

# ผลการสำรวจของอะโดบีซี “ครีเอทีฟ” เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจมากกว่าปีที่ผ่านๆ มา



ผลการสำรวจของอะโดบีซี “ครีเอทีฟ” เป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจมากกว่าปีที่ผ่านๆ มา “กระบวนการคิดที่มุ่งเน้นการออกแบบ” ส่งผลดีต่อธุรกิจด้านงานสร้างสรรค์

Bangkok, 12 ตุลาคม 2559 – ความแพร่หลายของกระบวนการคิดที่มุ่งเน้นการออกแบบ การรวมแนวทางการออกแบบเข้าไว้ในธุรกิจ และการแก้ไขปัญหาเชิงกลยุทธ์ ก่อให้เกิดผลดีต่อวิชาชีพและธุรกิจด้านงานสร้างสรรค์ในทุกที่ทั่วโลก อะโดบีทำการสำรวจ “Creative Pulse ประจำปี 2559” โดยได้สอบถามความคิดเห็นของบุคลากรด้านครีเอทีฟกว่า 1,700 คน รวมถึงกราฟิกดีไซน์เนอร์ เว็บไซต์ดีไซน์เนอร์ ศิลปิน และอื่นๆ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกำลังสร้างการขับเคลื่อนที่สำคัญมากในองค์กร 56 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รู้สึกว่าตนเองสร้างแรงขับเคลื่อนมากขึ้น เมื่อเทียบกับเมื่อสองปีที่แล้ว ขณะที่ 89 เปอร์เซ็นต์ระบุว่า องค์กรธุรกิจของตนให้ความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิดเชิงออกแบบเพิ่มมากขึ้น

แม้ว่าผลสำรวจดังกล่าวจะเป็นแนวโน้มที่ดี แต่กลุ่มคนทำงานด้านครีเอทีฟก็ไม่ควรหยุดนิ่ง เพราะโอกาสในการเพิ่มมูลค่าทางธุรกิจย่อมหมายความว่าครีเอทีฟจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและเทคนิคใหม่ๆ โดย 93 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเห็นด้วยว่ากลุ่มคนทำงานด้านครีเอทีฟไม่ควรหยุดนิ่ง ที่จริงแล้ว บุคลากรด้านครีเอทีฟจำเป็นที่จะต้องเผชิญกับทักษะที่ “พร้อมสรรพ” และสำหรับในปีหน้านั้น ครีเอทีฟในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเชื่อว่าทักษะที่สำคัญที่สุดได้แก่ การออกแบบ UX/UI (27 เปอร์เซ็นต์), การพัฒนาแอป (16 เปอร์เซ็นต์) และการเล่าเรื่องในรูปแบบดิจิทัล (11 เปอร์เซ็นต์) เมื่อพิจารณาทักษะสามอย่างนี้ บุคลากรด้านครีเอทีฟในอนาคตจำเป็นที่จะต้องผสมรวมทักษะจากโลกของการออกแบบ ประสบการณ์การใช้งาน การเขียนโปรแกรม และการสื่อสารเข้าด้วยกัน

ถึงแม้ว่ากลุ่มคนทำงานด้านครีเอทีฟจะมีความสำคัญต่อธุรกิจเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ยังประสบปัญหาความกังวลใจในการทำงานเช่นเดียวกับบุคลากรในส่วนงานอื่นๆ โดยหนึ่งในข้อกังวลใจหลักของครีเอทีฟในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ก็คือกลัวการขาดแรงบันดาลใจและแรงจูงใจในการเสริมสร้างทักษะด้านงานสร้างสรรค์ (47 เปอร์เซ็นต์) นายจ้างจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญต่อประเด็นนี้ เพราะครีเอทีฟส่วนใหญ่ระบุว่าตนเองต้องพึ่งพาคอมพิวเตอร์เดสก์ท็อปอย่างมากสำหรับการทำงาน (74 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งหมายความว่าครีเอทีฟจำนวนมากที่ยังคงนั่งทำงานอยู่ที่โต๊ะ ทั้งๆ ที่ความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์ที่สดใหม่มักเกิดขึ้นจากการเดินทางและความเปลี่ยนแปลง ในขณะเดียวกัน การ

ดำเนินธุรกิจที่รวดเร็วขึ้นมากในปัจจุบันได้สร้างแรงกดดันต่อบุคลากรด้านครีเอทีฟในการนำเสนอไอเดียและคอนเทนต์ใหม่ๆที่ต้องเพิ่มมากขึ้นและรวดเร็วกว่าเดิม (43 เปอร์เซ็นต์) อย่างไรก็ตาม ครีเอทีฟ 42 เปอร์เซ็นต์ยังคงรู้สึกว่าคุณเองไม่ได้รับการฝึกอบรมเพียงพอในทักษะใหม่ๆที่จำเป็น

ผลการสำรวจในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สอดคล้องกับผลการสำรวจของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กล่าวคือ จากการสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรด้านครีเอทีฟ 220 คน พบว่า 94 เปอร์เซ็นต์รู้สึกว่าคุณค่าของธุรกิจให้ความสำคัญต่อความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิดเชิงออกแบบมากขึ้น

ต่อไปนี้เป็นภาพรวมของความรู้สึก (Sentiments of Creatives) ของกลุ่มคนทำงานด้านครีเอทีฟในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้:

เอเชียแปซิฟิก เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

ครีเอทีฟมองอุตสาหกรรมนี้อย่างไร

ความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการคิดเชิงออกแบบมีความสำคัญต่อธุรกิจมากขึ้น 89% 94%

ความคิดสร้างสรรค์ครอบคลุมสื่อและสาขาวิชาต่างๆมากขึ้น 94% 93%

ครีเอทีฟต้องเรียนรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและเทคนิคใหม่ๆ 93% 92%

เทคโนโลยีช่วยให้ครีเอทีฟควบคุมเส้นทางอาชีพของตนเองได้มากขึ้น 85% 85%

ข้อกังวลใจของครีเอทีฟ

การไม่มีแรงบันดาลใจและแรงจูงใจ 47% 54%

แรงกดดันในการนำเสนอไอเดียและคอนเทนต์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นและรวดเร็วกว่าเดิม 43% 49%

ไม่ได้รับการฝึกอบรมที่เพียงพอในทักษะใหม่ๆ 42% 38%

แรงขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุด 3 อย่างที่กำลังเปลี่ยนแปลงบทบาทของครีเอทีฟ

เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานของครีเอทีฟ 63% 67%

ผลกระทบของโซเชียลมีเดียต่ออุตสาหกรรมครีเอทีฟ 41% 45%

แพลตฟอร์มใหม่สำหรับการเข้าถึงผู้ชม 39% 36%

อุปกรณ์พกพาเปลี่ยนแปลงกระบวนการสร้างสรรค์อย่างไร

สามารถบันทึกแรงบันดาลใจได้ทันที รวมถึงในขณะเดินทาง 52% 65%

ผลงานเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้กว้างมากขึ้น 53% 57%

สามารถสร้างคอนเทนต์ได้ทุกที่ 35% 40%

สิ่งจูงใจหลักในการทำงาน

ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ 72% 81%

พัฒนาแนวคิดให้กลายเป็นความจริง 59% 70%

สร้างผลงานที่ยอดเยี่ยม 53% 66%

“เราเป็นองค์กรที่เริ่มต้นจากพันธกิจในการขับเคลื่อนและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นเราจึงยินดีเป็นอย่างยิ่งที่พบว่าวิชาชีพด้านครีเอทีฟในปัจจุบันได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง” นาย วี. อาร์. ศรีวัตสัน กรรมการผู้จัดการประจำภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของอะโดบี กล่าว “สองสามปีที่ผ่านมา เราพบว่าองค์กรธุรกิจตระหนักถึงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนธุรกิจ ความสำเร็จของบริษัทต่างๆ เช่น บริษัท IDEO ก็ใช้แนวทางที่มุ่งเน้นการออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหา แสดงให้เห็นว่าบุคลากรด้านครีเอทีฟควรจะได้ร่วมการประชุมคณะกรรมการบริหารของบริษัท (boardroom) และในอีกไม่กี่ปีนับจากนี้ เราคาดว่าครีเอทีฟจะมีบทบาทที่เห็นชัดมากขึ้นในการดำเนินธุรกิจ”

“บทบาทของบุคลากรด้านการออกแบบและครีเอทีฟเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และอะโดบีเป็นผู้นำด้านครีเอทีฟที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องครั้งนี้ ด้วยความแพร่หลายของอุปกรณ์พกพาและเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Augmented Reality (AR) และ Virtual Reality (VR) กลุ่มคนทำงานด้านครีเอทีฟจึงประสบปัญหาท้าทายในการสร้างสรรค์คอนเทนต์ให้รวดเร็วมากกว่าเดิม โดยจำเป็นที่จะต้องปรับตัวอย่างฉับไวเพื่อรองรับความต้องการใหม่ๆ ในการสร้างสรรค์ผลงานสำหรับแพลตฟอร์มหลายประเภทเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งยังต้องมีความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานขณะเดินทาง ทำงานร่วมกันกับทีมงานบนอุปกรณ์ที่หลากหลาย และต้องวัดผลกระทบ (impact) จากงานสร้างสรรค์ของพวกเขาต่อธุรกิจนั้นๆ นับเป็นสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยความท้าทาย แต่ในขณะเดียวกันก็เสริมสร้างขีดความสามารถให้แก่บุคลากรด้านครีเอทีฟในการสร้างความแตกต่างที่เป็นรูปธรรมให้แก่ธุรกิจ” นาง เจนี่ ลิม ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดสื่อดิจิทัลของอะโดบี เอเชีย-แปซิฟิก กล่าว ดูเหมือนว่าวันเวลาที่ดีใกล้จะมาถึงสำหรับอุตสาหกรรมครีเอทีฟในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดย 87 เปอร์เซ็นต์ของผู้ตอบแบบสอบถามเชื่อว่ามือนาฬิกาสวยที่สุดใสรออยู่เบื้องหน้าสำหรับบุคลากรด้านครีเอทีฟ และด้วยเครื่องมือและชุดทักษะที่เหมาะสม ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีอย่างแพร่หลาย ทำให้ตอนนี้เป็นเวลาที่เหมาะสมสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานของเหล่าครีเอทีฟ

“ในอดีต งานออกแบบเปรียบเหมือนไอซ์เบิร์กบนขมเค็ม แต่วันนี้การออกแบบเป็นสะพานที่เชื่อมโยงธุรกิจ เทคโนโลยี และผู้ใช้เข้าด้วยกัน โดยมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ และผู้คนทั่วโลกเริ่มยอมรับความจริงนี้เช่นกัน นักออกแบบกลายเป็นอาชีพที่เป็นที่ต้องการมากขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน ขณะเดียวกันเครื่องมือออกแบบก็เข้าถึงได้ง่ายและเปี่ยมประสิทธิภาพ รวมถึงอินเทอร์เน็ตที่เป็นแหล่งข้อมูลฟรีและเต็มไปด้วยความรู้มากมาย ทุกวันนี้จึงไม่มีข้ออ้างใดๆ อีกต่อไปที่จะไม่ทำในสิ่งที่คุณต้องการ” นางสาว นีน่า จอร์จิวา หัวหน้าฝ่ายออกแบบของ Grab กล่าว

ดาวน์โหลดรายงานผลการสำรวจความคิดเห็น

เกี่ยวกับบริษัทอะโดบี ซีเอสเต็มส์ อินคอร์ปอเรเท็ด

อะโดบีเปลี่ยนโลกผ่านประสบการณ์ด้านดิจิทัล รายละเอียดเพิ่มเติม [www.adobe.com/sea](http://www.adobe.com/sea)

ติดตามอะโดบีผ่านเฟสบุ้กที่ <https://www.facebook.com/AdobeSEA/>

###