

อนาคตศึกษา...แรงบันดาลใจต่อยอดนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ ในวิชาชีพสารสนเทศ

Future Studies...Inspiration for Innovation and Design Thinking of Information Professionals

สุรัชดา พูลสุข (Suratchada Poonsuk)^{1*}

นฤมล รื่นไวย (Narumol Ruenwai)²

¹ สถาบันโรคทรวงอก กรมการแพทย์ (Central Chest Institute of Thailand, Department of Medical Services)

² ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย (Special Libraries Group, Thai Library Association)

*Corresponding author: E-mail: suratchada2212@gmail.com

ได้รับบทความ: 28 ก.ย. 66 / แก้ไขปรับปรุง: 15 พ.ย. 66 / อนุมัติให้ตีพิมพ์: 1 ธ.ค. 66 / เผยแพร่ออนไลน์: 3 ม.ค. 67

DOI: 10.14456/rilj.2023.9

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสรุปเรียบเรียงแนวคิดที่ได้จากการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เรื่อง "อนาคตศึกษา...แรงบันดาลใจต่อยอดนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ ในวิชาชีพสารสนเทศ" (Future Studies...Inspiration for Innovation and Design Thinking of Information Professionals) ซึ่งจัดขึ้นโดย ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย เพื่อสร้างความตระหนักรู้และการฝึกฝน ด้านการคาดการณ์อนาคต เพื่อนำไปสู่การสร้างสรรค์หรือการพัฒนานวัตกรรมในการบริการสารสนเทศ ทั้งนี้ กล่าวได้ว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดการหยุดชะงัก (disruption) ขึ้นในหลายๆ ด้าน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มแพร่ระบาด จนกระทั่งถึงปัจจุบัน รวมทั้งการให้บริการห้องสมุดหรือ

ศูนย์สารสนเทศต่างๆ ด้วยเช่นกัน จึงจำเป็นที่บรรณารักษ์และบุคลากรที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องศึกษาว่าด้วยศาสตร์ของการคาดการณ์ หรืออนาคตศึกษา เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และความปกติลำดับต่อไปหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (Next Normal) อันจะนำไปสู่การดำเนินงานที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมและแนวคิดสร้างสรรค์ ซึ่งยึดหลักการด้านข้อมูลและการวิจัยค้นคว้า สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อให้มีส่วนร่วมในการกำหนดอนาคตในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยในการวางแผนการบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในอนาคต

คำสำคัญ: การคิดเชิงออกแบบ นวัตกรรม สารสนเทศ แรงบันดาลใจ

Abstract

The objective of this article is to summarize and compile the ideas obtained from the workshop on "Future Studies...Inspiration for Innovation and Design Thinking of Information Professionals, which was organized by Thai Special Libraries Group (TSLG), Thai Library Association. The workshop presented the discussion to create awareness and provide chances to practice future forecasting of which end results will lead to creativity or innovation in information services. This was generated from the spread of COVID-19 since 2019 that caused disruption in library and information services until now. Therefore, it is necessary for librarians and related personnel to study the science of prediction, forecasting or future studies in order to adapt to the New Normal as well as the Next Normal situations after the COVID-19 outbreak. This will lead to library management driven by innovation and creative ideas based on information and research, focusing on the future. Future studies also promote librarians to effectively participate in determining work trends by planning efficient services to meet the needs of users in the future.

Keyword: Design Thinking, Innovation, Information, Inspiration

ความเป็นมา

อนาคตศึกษา (Future studies) นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นในยุคสมัยปัจจุบัน เนื่องจากศาสตร์นี้ คือ การศึกษาเกี่ยวกับเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างเป็นระบบ เกี่ยวกับอนาคตที่อาจเป็นไปได้ หรือ น่าจะเป็น หรือสิ่งน่าพึงพอใจที่เราอยากให้เกิดขึ้น รวมถึงโลกทัศน์ ที่อยู่เบื้องหลังอนาคตแต่ละแบบ นอกจากนั้น ยังสามารถช่วยมนุษยชาติให้รอดพ้นจากปัญหาสำคัญที่กำลังคุกคามอยู่ และจัดการแก้ปัญหา นั้นได้ (Facioni, 2022; Inayatullah, 2013) ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน ได้แก่ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 2020 อย่างเต็มรูปแบบทำให้บริบทของโลกเกิดสภาพเลวร้ายลง ทั้งด้านเศรษฐกิจและ สังคม นอกจากนั้น ยังมีปัญหาของการเมืองระหว่างประเทศ และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ ซึ่งดำเนินต่อไปยังไม่ได้รับการแก้ไข เหล่านี้ ล้วนแต่เป็นเงื่อนไขหรือปัจจัยที่จำเป็นต่อ การศึกษาสิ่งที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตและมีผลต่อชีวิตและการทำงาน อย่างไรก็ตาม การศึกษาเกี่ยวกับอนาคต ไม่ใช่เป็นเพียงการทำนายอนาคตอย่างเดียว แต่ในปัจจุบัน ได้มีการจัดทำแผนที่อนาคต (mapping) เพื่อไปสู่ การกำหนดอนาคตที่ต้องการ ทั้งในระดับส่วนรวมและระดับปัจเจกบุคคล ด้วยเหตุนี้ อนาคตศึกษาจึงเป็นเรื่อง จำเป็น และชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ได้จัดให้มีการศึกษาผ่านการสัมมนา เชิงปฏิบัติการขึ้น ในหัวข้อ “อนาคตศึกษา...แรงบันดาลใจต่อนวัตกรรมและการสร้างสรรค์ ในวิชาชีพ สารสนเทศ” (Future Studies...Inspiration for Innovation and Design Thinking of Information Professionals) เมื่อวันศุกร์ที่ 26 สิงหาคม 2565 ณ ห้องประชุมเอกประสงค์ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม) เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) รวมถึงความปกติลำดับ ต่อไปหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 (Next Normal) ทั้งนี้ เน้นรูปแบบการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐาน ของการวิเคราะห์อย่างถูกต้อง เพื่อนำไปสู่การดำเนินงานที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและการวิจัยค้นคว้า สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต และมีส่วนร่วมช่วยกันกำหนดอนาคตในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งปัน แนวคิดการดำเนินงานห้องสมุดหรือศูนย์สารสนเทศที่มองไปไกลถึงอนาคตข้างหน้า จะทำให้เกิด การวางแผนการบริการได้อย่างครอบคลุมและครบถ้วน ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในอนาคต ได้อย่างครอบคลุม การสัมมนาเชิงปฏิบัติการฯ ดังกล่าว ประกอบด้วยการบรรยาย และการแบ่งกลุ่ม ปฏิบัติการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ รวม 3 หัวข้อ คือ 1) การบรรยายเรื่อง “บนเส้นทาง Design Thinking สู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน” โดย อาจารย์จามร เหล่าอิมจันทร์ วิทยากร และ Coach อิศระผู้เชี่ยวชาญ 2) การบรรยายเรื่อง “อนาคตศึกษา...เพื่อการทำงานที่ตอบโจทย์จากปัจจุบันถึงอนาคต” โดยอาจารย์เลอชาติ ธรรมธีรเสถียร ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) การแบ่งกลุ่ม ปฏิบัติการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ หัวข้อ “อนาคตห้องสมุด..นักสารสนเทศ..กำหนดได้”

ในส่วนของบทความนี้ จะเป็นการสรุปจากการบรรยายของวิทยากร 2 หัวข้อ คือ เรื่อง “บนเส้นทาง Design Thinking สู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน” และ “อนาคตศึกษา...เพื่อการทำงานที่ตอบโจทย์จากปัจจุบันถึงอนาคต” เพื่อเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่จะช่วยให้บรรณารักษ์และบุคลากรที่เกี่ยวข้องได้มีแนวคิดหรือกรอบความคิดในการสร้างสรรค์งานห้องสมุดให้เกิดความโดดเด่น มีความใหม่ที่สามารถตอบสนองการให้บริการแก่ผู้ใช้ เพิ่มพูนทักษะในการประมวลผลข้อมูล ทั้งจากการสำรวจ วิจัยหรือการสังเกต เพื่อนำไปสู่การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ในการให้บริการเชิงคุณภาพได้ดียิ่งๆ ขึ้น

สรุปการบรรยายเรื่อง “บนเส้นทาง Design Thinking สู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน”

นวัตกรรม (Innovation) คือ การมีองค์ประกอบ 3 สิ่ง คือ 1. คิด (Think) เกี่ยวกับสิ่งของ 2. สิ่งใหม่ (New) และ 3. สิ่งที่มีค่า (Value) โดยทั้ง 3 องค์ประกอบ มีรายละเอียด ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 คิด (Think) เกี่ยวกับสิ่งของ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ บริการ การบริหารจัดการ ระบบและรูปแบบธุรกิจ โดยเป็นการทำขึ้นใหม่ (Research & Development) หรือมีการพัฒนาต่อยอดจากของเดิมที่มีอยู่ (Improvement)

องค์ประกอบที่ 2 สิ่งใหม่ (New) โดยแบ่งได้เป็น 9 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 ใหม่สำหรับตนเอง (New to an Individual) ระดับที่ 2 ใหม่สำหรับแผนก (New to a Department) ระดับที่ 3 ใหม่สำหรับส่วน (New to a Site) ระดับที่ 4 ใหม่สำหรับองค์กร (New to an Organization) ระดับที่ 5 ใหม่สำหรับตลาด (New to a Market) ระดับที่ 6 ใหม่สำหรับภาคส่วน/อุตสาหกรรม (New to a Sector / Industry) ระดับที่ 7 ใหม่สำหรับประเทศ (New to a Country) ระดับที่ 8 ใหม่สำหรับภูมิภาค (New to a Region) และระดับที่ 9 ใหม่สำหรับโลก (New to the World)

องค์ประกอบที่ 3 สิ่งที่มีค่า (Value) คือ คุณค่าที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบที่ 1 และ 2 รวมกัน จะได้ผลลัพธ์ ดังนี้ 1.สามารถเพิ่มผลประโยชน์ (Gain Creator) 2.สามารถเพิ่มคุณค่าทางจิตใจ (Emotional Contribution) และ 3. สามารถลดความเจ็บปวด (Reduce Pain Point)

โดยทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เมื่อรวมกันเราจะเรียกว่า “นวัตกรรม” แต่นอกเหนือจากนี้ยังมีสิ่งที่มีความคล้ายคลึงกับนวัตกรรมแต่ไม่ใช่ นวัตกรรม เป็นการนำองค์ประกอบมาใช้แค่ 2 องค์ประกอบ โดยสิ่งที่เกิดขึ้นจะเป็นผลลัพธ์ที่นำ 2 องค์ประกอบมารวมกันแล้วได้ประโยชน์ใหม่ๆ ดังนี้

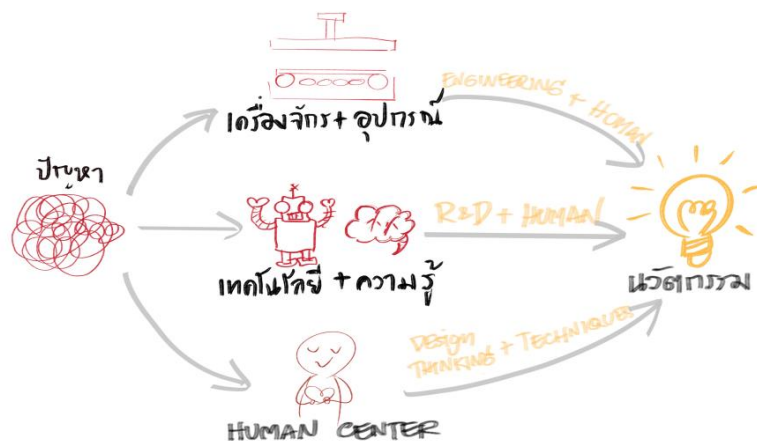
$$\text{Think (สิ่งของ)} + \text{New (สิ่งใหม่)} = \text{สิ่งประดิษฐ์ (Invention)}$$

Think (สิ่งของ) + Value (สิ่งที่มีค่า) = สิ่งที่มีมูลค่า (Invaluable)

New (สิ่งใหม่) + Value (สิ่งที่มีค่า) = สิ่งที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ (Initiative)

นวัตกรรม คือ การแก้ปัญหาหรือพัฒนาในงานประจำ ทั้งที่เกิดขึ้นกับสิ่งของ/ผลิตภัณฑ์ หรือสิ่งที่เราปฏิบัติอยู่ดั้งเดิม โดยจะต้องมีการวิเคราะห์หาความต้องการที่แท้จริงหรือปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น พิจารณาข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับบริการ เพื่อหาแนวทางในการดำเนินงานหรือพัฒนานวัตกรรมรองรับความต้องการ ทั้งนี้นวัตกรรมอาจเกิดจากการลงมือทดลองทำเพื่อให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อให้ทราบถึงปัญหารวมถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ โดยอาจจะเริ่มจากสิ่งที่มีอยู่รอบๆ ตัวที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาหรือพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมได้

การสร้าง “นวัตกรรม” คือ การสร้างข้อเสนอใหม่ๆ ให้กับองค์กร เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาในระบบหรือบริการที่มีอยู่ โดยที่องค์กรสามารถนำนวัตกรรมที่เกิดขึ้นไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อความยั่งยืนขององค์กร และสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้บริการได้ ทั้งนี้การสร้างนวัตกรรมได้ต้องสามารถระบุปัญหาที่สำคัญ และหาแนวทางการแก้ปัญหาย่างเป็นระบบ เพื่อจะได้ส่งต่อแนวทางที่สร้างไว้ให้แก่ผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนงานนั้น ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 แนวทางการสร้างนวัตกรรม. (จามร เหล่าอิมจันทร์, 2565)

ภาพด้านบนแสดงถึง ปัญหาหรือความต้องการที่จะพัฒนาในสิ่งที่มีอยู่ให้ดียิ่งขึ้น โดยมีแนวทางในการสร้างหรือคิดค้นนวัตกรรมอยู่ด้วยกัน 3 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 เครื่องจักร + อุปกรณ์ = นวัตกรรม

แนวทางที่ 2 เทคโนโลยี + ความรู้ = นวัตกรรม

แนวทางที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นมนุษย์ (Human Center) ที่ใช้แนวคิดในการออกแบบ (Design Thinking) + เทคโนโลยี = นวัตกรรม

เมื่อมาปรับใช้กับงานห้องสมุดหรือบริการสารสนเทศ Design Thinking คือ กระบวนการคิดที่ใช้ทักษะในการทำความเข้าใจในปัญหาต่างๆ โดยมีการพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างลึกซึ้ง โดยยึดผู้ใช้บริการเป็นศูนย์กลาง และนำความคิดที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์จากหลากหลายมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้างแนวทางแก้ไข และนำแนวทางที่ได้มาทดลอง ทดสอบกับปัญหาหรือความต้องการที่นำมาเป็นโจทย์ แล้วพัฒนาจนได้แนวทางหรือนวัตกรรมที่สามารถตอบโจทย์ให้ผู้ใช้บริการได้ตรงกับความต้องการที่แท้จริง

แก่นสำคัญของ Design Thinking ผู้ที่จะเริ่มทำต้องเริ่มจาก

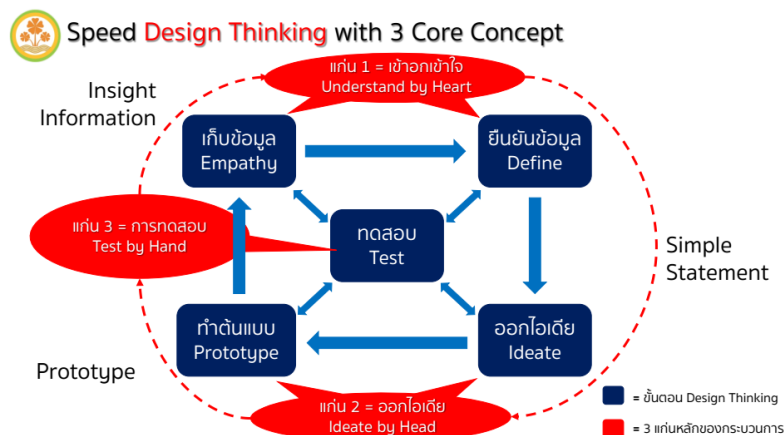
แก่นที่ 1 ทำความเข้าใจด้วยใจ (Understand by Heart)

แก่นที่ 2 หาทางเลือก (Option) ใหม่ๆ (Ideate by Head)

แก่นที่ 3 ทดลองลงมือทำ (Test by Hand)

รูปแบบของการ Design ตามที่ Hasso Plattner แห่ง Stanford d.school (Plattner, Undated) ได้แบ่งประเภทการออกแบบไว้ มีดังนี้คือ 1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) 2. การออกแบบการบริการ/กระบวนการ (Service Design) 3. การออกแบบโครงสร้าง (Organization Design) และ 4. การออกแบบระบบ (System Design)

กระบวนการของ Design Thinking จะเกิดผลสัมฤทธิ์ได้ต้องมีความเป็นไปได้ทางเทคนิค มีความสอดคล้องทางธุรกิจขององค์กรและถูกใจผู้ใช้บริการ โดยทั้งหมดนี้จะต้องอาศัยประสบการณ์ที่มีขององค์กรนำมารวมกับนวัตกรรมใหม่ที่สร้างสรรค์ขึ้นมา ประกอบกับนำแก่นสำคัญของ Design Thinking ทั้ง 3 แก่นมาใช้ในการสร้างนวัตกรรมหรือนวัตกรรมที่ต้องการนำมาใช้เพื่อลดปัญหาหรือเพิ่มความถูกต้องให้ผู้ใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 2



รูปที่ 2 แนวคิด 3 ประการเพื่อการเร่งความคิดในการออกแบบ. (จามร เหล่าอิมจันทร์, 2565)

จากรูปที่ 2 จะเห็นได้ว่า แก่นสำคัญของ Design Thinking จาก Stanford d.school ได้แบ่งขั้นตอนกระบวนการคิดออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

แก่นที่ 1 ทำความเข้าใจด้วยใจ (Understand by Heart)

ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathy)

ขั้นตอนที่ 2 ยืนยันข้อมูล การตั้งกรอบโจทย์จากกลุ่มเป้าหมาย (Define)

แก่นที่ 2 การหา Option ใหม่ ๆ (Ideate by Head)

ขั้นตอนที่ 3 การออกไอเดีย (Ideate) การใช้ความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากหลายๆ

ด้านมาสร้างแนวคิดใหม่ๆ

แก่นที่ 3 การทดลองลงมือทำ (Test by Hand)

ขั้นตอนที่ 4 ทำต้นแบบ (Prototype) พัฒนาต้นแบบเพื่อให้ได้แนวทางหรือนวัตกรรม

ที่มีคุณภาพและมีคุณค่าต่อกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

ขั้นตอนที่ 5 ทดสอบ (Test) นำต้นแบบหรือข้อสรุปที่ได้ไปทดสอบใช้จริง เพื่อทดสอบ

ประสิทธิภาพ ตลอดจนมีการประเมินผล หลังจากนั้นลงนำเอาปัญหาอุปสรรคหรือข้อดีข้อเสียที่เกิดขึ้นเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปใช้จริงอีกครั้งนั่นเอง

ทั้ง 5 ขั้นตอนทั้งหมดนี้ ขั้นตอนที่มีส่วนสำคัญที่สุดที่เป็นจุดเริ่มต้นของการทำ Design Thinking คือ ขั้นตอนที่ 1 การทำความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมาย (Empathy) การที่จะเข้าถึงความรู้สึกหรือความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจำเป็นต้องหาวิธีการในหลายๆ รูปแบบเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงจากกลุ่มเป้าหมาย

เทคนิคการทำความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายมี 4 แบบ แบ่งได้ ดังนี้

แบบที่ 1 การศึกษาข้อมูล (Learn: Desk Research) ได้แก่

- การศึกษากลุ่มผู้ใช้งาน (User Research)
- การสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ (Expert Interview)
- การศึกษาคู่แข่ง (Competition Research)
- การศึกษาโดยการเทียบเคียง (Benchmark Research)
- การศึกษาตลาด (Market Research)

แบบที่ 2 การสังเกต (Look: Observation) ได้แก่

- การสังเกตแบบเปิดเผย (Open Observation)
- การสังเกตแบบแอบแฝง (Hidden Observation)
- การสังเกตแบบติดตาม (Shadowing)

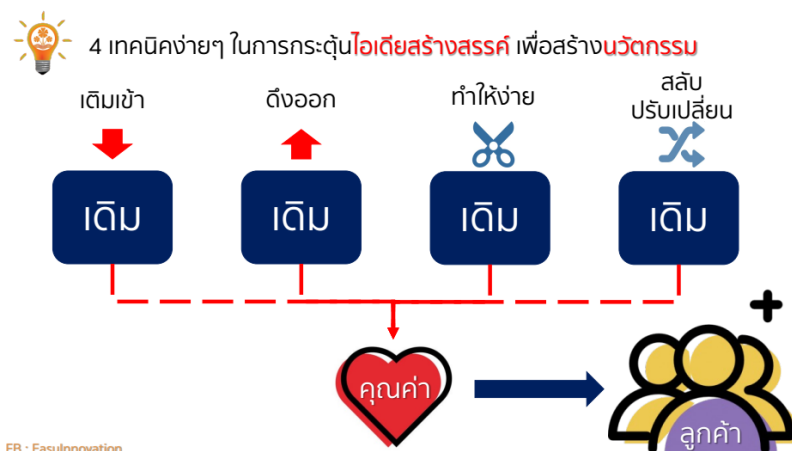
แบบที่ 3 การสัมภาษณ์-พูดคุย (Ask: Interview) ได้แก่

- การสัมภาษณ์ (Interview):
- การสัมภาษณ์ตามบริบท Contextual Interview

แบบที่ 4 การทดลอง (Try: Epithetical Journal) ได้แก่

- การทดลองใช้บริการ (Service Safari)

เทคนิคง่ายๆ ในการที่จะกระตุ้นไอเดียสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ให้แก่องค์กร ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ เติมเข้า ดึงออก ทำง่าย และสลับปรับเปลี่ยน ดังแสดงตัวอย่างในรูปที่ 3



รูปที่ 3 ตัวอย่างการกระตุ้นไอเดียสร้างสรรค์เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่. (จามร เหล่าอิมจันทร์, 2565)

ยกตัวอย่าง เช่น

เดิมเข้า: น้ำชาเขียวยี่ห้อหนึ่งนำมาบรรจุใส่ขวดแล้วมีการเพิ่มเติมน้ำชาและกลิ่นต่าง ๆ ลงไปในขวด เพื่อให้ผู้บริโภคได้มีทางเลือกในการตัดสินใจซื้อตรงตามความต้องการของตนเอง

ดึงออก: น้ำเปล่าสำหรับดื่มยี่ห้อหนึ่งคิดค้นนวัตกรรมขวดพลาสติกที่สามารถทำลายตัวเองโดยการบิดขวดได้ แนวคิดนี้เป็นการลดปริมาณพลาสติกที่จะนำมาใช้ในการผลิตขวดทำให้ต้นทุนลดลง และยังมีโอกาสสนุกใจผู้บริโภคที่รักสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดการลดใช้พลาสติกและลดปริมาณขยะได้ด้วย

ทำง่าย: ในช่วงอดีตที่ผ่านมาจะมีร้านบริการให้เช่าแผ่น CD หรือ DVD ที่เป็นภาพยนตร์ หรือความบันเทิงอื่น ๆ แต่ ณ ปัจจุบันมีรูปแบบในการเข้าถึงความบันเทิงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ เพลง การแสดง ฯลฯ โดยมีผู้ให้บริการเอกชนหลายๆ บริษัทให้บริการในรูปแบบ Application ผ่านสมาร์ตโฟน ทำให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงความบันเทิงได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถเลือกชมเลือกใช้ได้ตามความต้องการของตัวเองได้ด้วย

สลบ ปรับเปลี่ยน: เนื่องจากกระแสศิลปินที่มีลักษณะเป็นวงและมีสมาชิกหลายคน เป็นที่ถูกใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีความชื่นชอบ ศิลปินที่มีลักษณะเป็นวงมีสมาชิกหลายคนจะมีผู้ที่ชื่นชอบ ตั้งเป็นแฟนคลับของแต่ละคนขึ้นมา จึงเป็นช่องทางที่ทางต้นสังกัดหรือบริษัทจะคิดหาแนวทางในการให้ แฟนคลับได้สนับสนุนศิลปินคนนั้นๆ ทำให้ต้นสังกัดของศิลปินเหล่านี้สามารถหารายได้จากความชอบของกลุ่มเป้าหมายได้เพิ่มขึ้น อาทิเช่น มีการจัดมีตติ้งโดยเก็บค่าพบศิลปิน มีการเปิดให้โหวตผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อคัดเลือกนักร้องนำของวงได้ในแต่ละเพลง เป็นต้น

เมื่อได้แนวคิดแล้วให้ทดลองลงมือทำตามแนวคิดที่วางไว้ แล้วให้นำผลลัพธ์หรือ feedback ที่สะท้อนกลับจากผู้ใช้บริการไม่ว่าจะด้านบวกหรือด้านลบ มาวิเคราะห์เพื่อการพัฒนาข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น โดยนำหลัก Feedback Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

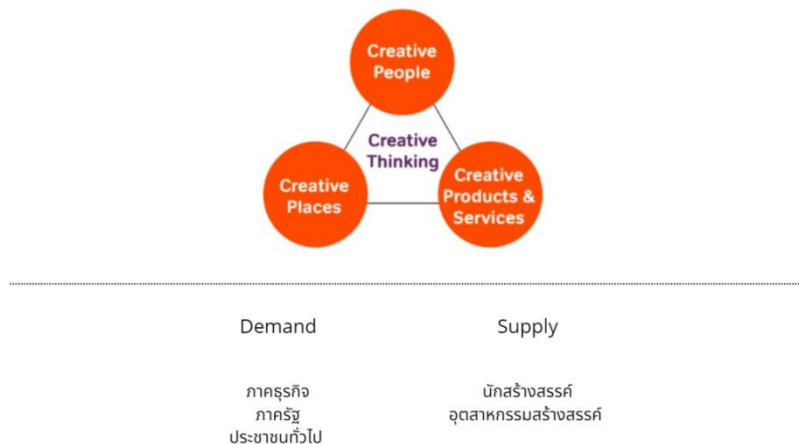
- อะไรที่ผู้ใช้บริการชอบ ตรงกับความต้องการ
- อะไรที่ผู้ใช้บริการสงสัย ไม่เข้าใจ กังวล มีการตั้งคำถามจากการทดลองใช้
- อะไรหรือส่วนไหนที่สามารถพัฒนาต่อได้อีก / อะไรหรือส่วนไหนที่ยังไม่สามารถตอบใจของความต้องการที่แท้จริง
- มองหาไอเดียใหม่ๆ เพิ่มเติมจากข้อมูลที่ได้รับ

กล่าวโดยสรุป แนวคิด Design Thinking จุดเริ่มต้นคือ ต้องทำความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมาย ก่อน ความต้องการที่แท้จริงคืออะไร แล้วจึงดำเนินการตามกระบวนการของแนวคิด Design Thinking โดยคิดหาแนวทางและทดลองลงมือทำ ทั้งนี้จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง ทำให้ช่องว่างระหว่าง

ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการหมดไป จึงจะเกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ที่ยั่งยืนเพื่อให้ผู้ให้บริการและองค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

สรุปการบรรยายเรื่อง “อนาคตศึกษา...เพื่อการทำงานที่ตอบโจทย์จากปัจจุบันถึงอนาคต”

แนวคิดของอนาคตศึกษา เป็นกระบวนการที่ดำเนินการอย่างเป็นระบบเพื่อคาดการณ์เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยอาศัย Creative Thinking (ความคิดสร้างสรรค์) ซึ่งประกอบไปด้วย 3 สิ่งด้วยกัน คือ 1. Creative People (คนสร้างสรรค์) 2. Creative Place (พื้นที่สร้างสรรค์) และ 3. Creative Product & Service (สินค้าและบริการที่สร้างสรรค์) ดังแสดงในรูปที่ 4 โดยทั้ง 3 ส่วนประกอบนี้จะอยู่บนพื้นที่ของ Demand คือ ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ ณ ระดับราคาต่างๆ ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่งของภาครัฐ ภาคธุรกิจและประชาชนทั่วไป และ Supply คือปริมาณของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ผู้ผลิตสามารถเสนอขายในระดับราคาต่างๆ จากนักสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์



รูปที่ 4 การศึกษานาคตโดยแนวทาง Creative Thinking. (เลอชาติ ธรรมธีรเสถียร, 2565)

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC: Thailand Creative and Design Center) นับเป็นหน่วยงานหนึ่งของประเทศไทยที่ส่งเสริมในเรื่องการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม บนรากฐานของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงองค์ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิด

การพัฒนาคุณภาพและมีศักยภาพในความพร้อมสำหรับการก้าวสู่อนาคต โดย TCDC เป็น Resource Center ที่รวบรวมหนังสือ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์และมัลติมีเดียด้านความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบไว้มากมายหลายรายการ โดยมีพื้นที่ที่เชื่อมต่อบรรยากาศในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ มุ่งเน้นให้เกิดการค้นคว้าและต่อยอดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจที่จะช่วยสร้างและกระตุ้นให้เกิดแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ณ ปัจจุบัน TCDC ได้มีการร่วมมือกับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศในส่วนภูมิภาค 52 แห่ง จัดตั้งศูนย์ TCDC เพื่อเป็นการกระจายแหล่งเรียนรู้ให้แก่นักศึกษา ประชาชนผู้ที่สนใจในส่วนภูมิภาคที่ต้องการศึกษาและสร้างแนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้มีพื้นที่ในการศึกษาค้นคว้า สำหรับศูนย์ TCDC ในกรุงเทพฯ จะมี 3 สาขา คือ 1. TCDC สำนักงานใหญ่ 2. AIS Design Centre โดยเป็นความร่วมมือของบริษัท AIS ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center (TCDC) และ 3. TCDC COMMONS Seacon Square

สำหรับแหล่งเครื่องมือที่จะช่วยคาดการณ์แนวโน้มการออกแบบสร้างสรรค์ ยกตัวอย่าง เช่น WGSN (World Global Style Network) ฐานข้อมูลด้านแฟชั่น เป็นเครื่องมือช่วยคาดการณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมแฟชั่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการบริการเชิงพาณิชย์ การออกแบบเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับและเป็นฐานข้อมูลแบบ Real Time มีการใช้งานในลักษณะ Fashion Search Engine เพื่อใช้ค้นคว้าและสืบค้นข้อมูลร่วมสมัย (Trend) ข่าวสาร (News) บทวิจัยและวิเคราะห์การคาดการณ์ล่วงหน้า (Forecast) ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการออกแบบ (Fashion Design) อุตสาหกรรมการค้าปลีกทางด้านแฟชั่น สิ่งทอ เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ สิ่งพิมพ์ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และบรรณาธิการมากกว่า 300 คน จากหลากหลายทวีป เพื่อช่วยในการตัดสินใจเรื่องการออกแบบ

ในเรื่องของการศึกษานาटकนั้น จะต้องเริ่มที่คำถามว่า อยากรู้อนาคตไปทำไม: Start with Why? ซึ่งสามารถตอบได้ว่า การศึกษานาटकนี้ก็เพื่อจะนำไปสู่การวางแผน เตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและบริหารความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงออกแบบอนาคตที่อยากให้เป็นไปตามที่เรากำหนด สิ่งที่จะใช้ในการกำหนดและวางแผนแนวโน้มอนาคตก็คือ การเปลี่ยนแปลง ในทุกวันนี้ การเปลี่ยนแปลงในแต่ละด้านที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของมนุษย์เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและผันแปรไปตามสภาวะต่างๆ ซึ่งจะเป็นตัวที่เรานำมาใช้ในการวางแผนที่จะกำหนดอนาคตตามที่เราต้องการ สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีปัจจัยดังนี้

1. **ปัจจัยภายนอก** ที่เป็นตัวกำหนดขับเคลื่อนความต้องการในการดำรงชีวิตอยู่ของมนุษย์ ซึ่งจะมี 5 ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดสภาวะที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง คือ สังคม (Social) เทคโนโลยี (Technology) เศรษฐกิจ (Economic) สิ่งแวดล้อม (Environment) และการเมือง (Politic)

2. ยุคสมัยของกลุ่มคนตามช่วงอายุ (Generation) คือ เป็นการแบ่งตามยุคสมัยตามช่วงปีที่ Generation นั้นเกิด ซึ่งแต่ละ Generation จะมีความต้องการ พฤติกรรม การใช้ชีวิตรวมถึงแนวคิดต่างๆ ที่แตกต่างกัน จึงเป็นอีกปัจจัยที่เป็นตัวแปรที่ทำอนาคตเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งการแบ่ง Generation ณ ปัจจุบัน จะแบ่งเป็น 5 Generation ดังนี้

Generation ที่ 1 Baby Boomer เกิดช่วง ค.ศ.1946-1964

Generation ที่ 2 Gen X เกิดช่วง ค.ศ.1965-1979

Generation ที่ 3 Gen Y เกิดช่วง ค.ศ.1980-1996

Generation ที่ 4 Gen Z เกิดช่วง ค.ศ.1997-2009

Generation ที่ 5 Gen Alpha เกิดตั้งแต่ ค.ศ.2010 ลงไป

ทั้งนี้ การเข้ากันได้ในการใช้ชีวิตร่วมกัน หรือการทำงานร่วมกันเป็นเรื่องสำคัญมาก โดยเฉพาะ Generation รุ่นหลังๆ ลงมา ซึ่งอาจจะมีแนวคิด แนวทางการทำงาน การใช้ชีวิตที่แตกต่างจากรุ่นก่อนหน้านั้น เป็นอย่างมาก จึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์และเทคนิคในการที่จะดึงศักยภาพของ Generation Z ที่อยู่ในหน่วยงานหรือองค์กร เมื่อต้องปฏิบัติงานร่วมกัน ดังต่อไปนี้ คือ

- ให้เขาเป็นเสมือนหนึ่ง Entrepreneurship ได้ใช้ทักษะความสามารถในการสร้างและช่วยพัฒนาธุรกิจขององค์กร และให้โอกาสได้แก้ปัญหาลูกๆ ที่เกิดขึ้น

- Generation Z เป็นกลุ่มที่ต้องการความเป็นอิสระสูง เพราะฉะนั้นความยืดหยุ่น คือ ญุณแจสำคัญสำหรับ Generation Z ที่จะทำให้เขามีแรงจูงใจในการที่จะช่วยสร้างและพัฒนาองค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การส่งเสริมความหลากหลายก็เป็นญุณแจสำคัญในการที่ทำให้ Generation Z จะร่วมมือกับองค์กรในการปฏิบัติงานให้สำเร็จลุล่วง เนื่องจาก Generation Z เกิดเมื่อในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องความหลากหลายในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี สังคม การเมือง วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

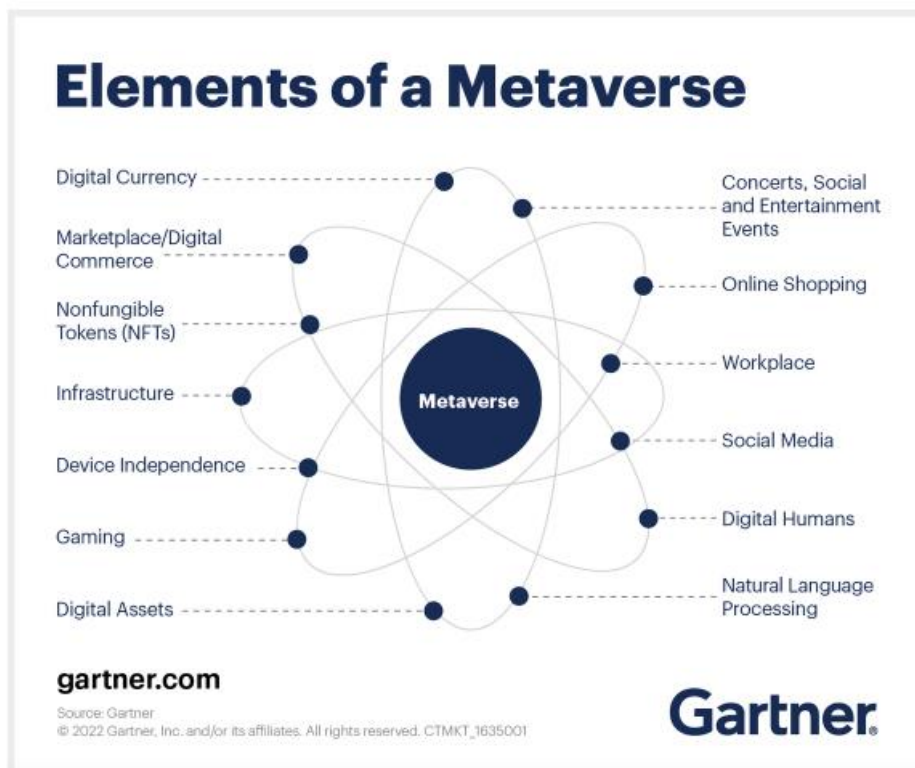
- การดูแลด้านสุขภาพจิต เป็นสิ่งที่องค์กรควรจะต้องสนับสนุนและดำเนินการจัดหา เนื่องจากสภาวะแวดล้อมในปัจจุบันทำให้เกิดความเครียดสะสมได้ง่าย Generation Z เป็นกลุ่มคนที่มีความคิดเป็นของตนเอง มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง จึงอาจเกิดความกดดันและเครียดง่ายกว่า Generation อื่น เมื่อมีแนวคิดและข้อขัดแย้งที่แตกต่างเกิดขึ้น การดูแลสุขภาพจิตจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ปฏิบัติงานในองค์กรซึ่งอาจจะไม่ใช่แค่เฉพาะ Generation Z เองก็ได้

- ให้การฝึกฝนทักษะที่จำเป็นในอนาคต

3. **ข้อมูลข่าวสาร** การรู้เท่าทันสารสนเทศเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการวางแผนอนาคต ในปัจจุบันมีข้อมูลข่าวสารเกิดขึ้นมากมาย เรียกได้ว่าเป็นยุคที่มนุษย์แทบจะจมอยู่ในข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการเข้าถึงและการเผยแพร่ข่าวสารในปัจจุบันสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว เพราะด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมรวมถึงช่องทางต่างๆ ที่มี แต่ก็ทั้งนี้ก็มีข้อเสียเหมือนกัน เพราะข่าวสารถูกที่เผยแพร่บางข่าวสารเป็น ข้อมูลที่ผิดและข้อมูลที่ถูกบิดเบือน เพราะฉะนั้นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารจึงจำเป็นต้องมีการกลั่นกรองก่อนที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนอนาคตขององค์กร

4. **วิวัฒนาการเทคโนโลยี Web** ในปัจจุบันดำเนินมาถึงยุค Web 3.0: เรียกได้ว่าเป็นกระบวนการสร้าง Ownership ซึ่งสิ่งที่จะตามมาในยุค Web 3.0 ได้แก่ ข้อมูลตัวตนผู้ใช้งานที่เป็นส่วนตัวอย่างแท้จริง การเชื่อมต่อที่ไร้ตัวกลาง และ User Interface ที่ปรับเปลี่ยนตามผู้ใช้ เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยคนทำ Content และเทคโนโลยี Augmented Reality/Virtual Reality และการมาของ Metaverse ด้วยเทคโนโลยีที่กล่าวมานี้จะทำให้เราสามารถกำหนดทิศทางของตนเองบนโลกออนไลน์ได้ การรับรู้เรื่องเทคโนโลยี Web3.0 จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการคาดการณ์เพื่อวางแผนอนาคตขององค์กร

5. **Metaverse** ได้มีผู้จำแนกองค์ประกอบไว้คือ บริษัท Gartner ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและให้คำปรึกษาระดับโลก ได้คาดคะเนเอาไว้ว่าในปี ค.ศ. 2026 ผู้คนมากถึง 26% จะใช้เวลาอย่างน้อย 1 ชั่วโมง/วันบน Metaverse ไปกับการทำงาน ช้อปปิ้ง การเรียน ความบันเทิง หรือการติดต่อสื่อสารเหมือนกับโซเชียลมีเดีย โดย Gartner ได้กำหนดองค์ประกอบหลักของ Metaverse เอาไว้ 13 องค์ประกอบ ได้แก่ สกุลเงินดิจิทัล (Digital Currency) ตลาด/การค้าดิจิทัล (Marketplace/ Digital Commerce) เหรียญซึ่งไม่สามารถทดแทนได้ (Non-fungible Token- NFT) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีลักษณะเฉพาะตัว ไม่ซ้ำใคร จำต้องไม่ได้แต่สามารถซื้อขายได้เหมือนทรัพย์สินอื่นๆ โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ความเป็นอิสระจากกันในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ (Device Independence) การเล่นเกมบน Metaverse (Gaming) ทรัพย์สินดิจิทัล (Digital Assets) เช่น ที่ดินดิจิทัล บ้านดิจิทัล กิจกรรมคอนเสิร์ต ทางสังคมและกิจกรรมบันเทิงบนโลกเสมือนจริง (Concert, Social and Entertainment Events) การช้อปปิ้งออนไลน์ (Online Shopping) โลกแห่งการทำงานเสมือนจริง (Workplace) สื่อสังคม (Social Media) ความเป็นมนุษย์ในแบบดิจิทัล (Digital Humans) เช่น การมีบทบาทที่มากขึ้นของ AI และ ระบบประมวลภาษา (Natural Language Processing -NLP) เพื่อช่วยให้มนุษย์มีความสามารถในการเข้าใจภาษามากขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 5



รูปที่ 5 องค์ประกอบหลัก 13 ด้านของ Metaverse. (เลอชาติ ธรรมธีรเสถียร, 2565)

นั่นคือ Metaverse เปรียบได้กับมิติโลกเสมือนที่ผู้ใช้งานทุกคนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันได้แบบเรียลไทม์และเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีด้วยกันภายในโลกเสมือนไม่ต่างอะไรกับโลกจริง Metaverse จะเข้ามามีส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้คนมากยิ่งขึ้น หากเราสามารถนำแนวคิดของ Metaverse มาใช้ให้เข้ากับองค์กรของเราได้ก็จะเป็นช่องทางสำคัญที่จะสร้างสินค้าหรือบริการขององค์กรที่จะนำไปสู่นวัตกรรมใหม่ๆ ที่ล้ำสมัย จะเห็นได้ว่า Metaverse เป็นอนาคตของโลกออนไลน์ที่เกือบจะครอบคลุมทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการศึกษา ความบันเทิงต่างๆ และด้านธุรกิจล้วนเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ เพราะฉะนั้นการรับรู้และศึกษาองค์ประกอบของ Metaverse จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการคาดการณ์สิ่งที่จะขึ้นในอนาคตอีกปีข้างหน้า เว็บไซต์ที่น่าจะมีประโยชน์คือเว็บไซต์ที่มีการนำเทคโนโลยี Artificial Intelligence มาให้บริการเพื่อช่วยให้การทำงานของมนุษย์สะดวกและง่ายขึ้น เช่น <https://www.jasper.ai/> หนึ่งในเครื่องมือสร้างเนื้อหา AI ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากและด้วยชุดเทมเพลตที่เป็นเอกลักษณ์ สามารถสร้างเนื้อหาที่ซับซ้อนเหมือนมนุษย์ทำได้ มีการนำเทคโนโลยี AI

มาช่วยสร้างสรรค์เนื้อหาสำหรับการเขียนบล็อก สื่อโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย

<https://www.midjourney.com/> เป็นเทคโนโลยี AI ที่ช่วยสร้างภาพประกอบ สามารถสร้างภาพได้สวยงาม เหมือนกับผลงานสร้างสรรค์ที่ใช้โปรแกรมงานกราฟิกโดยใช้เพียง keyword สั้นๆ หรือ ประโยคบรรยาย ก็สามารถเนรมิตภาพขึ้นมาได้ ไม่ต้องเสียเวลาสร้างงานผ่านโปรแกรมวาดรูปเองเลย

6. เศรษฐกิจท้องถิ่น (Local Economies) เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจและสังคม โดยที่ผู้คนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการจะร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยมีกิจกรรมที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนบนฐานวัฒนธรรมของชุมชนนั้นเพื่อทำให้เกิดอุตสาหกรรมและมีการกระจายรายได้ ซึ่งชุมชนนั้นๆ จะต้องมีความพร้อมที่เอื้อต่อการลงทุน การผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการด้านต่างๆ เป็นพื้นที่ที่มีคุณภาพที่จะสามารถประกอบกิจกรรมต่างๆ ที่สร้างสรรค์โดยคนของชุมชนและผู้ประกอบการได้ จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจในท้องถิ่นเป็นตัวหลักของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่สำคัญ เนื่องจากความต้องการส่วนบุคคลมีผลต่อชุมชน ความต้องการของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นแนวโน้มของอนาคตในเรื่อง Local Economies จึงถือเป็นแนวโน้มที่น่าสนใจและมีความสำคัญที่ควรจะมีการคาดการณ์ไว้สำหรับการวางแผนอนาคตขององค์กร

7. วิธีการหมุนเวียน (Circular Approach) คือ แนวโน้มของเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยมุ่งเน้นเรื่องการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การลดขยะและการนำกลับมาใช้ใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันทั่วโลกมีการตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อม ภาวะโลกร้อน ซึ่งปัญหาเหล่านี้ถ้าไม่รีบแก้ไขและป้องกันอาจจะทำให้มนุษย์พบกับความยากลำบากหรือไม่สามารถที่จะดำรงชีวิตอยู่บนโลกใบนี้ได้ ประกอบด้วยพฤติกรรมการใช้ชีวิตของมนุษย์และสถานะของโลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา แนวโน้มของ Circular Approach จึงเป็นแนวโน้มที่ทั่วโลกให้ความสำคัญและยังมีส่วนต่อกิจกรรมและอุตสาหกรรมต่างๆ ภายในประเทศที่มุ่งเน้นในเรื่อง Circular Approach และด้วยปัญหาสิ่งแวดล้อม ภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาระดับโลกจำเป็นต้องใช้เวลาในการแก้ไขและป้องกันจึงทำให้แนวโน้ม Circular Approach จะยังคงอยู่อีกนาน เพราะฉะนั้นการคาดการณ์ในอนาคตในเรื่อง Circular Approach จึงเป็นสิ่งสำคัญและองค์กรต้องให้ความสนใจในประเด็นนี้ด้วย

8. เศรษฐกิจแห่งการแบ่งปัน (Sharing Economy) คือ เศรษฐกิจที่เติบโตด้วยการแบ่งปันและร่วมมือกัน ทำให้เกิดรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของคนในวงกว้าง อาจจะมีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในรูปแบบแอปพลิเคชันในสินค้าและบริการนั้นๆ ด้วย และด้วยความต้องการของคนในยุคปัจจุบันมีความต้องการบริการและสินค้าที่หลากหลาย และต้องสามารถเปรียบเทียบได้ ต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น คุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี ความต้องการของแต่ละคนจะมี

ความแตกต่างกันและสามารถผันแปรไปตามสถานการณ์ เพราะฉะนั้นการคาดการณ์แนวโน้มของ Sharing Economy จึงควรมีการวางแผนเพื่อปรับตัวและรองรับความต้องการของสินค้าและบริการของมนุษย์ในอนาคต

นอกจากนั้น ปัจจัยทั้ง 8 นี้ ยังสามารถเชื่อมโยงกับ “VUCA: ทฤษฎีความผันผวน” ที่มีความเกี่ยวข้องกับการคาดการณ์อนาคตเพื่อการวางแผนที่จะดำเนินกิจกรรมหรือบริการขององค์กรในอนาคต ซึ่งสามารถสรุปสั้นๆ ได้คือ VUCA เป็นคำย่อจากการนำตัวอักษรแรกของคำศัพท์ 4 คำในภาษาอังกฤษ ดังนี้

V- Volatility คือ ความผันผวน ยากจะคาดเดา เป็นสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน ไม่ทันตั้งตัว

U-Uncertainty คือ ความไม่แน่นอนสูง ไม่ชัดเจน ยากจะอธิบาย

C-Complexity คือ ความซับซ้อนสูง มีปัจจัยมากมายที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ

A-Ambiguity คือ ความคลุมเครือ เติมไปด้วยความไม่แน่นอน ยากจะคาดเดาผลลัพธ์ได้

ความหมายโดยรวมคือ การอธิบายสถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความผันผวน ยากจะคาดเดา มีความซับซ้อนสูง และคลุมเครือเกินกว่าจะอธิบายได้ ซึ่งมีกรอบแนวคิดความยืดหยุ่น ที่สามารถนำไปแก้ไขปัญหาที่เกิดจากความผันผวนที่เกิดของทฤษฎี VUCA ดังแสดงในรูปที่ 6



รูปที่ 6 กรอบแนวคิดความยืดหยุ่น เพื่อแก้ไขปัญหาความผันผวนที่เกิดของทฤษฎี VUCA.

(เลขชาติ ธรรมธีรเสถียร, 2565)

กล่าวได้ว่า วิธีรับมือกับสถานการณ์ VUCA นั้น ในด้านของความผันผวน ซึ่งเกิดจากสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง จะต้องแก้ไขโดยการพร้อมที่จะเปลี่ยน หรือทิ้งของเดิม กำหนดวิสัยทัศน์ใหม่ (Revision) ไม่ยึดติด ละทิ้งความรู้เดิม (Unlearn) หรือ การเรียนรู้สิ่งที่เคยรู้ด้วยมุมมองใหม่ (Relearn) ในด้านของความไม่แน่นอน (Uncertainty) ซึ่งการคาดการณ์จากประสบการณ์หรือความรู้เดิมทำได้ยากนั้น สามารถรับมือได้โดยการแสวงหาข้อมูลจากการค้นคว้า วิจัย เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าสิ่งที่กำลังจะกระทำนั้นถูกต้อง ในด้านความซับซ้อน (Complexity) ซึ่งเกิดจากปัจจัยต่างๆ มีมากเกินไป จนยากจะดึงจุดสนใจออกมา วิธีแก้ไขคือ สร้างระบบที่มีลำดับเหตุผล เรียงลำดับความสำคัญ และในด้านความคลุมเครือ (Ambiguity) ในสถานะสถานการณ์ไม่ชัดเจน ตัดสินใจยากว่าถูกหรือผิด หรือเกิดความกำกวม ให้รับมือโดยสร้างวิธีการสื่อสารเพื่อลดความไม่ชัดเจนทำให้เกิดความรวดเร็ว คล่องตัว การรับมือทั้ง 4 ด้าน รวมกันเป็นความยืดหยุ่นในการจัดการกับสถานการณ์ VUCA

การที่จะคาดการณ์อนาคตนั้น เปรียบได้เสมือนนิยายวิทยาศาสตร์ทั้งหลาย ซึ่งแต่แรกเริ่มทุกคนคิดว่าไม่น่าจะเกิดได้จริง จะมีก็แต่ในจินตนาการเท่านั้น แต่จะเห็นว่าในปัจจุบัน หลายสิ่งเกิดขึ้นจริง เช่น คอมพิวเตอร์สมรรถนะสูง การโคลนนิ่งสัตว์ อุปกรณ์นำทางอัตโนมัติในรถยนต์ หลักการย่อยๆ ของการปฏิบัติในการคาดการณ์อนาคต คือ การหมั่นฝึกฝนตามวิธีการที่จะทำให้ทราบสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต อาศัยตัวขับเคลื่อน ได้แก่ ประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญและจินตนาการของผู้นั้น ผสานกับความรู้ความเข้าใจในเรื่องสถิติ ข้อมูลและรูปแบบ ปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การใช้รูปแบบการระดมความรู้ (Knowledge Mobilization) ซึ่งเป็นระบบการจัดการความรู้รูปแบบหนึ่ง เป็นส่วนสำคัญของกระบวนการวิจัย เป็นการนำความรู้ด้านการวิจัยมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยคาดการณ์ผลกระทบที่จะมีผลต่อนโยบายและสังคมในภายภาคหน้า เป็นกระบวนการนำความรู้มาปรับใช้เพื่อเพิ่มการยอมรับและเป็นตัวช่วยในการตัดสินใจ ขณะเดียวกันเป็นการเชื่อมโยงทำให้ผลการวิจัยของนักวิจัย สามารถมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรและชุมชนภายนอกด้วย รูปแบบการระดมความรู้นี้ เริ่มจากการประเมินองค์ความรู้ที่หมุนเวียน ด้วยการเข้าถึง คัดสรรความรู้ที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงสิ่งที่สัมพันธ์กัน และทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีที่สุดในที่สุด (Assessing your Knowledge Mobilization: Reach + Relevance + Relationship = Results)

การฝึกฝนการคาดการณ์อนาคตนั้น เริ่มต้นจากการกำหนดกรอบแนวทาง (Framing) เช่น การกำหนดขอบเขตของโครงการที่เราจะดำเนินการ กลุ่มเป้าหมาย สิ่งแวดล้อมในการทำงาน หลักการและความสำคัญที่จะต้องดำเนินการ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และทีมงาน จากนั้นจึงสำรวจแบบกว้างๆ (Scanning) โดยการรวบรวมข้อมูล นำมาจัดระบบ หารากฐาน ความเป็นมา รวมทั้งแนวโน้มในอนาคตของประเด็นนั้นๆ เมื่อได้ข้อมูลแล้ว จึงนำมาเริ่มคาดการณ์ (Forecasting) กำหนดจุดเริ่มต้น และทางเลือก

ในอนาคตที่จะเป็นไปได้หลายๆ ทาง ปัจจัยที่เป็นตัวขับเคลื่อน และความไม่แน่นอน ความเปราะบาง ที่อาจเกิดขึ้น เครื่องมือที่จะใช้ในการปฏิบัติให้เกิดเป็นจริง เมื่อเริ่มคาดการณ์จุดหมายและสิ่งแวดล้อมได้แล้ว จึงเลือกหาอนาคตในแบบที่เราต้องการ และกำหนดภาพที่เราต้องการให้เป็น จากนั้นจึงกำหนดวิสัยทัศน์ (Visioning) และวิธีการที่จะบรรลุวิสัยทัศน์ ร่างแผนขึ้นมา (Planning) และนำไปปฏิบัติตามแผน (Acting) สื่อสารผลลัพธ์ให้ทีมงานเข้าใจ จัดวางแนวคิด เชิงกลยุทธ์และระบบความเชี่ยวชาญทางปัญญา

เมื่อกล่าวถึงการประยุกต์อนาคตศึกษากับงานด้านห้องสมุดสามารถสรุปได้ว่า การคาดการณ์และสร้างอนาคตโดยอาศัยฐานความรู้ จะต้องเป็นแนวทางที่ง่าย ไม่สลับซับซ้อน ลดขั้นตอน ลดระยะเวลา และความยุ่งยาก ต้องสร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ใช้อย่างไม่เน้นการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการ แต่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน สร้างความเชื่อมั่นในระยะยาว สร้างเครือข่าย ให้ความสำคัญต่อคำวิพากษ์วิจารณ์และความคิดเห็นต่างๆ มีความเข้าใจในความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและประสบการณ์ของผู้ใช้ มีความรับผิดชอบในการติดตามผล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดการณ์ไว้ และร่วมกันกำหนดเงื่อนไขที่เหมาะสมขึ้นมา นำมาดำเนินการให้เป็นระบบ เพื่อให้เห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจน และส่งเสริมการรวมตัวของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างเครือข่ายที่มีคุณภาพ กล่าวได้ว่า การประยุกต์อนาคตศึกษากับงานด้านห้องสมุดและการบริการสารสนเทศ จะต้องมีการคาดการณ์ถึงอนาคต ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เชื่อมโยงกับการคิดเชิงออกแบบ สร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม ทั้งนี้จะต้องเก็บเกี่ยวประสบการณ์ของผู้ใช้บริการ ให้กลุ่มผู้ใช้ เข้ามามีบทบาทในเชิงรุก เช่น การเสนอแนะ หรือนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ในการสร้างการเปลี่ยนแปลง และส่งเสริมสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ในองค์กรนั้น นอกจากนี้ ยังต้องมีมาตรวัด (metrics) ที่เหมาะสมเพื่อวัดความสำเร็จและสมรรถนะของการเปลี่ยนแปลงนั้น ยกตัวอย่างเช่น ห้องสมุดต้องสร้างจุดเด่นเฉพาะตัวขึ้นโดยต้องคำนึงถึงบริบทและความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง มีแนวทางที่มุ่งเน้นผู้ให้บริการเป็นศูนย์กลาง ให้ความสำคัญกับความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการ สิ่งสำคัญคือ ในทุกกระบวนการที่สามารถที่จะยืดหยุ่นให้แก่ผู้ให้บริการได้ ไม่ตึงจนเกินไป เพื่อสร้างและรักษาความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้ให้บริการได้อย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน และถ้าองค์กรไหนมีวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงเมื่อเกิดการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ นวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงบริการใหม่ๆ โดยอาจจะใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่แล้วมาต่อยอดในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ เพื่อจะมาตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในปัจจุบัน หรือในแบบที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งห้องสมุดเองก็จำเป็นต้องสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ เพื่อเป็นพื้นที่ให้กับคนในองค์กรให้เกิดการพัฒนาตนเองหรือองค์กรด้วย ทั้งหมดนี้เป็นแนวทางในอนาคตสำหรับห้องสมุดที่จะต้องเปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้เข้ากับอนาคตในหลายๆ ด้านที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การคาดการณ์

อนาคตได้อย่างถูกต้อง จึงเป็นทักษะที่ควรฝึกฝนกระทำ เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับห้องสมุด
ในเชิงสร้างสรรค์อย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

อนาคตศึกษา ต้องให้ความสำคัญกับแนวคิด Design Thinking และ Creative Thinking
ซึ่งจะต้องทำความเข้าใจในกลุ่มเป้าหมายแล้วคิดหาแนวทางเพื่อตอบสนอง และทดลองลงมือทำ
ทั้งนี้จะต้องอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงของข้อมูลและการวิจัยเพื่อให้ช่องว่างระหว่างผู้ให้บริการ
และผู้ใช้บริการหมดไป ทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือแนวคิดใหม่ที่ยั่งยืนเพื่อให้ผู้ให้บริการ
และองค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด สำหรับงานด้านห้องสมุดหรือบริการสารสนเทศ การประยุกต์ใช้แนวคิด
หรือขอบเขตงานของอนาคตศึกษา จะเป็นการช่วยสร้างจุดเริ่มให้ห้องสมุดมีความโดดเด่นเฉพาะตัวขึ้น
จากบริบทและความเป็นเอกลักษณ์ โดยมุ่งเน้นผู้ให้บริการเป็นศูนย์กลาง การออกแบบหรือสร้างนวัตกรรม
ใดๆ จะต้องผ่านการเก็บข้อมูล วิจัย จากความคิดเห็นและความต้องการของผู้ใช้บริการ สิ่งสำคัญคือ
ในทุกกระบวนการจะต้องมีความยืดหยุ่น เพื่อสร้างและรักษาความพึงพอใจให้เกิดแก่ผู้ให้บริการ
ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

จามร เหล่าอิมจันทร์. (2565). บนเส้นทาง Design Thinking สู่นวัตกรรมที่ยั่งยืน. ใน ดาวรัตน์ แท่นรัตน์, การประชุมจัดโดย ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้, สถาบันการเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม), กรุงเทพฯ.

เลอชาติ ธรรมธีรเสถียร. (2565). อนาคตศึกษา...เพื่อการทำงานที่ตอบโจทย์จากปัจจุบันถึงอนาคต. ใน ดาวรัตน์ แท่นรัตน์, การประชุมจัดโดย ชมรมห้องสมุดเฉพาะ สมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ ร่วมกับ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้, สถาบันการเรียนรู้แห่งชาติ (มิวเซียมสยาม), กรุงเทพฯ.

Facioni, C. (2022). Why the world needs futures studies: a social and methodological challenge. *Athens Journal of Mediterranean Studies*. (8)4, 233-246.

The Hasso Plattner Institute of Design at Stanford University. (n.d.). *An introduction to design thinking process guide*. CA.: Stanford University. <https://web.stanford.edu/~mshanks/MichaelShanks/files/509554.pdf>

Inayatullah, S. (2013). Futures studies: theories and methods. In Z. Hallington, and A. Uldall (Ed.), *There's a future: visions for a better world* (pp. 37-65). Bilbao, Spain: BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/en/books/there-is-a-future-visions-for-a-better-world/>
