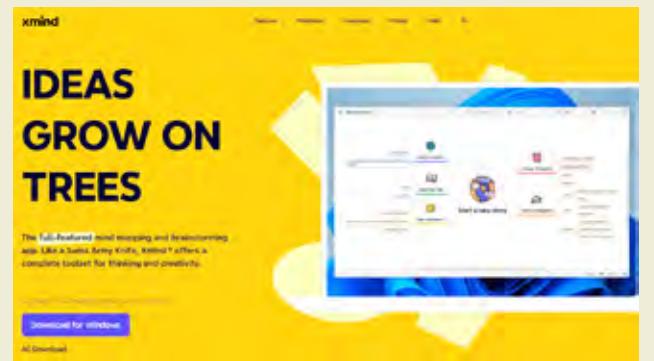
สำหรับการระดมสมอง
และการสร้างภาพความคิด



1. MINDMEISTER

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

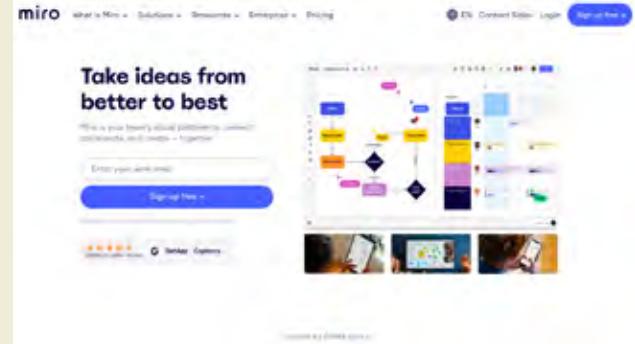
แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสร้างแผนที่ความคิด (Mind Mapping) ที่ให้ผู้ใช้สามารถสร้าง แชร์ และอัปเดตแผนที่ความคิดของตนเองกับผู้ใช้รายอื่น ๆ บนอินเทอร์เน็ตได้แบบเรียลไทม์ MindMeister ช่วยให้ผู้ใช้สามารถสร้างแนวคิด วางแผนโครงการ สรุปบันทึก การประชุม หรือจัดระเบียบความคิดได้อย่างง่ายดาย และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสามารถทำงานร่วมกันระหว่างกัน ทำให้การทำงานเป็นทีมมีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์มากขึ้น



3. XMIND

<https://xmind.app/>

โปรแกรมสำหรับสร้างแผนที่ความคิด ซึ่งใช้ในการจัดเรียงและแสดงผลข้อมูลในรูปแบบของแผนภูมิเชื่อมโยง โปรแกรมนี้ช่วยให้ผู้ใช้สามารถจัดระเบียบและปรับปรุงวิธีคิด ทั้งยังสามารถนำเสนอบริบทข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่าย และสามารถปรับเปลี่ยนได้ หน้า: สำหรับผู้ที่ต้องการทำงานหรือนำเสนอโดยเดียร่วมกันภายในทีม



2. MIRO

<https://miro.com/>

Miro เป็นเครื่องมือที่รองรับการทำงานออนไลน์ที่ออกแบบสำหรับการทำงานร่วมกันแบบเรียลไทม์ ผู้ใช้สามารถสื่อสาร บันทึก และร่างไอเดียบนบอร์ดดิจิทัลขนาดใหญ่ ที่มีฟีเจอร์หลากหลาย เช่น สติกเกอร์ แผนที่ความคิด หรือชาร์ตต่าง ๆ Miro ช่วยเสริมสร้างการทำงานร่วมกัน ระดับความคิด และวางแผนโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ



4. COGGLE

<https://coggle.it/>

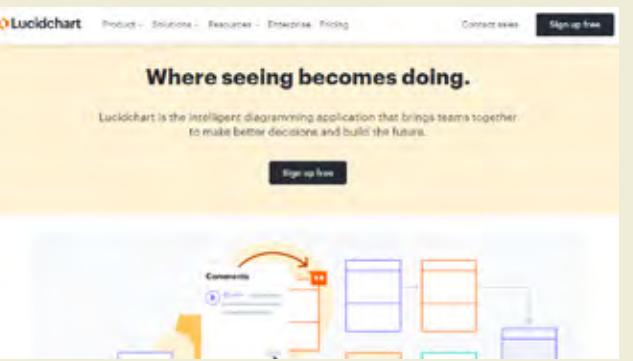
เครื่องมือสำหรับการสร้างแผนความคิดแบบออนไลน์ ที่ช่วยให้ผู้ใช้สร้าง แก้ไข และแบ่งปันข้อมูลได้ง่าย ๆ ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลต่าง ๆ และใส่รูปภาพ ลิงก์ ข้อความ และนำเสนอด้วยแนวคิดของ Coggle คือการทำให้กระบวนการคิดร่วมกันและการทำงานเป็นทีมเป็นเรื่องง่าย



6. MURAL

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

เครื่องมือเพื่อการทำงานร่วมกันแบบดิจิทัล ที่ช่วยให้ทีมงานสร้าง สื่อสาร และทำงานร่วมกันในรูปแบบกระดาษไว้ต่อรอง ด้วยความสามารถสร้างสรรค์ กะเกอร์ วางแผน ความคิด วางแผน ภาพ ฯลฯ ประสิทธิภาพ ใช้เครื่องมืออื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการวางแผน การสร้างแนวคิด และการคิดซึ่งสร้างสรรค์ หน้าที่สำคัญของ MURAL คือ การสนับสนุนการทำงานร่วมกันแบบไร้ขอบเขต ทำให้ทีมงานที่อยู่ห่างไกลกันสามารถทำงานร่วมกันได้เสมือนนั่งอยู่ด้วยกันในห้องเดียว



5. LUCIDCHART

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

แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการสร้างแผนภาพ แผนที่ความคิด และแผนผังอย่างมีอาชีพ ผู้ใช้สามารถสร้างและแก้ไขแผนภาพได้อย่างรวดเร็ว และง่ายดาย มีการเชื่อมต่อไปยังเครื่องมือที่หลากหลาย และสามารถทำงานร่วมกับทีมแบบเรียลไทม์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Lucidchart ยังมีความยืดหยุ่นในการปรับแต่งและรองรับการสร้างแผนภาพประเภทต่าง ๆ เช่น Flowchart แผนผังองค์กร และอื่นๆ อีกมากมาย



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

7. วิธีการคิดแบบ SIX THINKING HATS

Six Thinking Hats พัฒนาขึ้นโดย Dr. Edward de Bono และได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับการตัดสินใจและการสร้างแนวคิด โดยหนวกแต่ละสีจะแทนคิดแบบต่าง ๆ ในการประชุม หรือการสนับสนุน โดยให้ผู้เข้าร่วมแบ่งเป็นกลุ่มตามสี แต่ละกลุ่มจะมีหน้าที่คิดอย่างต่อเนื่อง ไม่สามารถรบกันได้ ทำให้ผู้เข้าร่วมสามารถเปลี่ยนแปลงแนวคิดได้อย่างรวดเร็ว และพิจารณาปัญหาหรือกรณีนั้น ๆ จากมุมมองที่หลากหลาย ทำให้ได้ผลลัพธ์ที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. DESIGN, COLLABORATION, AND MANAGEMENT TOOLS

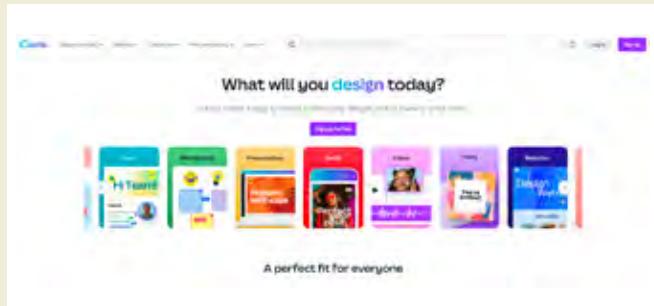
(เครื่องมือสำหรับการออกแบบ การทำงานร่วมกัน และการจัดการ)

เครื่องมือในการออกแบบและการทำงานร่วมกัน จำเป็นสำหรับการทำงานในยุคสมัยใหม่ การฝึกฝนให้เกิดการทำงานแบบแพลตฟอร์มเหล่านี้ จะช่วยให้พนักงานสามารถคิดหาไอเดียที่แปลงใหม่ได้เร็วขึ้น ลดระยะเวลาทั่วไปลง และเสริมสร้างการทำงานเป็นทีมที่มีความสอดคล้องและราบรื่นมากขึ้น

11

ตัวอย่าง เครื่องมือ

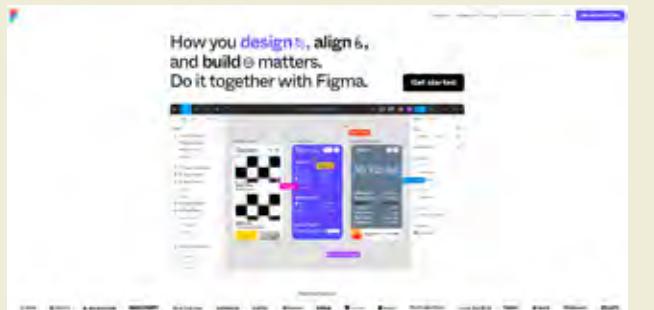
สำหรับการออกแบบ
การทำงานร่วมกัน
และการจัดการ



2. CANVA

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

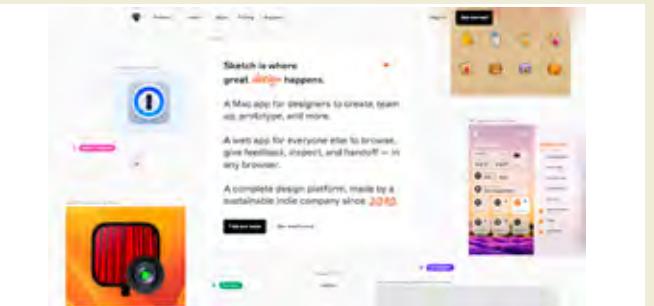
แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับออกแบบกราฟิกที่ให้ผู้ใช้สามารถสร้างและแชร์งานออกแบบได้อย่างง่ายดาย แพลตฟอร์มนี้มีเครื่องมือสำหรับงานกราฟิกทุกประเภท ตั้งแต่โปสเตอร์ ปกหนังสือ การ์ด และการออกแบบสื่อสังคมออนไลน์ ด้วยเกมเพลย์ที่พร้อมใช้งานและเครื่องมือออกแบบที่ใช้ง่าย ทำให้คุณที่ไม่มีประสบการณ์ด้านออกแบบกราฟิกสามารถสร้างงานออกแบบที่มีคุณภาพได้ และยังมีคุณสมบัติที่ช่วยให้คุณทำงานร่วมกับคนอื่นโดยไม่ต้องรู้ภาษาโปรแกรม



1. FIGMA

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

เครื่องมือออนไลน์สำหรับการออกแบบแบบร่วมกันแบบเรียลไทม์ เช่น การออกแบบเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน แพลตฟอร์มนี้ได้รับความนิยมในวงการออกแบบเนื่องจากมีความยืดหยุ่นและสามารถทำงานร่วมกันได้ง่าย ทำให้กระบวนการเป็นกีมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วขึ้น



4. SKETCH

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

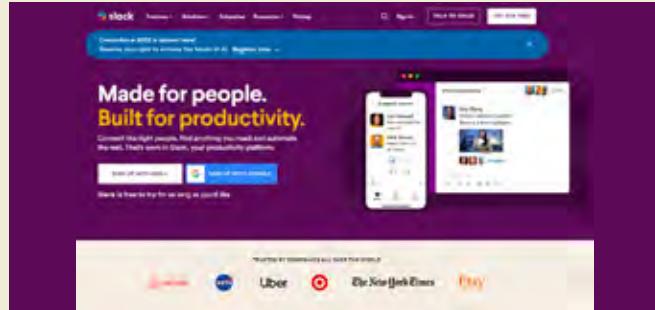
แพลตฟอร์มเครื่องมือที่เน้นการออกแบบอินเตอร์เฟซผู้ใช้ (UI) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) ได้รับความนิยมมากในการออกแบบมือถือ (Mockups) วัสดุโครงสร้าง (Wireframes) และสร้างอินเทอร์แอคชันสำหรับแอปพลิเคชัน



3. ADOBE CREATIVE CLOUD

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

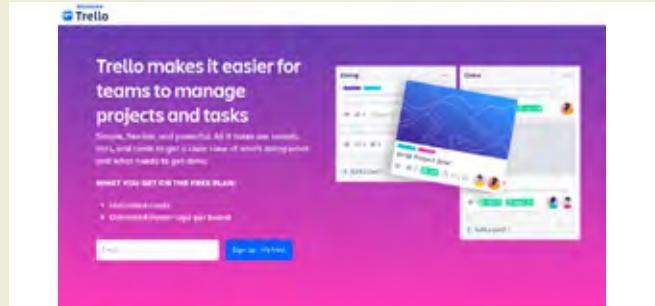
บริการแพลตฟอร์มจาก Adobe ที่ให้ผู้ใช้เข้าถึงชุดของแอปพลิเคชันสำหรับการออกแบบกราฟิก การแก้ไขภาพ การสร้างวิดีโอ การออกแบบเว็บไซต์ และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีคุณสมบัติที่ช่วยในการจัดการและจัดเก็บไฟล์ผ่านระบบคลาวด์ของ Adobe ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงและแบ่งปันงานได้จากทุกที่ และทุกเครื่องมือ ชุดโปรแกรมนี้เป็นเครื่องมือที่ถูกใช้ในอุตสาหกรรมมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Adobe Photoshop Illustrator Premiere Pro After Effects Lightroom และอื่น ๆ อีกมากมาย



5. SLACK

<https://slack.com/>

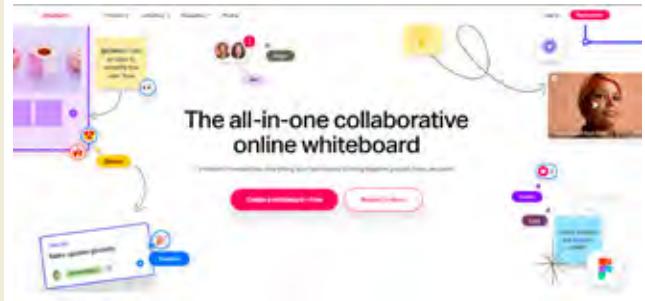
แพลตฟอร์มสื่อสารที่ช่วยให้สามารถสื่อสารและทำงานร่วมกันในทีมได้อย่างเป็นระบบ ผู้ใช้สามารถสร้างช่องทางเพื่อสนับสนุนได้กังช่องสาธารณะหรือช่องส่วนตัว สามารถส่งข้อความแบบตัวต่อตัว แชร์ไฟล์ แจ้งเตือน และรวมการทำงานของเครื่องมืออื่น ๆ เช่น Google Drive, Trello, และ Github เพื่อความสามารถในการทำงานไว้ได้ในแพลตฟอร์มเดียว ทำให้เป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในการธุรกิจและบังคับขนาดอัตราโลก



6. TRELLO

<https://trello.com/>

แพลตฟอร์มสำหรับจัดการงานและการทำงานเป็นทีมที่มีความยืดหยุ่นและง่ายต่อการใช้งาน การใช้งานหลักของ Trello คือบอร์ดที่ประกอบไปด้วยการ์ดที่สามารถย้ายไปมาได้ระหว่างรายการ ผู้ใช้สามารถเพิ่มรายละเอียดต่าง ๆ ลงในการ์ด เช่น กำหนดเวลา แบบไฟล์ แสดงความคิดเห็น และกำหนดผู้รับผิดชอบงาน ทำให้เป็นเครื่องมือสำหรับการจัดการงาน การติดตามความก้าวหน้าของโปรเจกต์ หรือการสร้างรายการที่ต้องทำส่วนตัว



7. INVISION

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

เครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับนักสร้างสรรค์ที่สามารถสร้าง และแชร์ต้นฉบับงานออกแบบแบบแนวอินเทอร์แอคทีฟแบบ ไม่ต้องเขียนโคด โดยสามารถทดสอบไอเดียงาน ออกแบบ รับคำติชม และทำงานร่วมกับทีมงานได้อย่าง ง่ายดาย ทำให้เป็นเครื่องมือที่ใช้สนับสนุนกระบวนการ ออกแบบที่เป็นมิตรต่อการทำงานเป็นทีม



8. ZOOM

<https://zoom.us/>

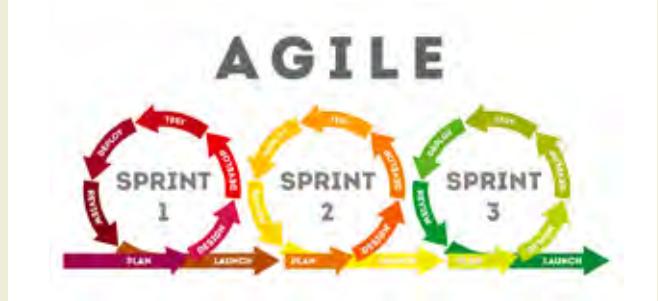
แอปพลิเคชันสำหรับการประชุมออนไลน์และเว็บบินาร์ (Webinar) ซึ่งให้บริการการสื่อสารผ่านวิดีโอแบบ ก้ายгодสด สามารถแชร์หน้าจอและการสนับสนุนผ่าน ไซต์ โปรแกรม Zoom ได้รับความนิยมอย่างมากโดย เนื่องจากการทำงานในระยะใกล้ในช่วงการแพร่ระบาด ของโควิด-19 ที่ผ่านมา



9. MONDAY.COM

<https://monday.com/>

แพลตฟอร์มการจัดการงานและโปรเจกต์ในรูปแบบของ บอร์ด เพื่อช่วยให้ทีมงานวางแผน ติดตาม และประสาน งานได้ในที่เดียว โดยสามารถกำหนดรูปแบบของงาน ตั้งค่าวนที่สั้นสุด มอบหมายงานให้กับสมาชิกในทีม และยังมีฟีเจอร์เสริมต่าง ๆ เช่น แดชบอร์ด รายงาน และการแจ้งเตือน Monday.com ออกแบบมาให้ผู้ใช้ ปรับแต่งได้หลากหลาย ทำให้ใช้งานได้กับหลาย ๆ ธุรกิจ และเหมาะสมกับทีมงานทุกขนาด



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

10. แนวคิด AGILE

การใช้แนวคิด Agile ในองค์กรที่เน้นการสร้างสรรค์ไป ได้จำกัดเฉพาะการพัฒนาซอฟต์แวร์เท่านั้น แนวคิดนี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในหลาย ๆ ส่วนขององค์กร ช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่น เพิ่มการตอบสนองต่อการ เปลี่ยนแปลงและความรวดเร็วในการส่งมอบผลลัพธ์ ทำให้ผลงานมีคุณภาพและตอบโจทย์ตามความต้องการ ของผู้ใช้หรือลูกค้าได้มากขึ้น เริ่มต้นจากการตั้งกรอบเวลาในการทำงานเป็น 1 Sprint โดยในกรอบเวลานั้น ทีมงานจะต้องดำเนินการภายใน ระยะเวลาที่กำหนด โดยเริ่มจากการกำหนดความ ต้องการและความคาดหวังของโครงการ นำเสนอแนวคิด ใหม่ ๆ ทดลองและปรับปรุงโดยอิงจากความต้องการของ ลูกค้าหรือผู้ใช้ มีการส่งมอบผลงานเป็นส่วน ๆ โดยสรุป ความคืบหน้าและรับคำติชมอย่างต่อเนื่อง และเมื่อสิ้นสุด การทำงานในแต่ละ Sprint ให้กับมาตรฐานที่ต้องการ ความถูกต้อง และรวดเร็ว พร้อมทั้งประเมินผลลัพธ์ ของงานที่ได้รับ นำไปปรับปรุงในรอบถัดไป การทำงานในลักษณะนี้จะช่วยให้กับมุ่งเน้นการพัฒนา งานให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า ไม่ กลัวที่จะลงมือทำ และกล้าที่จะผิดพลาด ทำงานโดยแก้ไข ข้อผิดพลาดไปทีละจุด โดยไม่จำเป็นต้องวางแผนเพื่อ ป้องกันความผิดพลาด และทำงานโดยเน้นการสื่อสารและ ความร่วมมือระหว่างทีมอยู่เสมอ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาที่ไม่ สามารถแก้ไขได้กันเวลา



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

11. ระบบ LEAN

LEAN คือระบบการหรือแนวคิดเพื่อบริหารจัดการ องค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักคือ การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและบุคลากรอย่าง ต่อเนื่อง เพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดให้กับ ลูกค้า โดยพยายามลดการสูญเสียหรือลดสิ่งที่ไม่จำเป็น ในกระบวนการทำงาน เช่น ลดขั้นตอนที่ซ้ำ ซ้อนในการทำงาน การรอคอยงานที่กำให้เสียกับเวลา และความรู้สึก ความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ได้นำมาใช้ ประโยชน์ หรือการทำงานเกินกว่าที่จำเป็น ฯลฯ เมื่องค์กรนำระบบ LEAN มาใช้งาน จะช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และเพิ่มความพึงพอใจของ ลูกค้า วิถีทั้งยังช่วยสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่เน้น การปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในองค์กร การด้านพนักงาน ก็จะมีกำลังใจในการทำงานเมื่อมีผู้รับฟังปัญหาที่เกิดขึ้น และช่วยประยุกต์เวลาในกระบวนการที่ไม่จำเป็น

3. FEEDBACK COLLECTION AND USER EXPERIENCE EVALUATION TOOLS

(เครื่องมือสำหรับการรวบรวมคำติชมและการประเมินประสบการณ์ผู้ใช้)

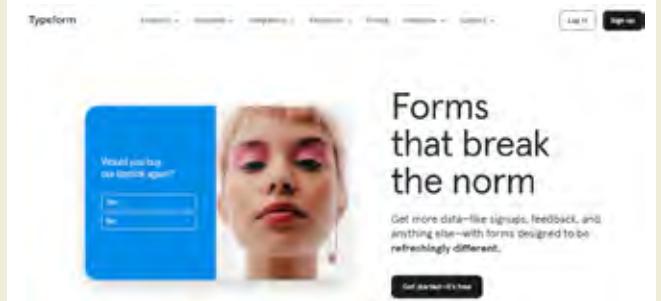
คำติชมเป็นเครื่องมือสำคัญของการพัฒนาโครงการเพื่อให้ได้ผลงานตรงตามความต้องการขององค์กร หรือลูกค้า การฝึกฝนพนักงานให้สามารถร่วมวิเคราะห์ และปรับปรุงตามคำติชม จะทำให้ผลิตภัณฑ์และบริการยังคงเป็นที่ต้องการและมีคุณภาพ นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าที่ดียิ่งขึ้น



9

ตัวอย่าง เครื่องมือ

สำหรับการรวมคำติชมและ
การประเมินประสบการณ์ผู้ใช้



2. TYPEFORM

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

แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการในการสร้างแบบสอบถาม แบบฟอร์ม และเครื่องมือสำรวจ ฯ ที่มีการออกแบบอย่างมีเอกลักษณ์ สามารถปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ในรูปแบบที่เป็นมิตรและไม่รุกราน เช่น ทำแบบสอบถามดึงเดิน ซึ่งทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งและมีส่วนร่วมมากขึ้นในการตอบคำถาม ช่วยให้เก็บข้อมูลได้อย่างมีคุณภาพมากขึ้น



4. USERVOICE

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

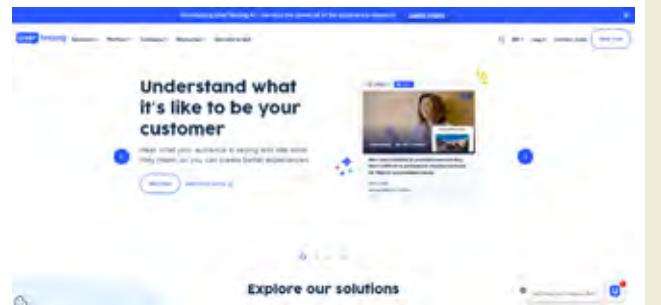
แพลตฟอร์มที่ช่วยให้องค์กรสามารถรับฟีดแบ็คและคำขอเพิ่มเติมจากลูกค้าและผู้ใช้งาน เพื่อใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเอง โดยสามารถส่งคำขอใหม่ ให้ติดตามที่ต้องการ และรับการแจ้งเตือนเมื่อมีการปรับปรุงหรือเพิ่มเติมคุณสมบัติตามที่ร้องขอ ไว้ นอกจากนี้ UserVoice ยังมีเครื่องมือที่ช่วยให้เก็บข้อมูล สามารถจัดการและตอบสนองต่อคำขอต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยตัดสินใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้



1. SURVEYMONKEY

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

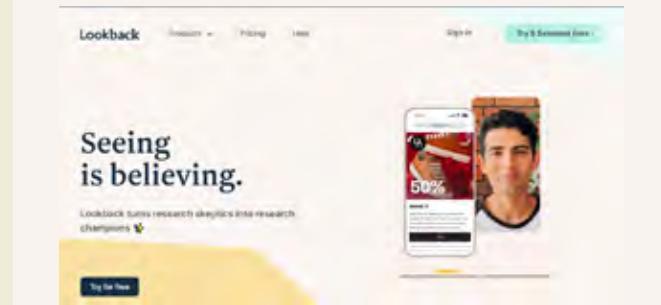
บริการออนไลน์ที่ให้ผู้ใช้สามารถสร้างและแชร์แบบสอบถามอย่างง่ายและมืออาชีพ โดยสามารถสร้างแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น หรือตรวจสอบความพึงพอใจของผู้ใช้ แบบฟอร์มของ SurveyMonkey ได้รับฝ่ายบริษัทและนักพัฒนาได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย



3. USERTESTING

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

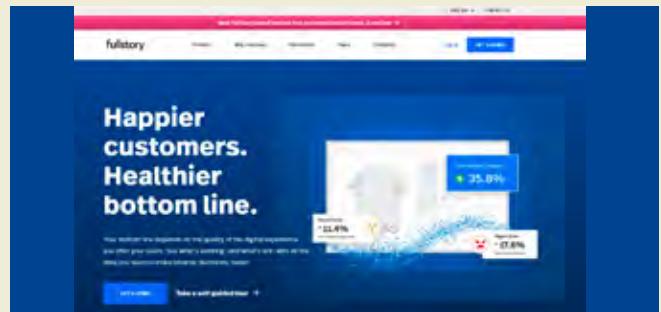
แพลตฟอร์มออนไลน์ที่ให้บริการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานกับผู้ใช้ (User Experience Testing) ช่วยให้องค์กรและนักพัฒนาได้รับข้อเสนอแนะ ความคิดเห็น และการตอบสนองจากผู้ใช้จริงที่ทดลองใช้เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน หรือผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ UserTesting ยังให้บริการวิดีโอบันทึกการทดสอบประสิทธิภาพของผู้ใช้ เพื่อให้รับรู้ถึงปัญหา ความต้องการ และประสบการณ์จริงของผู้ใช้ได้อย่างชัดเจน



5. LOOKBACK

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

เครื่องมือสำหรับการทดสอบและรับคำติชมจากผู้ใช้งาน ผ่านการสนทนารูปแบบวิดีโอทั้งในรูปแบบเรียลไทม์ หรือผ่านการบันทึกวิดีโอ กิมงานสามารถสังเกตการณ์และศึกษาพฤติกรรมของผู้ใช้งานในขณะที่กำลังใช้ผลิตภัณฑ์ของตน ถึงยังสนทนากับผู้ใช้งานเพื่อรับคำติชมหรือสัมภาษณ์ได้อีกด้วย คุณสมบัติของ Lookback ช่วยให้เก็บงานเข้าใจ เรียนรู้ ความต้องการและปัญหาที่ผู้ใช้งานพบได้อย่างละเอียด ช่วยให้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานได้มากขึ้น



6. FULLSTORY

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

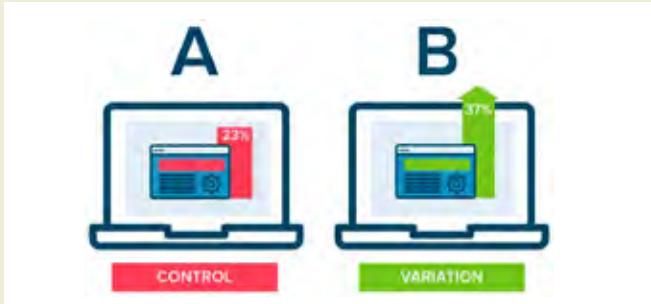
เครื่องมือการวิเคราะห์แบบดิจิทัลที่ช่วยให้องค์กรศึกษาและเข้าใจการทำงานของผู้ใช้งานบนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันผ่านการบันทึกเชสชัน (Session Replay) ที่แสดงการใช้งานและการคลิกของผู้ใช้งานแบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยให้เก็บงานสามารถวิเคราะห์ปัญหา ความสับสน หรืออุปสรรคที่ผู้ใช้งานได้รับ เพื่อปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพของโครงการ นอกจากนี้ FullStory ยังมีคุณสมบัติอื่น ๆ เช่น การวิเคราะห์ฟังก์ชัน การค้นหา การวิเคราะห์ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ จึงบันทึกเครื่องมือที่มีความเป็นมืออาชีพ และเหมาะสมกับการทำงานของทีม UX ที่มีการตลาด และนักพัฒนา



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

7. USABILITY TESTING

กระบวนการทดสอบที่ออกแบบมาเพื่อวัดความสามารถในการใช้งานและประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของผู้ใช้งานจริง โดยจะทดลองใช้งานและดำเนินการตามการกิจกรรมที่กำหนดให้ เพื่อตรวจสอบว่ามีการแสดงผลอย่างไรง่ายต่อการใช้งานหรือไม่ หรือมีข้อผิดพลาดหรือปัญหาอื่น ๆ เกิดขึ้นหรือไม่ กระบวนการนี้ช่วยให้เก็บผู้พัฒนาเข้าใจปัญหาที่ผู้ใช้เจอนี้เมื่อใช้งาน และสามารถปรับปรุงหรือแก้ไขส่วนที่มีปัญหา เพื่อให้สามารถใช้งานได้อย่างง่ายดาย และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งานของผลิตภัณฑ์



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

8. A/B TESTING หรือ SPLIT TESTING

การทดสอบสองแบบ (หรือมากกว่า) ของสิ่งเดียวกัน เพื่อดูว่าแบบไหนทำงานได้ดีกว่า เช่น หน้าเว็บที่มีปุ่มสีแดงและหน้าเว็บที่มีปุ่มสีฟ้า ด้วยการส่งผู้ใช้งานไปยังแต่ละหน้าเว็บแบบสุ่ม และวัดว่าปุ่มสีไหนทำให้ผู้ใช้ชมคลิกมากกว่า เป้าหมายของการทดสอบรูปแบบนี้ คือการค้นหาแบบที่ให้ผลลัพธ์ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อเพิ่มอัตราการคลิก การสมัครสมาชิก การซื้อสินค้า หรือเป้าหมายอื่น ๆ ท่องค่าคงต้องการ การทดสอบ A/B ช่วยให้ผู้พัฒนาและผู้ประกอบการตัดสินใจได้ว่าอธิการหรือรูปแบบใดที่ให้ผลตอบรับที่ดีที่สุดต่อผู้ใช้งานหรือลูกค้า



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

9. CUSTOMER JOURNEY MAPPING

กระบวนการสร้างแผนผังการเดินทางของลูกค้า ตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุดของการเข้ามา ปฏิสัมพันธ์กับบริษัทหรือองค์กร ซึ่งสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจประสบการณ์ของลูกค้าในแต่ละจุดของการเดินทาง ตั้งแต่การกำกับ รักษาเบรนด์ การตัดสินใจซื้อ การใช้งานสินค้าหรือบริการ และการรับบริการหลังการขาย โดยการทำ Journey Mapping จะช่วยให้องค์กรเห็นจุดที่ลูกค้าพบปัญหาหรือได้รับประสบการณ์ที่ไม่ดี และค้นหาวิธีการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าเพื่อให้ดีขึ้น



4. CONTINUOUS LEARNING AND SKILL DEVELOPMENT TOOLS

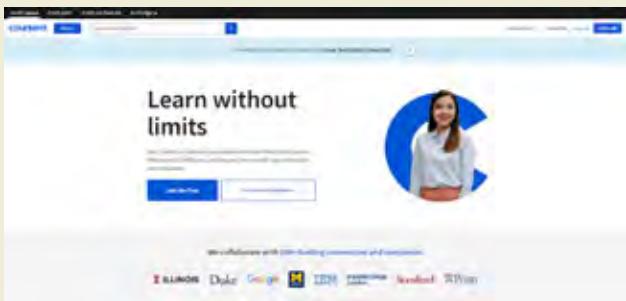
(เครื่องมือเพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องและการพัฒนาทักษะ)

แรงงานในยุคสมัยใหม่ต้องพับกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังมีทักษะและความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้นมากมาย และเพื่อให้พนักงานสามารถทำหน้าที่ในงานที่ได้รับมอบหมายได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถนำความรู้และทักษะที่กันสมัยไปใช้กับการทำงานได้อย่างเต็มที่ องค์กรสร้างสรรค์จึงควรส่งเสริมวัฒนธรรมของการเจริญเติบโต ด้วยการลงทุนกับเครื่องมือและรูปแบบการฝึกอบรมให้กับพนักงาน

10

ตัวอย่าง เครื่องมือ

เพื่อการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
และการพัฒนาทักษะ

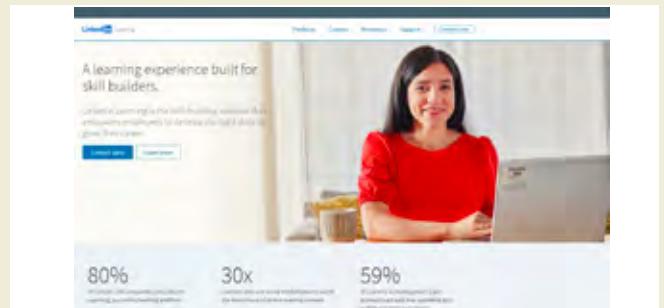


1. COURSERA FOR BUSINESS

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

โปรแกรมฝึกอบรมออนไลน์ที่ออกแบบมาสำหรับองค์กร โดยให้บริการเนื้อหาการเรียนรู้จากมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาชั้นนำทั่วโลก ผ่าน Coursera ซึ่งเป็นหนึ่งในเว็บไซต์การเรียนรู้ออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดและเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

Coursera for Business สร้างความเป็นไปได้ในการปรับแต่งหลักสูตรการเรียนให้เหมาะสมกับความต้องการขององค์กร ช่วยในการพัฒนาทักษะของพนักงานในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นวิทยาศาสตร์ วิศวกรรม ธุรกิจ ศิลปศาสตร์ รวมถึงความรู้ในด้านที่จำเป็นต่อการพัฒนาการทำงาน และเพิ่มประสิทธิภาพให้กับพนักงาน

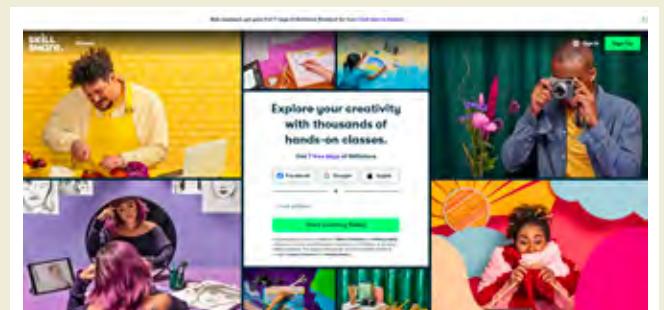


2. LINKEDIN LEARNING

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

แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่ให้บริการหลักสูตร การฝึกอบรมในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ เทคโนโลยี ศิลปศาสตร์ หรือทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานและการพัฒนาตัวเอง ซึ่งเป็นบริการหนึ่งของ LinkedIn ที่เป็นเครื่องขับเคลื่อนสำคัญสำหรับมืออาชีพที่ใหญ่ที่สุดในโลก

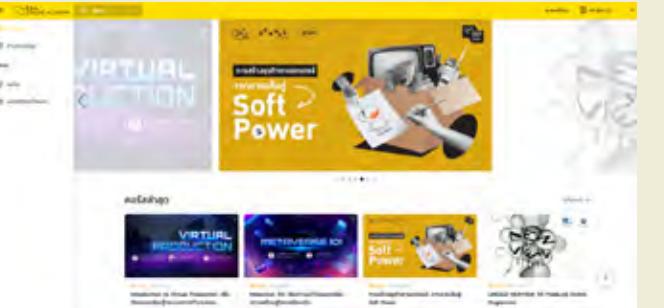
ผู้ใช้งานสามารถเข้าถึงและเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่ต่างกัน และปรับแต่งส่วนทางการเรียนรู้ตามความสนใจและความต้องการของตนเองได้ นอกจากนี้ หลักสูตรที่ฝ่ายการเรียนรู้สนับสนุนแพลตฟอร์มนี้ ยังสามารถนำไปใช้เป็นประโยชน์ในการแสดงความสามารถและความสามารถและทักษะที่ได้รับบนโปรไฟล์ LinkedIn ของผู้ใช้งานได้อีกด้วย



3. SKILLSHARE

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

แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่ให้ผู้เรียนเข้าถึงหลักสูตรและบทเรียนในหลายด้าน ตั้งแต่ด้านศิลปะ การออกแบบ การถ่ายภาพ เทคโนโลยี ธุรกิจ และอื่น ๆ อีกมากมาย ผู้สอนบนแพลตฟอร์มนี้มาจากการทั่วโลก และมีทักษะและประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ หลักสูตรส่วนใหญ่จะมีการสอนผ่านวิดีโอ หนึ่งในคุณลักษณะเด่นของ SkillShare คือหลักสูตรและบทเรียนแบบแพลตฟอร์มนี้มักเป็นการสอนโดยตรง ทำให้ผู้เรียนได้สร้างผลงานจริง ๆ ขณะที่กำลังเรียนรู้ ซึ่งช่วยเสริมสร้างทักษะและความมั่นใจได้มากขึ้น



4. CEA ONLINE ACADEMY

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

คลังแห่งการเรียนรู้ทางออนไลน์ที่พัฒนาโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA หมายสำหรับผู้ที่ต้องการเสริมความรู้และเพิ่มทักษะบนฐานของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อการยกระดับวิชาชีพและการพัฒนาธุรกิจที่สำคัญสำหรับโลกยุคใหม่ ซึ่งการพัฒนาทักษะเดิมให้กับบุคคลสมัย (Upskill) และการเพิ่มทักษะใหม่ที่จำเป็น (Reskill) จะเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้บุคลากรของประเทศไทยสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และพร้อมเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจ 4.0



5. FUTURESKILL FOR BUSINESS

<https://futureskill.co/corporate>

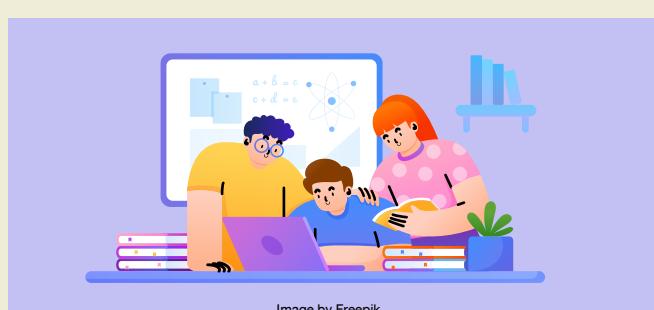
แพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่พัฒนาโดยคนไทยที่มีทักษะให้เรียนรู้ได้มากกว่า 140 คอร์ส ครอบคลุมทั้ง Hard Skill และ Soft Skill ที่ผู้เข้าเรียนสามารถลงมือทำจริงผ่านแบบฝึกหัด และการจัดทำโครงการระหว่างเรียน แพลตฟอร์มนี้ยังให้บริการอุดหนุน ประจำเดือน ให้กับบุคคลที่ต้องการเรียนเพื่อใช้ในการเพิ่มความน่าเชื่อถือในการทำงานได้



6. SEMINAR AND WORKSHOPS

(การจัดงานสัมมนาและเวิร์กช็อป)

การจัดสัมมนาและเวิร์กช็อปช่วยเสริมสร้างระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้แบบมีปฏิสัมพันธ์ และเปลี่ยนมุมมองกับผู้อื่น ประยุกต์ใช้ความรู้และสร้างเครือข่ายร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ ส่งผลให้องค์กรสามารถยกระดับมาตรฐานการทำงานและความคิดสร้างสรรค์ เตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มพูนความสามารถในการสื่อสาร และทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ



7. PEER LEARNING

(การเรียนรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน)

กระบวนการเรียนรู้จากการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของเพื่อนร่วมงานหรือเพื่อนในกลุ่มเดียวกัน การใช้ Peer Learning ช่วยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ผ่านการแลกเปลี่ยนแบบคิด การทดสอบความคิด และการเรียนรู้จากกัน ความสำเร็จและความล้มเหลวของเพื่อน ๆ การเรียนรู้ด้วยกันนี้ส่งผลให้แต่ละคนเข้าใจและยอมรับมุมมองที่แตกต่างจากตนเอง ช่วยเสริมสร้างสมรรถนะการทำงานเป็นทีม และยกระดับความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



8. MENTORSHIP PROGRAMS

(การให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ)

โปรแกรมที่ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ในด้านใดด้านหนึ่ง มาให้คำแนะนำ คำปรึกษา และส่งต่อความรู้ ให้กับผู้ที่มีประสบการณ์น้อยกว่า เพื่อพัฒนาทักษะ และความรู้ในด้านต่าง ๆ ในองค์กร การมี Mentorship Programs ช่วยส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เข้าใจวิธีการและความคิดเห็นของผู้มีประสบการณ์ และรับรู้ถึงความท้าทายและโอกาสในองค์กร การได้รับคำปรึกษาและแนวทางที่เหมาะสม จากผู้มีประสบการณ์ ช่วยเร่งความเจริญก้าวหน้า และสร้างการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพในองค์กรได้



Image by macrovector on Freepik

9. JOB ROTATION

(การโอนย้ายพนักงาน)

การโอนหรือย้ายพนักงานไปทำงานในตำแหน่งหรือฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กร มีจุดประสงค์เพื่อให้พนักงานได้รับประสบการณ์และความรู้ความเข้าใจในงานที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้พนักงานได้เรียนรู้และทดลองแก้ปัญหาและค้นหาแนวทางใหม่ๆ มองต่าง ส่งผลให้พนักงานมีทักษะการแก้ปัญหาและความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลาย รวมถึงช่วยกระตุ้นสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการเรียนรู้และการทำงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร



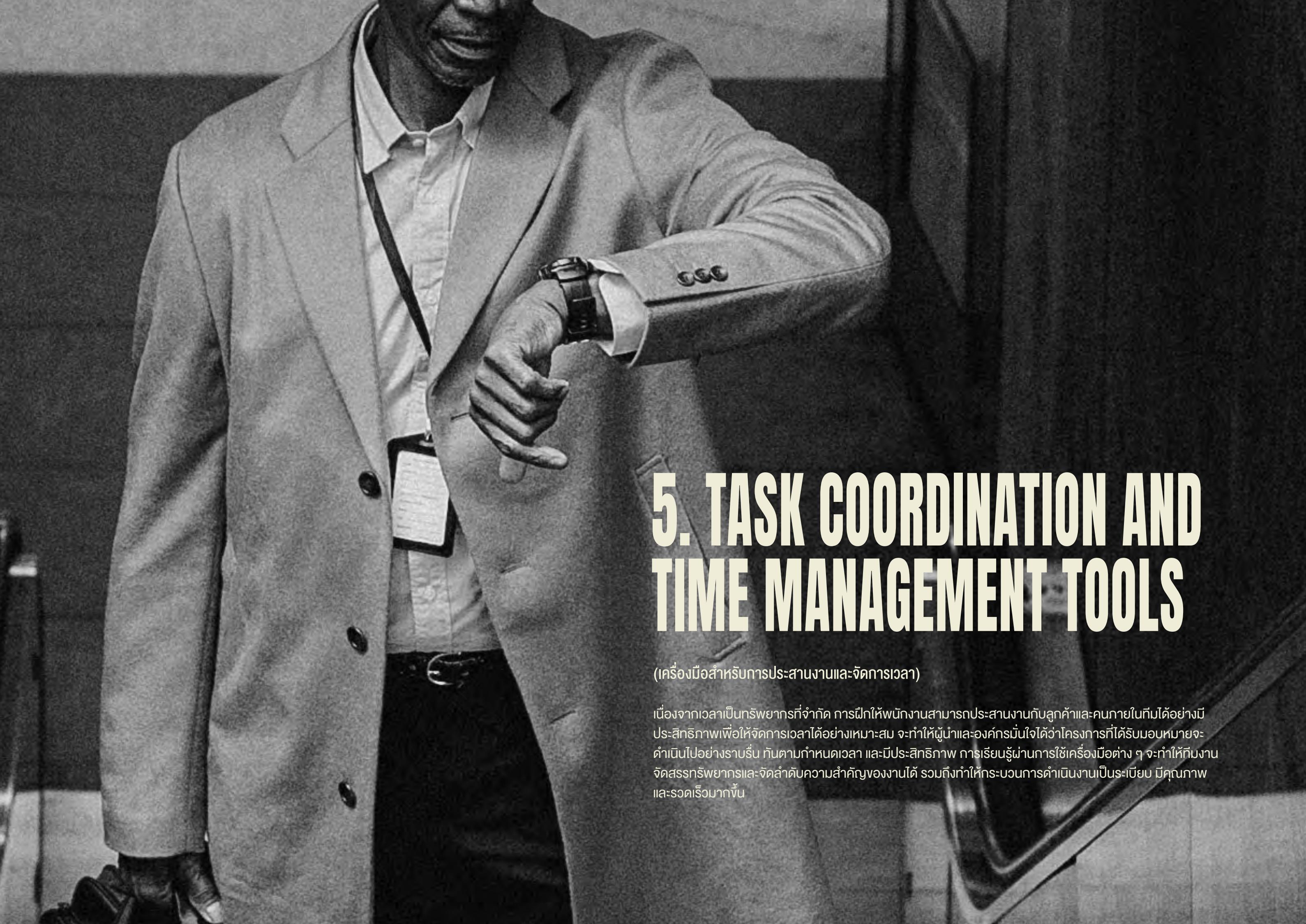
Image by pikisuperstar on Freepik

10. SELF-PACED LEARNING

(การเรียนรู้ที่กำหนดด้วยตนเอง)

รูปแบบการเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนมีโอกาสควบคุมความเร็วและจัดการเวลาในการเรียนเอง โดยไม่ได้ถูกกำหนดเวลาหรือแนวทาง การเรียนแบบนี้ช่วยในการสร้างสรรค์ความรู้และการทดลองตามที่ผู้เรียนเห็นสมควร ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่ลึกซึ้งและแท้จริง การเรียนรู้ที่กำหนดด้วยตนเองทำให้ผู้เรียนมีความเข้าใจลึกซึ้งและจัดการเรียนรู้ได้ดีขึ้น การทดลองและสืบค้นความรู้เอง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญที่ช่วยพัฒนาความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในระยะยาวขององค์กร





5. TASK COORDINATION AND TIME MANAGEMENT TOOLS

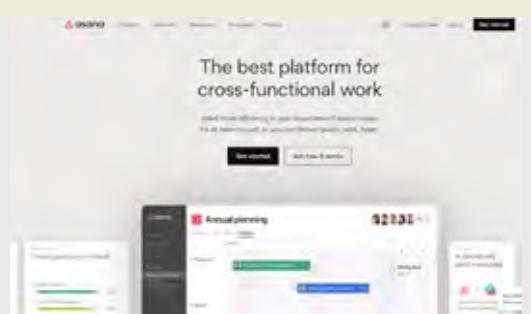
(เครื่องมือสำหรับการประสานงานและจัดการเวลา)

เนื่องจากเวลาเป็นทรัพยากรที่จำกัด การฝึกให้พนักงานสามารถประสานงานกับลูกค้าและคนภายในทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้จัดการเวลาได้อย่างเหมาะสม จะทำให้ผู้นำและองค์กรมั่นใจได้ว่าโครงการที่ได้รับมอบหมายจะดำเนินไปอย่างราบรื่น กันตามกำหนดเวลา และมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้ผ่านการใช้เครื่องมือต่าง ๆ จะทำให้ทีมงานจัดสรรทรัพยากรและจัดลำดับความสำคัญของงานได้ รวมถึงทำให้กระบวนการดำเนินงานเป็นระเบียบ มีคุณภาพ และรวดเร็วมากขึ้น

7

ตัวอย่าง เครื่องมือ

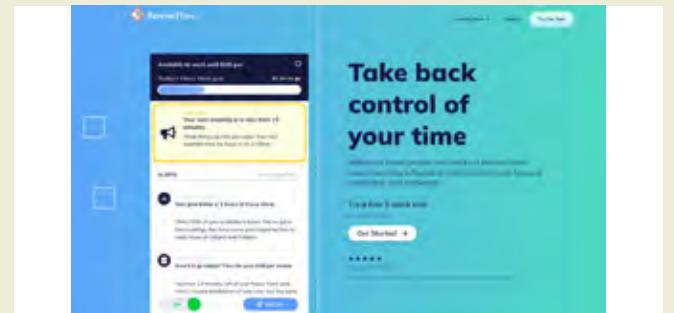
สำหรับการประสานงาน และจัดการเวลา



1. ASANA

<https://asana.com/>

แพลตฟอร์มการจัดการโปรเจกต์ที่ช่วยให้กิจกรรม วางแผน จัดการ และติดตามความคืบหน้าของงาน ได้ในที่เดียว ผู้ใช้สามารถสร้างงาน กำหนดราย ละเอียด วันที่สิ้นสุด ความรับผิดชอบให้กับสมาชิกใน ทีม และติดตามความคืบหน้าของโปรเจกต์ได้ Asana ออกแบบมาเพื่อให้สามารถใช้งานได้ง่าย ทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกสะดวกและทำงานร่วมกันได้อย่าง มีประสิทธิภาพ



2. RESCUETIME

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

แอปพลิเคชันที่ช่วยติดตามการใช้เวลาของผู้ใช้งาน ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน หรือแท็บเล็ต โดยช่วยจักระเบียบเวลาที่คุณใช้กับแอปพลิเคชันและ เว็บไซต์ต่าง ๆ เป็นหมวดหมู่ เช่น งาน การสื่อสาร สื่อ สังคมออนไลน์ หรือเกม ทำให้ผู้ใช้เห็นได้ว่าพ沃ดเวลา ใช้เวลาในแต่ละกิจกรรมอย่างไร เพื่อให้สามารถ ปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน หรือจัดการเวลา ส่วนตัวได้ดียิ่งขึ้น



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

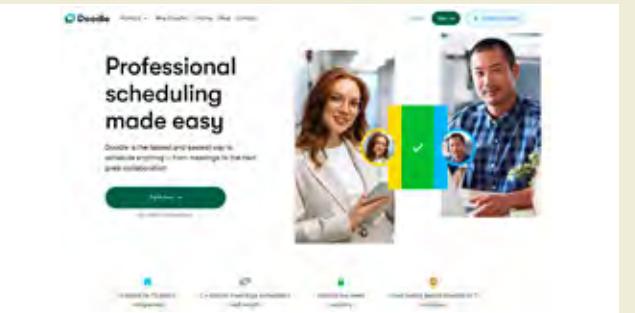
3. เทคนิคพโนโมโดโร

(POMODORO TECHNIQUE)

เทคนิคการจัดการเวลาเพื่อแบ่งงานออกเป็นช่วง ๆ ที่กำหนดไว้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและ ความตั้งใจในการทำงาน ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1. เลือกงานหนึ่งงานที่ต้องการทำ
2. ตั้งเวลา 25 นาที (เรียกว่า "พโนโมโดโร" หนึ่งรอบ) และเริ่มทำงาน
3. เมื่อเวลาผ่านไป 25 นาที หยุดการทำงานและพัก สัก 5 นาที
4. ทำซ้ำขั้นตอนที่ 2 และ 3 อีก 3 รอบ หลังจากนั้น พักยาวขึ้นประมาณ 15-30 นาที

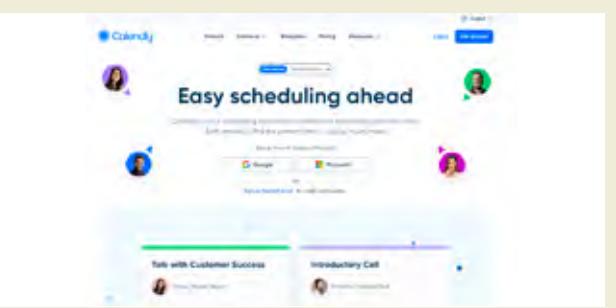
วิธีการนี้ทำให้เราเน้นลักษณะและความสนใจที่เพียงพอ สำหรับการทำงานต่อไป และยังช่วยลดความรู้สึกเหนื่อยจากการทำงานในระยะเวลานายาวได้



4. DOODLE

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

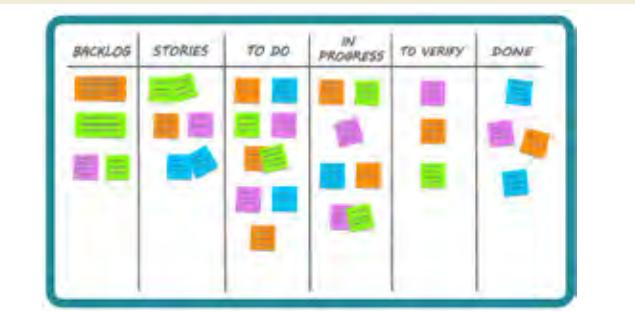
เครื่องมือออนไลน์สำหรับการจัดตารางนัดหมายแบบ กลุ่ม ซึ่งอำนวยความสะดวกในการหาเวลาที่ทุกคนใน กลุ่มสามารถเข้าร่วมได้ ผู้ใช้สามารถสร้าง แบบสอบถามการจัดตารางเวลา และส่งลิงก์ไปให้กับ ผู้ที่ต้องการเข้าร่วม เพื่อให้พ沃ดเวลาเลือกเวลาที่เหมาะสม สำหรับตนเอง จากนั้น Doodle จะสรุปและแสดง เวลาที่ทุกคนเข้าร่วมได้ ซึ่งมีประโยชน์มากเมื่อต้องการ จัดประชุมหรือกิจกรรมที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก และ ต้องการหาเวลาที่เหมาะสมที่สุด Doodle ยังสามารถ เชื่อมต่อกับปฏิทินส่วนตัว เช่น Google Calendar หรือ Outlook เพื่อการจัดตารางงานที่ราบรื่นและไม่ ซ้ำซ้อน



5. CALENDLY

<https://calendly.com/>

เครื่องมือสำหรับการจัดตารางนัดหมายออนไลน์ที่ ให้ผู้ใช้สามารถกำหนดตารางว่างของตนเอง และให้คน อื่น ๆ จองเวลาได้โดยตรงผ่านลิงก์ที่เปิดเผยสู่สาธารณะ โดยไม่ต้องฝ่าฝืนการส่งอีเมลเพื่อนัดหมาย ผู้ใช้สามารถฝังลิงก์ของ Calendly ไว้ในเว็บไซต์ ส่ง ผ่านอีเมล หรือแชร์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เมื่อ มีการจองเวลา กับผู้ใช้ การนัดหมายจะถูกเพิ่มเข้าไปใน ปฏิทินส่วนตัวของทั้งสองฝ่ายโดยอัตโนมัติเพื่อ ป้องกันการจองซ้ำ



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

6. วิธีการ KANBAN (KANBAN METHOD)

Kanban คือวิธีการจัดการงานตามหลักการที่มาจากการ แนวคิดของ Toyota Production System คำว่า "Kanban" แปลว่า "ป้าย" หรือ "การด" กิ่งก้าน ๆ งาน ที่กำจัดถูกและส่งในรูปแบบของการด และงาน Kanban Board ซึ่งแบ่งเป็น 3 columน์หลัก ๆ ได้แก่ "To Do" (งานที่ยังไม่เริ่มทำ), "In Progress" (งานที่กำลังทำ) และ "Done" (งานที่เสร็จสิ้น) งานต่าง ๆ จะถูกย้ายจาก columน์หนึ่งไปยังอีก columน์หนึ่งตามความคืบหน้าของการทำงาน วิธีการนี้ช่วยให้องค์กรสามารถติดตามความคืบหน้า ระบุ ปัญหา และปรับปรุงกระบวนการได้อย่างต่อเนื่อง



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

7. EISENHOWER BOX

เครื่องมือการจัดการเวลาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อช่วย เลือกว่าควรจะทำอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ โดย พิจารณาตามความเร่งด่วนและความสำคัญของ งาน โดยแบ่งงานเป็น 4 ประเภท คือ

1. งานเร่งด่วนและสำคัญ = งานที่ควรจะทำโดยทันที
2. งานที่สำคัญแต่ไม่เร่งด่วน = งานที่ควรจะกำหนดเวลาเพื่อทำในภายหลัง
3. งานที่เร่งด่วนแต่ไม่สำคัญ = งานที่อาจจะมอบหมายให้คนอื่นทำหรือวางแผนในการดำเนินการ
4. งานที่ไม่เร่งด่วนและไม่สำคัญ = งานที่ควรจะพิจารณาลงทุนหรือไม่ต้องทำ

OPERATIONAL STRATEGIES

กลยุทธ์การดำเนินงาน

การตั้งกลยุทธ์ที่สามารถปรับตัวและขับเคลื่อนอยู่ตลอดเป็นส่วนสำคัญในการบริหารองค์กรสร้างสรรค์ เพราะนอกจากจะช่วยรักษาประสิทธิภาพในการทำงานไว้ได้แล้ว ยังทำให้มั่นใจได้ว่าทุกการดำเนินงานจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร การกำหนดเส้นทางสู่ความสำเร็จที่ชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญ ก็ใน การดำเนินงานประจำวัน และการก้าวสู่ปีหน้ายในระยะยาว รวมถึงการพัฒนาแผนการดำเนินงานเพื่อเสริมสร้างความก้าวหน้าที่เป็นการก้าวหาย และเสริมสร้างความก้าวหน้าในการดำเนินงานและก้าวนำคู่ไปได้

1. TIME PRESSURE AND DEADLINES

(ความกดดันด้านเวลาและการกำหนดเวลาส่งงาน)

การกำหนดเวลาส่งงานและการกดดันด้านเวลาเป็นบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร โดยเวลาเป็นทรัพยากรที่มีค่ามากที่สุด และการกำหนดเวลาส่งงานจะช่วยสร้างกรอบการทำงานที่ส่งเสริมการพัฒนา การกำหนดเวลาที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งยังมีส่วนช่วยปรับปรุงการดำเนินงานได้อีกด้วย

การกำหนดเวลาในการทำงานจะตุนให้พนักงานมีสมาธิในการคิด และทำให้คิดและทำงานได้รวดเร็วขึ้น เช่น กฎเวลา 20% ของ Google ที่ให้พนักงานใช้เวลาเพียง 20% ของเวลาทำงานในการคิดโครงการ ซึ่งช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และปลูกฝังวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพมากกว่าปริมาณอย่างไรก็ตาม ความกดดันทางเวลาอาจทำให้พนักงานเหนื่อยล้าและส่งผลให้คุณภาพของงานลดลง ดังนั้น หัวหน้างานจึงควรให้ความสำคัญเรื่องการสร้างสมดุลระหว่างการกำหนดเวลาและความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และส่งเสริมระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้แข็งแกร่ง

2. WORKLOAD MANAGEMENT

(การจัดการภาระงาน)

การจัดการภาระงานที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความบัน្តใจว่าพนักงานสามารถมีส่วนร่วมและปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ต้องรับภาระงานที่มากเกินไป ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการควบคุมสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมกรอบความคิดเชิงสร้างสรรค์ในองค์กร เนื่องจากปริมาณงานที่มากเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมนวัตกรรม องค์กรจึงควรให้ความสำคัญกับการจัดลำดับความสำคัญเรื่องความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน โดยการประเมินปริมาณงานอยู่เสมอ เพื่อให้งานถูกจัดสรรให้สอดคล้องกับจุดแข็งและความสามารถของพนักงาน และมีการจัดลำดับความสำคัญของงานอย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ การเข้าไปสนับสนุนเมื่อพนักงานเผชิญกับปริมาณงานมากเกินไป การจ้างงานชั่วคราวในช่วงที่มีงานปริมาณมาก การส่งเสริมการลาหยุด และการสนับสนุนสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณงานและความคิดสร้างสรรค์ในเชิงบวก สามารถสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาทักษะ และส่งเสริมกรอบความคิดในการแก้ไขปัญหา การเปิดโอกาสให้กับงานที่หลากหลายจะช่วยให้พนักงานแยกแยะรูปแบบและข้อมูลเชิงลึกได้ อย่างไรก็ตาม ข้อเสียของการจัดการปริมาณงานที่ไม่เหมาะสม สังเกตได้จากความเหลื่อมล้ำของพนักงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่ลดลง

3. OPPORTUNITIES FOR RISK-TAKING

(โอกาสในการรับความเสี่ยง)

การลงทุนในนวัตกรรมส่วนใหญ่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยง องค์กรจึงมีการส่งเสริมวัฒนธรรมที่เน้นองค์ความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เป็นโอกาสที่อาจนำไปสู่แนวคิดและวิธีแก้ปัญหาที่เปลี่ยนใหม่ องค์กรจะต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่ความล้มเหลวถูกมองว่าเป็นโอกาสในการเรียนรู้ ซึ่งบรรยายกาชาดบันนี้จะส่งเสริมนวัตกรรมและคิดและคิดต่อไป เพื่อให้พนักงานกล้าลองทำสิ่งใหม่ ๆ โดยไม่ต้องกลัวถูกลงโทษ โดยถือว่าความท้าทายเป็นโอกาสในการเรียนรู้และเข้าใจว่าความผิดพลาดเป็นตัวเร่งให้เกิดนวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่กว่าได้ เช่น หลักการ

"เห็นต่างแต่คล้อยตาม" (Disagree and Commit) ของ Amazon แสดงให้เห็นพลังในการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่กล้าเสี่ยง โดยผลักดันให้พนักงานทดลองทำแม้จะเผชิญกับความขัดแย้งก็ตาม การสนับสนุนเช่นนี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพการทำงานของพนักงาน ทำให้พวกเขารู้สึกมีคุณค่าในตนเอง และสร้างแรงจูงใจในการสร้างสรรค์แนวคิดและนวัตกรรมใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง

กลยุทธ์หรือคำแนะนำที่น่าสนใจ อาจไม่สามารถเริ่มต้นได้หากไม่มีนโยบายการพัฒนาอย่างจริงจังจากผู้นำหรือองค์กร อย่างไรก็ตาม ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้น ไม่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในทุก ๆ ด้านตามที่ได้มาเสนอไป แต่หากองค์กรเห็นความสำคัญในการพัฒนาและสร้างพื้นฐานด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับพนักงาน รวมถึงปรับตัวให้ก้าวเข้าสู่วัฒนธรรมองค์กรแห่งความสร้างสรรค์ ย่อมถือเป็นก้าวแรกแห่งการกำหนดทิศทางขององค์กร ไปสู่การเติบโตและประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป



LIMITATIONS



AND CHALLENGES

ข้อจำกัดและความก้าวหน้า

เมื่องค์กรต่าง ๆ เริ่มส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินถึงข้อจำกัดและอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งความก้าวหน้านี้มักเกิดจากการปฏิบัติขององค์กรที่ยังยึดถือระบบใบธุรกิจแบบเดิม ๆ บรรทัดฐานทางวัฒนธรรมหรือแรงกดดันจากภายนอก สามารถขัดขวางความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ สิ่งสำคัญที่องค์กรควรปฏิบัติคือการเผชิญหน้ากับปัญหาเหล่านั้นโดยตรง ด้วยการเปิดให้มีการแสดงความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมแบบใหม่ที่เติมเต็มความคิดสร้างสรรค์ และหาแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

1. LIMITATIONS

ข้อจำกัด

ในการก้าวข้ามไปสู่ระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้น แน่นอนว่าองค์กรส่วนใหญ่จะต้องเผชิญกับอุปสรรคภายในที่อยู่ขัดแย้งกับความก้าวหน้าอยู่เสมอ ข้อจำกัดเหล่านี้มักเกิดจากโครงสร้างและวัฒนธรรมขององค์กรที่เข้ามาบดบังมากเกินไป จนทำให้เกิดการต่อต้านความคิดในรูปแบบใหม่ สิ่งแรกที่ต้องปรับคือการผลักดันให้บุคลากรรับรู้และสร้างความเข้าใจให้ตระหนักรถึงเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลง พร้อมกับซึ่งกันและกัน การเปลี่ยนผ่านที่จะเข้ามาสร้างโอกาสในการขยายตัวขององค์กร



1.1 RESOURCE & BUDGETARY CONSTRAINTS

(ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ)

ไม่ใช่ทุกองค์กรจะมีทรัพยากรพร้อมในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางความคิดสร้างสรรค์ ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณหรือทรัพยากรทางกายภาพอาจส่งผลกระทบเป็นอย่างมากต่อการจัดจ้างบุคลากรที่มีความสามารถด้านสร้างสรรค์ หรือจัดซื้ออุปกรณ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ

1.2 OUTDATED INFRASTRUCTURE

(โครงสร้างพื้นฐานที่ล้าสมัย)

ระบบหรือเครื่องมือแบบดั้งเดิมอาจไม่เหมาะสมกับการทำงานด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งการย้ายระบบหรือการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งให้มีประสิทธิภาพต้องใช้ระยะเวลาและมีค่าใช้จ่ายสูงส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการนำแนวการทำงานปฏิบัติที่สร้างสรรค์ใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงาน

1.3 HISTORICAL PROCESSES

(วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร)

องค์กรที่มีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนานย่อมมีความคิดฝังลึกที่เป็นรากฐานในการทำงานส่งผลให้เกิดการยับยั้งและฉะลอกความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ซึ่งกับคนติชมบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรให้ก้าวหน้า 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 องค์กรต้องเผชิญหน้ากับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกองค์กร ที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่ต้องการความยืดหยุ่นและความอดทนอยู่เสมอ การรับมือ กับความท้าทายเหล่านี้ องค์กรต้องเข้าใจสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดผลกระทบอย่างถ่องแท้ เพื่อจะได้ตั้งรับ และเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่การเป็นองค์กรสร้างสรรค์ต่อไปได้

INTERNAL CHALLENGES

(ความท้าทายที่เกิดขึ้นจากในองค์กร)

1. MAINTAINING MOMENTUM

(การรักษาเสถียรภาพ)

เมื่อความตื้นตันและความกระตือรือร้นในการนำกลยุทธ์เข้าไปปรับใช้ในองค์กรลดลงจะส่งผลให้ผลงานความคิดสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพลดลงตามไปด้วย จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรักษาเสถียรภาพในการทำงานให้คงที่ ด้วยการปรับเปลี่ยนกบวนกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ พร้อมกับเข้ารับการอบรมใหม่ ๆ และเดินมุ่งลงความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการนำกลยุทธ์มาปรับใช้งาน

2. MEASURING CREATIVE OUTPUT

(การวัดผลงานทางความคิดสร้างสรรค์)

การกำหนดวิธีการวัดผลลัพธ์ความแตกต่างที่เกิดขึ้นจากการนำร่องด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เข้ามาใช้จะช่วยให้ได้รับผลลัพธ์ที่มีคุณภาพและเพิ่มความท้าทายในการปฏิบัติงานโดยอาจกำหนดตัวชี้วัด ประสิทธิภาพหลัก (KPI) ที่เป็นมาตรฐานสำหรับการวัดผลลัพธ์ภายในองค์กร

3. RISK OF FAILED EXPERIMENTS

(ความเสี่ยงของการทดลองที่ล้มเหลว)

อีสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มากขึ้นในองค์กรอาจส่งผลให้การทดลองมีความเสี่ยงที่จะล้มเหลวสูงขึ้น องค์กรจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับแนวคิดบางอย่างที่อาจไม่ประสบความสำเร็จ พร้อมกับการสร้าง วัฒนธรรมที่ห่วงการเรียนรู้จากความผิดพลาดที่เกิดขึ้นแทนการตำหนิหรือลงโทษ

4. MANAGING DIVERSE OPINIONS

(การจัดการความคิดเห็นที่หลากหลาย)

สภาพแวดล้อมที่เพียบพร้อมไปด้วยความคิดสร้างสรรค์จะยิ่งนำไปสู่แนวคิดและความคิดเห็นที่หลากหลาย จึงเป็นสิ่งสำคัญที่องค์กรจะต้องรับฟังความคิดเห็นของทุกคนอย่างเท่าเทียมและตัดสินใจเลือกแนวทางการดำเนินงานที่จะช่วยให้องค์กรประสบผลสำเร็จ

5. CULTURE CLASH

(การประทับนิยมวัฒนธรรมในองค์กร)

ในองค์กรที่มีวัฒนธรรมดั้งเดิมมายาวนาน แม้จะนำกลยุทธ์รูปแบบใหม่เข้ามาปรับใช้ในการดำเนินงาน แต่ก็อาจเกิดการต่อต้านและขัดแย้งกับระหว่างบุคลากรภายในองค์กรที่ยังคงรักษาวัฒนธรรมการทำงานในรูปแบบเดิม

6. SCALABILITY CONCERNS

(ข้อกังวลด้านการขยายตัว)

แนวความคิดสร้างสรรค์สำหรับการปรับใช้ในองค์กรสำหรับบุคลากร 10 คนอาจไม่ได้ผลในการนำมาปรับใช้กับองค์กรที่มีบุคลากร 100 - 1000 คน ดังนั้นเมื่องค์กรมีขนาดเติบโตขึ้น ก็จะต้องพิจารณาเรื่องของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับขนาดขององค์กร

7. OVEREMPHASIS ON INDIVIDUAL CREATIVITY

(การเน้นความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลเกินไป)

แม้การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลเป็นสิ่งที่สำคัญแต่ก็อาจทำให้เกิดการละทิ้งความสำคัญของการทำงานเป็นทีมและการทำงานร่วมกัน องค์กรจึงต้องสนับสนุนความสร้างสรรค์ของทั้งสองส่วนให้เท่าเทียมกัน



EXTERNAL CHALLENGES

(ความท้าทายจากภายนอกองค์กร)

นอกจากอุปสรรคจากข้อจำกัดภายในแล้ว องค์กรยังต้องเผชิญกับความท้าทายจากสภาพแวดล้อมภายนอกที่จะมาเข้ามายกดดับความสามารถในการปรับตัวขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยมักเกิดขึ้นจากความผันผวนของตลาด แรงกดดันจากคู่แข่ง หรือวัฒนาการของเทคโนโลยี องค์กรจึงต้องวางแผนจัดการกับอุปสรรคเหล่านี้ด้วยความคิดสร้างสรรค์ พร้อมกับต้องเตรียมพร้อมรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจจะเกิดขึ้น

1. RAPID MARKET TRENDS

(แนวโน้มของตลาด)

ทิศทางและความต้องการของตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและแปรผันอย่างเสมอ ขณะเดียวกัน องค์กรก็พยายามนำความคิดหรือไอเดียใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้ตลอดเวลา ทำให้ต้องรับมือกับความเสี่ยงว่าความคิดหรือไอเดียบัน อาจจะล้าสมัยหรือไม่เป็นที่ต้องการของตลาดอีกต่อไป

2. INTENSE COMPETITION

(การแข่งขัน)

ตลาดโลกเต็มไปด้วยคู่แข่งตั้งแต่สตาร์ทอัปไปจนถึงองค์กรขนาดใหญ่ องค์กรจึงต้องนำกลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งซึ่งจะต้องมีการพัฒนาอย่างก้าวหน้า และสร้างสรรค์สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. EVOLVING CUSTOMER PREFERENCES

(ความต้องการของผู้บริโภค)

การก้าวเข้าสู่ยุคแห่งดิจิทัลทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลแบบที่หลากหลาย องค์กรต่าง ๆ จึงต้องปรับให้มีความคล่องตัวและยืดหยุ่น เพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ขององค์กรสอดคล้องกับความคาดหวังและความต้องการของผู้บริโภค

4. TECHNOLOGICAL ADVANCEMENTS

(ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี)

เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว ไม่หยุดนิ่ง และก้าวกระโดด ดังนั้นการปรับปรุงและบูรณาการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีล่าสุด จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับองค์กรในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

5. CULTURAL AND GEOGRAPHIC BARRIERS

(อุปสรรคทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์)

กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในประเทศหนึ่งอาจไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพในประเทศอื่น ๆ เนื่องจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภูมิศาสตร์ ดังนั้นการปรับกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ให้เข้ากับวัฒนธรรมในแต่ละภูมิภาค จะทำให้เข้าใจในบริบทที่แตกต่างของพื้นที่ และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับบังลงทุน

6. REGULATORY RESTRICTIONS

(ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ)

อุตสาหกรรมบางประเภทจำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎหมายอย่างเข้มงวดซึ่งกฎระเบียบเหล่านั้นอาจเข้ามายับยั้งความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ องค์กรจึงต้องมีการสร้างสมดุลระหว่างการปฏิบัติตามข้อบังคับและกลยุทธ์ที่สร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานที่ต้องใช้การวางแผนและการดำเนินการอย่างรอบคอบ เช่น การเงิน สุขาภิบาล และการป้องกัน

7. ADAPTING TO EXTERNAL PRESSURES

(การปรับตัวให้เข้ากับแรงกดดันภายนอก)

ภูมิภาคที่ทางธุรกิจเติบโตไปด้วยแรงกดดันจากคู่แข่งแนวโน้มตลาดที่ผันแปรอย่างรวดเร็วรวมถึงความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป องค์กรจึงต้องปรับตัวเพื่อรักษาความได้เปรียบทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้วยการสำรวจตลาดและนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาปรับใช้ภายในองค์กรก่อนคู่แข่ง โดยให้ความสำคัญกับนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้องค์กรสามารถเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้

FUTURE OF CREATIVE MATURITY

อนาคตของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร

ในยุคของการเปลี่ยนแปลงก่อตัวเร็วและ การแห่งขั้น ความสามารถในการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในองค์กร เป็นสิ่งที่ยังไม่เป็นแพร่หลายมาก่อน แต่เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจให้ไปต่อไปและประสบความสำเร็จ แน่นอนว่าไม่มีใครคาดเดาได้ว่าในอนาคตจะมีอะไรเกิดขึ้นบ้าง ไม่ว่าจะเป็นความกันสมัยของเทคโนโลยี แนวคิดทางการตลาดรูปแบบใหม่ รวมถึงเทรนด์ทางสังคมใหม่ ๆ ที่จะเกิดขึ้น สิ่งที่สำคัญคือการทำความเข้าใจหรือคาดการณ์ถึงสิ่งที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของตนของในอนาคตที่ยั่งยืน และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้ มีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ องค์กรควรพิจารณา และปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ดังนี้

1 INTEGRATION OF TECHNOLOGY

(ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี)

การเติบโตของปัญญาประดิษฐ์ (AI) Machine Learning โลกเสมือน และเครื่องมือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่แพร่หลายมากขึ้น จะทำให้ระบบชาติของความคิดสร้างสรรค์และวิธีการส่งเสริมภายในองค์กรเปลี่ยนไปโดยคาดว่าองค์กรจะสามารถปรับปรุงวิธีการทำงานเพื่อสร้างกระบวนการสร้างสรรค์ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ใช้งานง่าย คล่อง และสนับสนุนการสร้างสรรค์ได้มากขึ้น

4 SUSTAINABILITY

(ปัจจัยเรื่องความยั่งยืน)

เทคโนโลยีสมัยใหม่กำลังพัฒนาโลกให้มีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตามความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมก็เพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย เช่นกัน ทำให้เกิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทั้งในเรื่องของการใช้เชื้อเพลิง ผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงอาหาร ดังนั้นโน้มเดล การเจริญเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ในอนาคตอาจรวมเอาความยั่งยืนของโลกเป็นมิติสำคัญ

2 REMOTE WORK AND COLLABORATION

(การทำงานระยะไกลและการทำงานร่วมกัน)

วิกฤตการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานเป็นแบบระยะไกล ส่งผลให้องค์กรต้องหาวิธีส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผ่านโปรแกรมและเครื่องมือใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้กิจกรรมทำงานยังคงติดต่อสื่อสารกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5 NEW LEARNING MODALITIES

(การเรียนรู้ในรูปแบบใหม่)

องค์กรจะต้องส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาตลอดเวลา เพื่อให้พนักงานมีความสามารถในการติดตามเทรนด์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเฉพาะการเกิดขึ้นของแพลตฟอร์มและเครื่องมือทางการศึกษาใหม่ ๆ ที่จะช่วยยกระดับกักษะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรของพนักงานอย่างต่อเนื่อง

3 GLOBALIZATION AND CULTURAL SENSITIVITY

(โลกกว้างและความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม)

ในขณะที่ธุรกิจขยายตัวจากระดับประเทศเป็นระดับโลก การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะต้องคำนึงถึงการรองรับตลาดและลูกค้าที่มีความหลากหลาย ทั้งยังต้องทำความเข้าใจ เครื่องหมาย และประยุกต์ใช้ความหลากหลายของวัฒนธรรม ให้เข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์และนวัตกรรม

6 SHIFTING ECONOMIC MODELS

(การเปลี่ยนแปลงของรูปแบบเศรษฐกิจ)

เมื่อเศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงและเกิดโมเดลธุรกิจใหม่ ๆ มาแล้ว องค์กรต่าง ๆ ควรมีการกำหนดนโยบายใหม่ ว่าความคิดสร้างสรรค์มีความหมายต่อพวกราชอาณาจักร โลก และจะสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรอย่างไร อนาคตของระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะถูกกำหนดจากปัจจัยหลายอย่าง ทั้ง กิจกรรมทางการค้า การนวัตกรรม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี หรือสิ่งที่อาจเปลี่ยนแปลงอย่างกะทันหัน เช่น การเกิดขึ้นของโรคระบาด สงคราม หรือภัยธรรมชาติ องค์กรสร้างสรรค์จะต้องสามารถปรับตัวและมีความคิดก้าวหน้า เพื่อรักษาความได้เปรียบด้านความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ

STEP-BY-STEP ACTION PLAN FOR ORGANIZATIONS

แผนปฏิบัติการที่จะขับเคลื่อนที่หมายความกับองค์กรประเภทต่าง ๆ

การพัฒนาและสร้างสรรค์แผนปฏิบัติการในองค์กรเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งความท้าทายที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามขนาดและโครงสร้างขององค์กรนั้น ๆ ดังนั้นการทราบแนวทางการดำเนินการสำหรับองค์กรประเภทต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพื่อให้องค์กรสามารถวางแผนดำเนินการพัฒนาและดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ให้หมายความกับจำนวนบุคลากร ลักษณะขององค์กร และงบประมาณ



1 LEADERSHIP BUY-IN

การเห็นชอบจากระดับผู้นำองค์กร

องค์กรสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ โดยส่วนมากจะสร้างนวัตกรรมที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นนวัตกรรมที่ชั้นชั้นจนกลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ก้าวการทำงานร่วมกันระหว่างแผนกต่าง ๆ การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่กล้าลองมือทำ ทำให้สามารถก้าวเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมด้านนั้น ๆ เช่น Amazon และ Google ที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับแนวโน้มทางการตลาด และกำหนดเกณฑ์การทำงานในอนาคตได้อย่างซัดเจนและยั่งยืน ก้าวไปข้างหน้าโดยไม่ลืมตัวตนและภาระที่ต้องรับรู้

2 ESTABLISH CLEAR COMMUNICATION

สร้างการสื่อสารที่ชัดเจน

การประกาศให้บุคลากรในองค์กรทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น และสร้างแพลตฟอร์มหรือช่องทางที่บุคลากรสามารถแสดงความคิดเห็นรวมถึงข้อคิดเห็นที่อาจเกิดขึ้นได้

3 TAILORED TRAINING PROGRAMS

โปรแกรมการฝึกอบรมที่เหมาะสม

การจัดเวิร์กช้อปหรือฝึกอบรมพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เช่นวิธีการคิดเชิงออกแบบเทคนิค การประเมินความคิด การฝึกอบรมด้านศิลปะ หรือแม้กระทั่งการอบรมวัสดุหรือการยกย่องสำหรับความคิดสร้างสรรค์หรือโครงการที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ซึ่งไม่เพียงเป็นการเห็นถึงความพยายามของพนักงาน แต่ยังกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

4 REDEFINE WORKSPACE

กำหนดพื้นที่ทำงานใหม่

การปรับปรุงพื้นที่การทำงานที่กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงการพิจารณาการออกแบบพื้นที่สำนักงานรูปแบบใหม่ ด้วยการเพิ่มโซนการทำงานร่วมกันและพื้นที่พักผ่อน พร้อมกับเครื่องมือดิจิทัลหรือเทคโนโลยีที่สนับสนุนการทำงาน เช่นห้องประชุมไฮบริด ห้องปฏิบัติการ ฯลฯ ที่ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้ง่ายขึ้น



5 PROMOTE CROSS FUNCTIONAL COLLABORATION

ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนงาน

ส่งเสริมให้เกิดงานจากแผนกต่าง ๆ ทำงานร่วมกัน เนื่องจากมุ่งเน้นที่หลากหลายจะนำไปสู่การสร้างความคิดก้าวใหม่ๆ และครอบคลุมยิ่งขึ้น

6 REGULAR FEEDBACK AND REVIEW

ข้อเสนอแนะและคำวิจารณ์

ตรวจสอบผลกระทบของคำติชมและข้อเสนอแนะอยู่เสมอ และเตรียมพร้อมสำหรับการปรับเปลี่ยนตามความจำเป็น

7 EMBED CREATIVITY IN RECRUITMENT

สรรหาบุคลากรที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์

มองหาบุคลากรใหม่ที่สามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์เข้ากับตำแหน่งงานที่สมัครได้อย่างน่าสนใจ พร้อมทั้งประเมินศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ของผู้สมัครงาน

8 EXTERNAL COLLABORATIONS

สร้างความร่วมมือภายนอก

ร่วมงานกับมหาวิทยาลัย ศูนย์วิจัย หรือองค์กรอื่น ๆ เพื่อตอบรับมุ่งเน้นและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ

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

แผนปฏิบัติการทีละขั้นตอนที่เหมาะสมกับองค์กรประเภทต่าง ๆ

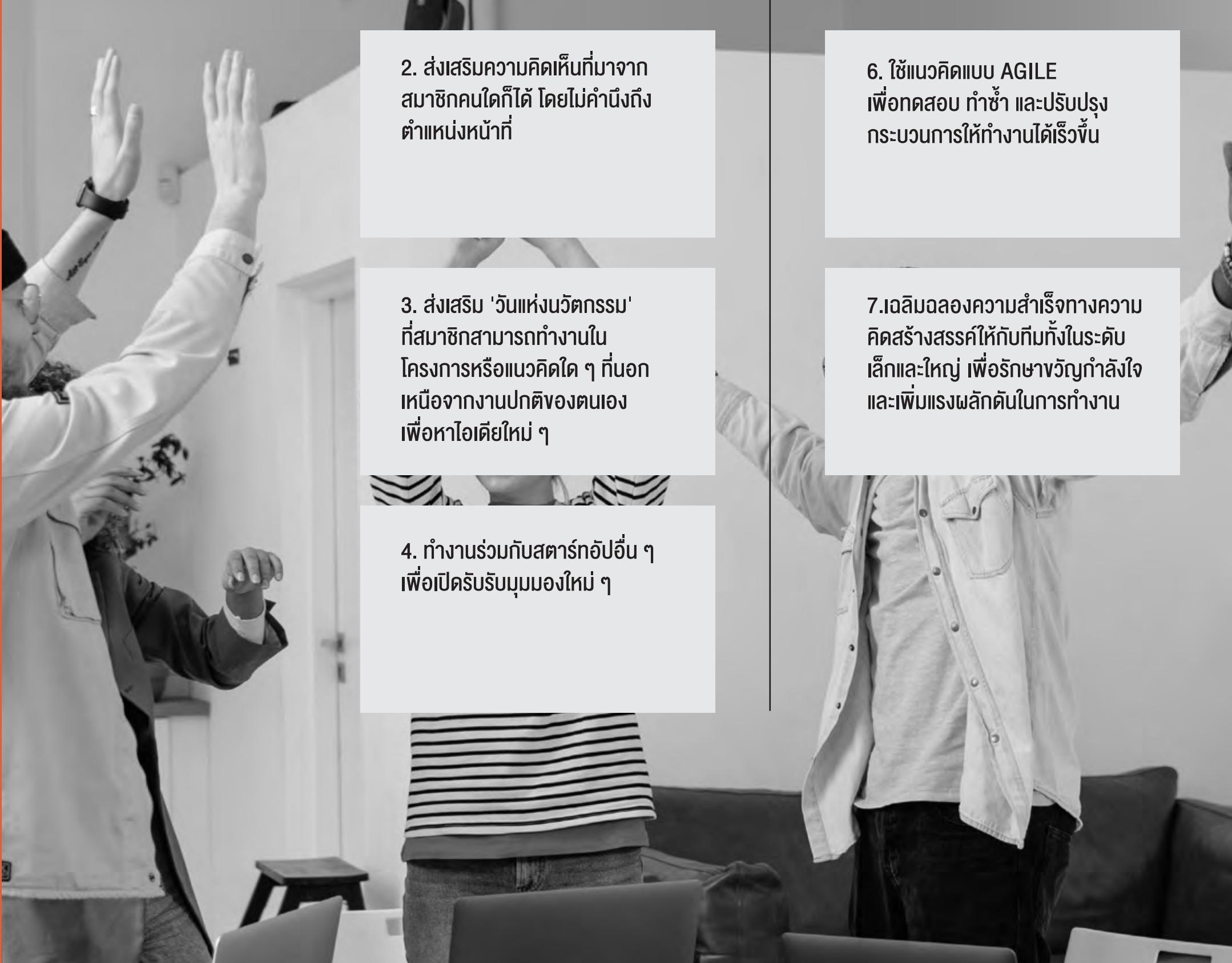
การพัฒนาและสร้างสรรค์แผนปฏิบัติการในองค์กรเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ซึ่งความท้าทายที่เกิดขึ้นจะแตกต่างกันไปตามขนาดและโครงสร้างขององค์กรนั้น ๆ ดังนั้นการทราบแนวทางการดำเนินการสำหรับองค์กรประเภทต่าง ๆ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เพื่อให้องค์กรสามารถวางแผนดำเนินการพัฒนาและดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ให้เหมาะสมกับจำนวนบุคลากร ลักษณะขององค์กร และงบประมาณ

1. START-UP

สตาร์ทอัป

Start-up เป็นองค์กรขนาดเล็กที่มีภารกิจการค่อนข้างจำกัด แต่มีจุดเด่นคือมีความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจ สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการได้ตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้า ได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น แผนปฏิบัติการสำหรับองค์กรขนาดเล็กคือต้องเน้นที่บุคลากรและทีมเป็นหลัก โดยการใช้กลยุทธ์เพื่อให้ทีมงานสามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระตามเป้าหมายที่ชัดเจนรวมถึงส่งเสริมการทดลองและการเรียนรู้จากความล้มเหลว

7 ขั้นตอน สำหรับ Start-up



1. ปลูกฝังความคิดสร้างสรรค์ในค่านิยมหลักของบริษัทตั้งแต่เริ่มต้นกิจการ
2. ส่งเสริมความคิดเห็นที่มาจากการสนับสนุนโดยได้โดยไม่คำนึงถึงตำแหน่งหน้าที่
3. ส่งเสริม 'วันแห่งนวัตกรรม' ที่สมาชิกสามารถทำงานในโครงการหรือแนวคิดใด ๆ กันอยู่จากงานปกติของตนเอง เพื่อหาไอเดียใหม่ ๆ
4. ทำงานร่วมกับสตาร์ทอัปอื่น ๆ เพื่อเปิดรับมุมมองใหม่ ๆ
5. ปรับพื้นที่ทำงานให้อิสระต่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ กับพื้นที่เปิด พื้นที่สร้างความสัมพันธ์ หรือพื้นที่สำหรับผู้คนหลายเชื้อชาติ
6. ใช้แนวคิดแบบ AGILE เพื่อกดสอบ ทำซ้ำ และปรับปรุงกระบวนการให้ทำงานได้เร็วขึ้น
7. เอเชิร์ฟลงความสำเร็จทางความคิดสร้างสรรค์ให้กับทีมกับในระดับเล็กและใหญ่ เพื่อรักษาไว้ก่อนดำเนินการ และเพิ่มแรงผลักดันในการทำงาน

2. SMEs

องค์กรขนาดกลาง และขนาดย่อม

SMEs เริ่มมีก้าวจำานวนกรัพยากรและพนักงานที่ขยายตัวขึ้น เป็นองค์กรที่ต้องสร้างก้าวเสถียรภาพ ระหว่างการขยายตัวและการรักษาธุรกิจ ดังนั้น การกำหนดแนวทางพัฒนาธุรกิจการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรประเภทนี้ ควรเน้นไปที่การสร้างโครงสร้างการบริหารจัดการที่ชัดเจนและมีความยืดหยุ่นส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการสร้างสรรค์ในหลาย ๆ ด้าน โดยเฉพาะการเรียนรู้และวิธีการทำงานอย่างสร้างสรรค์

7 ขั้นตอน สำหรับ SMEs

1. กำหนดวิสัยทัศน์ในด้านความคิดสร้างสรรค์ของบริษัท และประกาศให้ทุกคนรับรู้ร่วมกัน

2. จัดสรรงบประมาณโดยเฉพาะสำหรับการฝึกอบรมและการพัฒนาด้านความคิดสร้างสรรค์

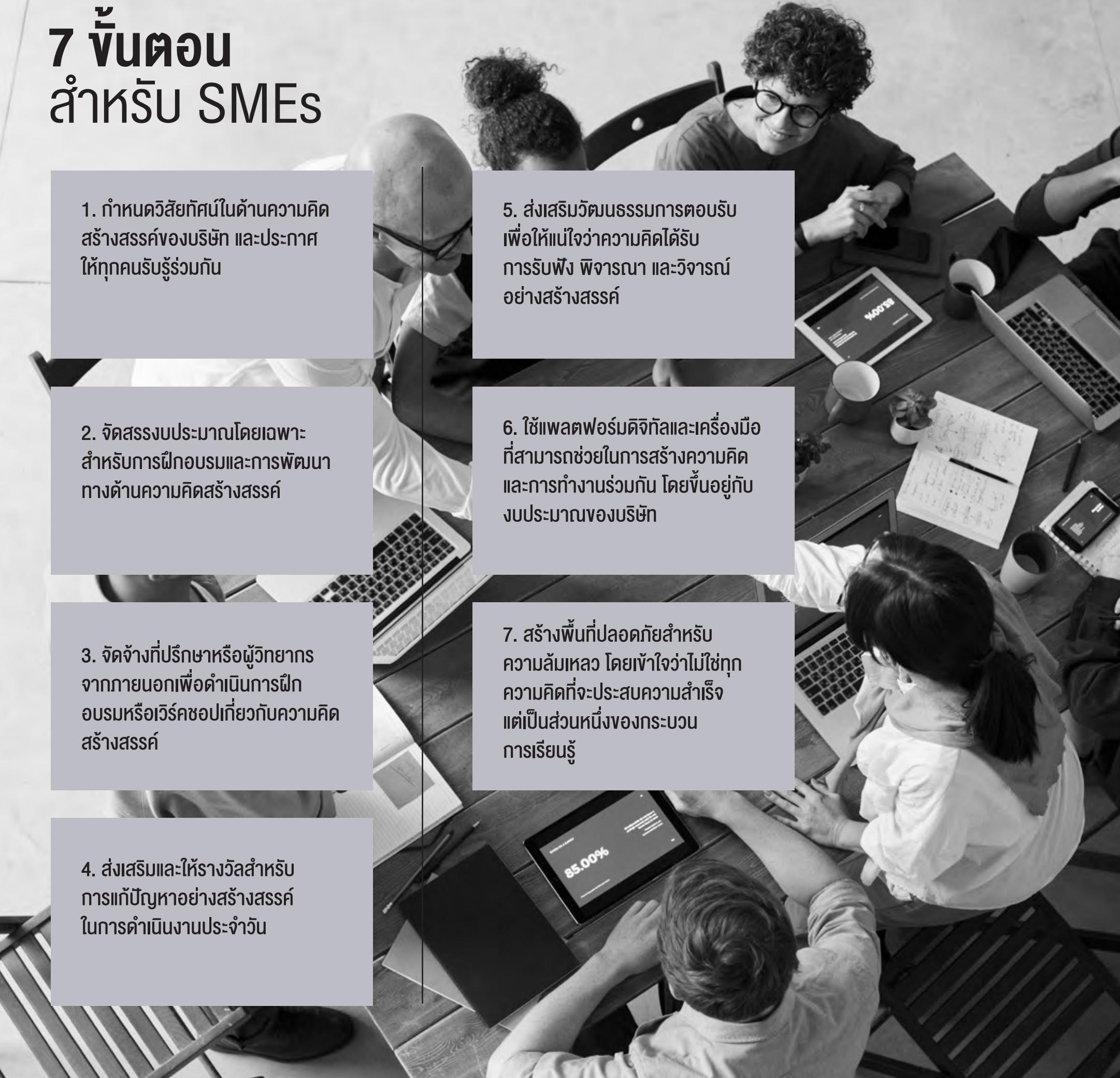
3. จัดจ้างที่ปรึกษาหรือผู้วิทยากรจากภายนอกเพื่อดำเนินการฝึกอบรมหรือเวิร์คชอปเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

4. ส่งเสริมและให้รางวัลสำหรับการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ในการดำเนินงานประจำวัน

5. ส่งเสริมวัฒนธรรมการตอบรับเพื่อให้แน่ใจว่าความคิดได้รับการรับฟัง พิจารณา และวิจารณ์อย่างสร้างสรรค์

6. ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและเครื่องมือที่สามารถช่วยในการสร้างความคิดและการทำงานร่วมกัน โดยทั้งนี้อยู่กับงบประมาณของบริษัท

7. สร้างพื้นที่ปลอดภัยสำหรับความล้มเหลว โดยเข้าใจว่าไม่ใช่ทุกความคิดที่จะประสบความสำเร็จ แต่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้



3. MULTI-NATIONALS OR LARGE CORPORATIONS

บริษัทข้ามชาติ หรือบริษัทขนาดใหญ่

สำหรับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีหลาย ๆ ที่มีร่วมกัน บริหารงานผู้นำองค์กรจำเป็นต้องสื่อสารให้หัวหน้าทีม และบุคลากรเข้าใจตรงกัน ถึงความสำคัญของระดับ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร และพัฒนาระบบ และกระบวนการในการสนับสนุนความสร้างสรรค์ร่วม กัน นอกจากนี้มือพิจารณาถึงความสามารถในการ ลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ องค์กรขนาดใหญ่นั้น สามารถใช้งบประมาณเพื่อพัฒนาความสามารถของ พนักงานด้วยเครื่องมือประเภทต่าง ๆ รวมทั้งยังต้อง รักษามาตรฐานอัฒนธรรมสร้างสรรค์ไว้อยู่เสมอ และ ต้องไม่ลืมที่จะกبحกวนและปรับปรุงกระบวนการอย่าง ต่อเนื่องเพื่อรับการเปลี่ยนแปลง

8 ขั้นตอน สำหรับ Large Corporations

1. สร้างความเข้าใจให้กับบุคลากร ภายในองค์กร เกี่ยวกับความสำคัญ ของความคิดสร้างสรรค์และระดับ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ใน องค์กร
2. สร้างคณะกรรมการด้านความ คิดสร้างสรรค์จากบุคลากร ข้ามแผนก เพื่อดูแลการนำเสนอ โครงการและการฝึกอบรมเชิง สร้างสรรค์
3. ลงทุนด้านโปรแกรมการฝึก อบรมและเวิร์กช็อป เพื่อเน้นการ เสริมสร้างทักษะด้านความคิด สร้างสรรค์และส่งเสริมนวัตกรรม
4. สร้างศูนย์บ่มเพาะ ไอเดียหรือ ห้องปฏิบัติการภายใต้บริษัท เพื่อ ให้บุคลากรสามารถสร้างต้นแบบ และทดสอบแนวคิดใหม่ ๆ
5. สร้างแรงจูงใจในการคิด นวัตกรรมด้วยการเสนอรางวัล หรือการยกย่องให้กับมหึมา บุคคล ที่สามารถแสดงความคิด สร้างสรรค์ได้อย่างยอดเยี่ยม
6. จัดเตรียมอุปกรณ์ให้พร้อม สำหรับการประชุมระดมความคิด ระหว่างแผนก และการนำเสนอ ความรู้ในการทำงานร่วมกัน
7. ใช้เครื่องมือทางเทคโนโลยี ที่ ส่งเสริมการทำงานร่วมกันและ ความคิดสร้างสรรค์
8. ทบทวนและประเมินเกณฑ์ชี้วัด ที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ เป็นประจำ และปรับแนวทาง กลยุทธ์ตามความจำเป็น

4. GOVERNMENT ORGANIZATIONS

องค์กรภาครัฐ

องค์กรภาครัฐมักกำหนดแผนปฏิบัติการที่ค่อนข้างละเอียดและมีการตรวจสอบจากหน่วยงานภายนอกอย่างสม่ำเสมอ ลักษณะนี้ต้องพิจารณาตามเป้าหมายการบริหารจัดการและนโยบายสาธารณะที่ได้รับการกำหนดมาจากการของรัฐบาล ทุกแผนปฏิบัติการจะต้องสอดคล้องและตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนอย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรของรัฐนั้นอาจทำได้ค่อนข้างจำกัด เนื่องจากมีกฎหรือระเบียบบางอย่างที่ทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้อย่างอิสระเหมือนกับภาคเอกชน ดังนั้นแผนปฏิบัติการขององค์กรภาครัฐจึงควรเน้นให้มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริการประชาชน ไปพร้อม ๆ กับการสร้างวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในองค์กร เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรแสดงศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง

10 ข้อตอน สำหรับองค์กรภาครัฐ

- กำหนดข้อบังคับที่ชัดเจนในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมภายในองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายในการให้บริการสาธารณะ
- กำหนดคณานิจกรรมที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่ขับเคลื่อนแนวคิดสร้างสรรค์และการฝึกอบรมในหน่วยงาน
- ดำเนินการฝึกอบรมและประชุมเชิงปฏิบัติการเป็นประจำ เพื่อเน้นการแก้ไขปัญหาด้วยความคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงออกแบบ และนวัตกรรมสำหรับบุคลากรทุกระดับ
- ร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยหรือภาคเอกชน เพื่อนำเสนอความต้องการและแนวความคิดใหม่ ๆ
- สร้างห้องปฏิบัติการหรือศูนย์นวัตกรรมที่บุคลากรสามารถทำงานร่วมกับความท้าทายในสภาพแวดล้อมที่ยืดหยุ่นและสร้างสรรค์
- ส่งเสริมช่องทางการสื่อสารที่โปร่งใส ซึ่งพนักงานสามารถเสนอแนวคิดใหม่ ข้อเสนอแนะ และมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ
- บูรณาการเครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัล ที่อำนวยความสะดวกในการทำงานร่วมกัน และการดำเนินงานในโครงการสร้างสรรค์
- วัดและประเมินผลกระบวนการคิดสร้างสรรค์ ปรับกลยุทธ์ตามผลลัพธ์และข้อเสนอแนะ
- ส่งเสริมและยอมรับความสามารถของบุคลากรในการดำเนินงานสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นแรงจูงใจและแสดงความมุ่งมั่นขององค์กรในการพัฒนาบุคลากร
- กبحกวนและแก้ไขกฎระเบียบข้อบังคับในแต่ละกระบวนการ เป็นระยะ เพื่อให้อื้อต่อความคิดสร้างสรรค์และไม่ขัดขวางการสร้างสรรค์นวัตกรรม

CONCLUSION



บทสรุป

ความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือสิ่งแวดล้อม องค์กรต่าง ๆ ก็เช่นกัน การพัฒนาด้วยเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าในรูปแบบต่าง ๆ การแทรกซึมที่เพิ่มมากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นมากกว่าแค่เดิมใหม่ ๆ แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรสามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ได้

การจัดการความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นภายในองค์กร จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความสำเร็จขององค์กร สมัยใหม่ บริษัทหลายแห่งไม่เพียงให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ แต่พอกขาไปลูกฝังมันลงมาเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ดังนั้น ผู้นำจึงมีส่วนสำคัญอย่างมากที่จะต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร สร้างวัฒนธรรมแห่งความสร้างสรรค์ รวมทั้งยังต้องเป็นแบบอย่างเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างสร้างสรรค์ไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ โดยเฉพาะการใช้เครื่องมือทางด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ แพลตฟอร์มที่ใช้การทำงานร่วมกัน และการประเมินระดับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถขับเคลื่อนไปข้างหน้า และใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและยั่งยืน



QUESTIONNAIRE

เชิญร่วมทำแบบสอบถามทักษะความรู้ที่ได้รับจากการรายงาน

CREATIVE MATURITY

HOW TO FOSTER CREATIVITY IN YOUR ORGANIZATION
สร้างองค์กรอย่างไรให้สร้างสรรค์



SCAN HERE

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อรวมข้อมูลทักษะที่ผู้อ่านได้รับจากการรายงาน
Creative Maturity: How to Foster Creativity in Your Organization
สร้างองค์กรอย่างไรให้สร้างสรรค์ และเพื่อการอ้างอิงในสำหรับการจัดทำรายงาน
ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในฉบับถัดไป



TCDC
RESOURCE
CENTER