

มาตรฐานองค์กรในยุค 4.0 Organization Standards In The 4.0 Era

ลิขิต ศรีแสนชัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Liknit Sisaenchai

Maha Sarakham Rajabhat University

E-Mail: likitsi31@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บริบทความท้าทายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการขับเคลื่อนนวัตกรรมท้องถิ่นในยุคไทยแลนด์ 4.0 ในฐานะที่เป็นองค์กรที่ได้รับ การกระจายอำนาจการปกครองจากรัฐในการดำเนินนโยบายสาธารณะหรือการพัฒนา นวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อน โดยเฉพาะในการพัฒนาตามยุทธศาสตร์การพัฒนาทางเศรษฐกิจ แนวใหม่ด้วยนวัตกรรมในยุคไทยแลนด์ 4.0 มาเป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจซึ่ง นับเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง

ในบริบทประเทศไทย 4.0 ที่เน้นให้องค์กรปรับตัวไปเป็นองค์กรอัจฉริยะ โดย ประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีให้ครอบคลุมกระบวนการทำงานเชื่อมโยงกับลูกค้าและพันธมิตร ทางธุรกิจ หรือแม้กระทั่งนำดิจิทัลเทคโนโลยีไปสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ตามกระบวนการที่ เรียกว่า **Digital Transformation** เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเสริมสร้างองค์กรให้มีความ แข็งแกร่ง ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน บนพื้นฐานของการมีนวัตกรรมและ ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำหายอย่างยิ่ง เพราะการทำ **Digital Transformation** ไม่ใช่แค่การเอาคอมพิวเตอร์มาใช้แล้วก็เสร็จภารกิจ ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ กิจกรรม ธนาคาร กลุ่ม **Startup** ซึ่งส่วนใหญ่ถือกำเนิดในโลกดิจิทัล (**Born Digital**) ขณะที่องค์กร แบบดิจิทัล มีนวัตกรรมและรูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสม สามารถเติบโตแบบก้าวกระโดด จนกลายเป็นผู้มาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและสถานะการแข่งขันในบางอุตสาหกรรม (**Digital Disruptor**) และการตลาดแบบไร้พรมแดน ตลอดจนระยะเวลาที่นวัตกรรมใหม่ๆ ได้รับการ ยอมรับและแพร่กระจายออกไปทั่วโลกใช้ระยะเวลาที่สั้นลงมากนี้เอง ทำให้กระแสของการ เปลี่ยนแปลงมีอัตราเร่งตัวมากขึ้นแบบเอกซ์โพเนนเชียล และเข้าสู่ “ยุคของปลาเร็วกินปลา

ซ้ำ”ไปแล้วคำถามชวนคิดก็คือ รูปแบบองค์กรรูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิม แนวคิดและหลักการบริหารจัดการแบบดั้งเดิม จะยังสามารถใช้ไปได้อีกนานเท่าใด โดยเฉพาะท่านที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มี Digital Disruptor จำนวนมาก ผู้เขียนจึงขอประมวลแนวคิดจากหลายส่วนมานำเสนอในบทความนี้ เพื่อเป็นอาหารสมองให้ท่านทั้งหลายนำไปคิดต่อยอดต่อไป

คำสำคัญ: มาตรฐาน; องค์กร; ยุค 4.0

Abstracts

This article aims to analyze the context of the administrative organization's challenge to drive local innovation in the Thai 4.0 era as an organization that has been decentralized from government to public policy or innovation development. Especially in the development of a new economic development strategy with innovation in the era of Thailand 4.0 as a framework for economic development which is a great challenge

In the context of Thailand 4.0, the organization focuses on becoming an intelligent organization. By applying digital technology to cover the work processes linked to customers and business partners Or even bring digital technology to create new business models According to the process called digital transformation To achieve the goal of strengthening the organization Raise the level of competitiveness Based on innovation and creativity Which is extremely challenging because of digital transformation Not just removing the computer and completing the mission The most obvious example is the banking business. Startup groups, most of which are born in the digital world (born digital) while digital organizations. There are innovations and appropriate business models. Can grow leapfrog Until becoming a digital disruptor and borderless market structure As well as the time that new innovations Has been accepted and spread throughout the world, using a much shorter period Makes the flow of change more accelerated like exponential and enters the "era of fast fish eating fish slowly". Organizational style, traditional business model Original management concepts and principles How long can it still be used? Especially those in the industry that have a large number of digital disruptors, the authors would like to compile ideas from many parts to be presented in this article. To be a brain food for you to bring to the next level

Keywords: Standard; Organization; 4.0 Era

บทนำ

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 เป็นนโยบายของรัฐบาล ในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ มีแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความคิด สร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยี ซึ่งนับว่าเป็นโมเดลเศรษฐกิจที่ทันสมัยอันจะนำพา ประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง กับดักความเหลื่อมล้ำและกับดัก ความไม่สมดุล พร้อมกับเปลี่ยนผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในโลกที่หนึ่งที่มีความมั่นคง และยั่งยืน เพิ่มความเข้มแข็งจากภายในดำเนินไปควบคู่กับการเชื่อมโยงกับประชาคมโลก โดยอาศัยตามแนวคิด “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” และมีมาตรการของการขับเคลื่อนอย่าง เป็นรูปธรรมผ่านกลไก “ประชารัฐ” ไทยแลนด์ 4.0 จึงเป็นนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม โดยมีแนวคิดที่สำคัญคือการขับเคลื่อนภายในสู่ภายนอก โดยการขับเคลื่อนจากภายในประกอบด้วย

1. การยกระดับนวัตกรรม (Innovation Driven Proposition) ของทุกภาคส่วนในประเทศ เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบแข่งขัน
2. การสร้างสังคมที่มีจิตวิญญาณของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur Driven Proposition)
3. การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและเครือข่าย (Community Driven Proposition) โดยต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรมให้สามารถสร้าง

ในบริบทประเทศไทย 4.0 ที่เน้นให้องค์กรปรับตัวไปเป็นองค์กรอัจฉริยะ โดยประยุกต์ใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีให้ครอบคลุมกระบวนการทำงานเชื่อมโยงกับลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจ หรือแม้กระทั่งนำดิจิทัลเทคโนโลยีไปสร้างรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ ตามกระบวนการที่เรียกว่า Digital Transformation เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเสริมสร้างองค์กรให้มีความเข้มแข็ง ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน บนพื้นฐานของการมีนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นเรื่องที่ท้าทายอย่างยิ่ง เพราะการทำ Digital Transformation ไม่ใช่แค่การเอาคอมพิวเตอร์มาใช้แล้วก็เสร็จภารกิจ

ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ กิจการธนาคาร กลุ่ม Startup ซึ่งส่วนใหญ่ถือกำเนิดในโลกดิจิทัล (Born Digital) ขณะที่องค์กรแบบดิจิทัล มีนวัตกรรมและรูปแบบทางธุรกิจที่เหมาะสม สามารถเติบโตแบบก้าวกระโดด จนกลายเป็นผู้มาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและสถานะการแข่งขันในบางอุตสาหกรรม (Digital Disruptor) และการตลาดแบบไร้พรมแดน

ตลอดจนระยะเวลาที่นวัตกรรมใหม่ๆ ได้รับการยอมรับและแพร่กระจายออกไปทั่วโลกใช้ระยะเวลาที่สั้นลงมากนี้เอง ทำให้กระแสของการเปลี่ยนแปลงมีอัตราเร่งตัวมากขึ้นแบบเอกซ์โพเนนเชียล และเข้าสู่ “ยุคของปลาเร็วกินปลาช้า” ไปแล้ว

บทความนี้คงเป็นหัวข้อให้ท่านนำแนวคิดไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับองค์กรที่อยู่ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงเร็วช้าต่างกันออกไป รวมถึงการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมและระบบบริหารจัดการภายใน เช่น โครงสร้างองค์กรแบบเครือข่าย มาทดแทนโครงสร้างแบบปิรามิด การบริหารแบบโครงการมาเสริมการทำงานแบบตามสายงาน ตลอดจนการนำเครื่องมือการทำงานยุคใหม่ ๆ เช่นระบบ AI ที่มาช่วยทำให้กระบวนการทำงานบางขั้นตอนเป็นไปโดยอัตโนมัติ รวมไปถึงการใช้ระบบโครงสร้างพื้นฐานแบบ Software-Defined หรือระบบ Cloud เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและคุ้มค่าต่อการลงทุน เป็นต้น แต่ไม่ว่าจะเป็นเรื่องใดแล้วแต่ผูกพันอยู่กับคนทั้งสิ้น การ unlearn สิ่งเก่า และ relearn สิ่งใหม่ โดยเฉพาะการเรียนรู้ระยะสั้นเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอาจจะเป็นจุดสลับของเรื่องราวนี้ก็เป็นได้

พื้นฐานองค์กร 4.0

การที่องค์กรใดๆ ก็ตามจะรองรับและพร้อมต่อการก้าวเข้าสู่ยุค 4.0 นั้น องค์กรเองก็จะต้องมีความพร้อมในการก้าวสู่ความเป็นองค์กร 4.0 คำถามคือแล้วผู้บริหารจะพัฒนาองค์กรอย่างไร ให้พร้อมสำหรับการก้าวสู่ความเป็นองค์กร 4.0 ในสัปดาห์นี้ก็เลยขอเสนอแนะแนวทางสำหรับการพัฒนาองค์กรสู่ความเป็น 4.0 จะต้องสามารถบริหารความหลากหลายและแตกต่างเพื่อให้เกิดผลสูงสุดแก่องค์กร เนื่องจากในยุค 4.0 ที่ข้อมูลข่าวสารต่างๆ (ทั้งข่าวจริงและข่าวปลอม)ถูกกระจายออกไปได้เพียงแค่ปลายนิ้วสัมผัส ทำให้บุคลากรในองค์กรมีความคิดที่แตกต่างและหลากหลายมากขึ้น ทุกคนพร้อมและกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นของตนเอง

นอกจากนี้ ในยุคที่คนวัย Gen Z กำลังจะเริ่มจบจากมหาวิทยาลัยและเริ่มเข้าสู่ตลาดแรงงาน ก็จะทำให้สถานที่ทำงานยุคใหม่กำลังจะประกอบด้วยคนสี่ยุคที่เกิดมาในช่วงเวลาที่แตกต่าง และนำไปสู่วิถีคิด วิถีทำงานที่แตกต่างและหลากหลายซึ่งปัจจัยข้างต้นทั้งหมดทำให้ภายในองค์กรจะประกอบด้วยบุคลากรที่มีวิถี ความเชื่อ ลักษณะการทำงานที่แตกต่างและหลากหลายกันมากขึ้น ดังนั้นผู้บริหารจะต้องเรียนรู้ที่จะบริหารท่ามกลางความ

แตกต่างและใช้ความประโยชน์จากความแตกต่างเพื่อให้องค์กรประสบความสำเร็จให้ได้ ประการที่สองคือองค์กร 4.0 จะต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ตลอดชีวิตของบุคลากร เนื่องจากในยุค 4.0 นั้น ความรู้ที่เรียนมาในสถาบันการศึกษานั้น เพียงแค่ก้าวออกจากรั้วมหาวิทยาลัยก็จะล้าสมัยแล้ว ดังนั้นจะต้องแสวงหาทุกหนทางในการที่จะพัฒนาบุคลากรอยู่ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามการพัฒนานั้นไม่ใช่เพียงแค่การพัฒนาความรู้ (Knowledge) เท่านั้น แต่จะต้องพัฒนาทักษะและวิธีการคิดที่จำเป็นและสำคัญสำหรับยุค 4.0 ด้วย (นันธิดา จันทร์ศิริ, 2558 : 108)

ผู้บริหารจะต้องคอยทบทวนว่าบุคลากรของตัวเองมีวิธีการคิดและทักษะในด้านต่างๆ ต่อไปนี้หรือยัง - การติดตามและมองเห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้และอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking) ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) การคิดรวบยอด (Conceptual Thinking) การทำงานร่วมกับผู้อื่น และ ความฉลาดทางอารมณ์ การทำงานภายในองค์กรยุค 4.0 นั้นจะไม่สามารถทำงานแบบ สมัย 2.0 หรือ 3.0 ได้อีกต่อไป การบริหารงานในลักษณะของการสั่งการและควบคุม (Command and Control) แบบเดิมๆ นั้นจะไม่เหมาะสมต่อทั้งกลุ่มบุคลากรที่มีความหลากหลายมากขึ้น และบุคลากรที่จะต้องมีการคิดและทักษะสำหรับยุค 4.0

องค์กรรูปแบบใหม่ที่ไม่มีการมีเจ้านายไม่มีลูกน้อง ไม่มีโครงสร้าง ไม่ยึดติดกับตำแหน่งต่างๆ มาปรับใช้มากขึ้น ถึงแม้แนวคิดของ Holacracy จะยังไม่ได้มีการยอมรับอย่างแพร่หลาย แต่ก็แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการบริหารองค์กรในอนาคตที่บุคลากรจะต้องมีการบริหารกันเองในลักษณะของ Self-Managed, Self-Motivated Teams กันมากขึ้น บุคลากรในองค์กร 4.0 จะต้องมีความรู้มากขึ้นในการบริหารความสำเร็จของการทำงานของตนเองจะต้องสามารถนำดิจิทัลใหม่ๆ เข้ามาปรับใช้ในการทำงานขององค์กรมากขึ้น และอาจจะถึงขั้นของการนำดิจิทัลเทคโนโลยีมาปรับเปลี่ยนองค์กรเลยไม่ว่าจะเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานภายใน การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับภายนอก

ถอดรหัสธุรกิจ 4.0 เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก

ถึงนาทีนี้คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่าการเปลี่ยนผ่านด้าน ดิจิทัล นับเป็นความท้าทายอย่างมากของ ผู้มีอำนาจตัดสินใจขององค์กรที่ต้องก้าวให้ทันวิสัยทัศน์และแบบแผนทางธุรกิจแบบเดิม ๆ เพื่อสร้างโอกาสและความอยู่รอดในท่ามกลางพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลง

อย่างไร้ขอบเขต และตลอดเวลาด้วยพลังของเทคโนโลยีเราจึงได้เห็นโมเดลทางธุรกิจและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในยุค 4.0 ซึ่งหยิบเอาเทคโนโลยี ไอทีรูปแบบต่าง ๆ มาเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งสื่อสารส่งต่อผ่านทุกช่องทางเพื่อเข้าถึงและซื้อใจลูกค้าให้ได้มากที่สุด ดังเช่น โมเดลทางธุรกิจแนวใหม่ ที่เรียกว่า บริการวิวัฒน์ ซึ่งจะเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ผลิต “สินค้า” เพื่อขายเพียงอย่างเดียว ไปสู่การเป็นผู้เสนอ “บริการ” และให้ “ข้อเสนอแนะ” ที่รอบด้านเกี่ยวกับสินค้าแบบพร้อมสรรพให้กับลูกค้า หรือ การริเริ่มกลยุทธ์การตลาดที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ไลน์ ที่เข้าถึงพฤติกรรมของลูกค้า ณ ปัจจุบัน ซึ่งนิยมการ “ชม ช้อป และ แชร์” เพื่อกระตุ้นให้เกิดการ “ซื้อและบอกต่อ” ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในแบบฉบับของ ไวรัล มาร์เก็ตติ้ง (Viral Marketing) เป็นต้น (นันธิดา จันทรศิริ, 2558 : 108)

เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยน พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยน องค์กรจึงต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิดและวิถีทางธุรกิจ โดยเฉพาะการลงทุนและพัฒนาเทคโนโลยีไอทีที่ตอบโจทย์สถานการณ์ได้อย่างเท่าทัน ไม่ว่าจะเป็นการเดินหน้าในการพัฒนามาตรฐานโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีอย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มขีดความสามารถในการประมวลผลของเซิร์ฟเวอร์ การพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อการจัดการธุรกิจ การเพิ่มศักยภาพการจัดเก็บข้อมูลของสตอเรจ หรือการเพิ่มพลังการเชื่อมโยงของเครือข่ายทั้งแบบมีสายและไร้สาย ระบบเซ็นเซอร์ต่าง ๆ เพื่อเสริมแรงงานหลังบ้าน ขณะเดียวกัน องค์กรก็ต้องมองหาแนวทางในการต่อยอดเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มแต้มต่อให้กับงานหน้าบ้าน ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงสินค้าและบริการส่งตรงไปยังลูกค้า ตลอดจนสร้างมูลค่าและความแตกต่างทางการตลาด ด้วยนวัตกรรมไอทีใหม่ ๆ ในแบบเทคโนโลยีเชิงลึก หรือ Deep Technology ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาอย่างยาวนาน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาในรูปแบบที่แปลกใหม่ แตกต่างไปจากอดีต รวมถึงการสร้างเทคโนโลยีที่สามารถทำงานได้ใกล้เคียงสมองของมนุษย์ ดังที่เราได้รู้จักหรือได้ใช้งานไปบ้างแล้ว เช่น เอไอ บิ๊ก ดาต้า คลาวด์ คอมพิวเตอร์ควอนตัม เป็นต้น เทคโนโลยีเหล่านี้ เป็นสิ่งที่จะช่วยองค์กรยุค 4.0 ในการสร้าง “ทางเลือก” ใหม่ ๆ ทางธุรกิจให้สามารถคว้า “ชัยชนะ” เหนือคู่แข่งท่ามกลางสงครามการค้าดิจิทัลที่รุนแรงขึ้นในทุกขณะ

สิ่งหนึ่งที่เรต่างรับรู้กันดีว่า อาวุธลับสำคัญในการจุดพลุความสำเร็จของธุรกิจ ยุค 4.0 คือ ข้อมูล นั่นหมายถึง องค์กรจะต้องมีการเตรียมตัวสำหรับการพัฒนาระบบบริหาร

จัดการข้อมูลปัจจุบันให้มีประสิทธิภาพ และควรมองไปข้างหน้าถึงการจัดการข้อมูล บิ๊กดาต้า (Big Data) เพราะเป็นที่แน่ชัดแล้วว่า ทุกองค์กรต่างเผชิญกับปริมาณของกลุ่มข้อมูลที่เติบโตเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ขณะเดียวกันก็จะไม่จำกัดอยู่แค่การจัดการข้อมูลแบบโดด ๆ ที่ใช้งานภายในองค์กรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเติมเต็มการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลที่แตกต่างหลากหลายระหว่างองค์กรกับลูกค้า ผู้ผลิต ซัพพลายเออร์ และพันธมิตรต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการทางธุรกิจหลักเสริมสร้างรายได้ และลดต้นทุนการดำเนินงาน

รูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์แห่งอนาคต คิดใหม่ ทำใหม่ รับนโยบาย Thailand 4.0

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ Thailand 4.0 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศสู่จุดหมายสถานการณ์ตลาดแรงงานในไทยคืออีกหนึ่งความท้าทายของภาคธุรกิจ ซึ่งภายใต้การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล หลายประเทศได้ทำการวิจัยและพัฒนาคนร่วมกับเทคโนโลยี แต่ก็ยังเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานในสายงานที่กำลังเป็นที่ต้องการถึงเวลาแล้วที่ประเทศไทยจะต้องร่วมมือกันพัฒนาระบบทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรให้สอดคล้องกับเป้าหมายการนำประเทศเข้าสู่ยุคดิจิทัล ที่รัฐบาลชูนโยบายสำคัญอย่าง Thailand 4.0 หรือ อุตสาหกรรม 4.0 ซึ่งเป็นโมเดลเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม เทคโนโลยี และการบริการระดับสูง เพื่อผลักดันการเติบโตของรายได้ในประเทศให้สูงขึ้นภายใน 5 ปีข้างหน้าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหนึ่งในกลยุทธ์สำคัญที่จะขับเคลื่อนประเทศสู่จุดหมายดังกล่าว (ปัญญาพงศ์ วงศ์ณาศรี, 2557 : 57-58)

ภาครัฐได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรมนุษย์ในอนาคตด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านแรงงานเป็น 4 ระยะด้วยกัน มีเวลาในการดำเนินการระยะละ 5 ปี เริ่มจากการสร้างกำลังคนที่มีประสิทธิภาพได้มาตรฐานสากล (Productive Manpower) สู่แรงงานที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมทันสมัย (Innovative Workforce) มีความคิดสร้างสรรค์ และทักษะด้านการวิจัยและพัฒนา ประเด็นท้าทายต่อตลาดแรงงานและการจ้างงานในอนาคตของไทยอย่างหนึ่งคือผลกระทบจากนโยบาย 4.0 ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการจ้างงานรูปแบบการทำงาน และเกิดอาชีพใหม่ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนจึงต้องปรับบทบาทในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลิตภาพสูงและเป็นแรงงานที่มีทักษะด้าน

ดิจิทัลทำให้โลกยุคดิจิทัลและการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์สอดคล้องกันอย่างลงตัว รวมถึงการปรับเปลี่ยนหน่วยงานที่มีคนเป็นศูนย์กลางให้กลายเป็นรูปแบบดิจิทัลได้อย่างแท้จริง เป็นเหตุผลที่ทำให้การลงทุนทางด้านซอฟต์แวร์กลายเป็นส่วนหนึ่งของทางเลือกซึ่งในที่นี้ไม่ใช่การทดแทนคน แต่เป็นการช่วยเหลือและเปลี่ยนแปลงธุรกิจในเรื่องของการสรรหา เพราะฉะนั้น คงปฏิเสธไม่ได้ว่าระบบทรัพยากรมนุษย์ยุคดิจิทัลนั้นต้องอาศัยคนเป็นศูนย์กลาง รวมถึงการรักษาพนักงานที่มีศักยภาพให้อยู่ในแถวหน้าของการผลักดันองค์กรให้เติบโตไปพร้อมๆ กัน โซลูชันการบริหารจัดการกำลังคน (Workforce Life Solutions) ของออราเคิลยังมีตัวช่วยในการสะท้อนผลลัพธ์อย่างต่อเนื่องหลักสูตรการเรียนการสอนแบบ อิเล็กทรอนิกส์ การให้คำปรึกษา การตรวจสอบสุขภาพและกิจกรรมอาสาเพื่อสร้างความสมดุล ระหว่างการใช้ชีวิตและการทำงาน สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความพึงพอใจและประสิทธิภาพให้แก่บุคลากร ในแง่ของการมีส่วนร่วมและแรงกระตุ้นในการทำงานระยะยาว

การรักษาบุคลากรและการมอบรางวัลให้แก่พนักงานที่มีความสามารถด้วยเหตุนี้ บริษัทในประเทศไทยหลายๆ แห่ง จึงต้องหันมาพัฒนาตัวเองให้ทันยุคทันสมัยอย่างไรข้อ กังขา ภายใต้โลกที่เต็มไปด้วยการเชื่อมต่อแบบดิจิทัล ในโลกที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลเป็นตัวกำหนดให้เกิดการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการทำธุรกิจให้ทันสมัยในทุกวิถีทางการปฏิบัติงานที่อยู่บนความรวดเร็ว ทำให้พนักงานมีส่วนร่วม และปรับตัวได้ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ สิ่งเหล่านี้คือกุญแจ สำคัญที่จะช่วยสร้างระบบทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand 4.0 ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

การเตรียมความพร้อมก้าวสู่ยุคประเทศไทย 4.0

กระแสการเปลี่ยนแปลงสำคัญของโลกกำลังเกิดขึ้นอีกครั้ง เมื่อกำลังก้าวเข้าสู่ยุค “Industry 4.0” รัฐบาลไทยก็ประกาศนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนี้ตามบริบทของประเทศไทยทันที ภาคอุตสาหกรรมในประเทศไทย ถือเป็นหนึ่งในเครื่องยนต์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ และต้องทำความเข้าใจกับสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นและปรับตัวการเปลี่ยนแปลงสู่ยุค 4.0 เครื่องจักร ชี้นำงาน ระบบโลจิสติกส์ และระบบการทำงานก่อให้เกิดเครือข่ายการทำงานที่มีความชาญฉลาดที่ควบคุมซึ่งกันและกัน อย่างอัตโนมัติตลอดทั้งห่วงโซ่คุณค่า หรือที่เรียกว่า “Cyber-Physical System (CPS)”

ระบบดังกล่าวจึงช่วยลดต้นทุนด้านการทำตัวอย่าง การผลิต การจัดเก็บสินค้า การบำรุงรักษา และการจัดการคุณภาพ ทั้งยังทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และความต้องการผลิตภัณฑ์แบบเฉพาะรายอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ในส่วนของอุตสาหกรรมการพิมพ์นั้น หัวใจสำคัญของการก้าวเข้าสู่ยุค Industry 4.0 คือ

1) เตรียมกลยุทธ์องค์กร :สร้าง value creation ให้ลูกค้าและ smart operation เข้าใจเส้นทางธุรกิจ (value chain) เข้าถึงความต้องการ และสร้างความร่วมมือกับลูกค้าและผู้เกี่ยวข้องทุกหน่วยใน value chains และกำหนดวิสัยทัศน์มุ่งสู่การสร้าง digital business model และกระบวนการภายในที่เป็นดิจิทัล

2) เตรียมปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กร : สร้างองค์กรนวัตกรรมและความยืดหยุ่น

- Centers of Excellence ทีมที่รวมตัวจากหลายหน่วยงาน (Inter-Disciplinary Team) แบบเฉพาะกิจเพื่อแก้ปัญหาหรือทำงานพัฒนาปรับปรุง

- Center of Innovation ทีมที่เป็นอิสระจากองค์กรปกติ ที่คิดสร้างสรรค์นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ รูปแบบธุรกิจ

3) เตรียมความพร้อมเทคโนโลยี : “เลือกเทคโนโลยีที่ใช้ ในเวลาที่เหมาะสม” เทคโนโลยีสารสนเทศที่ตอบสนองความยืดหยุ่นของธุรกิจซอฟต์แวร์ที่ใช้ในการจัดเก็บรวบรวม และจัดการข้อมูล และเชื่อมโยงกับหน่วยต่างๆ ความมั่นคงปลอดภัยของสารสนเทศ, ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต, เครื่องจักรและเทคโนโลยีระบบอัตโนมัติ

4) เตรียมคน : “สร้าง Smart Employee”

- พัฒนากลยุทธ์ในการดึงดูดให้องค์กรมีบุคลากรที่ความรู้ และทักษะใหม่ๆ
- ปรับปรุง Job Profiles ให้ทันสมัยและมี digital skills เป็นหนึ่งในทักษะ

พื้นฐาน

ดังนั้นกระบวนการผลิตที่เชื่อมต่อการทำงานร่วมกันอย่างครบวงจรได้ในทันที ไม่จะเป็นการเชื่อมต่อระหว่างขั้นตอนต่างๆ ในการผลิตชิ้นงาน การเชื่อมต่อกับลูกค้า การเชื่อมต่อกับผู้ขายหรือซัพพลายเออร์ การบริการต่างๆ เช่นการขนส่ง รวมทั้งการเชื่อมต่อกับเจ้าของโรงพิมพ์ เพื่อให้สามารถติดตามการทำงาน รวมทั้งสั่งการและตัดสินใจได้ทันทั้งที่รองรับการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก (Big Data Analysis) โรงพิมพ์จะมีข้อมูลเชิงลึกมาก

ขึ้น เป็นระบบซับซ้อนแบบดิจิทัลให้กับลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าสามารถพิมพ์งานโดยระบบออฟเซตคู่ขนานไปพร้อมๆ กับเทคโนโลยีดิจิทัล

มองให้สุขและสนุกไปกับการทำงาน สู่ Thailand 4.0

Thailand 4.0 คือยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น มนุษย์จึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พัฒนาเพื่อความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น องค์กรต่างๆ จึงต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง โดยคิดค้นวิธีการพัฒนาองค์กรใหม่ๆ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอยู่เสมอ ซึ่งหลายคนอาจเคยได้ยินถึงขั้นว่า Thailand 4.0 จะมีเทคโนโลยีเข้ามาทำงานแทนที่มนุษย์เลยทีเดียว และหากเป็นเช่นนั้น องค์กรก็คงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องจ้างงานมนุษย์อีกต่อไป แล้วเราจะทำอะไร จริงๆ แล้ว Thailand 4.0 ไม่ได้น่ากลัวเลย เพราะเมื่อใดที่มนุษย์ยังมีความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่สิ้นสุด ก็ไม่มีอะไรสามารถแทนที่มนุษย์ได้ JOBBKK.COM จึงอยากแนะนำเคล็ดลับดีๆ ที่จะช่วยให้คุณได้พัฒนาความสามารถให้ทันยุค Thailand 4.0 คุณก็ไม่ต้องกังวลอีกต่อไปว่าจะมีอะไรมาแทนที่จากขั้นตอนง่ายๆ 4 ขั้นตอนดังนี้

1.ปรับตัว : เมื่อเทคโนโลยียุค Thailand 4.0 มีการพัฒนาโดยนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของเทคโนโลยีขึ้นนั้นให้มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น คุณจึงต้องปรับตัวเพื่อพัฒนาตัวเองให้ทันและเปิดใจยอมรับเพื่อเรียนรู้และค้นหาแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ อยู่ตลอด เช่น หากองค์กรนำหุ่นยนต์เข้ามาทำงานร่วมกับคุณ

2.ทำงานเป็นทีม : การทำงานร่วมกับคนหมู่มาก หรือที่เรียกว่า Teamwork ซึ่งจะไม่สมบูรณ์ หากขาด “ผู้นำ” เพื่อชี้แนะและวางแนวทางให้ Team นั้น เดินหน้า Work อย่างมีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จ แต่ปัจจุบันนี้เป็นเทรนด์ของ Hybrid Workplace หรือการทำงานออฟฟิศแบบยืดหยุ่นที่สามารถทำงานที่ไหนก็ได้ โดยใช้เทคโนโลยีเป็นศูนย์รวมของการ Brainstorming มากกว่าห้องประชุม ดังนั้นคำว่า Teamwork ในยุค Thailand 4.0 จึงต้องมีคำว่า Collaboration (การร่วมมือ) ด้วย เพราะงานจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อทุกคนในทีมให้ความร่วมมือ

3.สร้างภาวะผู้นำ : มีความกล้าคิดในแบบที่แตกต่างและดีกว่าเดิม โดยใช้ทักษะ Critical thinking หรือทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ ซึ่งเป็นการคิดที่เริ่มจากความสงสัยหรือมีข้อ

โต้แย้งแล้วค้นหาคำตอบอย่างมีเหตุผล ไม่สร้างความแตกแยกทางความคิด และยุค Thailand 4.0 นี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้บริหาร หัวหน้างาน หรือระดับพนักงานก็ต้องมีทักษะในการพูด สามารถนำเสนอแนวความคิดกับผู้ร่วมงานทุกคนให้เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.พัฒนาต่อยอด : งานทุกชิ้นจะต้องวัดผลได้ เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงและพัฒนาต่อยอด แต่การพัฒนานั้นจะต้องไปในทิศทางเดียวกับองค์กร เพราะถ้าทำแต่อะไรซ้ำๆ ย่ำอยู่กับที่ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงานก็คงไม่เกิดและคุณก็อาจถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี Thailand 4.0 อีกด้วย (จรรยา สุภาพ และ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2512 : 8-9)

อย่างไรก็ตาม ทุกการเปลี่ยนแปลงของการทำงาน ก็คือความท้าทายให้ได้ลองทำสิ่งใหม่ๆ ดังนั้น Thailand 4.0 ก็เหมือนการได้ปีนขึ้นภูเขาที่สูงขึ้นเรื่อยๆ แต่ถ้ามัวยืนมองอยู่ด้านล่าง คุณก็จะมีวันรู้เลยว่ายอดเขานั้นสวยงามขนาดไหน ซึ่งในบางครั้งอาจทำให้เหนื่อยหรือรู้สึกท้อบ้าง แต่เมื่อไปถึงวันที่ประสบความสำเร็จ คุณจะรู้สึกภูมิใจและเป็นคนใหม่ที่เก่งขึ้น มีความสามารถที่สูงขึ้น ที่สำคัญคุณจะสามารถพัฒนาความสามารถของตนเองให้มากขึ้นเรื่อยๆ ต่อไปได้ไม่ยากเลย เพราะฉะนั้น Thailand 4.0 จะไม่น่ากลัวอีกต่อไป ถ้าคุณให้ความสำคัญกับการปรับตัว

การจัดการความรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในยุคปัจจุบัน เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในลักษณะที่ เรียกว่า ไทยแลนด์ 4.0 เป็นระบอบเศรษฐกิจที่มีลักษณะ ทำน้อยได้มาก ด้วยการนำความรู้ ความคิด สร้างสรรค์ เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) แทนเศรษฐกิจแบบเดิม ที่เน้นการผลิตในอุตสาหกรรมหนักและการส่งออกเหมือนดังเช่นหลายทศวรรษที่ผ่านมาของการ พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยให้หลุดพ้นกับดักของประเทศได้แก่ กับดักรายได้ปานกลาง กับดัก ด้านความเหลื่อมล้ำ กับดักด้านประสิทธิภาพ และกับดักด้านการคอร์รัปชัน โดยใช้เศรษฐกิจบนฐาน รากของการใช้ความรู้ (Knowledge Economy) และความคิดสร้างสรรค์มาสร้างนวัตกรรม (Innovation) และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานและการรังสรรค์นวัตกรรม ใหม่ ๆ

การจัดการความรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันบนฐานราก ความรู้ที่ เน้นการขับเคลื่อนและพัฒนาทุกภาคส่วนด้วยองค์ความรู้ (Knowledge)

นวัตกรรม (Innovation) โดยสามารถสรุปผลกระบวนการจัดการความรู้ที่สำคัญดังนี้ 1. การบ่งชี้ความรู้ (Knowledge Identification) เพื่อบ่งชี้เป้าหมายของการจัดการความรู้ โดยมุ่งเน้นการแก้ปัญหาของ องค์กรที่เร่งด่วน ยกระดับการทำงานขององค์กร พร้อมทั้ง วิเคราะห์ โอกาสและปัจจัยความสำเร็จ 2. การสร้างและแสวงหาความรู้ (Knowledge Creation and Acquisition) เป็นการดึงข้อมูลความรู้ จากบุคลากร (Knowledge Capture) และศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากการค้นคว้าของบุคลากร กลุ่มงาน และหาหรือ แลกเปลี่ยนความรู้ที่ได้จากความรู้ที่มีและความรู้ที่แสวงหาเพิ่มเติม 3. การจัดความรู้ให้เป็น ระบบ (Knowledge Organization) เป็นสังเคราะห์ข้อมูล กระบวนการ ร่วมกันกับ บุคลากรที่เกี่ยวข้องและจัดหมวดหมู่ความรู้ที่ได้ให้เหมาะสมกับการพัฒนาระบบความรู้ 4. การประมวลผลและ การกลั่นกรองความรู้ (Knowledge Codification and Refinement) เป็นการร่วมจัดทำมาตรฐาน ข้อมูลระหว่างกลุ่มงาน (การป้อน จัดเก็บ และ รายงาน) เพื่อทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย เช่น นิยาม ศัพท์ คำจำกัดความ ให้ผู้เกี่ยวข้อง สามารถสื่อความหมาย ให้ไปในทิศทางเดียวกัน 5.การเข้าถึง ความรู้ (Knowledge Access) เป็นสร้างกระบวนการช่องทาง ให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง สามารถเข้า ร่วมได้ทุกที่ ทุกเวลาทุกสถานที่โดยอาศัยเทคโนโลยี 6.การแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) การแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็น และจัดเก็บข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาร่วมกัน และการ สร้างเครือข่ายในการปฏิบัติที่ดี (COP) 7. การเรียนรู้ (Learning) การถ่ายทอด ความรู้ วิธีการใช้งานระบบ สู่บุคลากรในกลุ่มงานให้ครอบคลุม และมีประสิทธิภาพหรือ ถ่ายทอดความรู้ แนวปฏิบัติที่ดี (Best practice) ของวิถีกระบวนการ แนวทางการพัฒนา ระบบสู่กลุ่มงาน หรือผู้สนใจ ให้เกิดการเรียนรู้

การจัดการความรู้ในยุคไทยแลนด์ 4.0 ช่วยให้เรียนรู้จากความจริง เรื่องจริง และ นำมา ขยายผลได้ จนเกิดการยกระดับความรู้ (Spiral) ขององค์กร โดยอาศัยกระบวนการ จัดการความรู้ทั้ง 7 กระบวนข้างต้น ที่สอดคล้องกับบริบทบุคคล เทคโนโลยี และเครื่องมือ การบริหารของศตวรรษที่ 21 ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากความรู้

หลักและกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ 4.0

การประชาสัมพันธ์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นับเป็นจุดเปลี่ยนของโลกการสื่อสารใน ปัจจุบัน ไม่ว่าเราจะนิยมยุคสมัยนี้อย่างไร สิ่งที่เราทำกันทั้งหลายได้สัมผัสกับความ

เปลี่ยนแปลงนี้ได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรมนั้นย่อมเป็นที่ประจักษ์พัฒนาการของการสื่อสารการประชาสัมพันธ์ไปสู่รูปแบบใหม่ การใช้สื่อใหม่ที่เรียกกันว่าสื่อ “Application” และสื่อ “New Media” เข้ามามีบทบาทการผสมผสานในยุคโลกาภิวัตน์ มีการดำเนิน Digital เพื่อการเข้าถึงความต้องการของผู้รับ เพื่อตอบสนองความต้องการที่แท้จริงและวัดผลได้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างโอกาสทางการรับรู้ให้กว้างขวางขึ้น หรืออย่างที่ภาคธุรกิจใช้คำว่า การตลาด กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จึงเป็นความจำเป็นที่ต้องคอยขับเคลื่อนการประชาสัมพันธ์ในทุกยุคทุกสมัยการใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิถีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการ ดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมาย ยอมรับอะไรอย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือการเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อ ต่างๆ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตาม เกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนี้อยู่ที่การคิดค้นกลวิธีโดยจะสร้างสรรค์ อย่างไรให้ดึงดูดและกระชับใจ จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้ จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารอย่างไร

สื่อประชาสัมพันธ์ หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือ ที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร ส่วน ประชาสัมพันธ์นั้น นักประชาสัมพันธ์สามารถนำกิจกรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนทุกแขนงได้ เพื่อให้เกิด Talk of the town สิ่งสำคัญคือ นักประชาสัมพันธ์จะต้องสร้างกระแสให้เกิดขึ้นให้ได้เพื่อส่งผลให้ได้รับ การเผยแพร่ การดำเนินการวางแผนในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ถือเป็นขั้นตอนที่สามของกระบวนการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ด้วยการตั้งวัตถุประสงค์ให้แน่ชัดว่า ต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใดข้อความที่ต้องการสื่อออกไปคืออะไรกลยุทธ์/ยุทธวิธีในการใช้สื่อเป็น อย่างไร มีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือไม่ทั้งนี้การเลือกสื่อต้องพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมและสามารถ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรเป็นสื่อที่ควบคุมได้เพื่อให้ได้ข้อความที่เราต้องการสื่อออกไปมีความถูกต้องและครบถ้วน

ดังนั้น ลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ ในอดีตถึงปัจจุบันลักษณะของงานประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อกระแสหลักมี 10 ประเภท คือ เผยแพร่ข่าวสาร สร้างภาพลักษณ์องค์กร กิจกรรมพิเศษ ตอบแทนสังคม ชุมชนสัมพันธ์ การจัดการประเด็นสาธารณะ การจัดการภาวะวิกฤต การวิจัยและประเมินผล รวมทั้งงานสนับสนุนการตลาด และการเป็นอุปถัมภ์ หลังพัฒนาการของสื่อสังคมออนไลน์ มีการเปลี่ยนแปลงลักษณะงานประชาสัมพันธ์ ภายใต้แนวคิด คือ เผยแพร่ข่าวสาร วิจัย สื่อมวลชนสัมพันธ์พนักงานสัมพันธ์ ชุมชนสัมพันธ์ นโยบายสาธารณะ รัฐสัมพันธ์ นักลงทุน

สรุป

Thailand 4.0 นับเป็นโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้ที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วมไปด้วยกัน ช่วยกันผลักดันไปพร้อม ๆ กัน สิ่งสำคัญที่สุดในการทำให้โมเดลนี้ประสบความสำเร็จก็คือ ต้องคิดให้มาก คิดให้จบ อ่านให้ขาด ต้องกล้าเปลี่ยนแปลง อย่ามัวแต่โทษกันเมื่อมีอะไรผิดพลาด เพราะทุกอย่างเปรียบเสมือนการเรียนรู้ ถ้าไม่เปลี่ยนแปลงก็เหมือนกับเราย่ำอยู่กับที่ ซึ่งด้วยกับโมเดล Thailand 4.0 นี้บวกกับพลังของคนในชาติ การเปลี่ยนแปลงจาก ‘ประเทศกำลังพัฒนา’ ไปสู่ ‘ประเทศพัฒนาแล้ว’ คงไม่ใช่แค่เรื่องในความฝันอีกต่อไปในขณะที่รัฐบาลกำลังพยายามกันอย่างมากที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยให้เป็นไปตามกลไกที่เหมาะสมเข้ากับยุคสมัย หน้าที่ของพวกเราทุกคนในฐานะ SME ผู้ประกอบการ หรือประชาชนคนไทย ก็สามารถเตรียมตัวให้พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้นได้ โดยอันดับแรกเลยคือเรื่องของเทคโนโลยีที่ควรใช้ให้เป็น เพราะในโลกปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งมันยังช่วยให้ชีวิตเราง่ายขึ้น ต้องหมั่นดูอยู่เสมอว่ามีอะไรที่ตรงกับเราบ้าง เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปได้ไวยิ่งขึ้น เรื่องของการไปเยี่ยมชมงานที่ต่างประเทศก็เช่นกัน เพราะลูกค้าในอนาคตอาจมาจากหลากหลายประเทศทั่วโลก การติดต่อ มารยาท ธรรมเนียมการปฏิบัติจึงเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าบริษัทไม่มีคนพูดภาษาอังกฤษได้ ส่งอีเมลมาก็ไม่สามารถตอบกลับได้ ก็ทำให้เสียโอกาสในการทำธุรกิจไปได้ อย่างน่าเสียดาย และสุดท้ายเรื่องของ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพราะคนในสมัยนี้ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หากมีสินค้าที่คุณสมบัติเหมือนกัน ราคาใกล้เคียงกัน สินค้าที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะสามารถจับใจลูกค้าได้มากกว่า

เพราะ Thailand 3.0 ที่เราเป็นกันมาตลอดจนถึงทุกวันนี้มันทำให้รายได้ประเทศอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น เราไม่สามารถขยับหนีไปจากจุดนี้ได้สักที เมื่อ 50 ปีก่อน ช่วง พ.ศ.2500-2536 เศรษฐกิจของไทยเรามีการเติบโตอย่างมากถึงระดับ 7-8% ต่อปี แต่หลังจาก พ.ศ.2537 เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน เศรษฐกิจไทยเติบโตขึ้นเพียง 3-4% ต่อปีเท่านั้น นอกจากนั้นยังมีเรื่องของ ‘ความเหลื่อมล้ำด้านความร่ำรวย’ อีกต่างหาก และสุดท้ายก็เรื่องของ ‘ความไม่สมดุลในการพัฒนา’ ซึ่งเรื่องพวกนี้แหละครับที่ทำให้รัฐบาลต้องหันมาใส่ใจเร่งพัฒนาปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจกันยกใหญ่ เพื่อให้เราก้าวข้ามจาก Thailand 3.0 ไปสู่ Thailand 4.0 ให้ได้ใน 3-5 ปีนี้ทุกคนที่รับรู้ถึงวิกฤตในครั้งนี้ก็ได้แต่ฝากความหวังไว้ที่ Thailand 4.0 หวังว่ามันจะช่วยผลักดันให้ประเทศไทยหลุดพ้นกับดักทั้งหลายที่เคยเจอมาตลอดได้ ซึ่ง Thailand 4.0 นี้เป็นการ ‘ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม’ นั่นเอง เปลี่ยนจากที่แต่ก่อนเราลงมือทำมาก แต่ได้ผลตอบแทนน้อย มาเป็น ลงมือทำน้อย ๆ แต่ได้ผลตอบแทนมหาศาล โดยการเอาความคิดสร้างสรรค์เป็นแรงผลักดัน และนำนวัตกรรมเข้ามาช่วย เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าไปสู่การบริการมากขึ้นตัว Thailand 4.0 นี้จะเป็นการพูดถึง New S-Curve หรือก็คือ การพัฒนาเปลี่ยนแปลงใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งก็คล้าย ๆ กับการ Disruptive ที่เข้ามาพัฒนาสินค้าที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น และล้มล้างพฤติกรรมแบบเดิม ๆ เหมือนอย่างเช่น ฟิล์ม Kodak ที่เคยรุ่งเรืองอยู่ในสมัยก่อน ใครจะไปคิดว่าสุดท้ายแล้วบริษัทยักษ์ใหญ่รายนี้จะถูกคลื่นลูกใหม่อย่างเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาแทนที่ ต้องล้มหายไปจากความทรงจำของเด็กรุ่นใหม่ ทำให้ยุคสมัยนี้คนอาจจะไม่รู้จักรักกับ Kodak แต่รู้จักกับกล้องดิจิทัลแบรนด์ดัง ๆ อย่างอื่นแทน

เอกสารอ้างอิง

จรูญ สุภาพ และ ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2512). *ระบบเศรษฐกิจเปรียบเทียบ*.

กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

นันธิดา จันทรศิริ. (2558). *108 พื้นฐานการเมืองและการปกครองของไทย*. กรุงเทพมหานคร

: หน่วยศึกษานิเทศก์กรมฝึกหัดครู.

ปณณพงศ์ วงศ์ณาศรี และคณะ. (2557). *ตำนานรัฐบาลไทย. วารสารมติชน*, 12 (Special edition), 68-104.