

Creative Organization Brand

ก้าวสู่องค์กรสร้างสรรค์ ในยุค 4.0

การที่องค์กรใดๆ ก็ตามจะพร้อมและสามารถรองรับต่อการก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 นั้น องค์กรเองก็ต้องมี ความพร้อมในการก้าวสู่ความเป็นองค์กร 4.0 ที่แท้จริง

อีกประเด็นที่จะทำให้เป็น องค์กร4.0 จะต้องสามารถสร้างสรรค์ ส่งเสริม และสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรม ความคิดใหม่ๆ ที่จะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ล้ำช้ากว่าการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายนอก ซึ่งหนึ่งในปัจจัยที่จะทำให้เกิดขึ้นได้ก็คือการที่ทั้งองค์กรต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการขับเคลื่อน เพื่อสร้างคุณค่า จากความโดดเด่น ความแตกต่าง ที่ชัดเจน ส่งเสริมให้ผลงาน วิธีการ ผลิตภัณฑ์ บริการ มีนวัตกรรมที่จะให้เกิดความสำเร็จ สามารถแข่งขัน และสร้างความเติบโต ให้กับทั้งธุรกิจ และประเทศได้

ปรับวิถีสู่องค์กรสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่ต้องทำให้เกิดขึ้น ทั้งใน ตัวพนักงาน ระบบงาน วิธีการบริหารงาน เพื่อให้แบรนด์เป็น **'องค์กรสร้างสรรค์'** สร้างหรือผลิตผลงานที่มีนวัตกรรมออกมาให้ได้ เน้นสนับสนุน การส่งเสริมศักยภาพทางความคิดซึ่งกันและกันในทุกระดับแบรนด์องค์กรสร้างสรรค์ องค์กรต้องสร้าง บรรยากาศและระบบที่สนับสนุนให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ได้ตลอดเวลา

Mood:

ความรู้สึกสร้างสรรค์มีอยู่ตลอดเวลา การทำให้ความรู้สึกของคนในองค์กรให้มีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา สนใจติดตามข้อมูลข่าวสาร ความรู้ใหม่ๆ ทั้งที่เกี่ยวกับธุรกิจโดยตรงและทางอ้อม มีเวทีช่องทางในการนำเสนอ แลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน การจัดสัมมนา แลกเปลี่ยนความรู้ กิจกรรมกระตุ้นหรือผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

Mechanics:

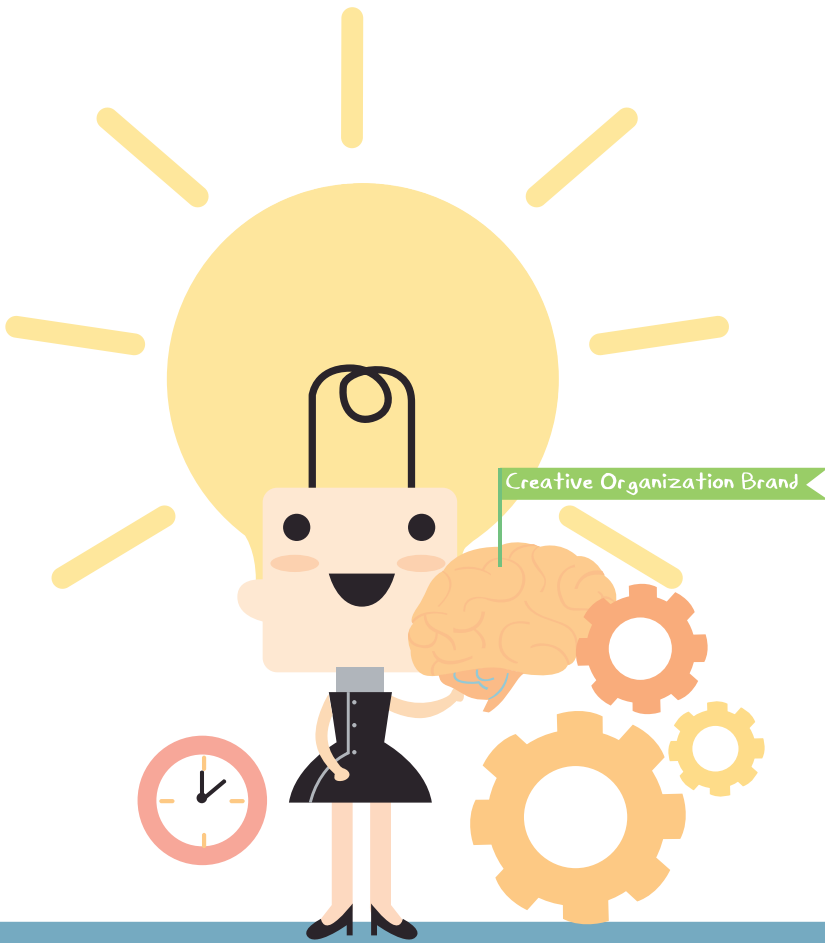
สร้างกระบวนการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การเร่งให้ทุกคนในองค์กรได้ปล่อยของหรือความคิดดีๆ ต้องมีแรงกระตุ้น เช่น การได้รับการยอมรับ รางวัล สิ่งจูงใจ ไม่ว่าจะเป็นการคำชม ยกย่อง หรือรางวัลต่างๆ ที่จำเป็นต้องถูกวางเป็นระบบหรือกระบวนการที่เป็นมาตรฐาน

Mind Set:

ปรับมุมมองอย่างสร้างสรรค์ การที่องค์กรมองว่างานเป็นของใครของมัน แยกแผนกแยกส่วน ไม่เอื้อเพื่อ ห่วงใย ให้การสนับสนุนซึ่งกันและกันไม่แบ่งแยกตัดขาด ต้องมองแบบภาพรวม ติดตามช่วยเหลือ ช่วยคิดแก้ไขปัญหา เหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้บริหารจำเป็นจะต้องสร้างมุมมองความคิดใหม่ๆ เหล่านี้ให้เกิดขึ้น ทั้งการรณรงค์ ปลุกฝังจนกระทั่งความคิดสร้างสรรค์อย่างมีส่วนร่วม เป็นค่านิยมภายในองค์กรให้ได้

Momentum:

กระตุ้นและผลักดันให้ตื่นตัว สร้างสรรค์สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน การผลักดันดังกล่าวคงไม่ใช่กระแส แต่ต้องมีการปลูกเร้าอย่างต่อเนื่อง กำหนดให้เป็นนโยบาย มีการติดตาม วัดผล ประเมินผล เพื่อไม่ให้ขาดตอนหรือแค่เป็นกระแสในบางช่วง



Creative Organization Brand

จากความคิดสร้างสรรค์สู่การกลั่นกรอง

ความคิดสร้างสรรค์นั้น ถือเป็นความเท่าเทียมกันของทุกคน นั่นคือไม่ควรตัดสินในทุกความคิด แต่ควรรวบรวมให้ได้มากที่สุดก่อน ให้ออกาสทุกคน ในการได้ออกความเห็น ไม่มีคำว่า หัวหน้า ลูกน้อง เพื่อต้องการให้เกิดอิสระทางความคิดให้มากที่สุด เมื่อได้ความคิด แล้วจึงไปสู่การคัดสรร หรือ idea selection ด้วยการคิดวิเคราะห์ คัดเลือก ที่ส่วนใหญ่มักทำพร้อมๆ กัน จึงทำให้ไม่สามารถได้ ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ออกมา เพราะทุกคนล้วนต่างกลัว การถูกตัดสินจากผู้อื่นและกลายเป็นความรู้สึกที่ไม่ดีต่อการคิด สร้างสรรค์ต่อไป

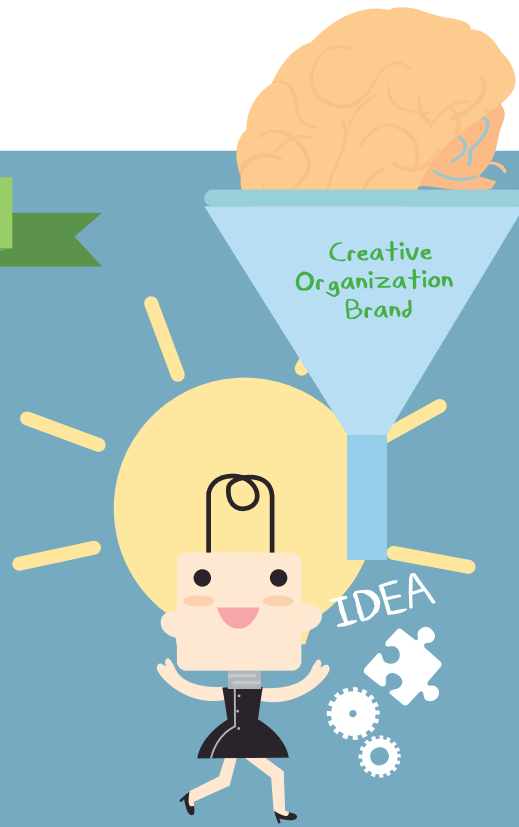
เรื่องของความคิดสร้างสรรค์ เป็นการแสดงออกทางความคิด เพื่อค้นหาหรือแนวทางใหม่ๆ สำหรับการนำไปใช้ หรือในการเริ่มต้น เพื่อพัฒนาหรือต่อยอด ที่อาจจำเป็นต้องนำมาผ่านระบบการกลั่นกรอง อีกครั้งหนึ่ง จากเดิมที่คิดแบบหลุดโลก นอกกรอบ สู่อารวิเคราะห์ สกัดความเป็นไปได้ หรือหาความเชื่อมโยงสนับสนุน เพื่อนำมาใช้จริง ด้วยวิธีดึงกลับมาให้อยู่ในกรอบขององค์กร ภายใต้เหตุผล เป้าหมาย วัตถุประสงค์ ปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม สถานการณ์ ลักษณะขององค์กร แต่ยังคงความแปลกใหม่ ภายใต้ความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้นอยู่



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ

ที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์และสื่อสารองค์กร
" www.drphot.com "

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ
ด้วยประสบการณ์กว่า 25 ปี ในด้านการบริหาร
ยุทธศาสตร์ สื่อสารการตลาด
แบรนด์ ภาพลักษณ์ขององค์กรจนถึงระดับชาติ
ผู้บรรยายในระดับปริญญาโท-เอก
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ
มีผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน
กับตำแหน่งที่หลากหลาย
ทั้งด้านธุรกิจ สังคม และศิลปวัฒนธรรม
รวมถึงการเป็นนายกสมาคมประชาสัมพันธ์ไทย



IDEA



บางที่ความคิดอาจไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่ที่แหวกแนว อาจเริ่มจาก Key Resource ต้นทุน สิ่งที่มีอยู่แล้ว เพียงเพิ่มนวัตกรรมบางอย่างเข้าไป เพื่อเพิ่มศักยภาพให้มากขึ้น ก็ทำให้องค์กรสร้างสรรค์ผลงานได้มากขึ้น

ในการสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการระดมความคิด หรือรวบรวมความคิด ควรจะมีความหลากหลาย ทั้งอายุ ประสบการณ์ความเชี่ยวชาญหน่วยงานความรู้ความรับผิดชอบ มากกว่าไปกระจุกให้กับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพราะความคิดสร้างสรรค์อยู่ในตัวทุกคน โดยไม่ควรมองข้ามหรือเน้นที่ใดที่หนึ่งมากเกินไป โดยเฉพาะเรื่องขององค์กรที่ต้องการความเข้าใจที่ครบทุกส่วน

ขยายความคิดแล้วนำมาเข้าระบบขององค์กร

ความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบัน และอนาคตมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์โมเดลใหม่ๆ ดังนั้น ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอนาคต เทคโนโลยี การตลาด ผู้บริโภค สภาพการณ์ภายใน ภายนอก เพื่อนำสู่การวิเคราะห์หรือคาดการณ์ ที่น่าเชื่อถือจึงต้องถูกเตรียมไว้

การขยายแนวคิด เป็นการขยายขอบเขตของเนื้อหาความคิด หรือคำตอบ ว่าแนวคิดนั้นๆ มีความเกี่ยวข้องกับอะไรบ้าง ที่สามารถขยายออกไปได้ การระดมความคิดเพื่อหามุมมองที่หลากหลาย ก่อนวิพากษ์วิจารณ์หรือวิเคราะห์ สำหรับขั้นตอนการคัดเลือกความคิด ลดแนวคิดที่เหลือน้อยลง เพื่อสามารถบริหารจัดการได้ ด้วยการจัดหมวดหมู่ เช่น การสร้างและขยายโอกาส การสร้างรายได้ การส่งเสริมการตลาด การดูแลลูกค้า ความได้เปรียบในการแข่งขัน การพัฒนาบุคลากร การปรับปรุงระบบการทำงาน เป็นต้น

สร้างตัวต้นแบบแนวคิด ที่ควรเหลือเพียงแค่ 3-5 ประเด็น และมีการลำดับความสำคัญแล้ว เราจึงนำมาใส่ลงในโมเดลที่จะทำให้เราได้เห็นภาพแต่ละความคิด ในรูปแบบที่ชัดเจน และเข้าใจได้ การหาข้อสรุป อาจอยู่ในรูปของการจะส่งตัวแทนเพื่อเป็นคณะกรรมการ หรือ คณะทำงานสร้างสรรค์ ที่จะผลักดันให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้ทุกคนในองค์กรได้มีเวทีแสดงความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ บ้าง

จากนั้นจึงเข้ามาสู่กระบวนการ การอภิปราย ควรมีคนกลางในการช่วยดำเนินการให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เพื่อให้มีมุมมองที่แตกต่าง บางครั้งอาจมีที่ปรึกษาหรือบุคคลที่เชี่ยวชาญจากภายนอก เข้าไปช่วยจัดการแนวคิดให้มีความน่าสนใจหรือแหลมคม มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

Creative Leadership ผู้นำในการสร้างสรรค์

อีกประการที่เป็นสำคัญสำหรับการก้าวสู่การเป็น Creative Organization Brand ได้นั้น ไม่เพียงแต่พนักงานเท่านั้น ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรจะเกิดขึ้นได้ ผู้บริหารระดับกลางจนถึงระดับสูง ต้องเป็นผู้ที่มีสไตล์การบริหารแบบ Creative Leadership หรือผู้นำที่มีความคิดสร้างสรรค์ การร่วมงานกับผู้อื่น หรือ คิดไม่เหมือนย่อมทำให้ได้มุมมองที่แตกต่างออกไป มีความอยากรู้ อยากเห็น อดทน เพราะบางครั้งอาจมีปัญหาในการสื่อสารเพื่อแสวงหา หรือทำความเข้าใจต่อประเด็นที่น่าเสนอ ที่ต้องมีทักษะด้านการสื่อสาร สอบถาม เพิ่มเติม ให้กำลังใจ คำชื่นชม คำแนะนำ ข้อเสนอแนะที่สร้างสรรค์แก่ทีมงาน ในบรรยากาศขององค์กรที่ดีและเอื้ออำนวยต่อความคิดสร้างสรรค์ด้วย WI