



## กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Human Resource Strategy for Creative Economy)

โดย ดร. ณัฐวุฒิ พงศ์สิริ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจที่อาศัยทักษะและความสามารถของบุคคล ในการผสมผสานมรดกทางวัฒนธรรม คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ทางสุนทรียศาสตร์ การจัดการสมัยใหม่ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดเป็นธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่สร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation) และมีความโดดเด่นเฉพาะตัว (Uniqueness) ซึ่งสามารถพบได้ในงานฝีมือ งานโฆษณา การออกแบบกราฟิก การสร้างภาพเคลื่อนไหว (Animation) ซอฟต์แวร์เพื่อการศึกษาและการพักผ่อนหย่อนใจ ผลงานทัศนศิลป์ งานเขียน การออกแบบแฟชั่น ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ตลอดจน งานสถาปัตยกรรมต่าง ๆ

จากความสำเร็จของหลายประเทศโดยเฉพาะเกาหลีใต้ ที่รู้จักใช้ความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์ จนสามารถส่งออกมรดกทางวัฒนธรรมไปทั่วโลกในรูปแบบของภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เพลง นักร้อง แฟชั่น การท่องเที่ยว ศิลปะการแสดง และ อาหาร ทำให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ สำหรับประเทศไทยยังขาดศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศที่มีเทคโนโลยีสูงกว่า ขณะเดียวกันก็เสียเปรียบในเชิงเศรษฐกิจกับประเทศที่มีต้นทุนแรงงานในการผลิตที่ต่ำกว่า ดังนั้น ทิศทางใหม่ของประเทศจึงต้องเร่งพัฒนา รูปแบบธุรกิจใหม่ สร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและบริการ จึงจะสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ปัจจุบันรัฐบาลมีการสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจัง และกำหนดแนวทางที่ชัดเจนมากขึ้น โดยมีเป้าหมาย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน (Creative Industrial Hub of ASIAN) และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นร้อยละ 20 ของ GDP ภายในปี 2555

ในระดับหน่วยงานหรือองค์กร แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สอดคล้องกับเป้าหมายการปรับเปลี่ยนองค์กรไปสู่องค์กรสร้างสรรค์ (Creative Organization) ซึ่งต้องอาศัยกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในการริเริ่มและผลักดันการเปลี่ยนแปลง ดังต่อไปนี้

1. ต้องสร้างบรรยากาศที่ดีในที่ทำงาน เน้นเพิ่มพื้นที่เปิด (Open Space) สำหรับการนั่งพูดคุยหรือประชุมงาน รวมทั้งจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ถ้าพนักงานรู้สึกมีอิสระ สามารถแสดงออกโดยไม่ติดขัดที่ลำดับชั้นในองค์กร จะทำให้เกิดแรงบันดาลใจสร้างแนวความคิด หรือผลงานใหม่ๆ ขึ้นมา ทั้งนี้ ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น ต้องได้รับการสนับสนุนจากฝ่ายบริหารไปสู่การปฏิบัติจริง บางหน่วยงานอาจมีการประกวดและมอบรางวัลความคิดสร้างสรรค์ เพื่อกระตุ้นให้พนักงานมีส่วนร่วมมากขึ้น



2. มีการวางระบบการจัดการความรู้ที่เน้นทั้งการสร้างและบริหารข้อมูล (Codification) ในระบบสารสนเทศที่สามารถประมวลผล วิเคราะห์และจัดเก็บเป็นคลังความรู้ ฐานข้อมูลจะมาจากหลายแหล่ง เช่นงานวิจัยตลาด ข้อมูลทฤษฎี ภูมิ รายงานการศึกษา เปรียบเสมือนแหล่งทุนทางปัญญา ช่วยให้พนักงานสามารถนำข้อมูลที่มีอยู่ในระบบมาสร้างสรรค์และประยุกต์ใช้ได้อย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีกระบวนการแบ่งปันความรู้ที่เน้นความสามารถและทักษะเฉพาะตัว (Personalization) โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและถ่ายโอนความรู้ผ่านทางการทำงานเป็นทีม มีการระดมสมองและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีระบบเครือข่ายเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญและเปิดโอกาสให้พนักงานในองค์กรได้รับการสอนงานแบบใกล้ชิด มีโอกาสร่วมแก้ปัญหากับบุคลากรที่มีความสามารถหลากหลาย ทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน อันนำไปสู่การสร้างสรรค์แนวความคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจในอนาคต
3. จัดแผนงานในการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เริ่มจากการประเมิน และคัดเลือกพัฒนาทักษะ รวมทั้งความคิดสร้างสรรค์ ให้กับพนักงานกลุ่มพิเศษ (Talent Development) สนับสนุนให้กล้าทำในสิ่งใหม่ๆ สร้างความเข้าใจในภาพรวมเพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่างๆ จนสามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดมุมมองที่จะไปพัฒนาความคิดใหม่ที่แตกต่างและดีกว่าเดิมออกมาได้
4. ฝึกอบรมหัวหน้างานให้เข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบในการกระตุ้นผู้ปฏิบัติงานให้มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งให้เห็นโอกาส รวมทั้งค้นหาวิธีการก้าวข้ามอุปสรรค ความกังวลต่างๆ จากการนำเสนอแนวความคิดใหม่ๆ การให้ความเชื่อมั่นกับพนักงานให้เกิดความกล้าเสี่ยง และยอมรับผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้น เป็นปัจจัยสำคัญของการบรรลุเป้าหมายการเป็นองค์กรสร้างสรรค์

ระบบการผลิตซ้ำจำนวนมากๆ (Mass Production) แม้จะมีราคาถูกจากการประหยัดขนาด (Economy of Scale) แต่สินค้าก็มีจำนวนเกินความต้องการของผู้บริโภคและขาดความหลากหลาย ไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง และตลาดเป็นของผู้ซื้อ แนวคิดที่ได้รับการยอมรับในปัจจุบันคือ การเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันผ่านทางความคิดใหม่ๆ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและบริการ ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจยุคใหม่ จึงไม่ใช่แค่การมีความรู้เพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง มีการบริหารองค์ความรู้โดยเชื่อมต่อกับสิ่งที่เป็นนามธรรม เช่น คุณค่าทางมรดกวัฒนธรรม เข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่จับต้องได้ เพื่อสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือบริการใหม่ ที่เป็นที่ต้องการในระดับสากล ซึ่งจะเป็นการวางรากฐานความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับประเทศในระยะยาว ต่อไป