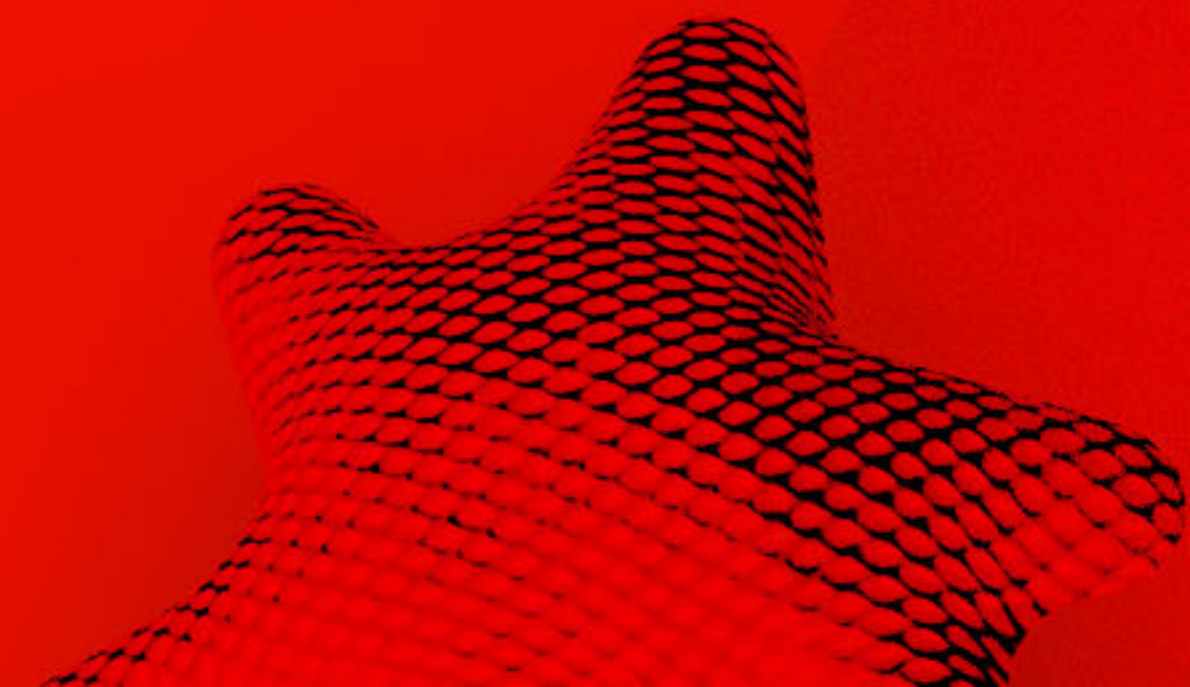


Adobe



รายงานพัฒนาการด้าน ความคิดสร้างสรรค์ ประจำปี 2567

Adobe ร่วมมือกับ Edelman Data & Intelligence
และ Havas Play



คำนำ

โลกแห่งการทำงานเปลี่ยนแปลงไปมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ แม้ว่าอุตสาหกรรมงานครีเอทีฟจะเต็มไปด้วยนักคิดนักทำและผู้เชี่ยวชาญด้านการคาดการณ์แนวโน้มชั้นนำของโลก แต่ไม่มีใครคาดเดาได้ว่างานที่จะมาถึงจุดนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบระยะยาวของการระบาดใหญ่ทั่วโลก รวมทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและการถือกำเนิดของ Generative AI และสิ่งต่างๆ มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปอีก

แต่การเปลี่ยนแปลงอาจเป็นสิ่งที่ดี โดยนำมาซึ่งช่องทาง (และการเรียนรู้มากมาย) รวมถึงโอกาสที่จะเติบโตและตั้งคำถามว่าเราทำสิ่งต่างๆ อย่างไร

Generative AI จะมีบทบาทอย่างไร เราจะใช้ความสามารถของ Generative AI เพื่อให้สมาชิกในทีมมีเวลาเพิ่มมากขึ้นได้อย่างไร เราจะสามารถช่วยให้ทีมงานหลีกเลี่ยงงานที่น่าเบื่อ ทำงานได้อย่างสอดคล้องกันมากขึ้น และทำงานให้ดีที่สุดได้อย่างไร

ฉันถามคำถามเหล่านี้กับตัวเอง และก็แน่ใจว่าคุณก็สงสัยเช่นกัน เราได้จัดทำรายงานพัฒนาการด้านความคิดสร้างสรรค์นี้เพื่อเปิดเผยคำตอบและฉันอยากจะแชร์ข้อมูลเหล่านี้กับคุณ

เราทำงานร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและอุตสาหกรรม Edelman และ Havas Play และพูดคุยกับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจ ครีเอทีฟ และผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟในหลากหลายอุตสาหกรรมตั้งแต่การค้าปลีกไปจนถึงการผลิต สื่อ และการเงิน เราได้พูดคุยกับผู้สัมภาษณ์ในวัย ภูมิภาค บทบาทงาน และระดับงานต่างๆ เพราะความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้จำกัดอยู่แค่คนคนเดียว และเราทุกคนต่างก็ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในประสิทธิภาพการทำงานด้านครีเอทีฟ

ไม่น่าแปลกใจที่ **83%** ของผู้มีอำนาจตัดสินใจตั้งข้อสังเกตถึงการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับปริมาณงานของพนักงานในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมาและที่น่าสนใจคือ **3 ใน 4** มั่นใจว่าตนจะลงทุนในเครื่องมือและซอฟต์แวร์เพื่อช่วยตอบสนองปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

รายงานฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสำรวจพัฒนาการของประสิทธิภาพการทำงานด้านครีเอทีฟในปัจจุบัน รวมถึงใคร (และอะไร) มีส่วนสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับวิธีการทำงาน และบทบาทของ Generative AI ที่ทำให้ปัญหาเหล่านั้นดีขึ้นหรือแย่ลง

เราหวังว่ารายงานฉบับนี้จะช่วยตอบคำถามของคุณเอง (และอาจจุดประกายให้เกิดคำถามเพิ่มเติม)

สิ่งหนึ่งที่แน่นอนคือหากคุณต่อต้านการเปลี่ยนแปลง สุดท้ายก็ต้องรับมือกับมันอยู่ดี แต่หากยอมรับการเปลี่ยนแปลง อาจช่วยกำหนดสิ่งที่จะเกิดขึ้นต่อไปได้ ไม่ว่าจะด้วยวิธีใดก็ตาม ขอให้สนุกกับการอ่าน และเราหวังว่าคุณจะได้รับประโยชน์จากรายงานฉบับนี้

Claire Darley
รองประธานอาวุโสฝ่ายขาย
Adobe



ถึงตอนนี้ ใครๆ ก็คงสังเกตเห็นได้ว่าโลกแห่งการทำงาน หมุนไปไวขึ้นและย่อมหมายรวมถึงโลกแห่งความคิดสร้างสรรค์เช่นกัน เมื่อมีการใช้โซเชี่ยลมีเดียและแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพิ่มมากขึ้น โลกของเรา ก็มีการนำเสนอผ่านภาพมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการการออกแบบและเนื้อหาที่มีคุณภาพสูงมากขึ้นตามไปด้วย

หากคุณกำลังอ่านรายงานฉบับนี้ คุณอาจจะรู้สึกเครียด สภาพเศรษฐกิจที่ท้าทายกำลังกดดันให้พนักงานทำงานมากขึ้นโดยได้รับความช่วยเหลือน้อยลง และสมาชิกทีมทุกระดับในบริษัทก็รับรู้ถึงผลกระทบนี้

ข้อดีก็คือ คุณมีเทคโนโลยีพร้อมให้ความช่วยเหลือ การถือกำเนิดของ Generative AI เผยให้เห็นโอกาสใหม่ๆ สำหรับความคิดสร้างสรรค์แต่การนำ Generative AI มาใช้ทั่วทั้งอุตสาหกรรมยังคงต้องใช้ความระมัดระวัง แม้ว่า **78%** ของพนักงานที่ร่วมตอบแบบสำรวจจะมีประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น

Tash Thomas ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการของ Havas UK กล่าวว่า Generative AI เป็น **“การเติบโตอย่างรวดเร็วและมหาศาลของเทคโนโลยี”** และ **“จุดเปลี่ยนสำคัญของอุตสาหกรรม”** เธอเชื่อว่า Generative AI ช่วยเร่งการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับเทคโนโลยี และบรรดาผู้นำกำลังเปิดรับเทคโนโลยีนี้เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและความสามารถในการทำกำไร

Generative AI คืออะไร Generative AI เป็นแขนงหนึ่งของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่เน้นไปที่การสร้างหรือผลิตเนื้อหาใหม่ๆ เช่น ข้อความ รูปภาพ หรือแม้แต่เพลง โดยใช้เทคนิค machine learning เพื่อสร้างข้อมูลที่คล้ายกับข้อมูลที่มีอยู่ซึ่งได้รับการเทรนมา ซึ่งแตกต่างจาก AI แบบดั้งเดิมในแง่ที่ว่า AI แบบดั้งเดิมมุ่งเน้นไปที่การจดจำรูปแบบที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ส่วน Generative AI มุ่งเน้นไปที่การสร้างรูปแบบนั้น

รายงานฉบับนี้สำรวจพัฒนาการของประสิทธิภาพการทำงานด้านครีเอทีฟในอุตสาหกรรมต่างๆ ตั้งแต่การค้าปลีกไปจนถึงสื่อการเงินและการผลิต เราจะกล่าวถึงปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นในมือของทั้งครีเอทีฟและผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟ รวมถึงความกดดันในการส่งมอบงานได้เร็วขึ้นและความตึงเครียดที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจเผชิญอยู่

เราจะสำรวจขั้นตอนบางอย่างที่ผู้นำมาใช้ในช่วงแรก ดำเนินการเพื่อตอบสนองปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น อุปสรรคที่คนอื่นกำลังเผชิญอยู่ และโอกาสที่น่าตื่นเต้นบางอย่างที่มาพร้อมกับยุคใหม่ของระบบอัตโนมัตินี้นำเสนอในแง่ของความเร็วและประสิทธิภาพ รวมถึงการออกแบบเชิงนวัตกรรม

เราได้พูดคุยกับครีเอทีฟและผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟ 450 คน และผู้มีอำนาจตัดสินใจระดับ C-Suite 200 คนในหลากหลายอุตสาหกรรม ซึ่งใช้ AI ในระดับที่แตกต่างกันไป เพื่อทำความเข้าใจปัญหา ความประทับใจ และโอกาสใหม่ๆ

ทั้งสามกลุ่มในงานวิจัยมองเห็นด้านบวกเกี่ยวกับการใช้ Generative AI สำหรับโปรเจกต์เชิงสร้างสรรค์ โดยหลายคนตั้งข้อสังเกตว่าช่วยให้ตนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น หมายความว่ามีความเร็วมากขึ้นในการมุ่งเน้นไปที่งานที่สำคัญในภาพรวม โดยกว่า **70%** ของผู้ตอบแบบสำรวจมองว่า Generative AI อาจนำไปสู่โอกาสใหม่ๆ สำหรับความคิดสร้างสรรค์

Meredith Cooper ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe เชื่อว่าโอกาสที่น่าตื่นเต้นที่สุดท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงมากมายคือความเป็นไปได้ที่เราจะเข้าสู่ยุคใหม่แห่งความคิดสร้างสรรค์ **“การเกิดขึ้นของ Generative AI เปิดโอกาสให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด ไอเดียสร้างได้ในทันที ทีมครีเอทีฟสามารถออกไอเดียสร้างสรรค์ แล้วแชร์ ทำซ้ำ และทำงานร่วมกันได้ทันที โดยไม่ต้องเสียเวลาไปกับการร่าง ทำงานซ้ำ และ ‘ระดมความคิด’ อย่างไม่มีสิ้นสุด”**

ไม่ว่าคุณจะต้องการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ลดความตึงเครียดของพนักงาน หรือยกระดับการคิดสร้างสรรค์ของคุณไปอีกขั้น เนื้อหาที่จะตามมานี้จะให้ข้อมูลเชิงลึกเชิงปฏิบัติเพื่อช่วยให้คุณ ไม่ว่าคุณจะอยู่ในขั้นตอนใดของเส้นทางการทำงาน

Generative AI และ ประสิทธิภาพการ ทำงานด้านครีเอทีฟ

01 // กล้าที่จะเผชิญโลกใหม่

02 // เมื่อสิ่งต่างๆ ยากลำบาก ให้ AI เป็นตัวช่วย

03 // สร้างอนาคตของการทำงาน

กล้าที่จะเผชิญโลกใหม่

เมื่อเราได้ยินคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ในโลกแห่งการทำงาน เรามักจะนึกถึงงานศิลปะที่น่าประทับใจ เช่น การแสดงผล 3 มิติที่ซับซ้อน ภาพถ่ายที่ผ่านการรีทัชอย่างสวยงาม หรือการเขียนข้อความโฆษณาอันทรงพลัง แต่ความเป็นจริงก็คือผลลัพธ์สุดท้ายนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างสรรค์เท่านั้น อัตราการทำงานที่เพิ่มขึ้นในสถานที่ทำงานสมัยใหม่ทำให้พนักงานต้องมีหลายบทบาท และนี่คือจุดที่เราเห็นแนวโน้มที่น่าตื่นเต้นและกำลังมาแรงที่สุดด้วย Generative AI ครีเอทีฟใช้เทคโนโลยีนี้เพื่อทำงานซ้ำๆ ที่อาจเป็นงานหนักหากต้องทำด้วยตนเองได้เร็วขึ้นและเป็นอัตโนมัติ ในขณะที่ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟก็ใช้เพื่อเพิ่มทักษะ

ครีเอทีฟ และ ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟ หมายถึงอะไรแม้ว่าทุกบทบาทและตำแหน่งงานล้วนต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ แต่เราควรแยกความแตกต่างระหว่างบทบาททางด้านครีเอทีฟแบบเดิมและงานที่ไม่ใช่ด้านครีเอทีฟออกจากกัน สำหรับวัตถุประสงค์ของรายงานฉบับนี้ คำว่า “ครีเอทีฟ (creative)” ในงานวิจัยของเรานั้นหมายถึงบุคคลที่ทำงานด้านครีเอทีฟหรือการออกแบบที่บริษัทโดยใช้ซอฟต์แวร์ด้านการออกแบบ และ “ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟ (non-creative)” คือพนักงาน (ระดับผู้อำนวยการ/ผู้จัดการขึ้นไป) ในบทบาทเฉพาะที่สร้าง ผลิตภัณฑ์หรือทำงานที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ร่วมกัน

เราได้พูดคุยกับผู้นำ C-Suite จำนวนหนึ่งเกี่ยวกับพัฒนาการของประสิทธิภาพการทำงานด้านครีเอทีฟในองค์กรของตนและ **83%** สังเกตเห็นการเปลี่ยนแปลงในปริมาณงานของพนักงานในช่วงสิบสองเดือนที่ผ่านมา ในขณะที่ **40%** เชื่อว่าอุตสาหกรรมของตนได้รับผลกระทบเชิงลบจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจเลย

ปรากฏการณ์นี้ไม่น่าแปลกใจเลย ในยุคของการทำงานจากระยะไกลและการเปลี่ยนเป็นระบบดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นในสถานที่ทำงาน บริษัทต่างๆ ยังคงคิดหาวิธีการทำงานแบบ “ความปกติใหม่ (New Normal)” ของตนเอง บริษัทต่างๆ กำลังเลิกใช้รูปแบบการทำงานแบบยืดหยุ่น และหันมาจัดโครงสร้างให้กับทีมงานขนาดเล็กแทน ซีอีโอในหลายอุตสาหกรรมกำหนดให้พนักงานต้องกลับมาทำงานที่ออฟฟิศ

ยิ่งไปกว่านั้น โลกกำลังกลายเป็นดิจิทัลและเชื่อมต่อกันมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเพิ่ม “มิติใหม่ของความซับซ้อน” ตามที่ Jonathan Tse ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe กล่าว

“
ไม่ใช่แค่มีเครื่องมือสร้างสรรค์ที่
ดีที่สุดในการสร้างเนื้อหาได้อย่าง
รวดเร็วอีกต่อไป แต่เป็นการนำคนที่
ทำงานเก่งที่สุดมารวมกันอย่างไร้รอย
ต่อเพื่อสร้างไอเดียที่แตกต่างและไม่
เหมือนใคร ซึ่งช่วยให้องค์กรโดดเด่น
ในโลกที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน

Jonathan Tse
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
ผลิตภัณฑ์ของ Adobe

“การกลับไปทำงาน” นั้นกำลังเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และยังมีแรงผลักดันที่แข็งแกร่งสำหรับประสิทธิภาพการทำงานอีกด้วย

Lewis Oliver นักออกแบบอาวุโสของ Havas Play อธิบายว่าประสิทธิภาพการทำงานที่เพิ่มขึ้นนี้ส่งผลต่อชีวิตจริงอย่างไร

“การทำงานทุกอย่างรวดเร็วขึ้นมาก ในสมัยที่งานส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับตารางการพิมพ์ การทำงานจะใช้เวลานานกว่า ตอนนี้อย่างบางอย่างสามารถสร้างและอัปโหลดได้ในวันเดียวกันและเผยแพร่ได้ภายใน 10 นาทีหลังจากที่ฉบับที่กไฟล์ ซึ่งนำไปสู่วงจรการสร้างและเผยแพร่ผลงานอย่างรวดเร็ว ต่อลูกค้าของเราต้องการตอบสนองต่อเหตุการณ์อย่างรวดเร็ว ตอนนี้เรากำลังได้รับบริฟให้ตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมป๊อปและสายตาของสาธารณชน ดังนั้นความเร็วและการตอบสนองอย่างฉับพลันจึงมีความสำคัญ”

ประสิทธิภาพการทำงานเป็นสิ่งที่ดีสำหรับธุรกิจแต่ก็สามารถส่งผลเสียต่อคุณภาพได้ **42%** ของผู้มีอำนาจตัดสินใจที่เราพูดคุยด้วยมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพที่ลดลงของการส่งมอบและ **75%** กำลังมองหาการลงทุนในเครื่องมือและซอฟต์แวร์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานและรักษามาตรฐานไว้

Generative AI เป็นหนึ่งในเครื่องมือดังกล่าวและ Adobe Firefly ก็ได้รับความนิยมจากเหล่าครีเอทีฟ

“**Generative AI ไม่ใช่เรื่องใหม่ และไม่น่าเป็นไปได้ที่จะเข้ามาแทนที่มนุษย์แต่ก็มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินชีวิตของเราและวิธีการทำงานในอนาคต สิ่งสำคัญคือเราต้องใช้เทคโนโลยีนี้ในการเปลี่ยนแปลง ไม่เพียงแต่วิธีการทำธุรกิจแต่รวมถึงวิธีการดำเนินชีวิตของเราด้วย**

”



เมื่อสิ่งต่างๆ ยากลำบาก ให้ AI เป็นตัวช่วย

เกือบครึ่งหนึ่งของครีเอทีฟที่ร่วมตอบแบบสำรวจ (**44%**) ใช้เวลาครึ่งหนึ่งของสัปดาห์ทำงานออกแบบซ้ำๆ **50%** พบว่างานที่ใช้แรงงานมากเป็นงานที่ทำทนายและ **71%** ประสบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโปรเจกต์

การทำงานหนักเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นอยู่เสมอ ตั้งแต่เกิดโรคระบาดทุกอุตสาหกรรมต่างก็ต้องดำเนินงานอย่างรวดเร็ว ยิ่งกว่าที่เคยเป็นมา บริษัทและบุคคลที่ยังคงใช้วิธีการเดิมๆ ในการทำงานกำลังเริ่มตามไม่ทัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับครีเอทีฟในบริษัทขนาดใหญ่ที่มีพนักงานมากกว่า 500 คน ในขณะที่ผู้ที่อยู่ในธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางมีแนวโน้มที่จะประสบปัญหาการจัดการโปรเจกต์และงานครีเอทีฟในแต่ละวัน

ที่น่าสนใจคือเราพบว่าแม้ครีเอทีฟจะทำงานกับ assets ที่หลากหลายแต่ก็มีความต้องการเพิ่มขึ้นในทุกด้าน ดังนั้นการแก้ปัญหาใดๆ จะต้องช่วยลดเวลาในการทำงานซ้ำๆ และหาวิธีที่ง่ายกว่าในการสร้างเนื้อหาจำนวนมาก

แล้วครีเอทีฟทำอะไรบ้าง คำตอบคือนำเสนออย่างสร้างสรรค์ **80%** ของครีเอทีฟที่ใช้ Generative AI อยู่ในปัจจุบันและวางแผนที่จะใช้ต่อไป โดย **74%** เชื่อว่าจะ

ช่วยให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การเปลี่ยนเวิร์กโฟลว์ที่ใช้บ่อยและใช้เวลามากให้กลายเป็นระบบอัตโนมัติไม่เพียงแต่จะช่วยให้ครีเอทีฟมีเวลามากขึ้นในการมุ่งเน้นไปทำงานเชิงกลยุทธ์และงานระดับสูงมากขึ้น แต่ยังช่วยรักษาความสอดคล้องของแบรนด์และลดความกลัวเกี่ยวกับงานที่ต้องทำใหม่อีกด้วย

ซอฟต์แวร์ Generative AI เช่น Adobe Firefly ช่วยให้ครีเอทีฟเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้เร็วขึ้นผ่านองค์ประกอบและการปรับแต่งความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

Meredith Cooper ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe เชื่อว่าซอฟต์แวร์อย่าง Firefly ช่วยปรับโฉมการทำงานด้านครีเอทีฟได้ ความสามารถในการผสานรวมพลังแห่งการเปลี่ยนแปลงของ Generative AI เข้ากับแอปด้านครีเอทีฟระดับโลกไม่เพียงแต่ช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพแต่ยังช่วยขยายกระบวนการสร้างสรรค์ให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น **“Generative AI ช่วยขจัดอุปสรรคที่ขวางไม่ให้คิดการใหญ่ สิ่งเดียวที่จำกัดคุณได้ก็มีแต่ความคิดสร้างสรรค์ของคุณเอง”** เมื่อไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับกระบวนการ ครีเอทีฟสามารถใช้เวลามากขึ้นในการมุ่งเน้น

ไปที่ผลลัพธ์ โดยใช้พรมต์ข้อความง่ายๆ เพื่อสลับรูปภาพปรับเปลี่ยนพื้นหลัง เปลี่ยนสี และเพิ่มหรือลบองค์ประกอบได้อย่างรวดเร็วและง่ายดาย เครื่องมือแบบนี้มักจะผสานรวมอยู่ในผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วยเช่นกัน ด้วยแพลตฟอร์มที่เชื่อมต่อกันของ Adobe คุณสามารถเปิดโปรเจกต์ได้ในแอปพลิเคชันเดียว ใช้ Generative AI เพื่อเพิ่มหรือลบวัตถุหรือแปลงข้อความแล้วเปิดไฟล์นั้นในผลิตภัณฑ์อื่นเพื่อดำเนินการต่อ

เมื่อทีมเข้าใจถึงศักยภาพในการสร้างสรรค์ของ Generative AI แล้วหันไปให้ความสนใจกับความสามารถในการจัดการโปรเจกต์ เช่นเดียวกับเทคโนโลยีใหม่ๆ อุปสรรคอันใหญ่หลวงที่สุดในการนำมาใช้คือความกลัว คนส่วนใหญ่แล้วมักจะกังวลกับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะเวลาที่อาจสูญเปล่าไปกับการแสวงหานวัตกรรมใหม่ๆ ทุกอย่าง แต่ Generative AI ช่วยให้ผู้ที่นำมาใช้ในช่วงแรกสามารถผสานการทำงานได้อย่างกว้างขวางในทีมและแผนกต่างๆ ขณะเดียวกันก็ผสานการทำงานเข้ากับทุกระดับขององค์กรด้วย

สำหรับครีเอทีฟ ประสบการณ์เกี่ยวกับ Generative AI ทำให้หวาดกลัวน้อยลงต่อข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้เทคโนโลยี แต่ผู้ที่ไม่ใช้ครีเอทีฟกลับไม่รู้สึกรูปแบบเดียวกัน

สร้างอนาคตของการทำงาน

เมื่อเทียบกับคนที่ทำงานด้านครีเอทีฟแล้ว ผู้ที่อยู่ในสายงานอื่นมักจะนำ Generative AI มาใช้ช้ากว่าเนื่องจากขาดการฝึกอบรมหรือการสนับสนุนจากองค์กร ด้วยเหตุนี้จึงรู้สึกกลัวมากกว่าเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ Generative AI แม้ว่า **83%** ของผู้ใช้ในปัจจุบันเชื่อว่าจะช่วยให้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Tash เร่งให้บริษัทต่างๆ ปรับใช้เทคโนโลยีนี้และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ แต่ต้องใช้ความพยายาม ทีมต้อง “สำรวจกระบวนการของคุณและทำความเข้าใจว่ากระบวนการเหล่านั้นช่วยให้คุณสามารถใช้ AI ได้ในจุดไหน ไม่ใช่แค่ผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์เท่านั้น แต่รวมถึงวิธีแก้ปัญหาเฉพาะจุดระหว่างการดำเนินงานของคุณ เพื่อทำเช่นนั้น คุณต้องทำการตรวจสอบกระบวนการของคุณแบบเรียลไทม์และจุดที่คุณคิดว่า Generative AI จะเป็นประโยชน์ต่อคุณ”

แต่ทีมต่างๆ คิดอย่างไร เนื่องจากงานครีเอทีฟส่วนใหญ่จะทำภายในองค์กร ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟจึงต้องเผชิญกับความท้าทายในการสร้างเนื้อหา ไม่เพียงแต่ประสบปัญหาเรื่องเวลาและทรัพยากรที่มีจำกัด (**79%**) แต่ยังรู้สึกกดดันที่

จะต้องยกระดับทักษะการออกแบบและหาวิธีทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น **79%** ของผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟบอกว่าไม่ใช่ทุกคนในทีมของตนที่มีทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ในระดับเดียวกัน แม้ว่ากว่าสองในสามจะตระหนักว่าการเล่าเรื่องด้วยภาพที่ใช้ประโยชน์จากรูปภาพ กราฟิกเคลื่อนไหว หรือวิดีโอกำลังกลายเป็นส่วนสำคัญของงาน

ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟพบว่าตัวเองถูกคาดหวังให้จัดการการสร้างเนื้อหาและยกระดับทักษะการออกแบบของตนมากขึ้นเรื่อยๆ ในขณะที่ครีเอทีฟต้องตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นใน assets ทั้งหมดที่ตนสร้างขึ้น ความต้องการที่ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟต้องตอบสนองเพิ่มขึ้นสูงที่สุดกลับเป็นความต้องการด้าน asset ซึ่งโดยปกติแล้วทีมครีเอทีฟมักจะเป็นผู้จัดการ

ในขณะที่วันทำงานแบบเดิมอาจเกี่ยวข้องกับการนำเสนอภายใน การนำเสนอการขาย การฝึกอบรม และกระบวนการภายใน ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟได้รับคำขอที่เพิ่มขึ้นในการผลิต assets ที่หลากหลายจากโซเชียลมีเดีย (เพิ่มขึ้น **66%**) ไปจนถึงเนื้อหาเว็บ (**58%**), CRM (**56%**) และสื่อบนโซเชียล (**49%**)



ความแตกต่างด้านความสามารถนั้นมีมากและอาจสร้างความท้าทายได้ เมื่อพนักงานหันมาใช้ระบบดิจิทัลมากขึ้น บทบาทหน้าที่ในการทำงานก็เปลี่ยนไป ส่งผลให้เกิดความแตกต่างด้านความสามารถที่นำไปสู่ความท้าทายมากมาย

พนักงานต้องการโซลูชันที่ออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและเป็นมิตรกับผู้ใช้เพื่อตอบสนองต่อประสบการณ์และให้ความเชื่อมั่นหลากหลายระดับโดยต้องมีฟีเจอร์การทำงานร่วมกันเพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหลายร่วมกันทำโปรเจกต์ได้สะดวกและช่วยบรรเทาความท้าทายในการจัดหาทรัพยากรและปรับปรุงประสิทธิภาพ และเทมเพลตสามารถช่วยรับมือกับความท้าทายอีกประการหนึ่งในการสร้าง assets นั่นก็คือการรักษาความสอดคล้องของแบรนด์

“การสนทนาส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่วิธีที่ Firefly สามารถปรับปรุงเวิร์กโฟลว์สำหรับครีเอทีฟ แต่เรายังเห็นผลลัพธ์อันใหญ่หลวงสำหรับผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟด้วย” Meredith กล่าว **“ดังที่เราเห็นในรายงานฉบับนี้ ปริมาณงานของผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟกำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนครอบคลุมงานครีเอทีฟจำนวนมาก ไม่เพียงแต่ในการออกไอเดียและการสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการกระบวนการสร้างสรรค์ด้วย เช่น การรวมข้อเสนอแนะการจัดการโปรเจกต์ และการแชร์ไฟล์ Firefly สร้างขึ้นมาเพื่อช่วยเหลือในทุกขั้นตอนของกระบวนการสร้างสรรค์ ส่งผลให้ความสามารถในการสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 2-8 เท่า”**

ดังที่เราเห็นจากครีเอทีฟ ผู้ที่ทำงานในบริษัทระดับองค์กรมีแนวโน้มที่จะเผชิญกับแรงกดดันจากปริมาณงานที่มากขึ้น แต่ก็ยังตั้งข้อสังเกตถึงความท้าทายในการสนับสนุน

และการทำงานร่วมกันอย่างน่าประหลาดใจ เนื่องจากความท้าทายเหล่านี้ ผู้มีอำนาจตัดสินใจจึงกำลังพิจารณา Generative AI การทำงานอย่างชาญฉลาดเพื่อบรรลุผลลัพธ์ที่ดีที่สุดด้วยความพยายามหรือทรัพยากรที่น้อยที่สุดถือเป็นความท้าทายที่มีมาช้านาน ในการแสวงหาประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง คำถามนี้ตกอยู่กับผู้นำธุรกิจ **“บริษัทต่างๆ กำลังมองหาวิธีลดต้นทุนการดำเนินงานและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานเพื่อใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในตอนนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด”** Jonathan Tse กล่าว ผู้มีอำนาจตัดสินใจมองว่า Generative AI จะมีบทบาทสำคัญในองค์กรของตนเนื่องจากไม่ต้องการจ้างคนเพิ่มเพื่อทำงานซ้ำๆ หรืองานที่มีมูลค่าต่ำ

Generative AI ไม่ใช่แค่เพียงนิยายวิทยาศาสตร์อีกต่อไป แต่เป็นความจริงและมีประโยชน์โดยสามารถเร่งความเร็วในการทำงานสร้างสรรค์ ทำให้การทำงานซ้ำๆ เป็นระบบอัตโนมัติ และช่วยในการจัดการโปรเจกต์

Tash กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงจะทำให้รู้สึกไม่สบายใจเสมอ **“ในฐานะมนุษย์ เราหลายคนมีความรู้สึกต่อต้านการเปลี่ยนแปลงและ Generative AI สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่ไม่อาจคาดเดาได้ เราไม่ทราบผลลัพธ์ขั้นสุดท้าย จึงทำให้เกิดความวิตกกังวลเป็นธรรมดา”**

แต่การเปลี่ยนแปลงไม่ใช่เรื่องยาก และด้วยประโยชน์ของ Generative AI ในแง่ของความเร็ว ประสิทธิภาพการทำงาน และการจัดการงาน บางทีการเปลี่ยนแปลงอาจดูไม่น่ากลัวอย่างที่คิด

ความเร็วและ ประสิทธิภาพ

01 // ใช้น้อยแต่ได้มาก

02 // ให้เทคโนโลยีเข้ามาจัดการแทน

03 // ขอแนะนำ Adobe Stock และ Frame.io

ใช้น้อย แต่ได้มาก

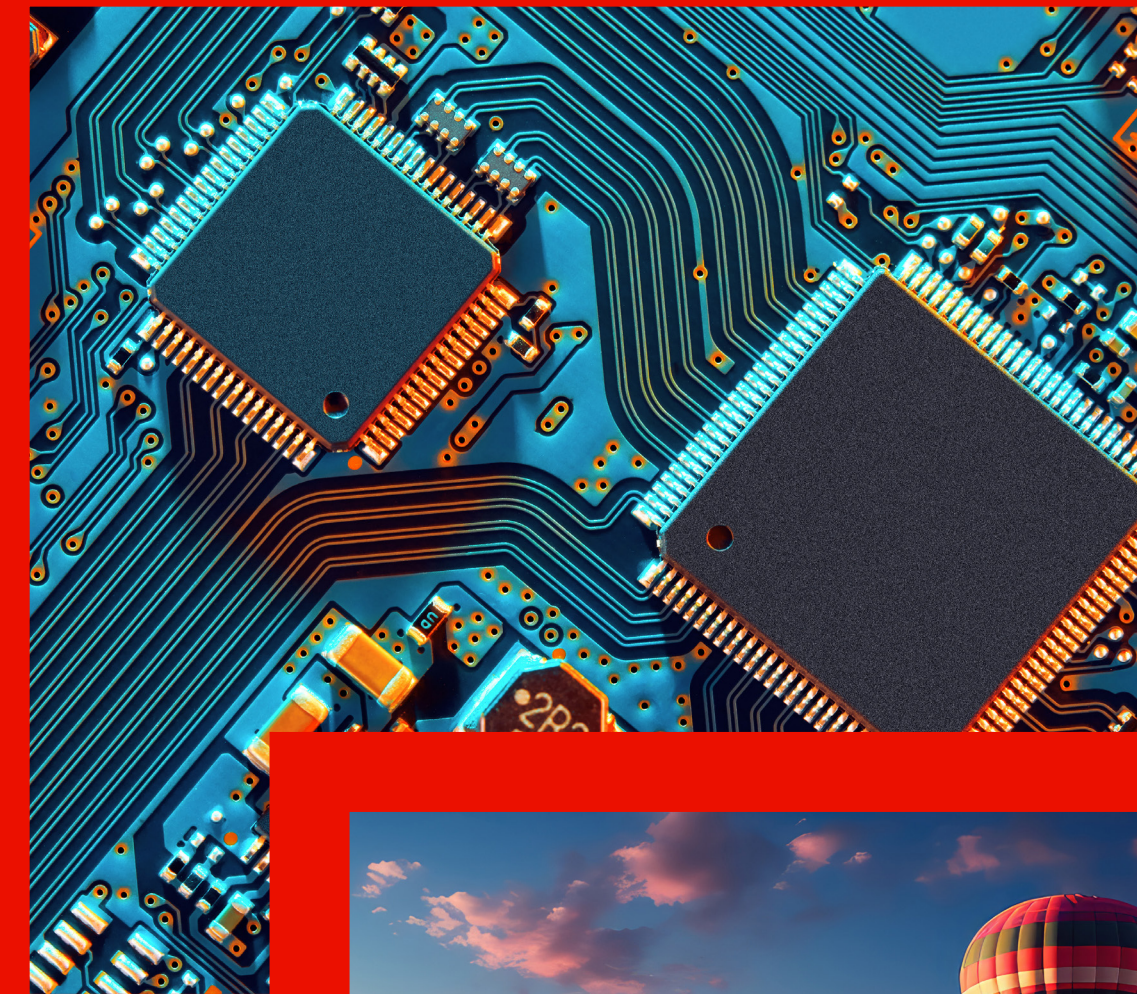
ในปี 2508 Gordon E. Moore (ผู้บุกเบิกเทคโนโลยีซิลิคอนวัลเลย์ที่ร่วมก่อตั้ง Intel) สังเกตเห็นว่าพลังของชิปคอมพิวเตอร์เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าทุกสองปี แม้ว่าค่าใช้จ่ายของคอมพิวเตอร์เหล่านั้นจะลดลงครึ่งหนึ่ง แม้ว่าปัจจุบันผู้คนตั้งคำถามในความจริงของคำพูดอันโด่งดังของเขา แต่ก็สามารถนำไปใช้กับการทำงานได้จริง

หากมีคำสองคำเพื่อสรุปพัฒนาการด้านประสิทธิภาพการทำงานในปัจจุบัน ได้แก่ “ความเร็ว” และ “ประสิทธิภาพ” เราจะบรรลุผลลัพธ์มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรน้อยลงได้อย่างไร

เราได้เห็นแล้วว่า Generative AI มีประโยชน์ต่อทั้งครีเอทีฟและบทบาทของ Generative AI ในการพัฒนาทักษะของผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟ แต่ทั้งสองกลุ่มจัดการกับปริมาณงานที่มหาศาลนี้ได้อย่างไร **70%** ของครีเอทีฟกล่าวว่าหนึ่งในความท้าทายที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของตนจากปริมาณงานที่เพิ่มขึ้นนี้คือการจัดการโปรเจกต์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การติดตามข้อ

เสนอแนะและการแชร์ไฟล์ ในขณะที่ **79%** ของผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านเวลาและความท้าทายในการจัดหาทรัพยากร โดย **53%** ยังประสบปัญหาในการทำงานร่วมกัน

ผู้มีอำนาจตัดสินใจหันมามองหาเทคโนโลยี **สามในสี่** พูดอย่างมั่นใจว่าจะลงทุนในเครื่องมือหรือซอฟต์แวร์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน Meredith Cooper, ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe กล่าวว่า เป็นแนวโน้มที่ตนสังเกตเห็นในหมู่ลูกค้า B2B ของ Adobe “**ผู้คนในอุตสาหกรรมและบทบาทงานต่างๆ หันมาใช้ฟังก์ชัน AI มากขึ้นเพื่อช่วยจัดการปริมาณงานของตน ด้วยผลิตภัณฑ์ของ Adobe การทำงานร่วมกัน ประสิทธิภาพการทำงาน การแชร์ไฟล์ และการติดตามข้อเสนอแนะทั้งหมดอยู่ในระบบนิเวศเดียวกัน เพื่อให้การจัดการโปรเจกต์และปริมาณงานง่ายขึ้นมาก**”



ทำงานร่วมกันและตรวจสอบ

ครีเอทีฟและผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟต่างก็พบว่าพวกเขาถูกขอให้ทำงานจำนวนมากขึ้นให้เสร็จเร็วขึ้น แม้ว่าลักษณะของงานนั้น (และความยากลำบาก) จะยังคงเหมือนเดิม **72%** ของผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟและ **63%** ของครีเอทีฟมองว่าบริษัทของตนขอให้ทำโปรเจกต์มากขึ้นในขณะที่ทั้งสอง (**60%**) ยอมรับว่าบริษัทของตนขอให้ทำโปรเจกต์เหล่านั้นให้เสร็จเร็วขึ้น

นอกเหนือจากปริมาณงานที่มากมายแล้ว เรายังเห็นอุปสรรคที่สอดคล้องกันในด้านความเร็วและประสิทธิภาพ ได้แก่ การทำงานร่วมกันและการจัดการโปรเจกต์

ครีเอทีฟ **7 ใน 10** คนตั้งข้อสังเกตถึงความท้าทายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโปรเจกต์โดย **27%** อ้างถึงการขาดความชัดเจนเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของโปรเจกต์และ **26%** ยอมรับว่าตนเผชิญกับความยากลำบากในการจัดการกระบวนการตรวจทาน

Generative AI อาจเป็นทางออกหนึ่ง Lewis Oliver นักออกแบบอาวุโสของ Havas Play สังเกตเห็นว่าเทคโนโลยีช่วยปรับปรุงกระบวนการทำงาน **“Creative Cloud ทำให้ทุกคนแชร์ไฟล์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและง่ายขึ้นมาก ไม่ใช่แค่การแชร์ไฟล์เท่านั้น แต่สามารถเข้าถึงไฟล์เดียวกันและทำงานร่วมกันได้”**

การพัฒนาเหล่านี้ช่วยประหยัดเวลาสำหรับงานที่ต้องใช้เวลานาน เช่น การรวบรวมข้อเสนอแนะและการแชร์เอกสารที่ใช้งานอยู่ นอกจากนี้ยังช่วยให้มั่นใจในความสอดคล้องและช่วยให้สมาชิกในทีมหลายคนสามารถทำงานในเอกสารเดียวกันได้พร้อมกัน

ครีเอทีฟ **6 ใน 10** คนกล่าวว่าฟีเจอร์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโปรเจกต์จะทำให้โปรเจกต์ของตนมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย **26%** ต้องการความสามารถในการทำงานอัตโนมัติและติดตามการตรวจทานงานครีเอทีฟและ **14%** ต้องการใช้เวลาน้อยลงกับการตรวจทาน

สำหรับผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟคือการทำงานร่วมกัน โดย **5 ใน 10** กำลังประสบปัญหา **30%** อ้างถึงเวลารอนานในการตรวจทานงาน **22%** เผชิญกับความยากลำบากในการจัดการการควบคุมเวอร์ชันในขั้นตอนการตรวจทานและ **19%** ประสบปัญหาในการแชร์ไฟล์เพื่อตรวจทาน

ให้เทคโนโลยีเข้ามาจัดการแทน



เราเห็นความแตกต่างเล็กน้อยระหว่างธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMB) และองค์กรใหญ่ (ENT) แต่ความรู้สึกยังคงเหมือนเดิม นั่นก็คือทำงานมากขึ้นและเร็วขึ้น ในขณะที่ครีเอทีฟในบริษัท ENT มีแนวโน้มที่จะรู้สึกกดดันในการทำงานเนื่องจากสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน ส่วนผู้ที่อยู่ใน SMB มีแนวโน้มที่จะประสบปัญหาในการจัดการโปรเจกต์ (**76%**) และงานครีเอทีฟด้านภาพในแต่ละวัน

ทวนความจำ: ENT เป็นบริษัทระดับองค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานมากกว่า 500 คน ส่วน SMB ที่มีพนักงานน้อยกว่า 500 คน

ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟที่ซึ่งทำงานในบริษัทระดับ ENT มีแนวโน้มมากกว่าคนที่ทำตำแหน่งเดียวกันใน SMB ที่จะเผชิญกับแรงกดดันจากปริมาณงานและประสบปัญหาในการได้รับการสนับสนุนแลการทำงานร่วมกัน โดย **37%** รู้สึกว่าไม่ได้รับการสนับสนุนจากทีมครีเอทีฟภายในองค์กรและอีก **34%** ต้องเผชิญกับเวลารอคอยที่ยาวนานในการตรวจทานงานหรือการอนุมัติ

ดูเหมือนว่ายิ่งบริษัทมีขนาดใหญ่ขึ้นเท่าใด ความกดดันในปริมาณงานสำหรับครีเอทีฟและผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟก็ยิ่งสูงขึ้นเท่านั้น บริษัทขนาดใหญ่ที่มีปริมาณงานมากกว่าต้องประสบปัญหาในการทำงานร่วมกันอย่างไม่น่าแปลกใจ แต่โดยทั่วไปแล้วบริษัทเหล่านี้จะมีเทคโนโลยีที่ดีกว่าในการช่วยจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ ในทางกลับกันพนักงานใน SMB พบว่าตนต้องเผชิญกับความล่าช้าเนื่องจากการจัดการโปรเจกต์และกระบวนการตรวจทาน

โซลูชันในโลกแห่งความเป็นจริง

ดูเหมือนว่าเทคโนโลยีอาจทำให้เกิดปัญหานี้ แต่ก็สามารถแก้ปัญหาได้เช่นกัน **57%** ของผู้มีอำนาจตัดสินใจเชื่อว่า Generative AI จะมีบทบาทสำคัญในองค์กรของตนเพื่อแก้ปัญหาความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดของคอนเทนต์ครีเอเตอร์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง **60%** ต้องการความช่วยเหลือในการนำเสนอเนื้อหาสู่ตลาดได้เร็วขึ้น Jonathan Tse ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe กล่าวว่า Generative AI กำลังช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ที่จะทำอย่างไรให้ได้มากขึ้นโดยใช้เวลาน้อยลง “ผู้นำธุรกิจได้เห็นแล้วว่าประสิทธิภาพการทำงานด้านครีเอทีฟเพิ่มขึ้นอย่างมากจากการใช้โซลูชัน Generative AI ที่ระบุไว้”

เมื่อเราพูดคุยกับผู้ที่อยู่ในแนวหน้าในการสร้างเนื้อหา ก็จะมีคำขอที่เฉพาะเจาะจงมาก ดังนี้

- **79%** ต้องการให้กล้องอัปโหลด footage ไปยังระบบคลาวด์โดยตรงเพื่อแก้ไขและตรวจทานทันที
- **76%** ต้องการเข้าถึงวิดีโอสต็อกเพื่อเติมเต็มช่องว่างเมื่อไม่มีเวลาหรือเงินสำหรับการถ่ายภาพในสถานที่
- และ **74%** ต้องการเข้าถึงภาพสต็อกได้ดีขึ้นด้วยเหตุผลเดียวกัน
- **76%** ต้องการให้เพื่อนร่วมงานดาวน์โหลดบนเฟรมวิดีโอโดยตรงเพื่อแสดงจุดที่ต้องการเสนอแนะให้ชัดเจน
- และ **71%** ต้องการความสามารถในการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในเครื่องมือแก้ไขโดยตรง

ในสี่กลุ่มสุดท้าย มีครีเอทีฟที่ SMB ที่สนับสนุนมากกว่าที่ ENT **10-15%**

ขอแนะนำ Adobe Stock และ Frame.io

Adobe Stock

คุณอาจคุ้นเคยกับ Adobe Stock อยู่แล้ว คอลเลกชันภาพสต็อกปลอดค่าลิขสิทธิ์ของ Adobe ช่วยให้ครีเอทีฟและผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟสามารถพิมพ์และออกแบบโปรเจกต์แคมเปญโซเชียลมีเดีย ภาพยนตร์ และวิดีโอได้ การผสมผสานการทำงานกับแอปของ Creative Cloud จะช่วยประหยัดเวลาและปรับปรุงเวิร์กโฟลว์ ซึ่งเป็นความท้าทายสำคัญสองประการที่ทั้งครีเอทีฟและผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟเผชิญอยู่

ผู้ใช้สามารถค้นหาและให้สิทธิ์การใช้งาน assets ระดับโลกหลายล้านรายการ รวมถึงกราฟิก วิดีโอ แทร็กเพลง เทมเพลต เนื้อหา 3 มิติ และคอลเลกชัน Premium และ Editorial ของ Adobe ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้ค้นพบเนื้อหาที่แท้จริงและหลากหลายสำหรับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

การค้นหาด้วยภาพโดย Adobe Sensei ช่วยให้ผู้ใช้สามารถวางภาพลงในแถบค้นหาเพื่อค้นหาภาพเสริมและภาพทางเลือก ในขณะที่ฟิลเตอร์ความสวยงามช่วยให้ผู้ใช้สามารถปรับแต่งการค้นหาตามพื้นที่คัดลอก เฟรม และอัตราระยะเวลา หรือช่วงความชัด

เช่นเดียวกับหลายๆ ผลิตภัณฑ์ของ Adobe การใช้งานง่ายช่วยให้ทุกคนมีประสิทธิภาพการทำงานด้านครีเอทีฟ จึงขจัดความท้าทายจำนวนมากที่ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟเผชิญอยู่เนื่องจากความต้องการงานที่เพิ่มขึ้นได้

Frame.io

ผสมผสานการทำงานร่วมกันด้านครีเอทีฟกับ Frame.io

เป็นเวลาหลายปีแล้วที่ทีมครีเอทีฟใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการทำงานร่วมกัน การตรวจทานระหว่างทำงาน การถ่ายโอนไฟล์ และการอนุมัติ การวิจัยของเราข้างต้นแสดงให้เห็นว่ากระบวนการที่แตกต่างกันเหล่านี้เป็นอุปสรรคต่อประสิทธิภาพการทำงานและยับยั้งความคิดสร้างสรรค์ Frame.io นำทุกอย่างและทุกคนมารวมกันไว้ในที่เดียว

ผสมผสานการทำงานของเครื่องมือตรวจทานและทำงานร่วมกันบนระบบคลาวด์ที่มีประสิทธิภาพเข้ากับเครื่องมือ Adobe โดยใช้ Frame.io โดยทำให้เวิร์กโฟลว์สำหรับวิดีโอ รูปภาพ การออกแบบ และอื่นๆ ยาวขึ้นกว่าเดิมด้วยแพลตฟอร์มเดียวในการจัดเก็บ แชร์ สื่อสาร ตรวจทาน และอนุมัติโปรเจกต์งานครีเอทีฟทั้งหมดของคุณ

“Frame.io นำเสนอแพลตฟอร์มส่วนกลางที่จะนำทีมครีเอทีฟ, assets และการสนทนามารวมกันไว้ในที่เดียวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานร่วมกัน ลดการทำงานซ้ำๆ และนำเสนอไอเดียใหม่ๆ สู่ตลาดได้เร็วขึ้น”

Jonathan Tse ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe

โดยเป็นศูนย์กลางในการแชร์สื่อ ติดตามข้อเสนอแนะ และปรับปรุงเวิร์กโฟลว์เพื่อให้ทีมสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างใกล้ชิด ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตามในโลก ผู้ใช้ทั่วโลกพบว่าเห็นผลลัพธ์เร็วขึ้น **31%**, รอบการตรวจทานน้อยลง **27%** และต้องแก้ไขงานน้อยลง **25%** ในยุคแห่งความรวดเร็วและประสิทธิภาพ นี่คือนวัตกรรมที่เร็วที่สุดในการผลิตเนื้อหาแล้วแชร์ โดยเน้นที่การดำเนินการแทนการคาดเดา



อนาคตของ นวัตกรรม สร้างสรรค์

01 // ทุกคนคือศิลปิน

02 // อุตสาหกรรมภาพที่เฟื่องฟู

03 // ความคิดสร้างสรรค์ไร้ขีดจำกัด

ทุกคนคือศิลปิน



จำเอนด้นนั้นได้ไหม เมื่อทุกคนใช้แอป AI เพื่อกลายเป็นศิลปินบน Instagram การถ่ายภาพตัวเองโดย AI ของผู้คนในทิวทัศน์อันเหนือจินตนาการได้รับความนิยมบนแอปในปี 2565 ซึ่งถือเป็นการนำ AI มาใช้อย่างแพร่หลาย

ในช่วงข้ามคืนดูเหมือนว่าทุกคนกำลังสร้างด้วย Generative AI และหัวใจสำคัญคือความงามของศิลปะด้วย AI ซึ่งทำให้ทุกคนเข้าถึงความคิดสร้างสรรค์ในแบบที่เราไม่เคยเห็นมาก่อน

การสร้างสรรคผลงานโดย AI อาจดูน่ากลัวสำหรับบางคน แต่ก็ไม่ได้แย่งเท่าที่เราคิด สำหรับ Generative AI ยังคงต้องใช้อินพุต ข้อความเพื่อสร้างภาพและวิดีโอ และโอเดียก็เป็นรากฐานของความคิดสร้างสรรค์มาโดยตลอด ครีเอเตอร์จะต้องพิจารณารูปแบบและองค์ประกอบ แสง สี และมุมมอง เพียงแต่ตอนนี้โอเดียของครีเอเตอร์จะไม่ถูกจำกัดด้วยเทคนิคของพวกเขาอีกต่อไป Tash Thomas ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการของ Havas UK ชอบคิดว่า Generative AI เป็นเครื่องมือพินิจจินตนาการ “โดยปกติแล้ว ครีเอทีฟที่มีโอเดียในใจจะต้องวาดด้วยมือหรือเขียนเป็นสคริปต์ ทุกวันนี้คุณสามารถป้อนพรอมต์ลงในเครื่องมือรูปภาพประเภทใดก็ได้แล้วเครื่องมือจะสร้างบางสิ่งให้กับคุณ ซึ่งเป็นสิ่งที่คุณอาจไม่เคยคาดคิดมาก่อน”

แน่นอนว่าการใช้ AI เป็นวิธีที่น่าสนใจในการสำรวจและปรับปรุงแนวคิด ซึ่งคือการให้อิสระแก่ครีเอทีฟในการคิดสร้างสรรค์และเปิดกว้าง ซึ่งนำไปสู่การชนะรางวัลและดึงดูดความสนใจ

แล้วด้วยอิสรภาพที่ไม่มีข้อผูกมัดนี้ คำถามคือการออกแบบจะก้าวไปสู่ทิศทางใดต่อไป

อุตสาหกรรม ภาพที่เฟื่องฟู



เนื่องจากอุตสาหกรรมวิดีโอและภาพยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง ครีเอทีฟจึงสนใจในการเรียนรู้เทคนิควิดีโอและรูปภาพต่างๆ มากขึ้น

และเราเห็นแนวโน้มที่ชัดเจนในเนื้อหายอดนิยมที่ครีเอเตอร์ปัจจุบันให้ความสนใจมากที่สุด ได้แก่ การถ่ายวิดีโอ live action, stop motion และวิดีโอ 360 องศา/ ความเป็นจริงเสมือนจริง

สำหรับ Meredith Cooper ผู้อำนวยการอาวุโสฝ่ายการตลาดผลิตภัณฑ์ของ Adobe แล้ว เป็นแนวโน้มที่เธอติดตามอย่างใกล้ชิด “ฉันชอบเห็นครีเอทีฟใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพื่อผลักดันเทรนด์ใหม่ๆ เราติดตามสิ่งเหล่านี้อย่างใกล้ชิดที่ Adobe เราต้องการให้ไม่ว่าครีเอทีฟจะเลือกแสดงผลงานอย่างไรและไม่ว่าแบรนด์จะต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างไร Adobe ก็พร้อมช่วยเหลือทุกอย่างเกี่ยวกับการปล่อยให้ความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดสนใจหลัก แล้วเราจะทำเช่นนั้นให้ดีที่สุดได้อย่างไร เราจะสนับสนุนและเพิ่มขีดความสามารถให้กับคนที่อยู่เบื้องหลังได้อย่างไร”

ความเฟื่องฟูในอุตสาหกรรมวิดีโอและภาพช่วยกระตุ้นให้ครีเอเตอร์มองหาการเติบโตในด้านใหม่ๆ **60%** ของครีเอทีฟที่เราพูดคุยด้วยทำการตัดต่อภาพจำนวนมากอยู่แล้ว, **51%** ทำงานกับเอฟเฟกต์ภาพและ **49%** ทำงานกับการออกแบบภาพ 2 มิติ ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ **72%** กล่าวว่าวิดีโอมีความสำคัญอย่างยิ่งในการมอบประสบการณ์เฉพาะบุคคล โดยเกือบ **3 ใน 4** เห็นด้วยว่าวิดีโอ 8K กำลังกลายเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้นในองค์กรของตน เนื่องจากเทคโนโลยีและการปรับปรุงภาพพัฒนาอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับความเร็วและความสะดวกในการผลิตที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ องค์กรประกอบภาพที่เคยเก็บรักษาไว้สำหรับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านก็สามารถเข้าถึงได้มากขึ้นเรื่อยๆ ครีเอทีฟกว่าครึ่งที่เราพูดคุยต้องการสร้างวิดีโอ 360 องศา/VR มากขึ้น **53%** ต้องการการทำงาน stop motion มากขึ้นและ **61%** สนใจการถ่ายวิดีโอ live action อุปสรรคคืออะไร

แม้ว่าจะเข้าถึงได้ง่ายกว่า แต่อุปสรรคต่างๆ เช่น การฝึกอบรมและการศึกษา ยังคงขัดขวางไม่ให้ผู้คนลองสร้างสรรค์งานในรูปแบบใหม่ๆ

59% กล่าวว่า การขาดประสบการณ์ทำให้ไม่สามารถสร้างเนื้อหาภาพประเภทที่ตนสนใจได้, **56%** กล่าวว่าตนขาดการฝึกอบรมที่เพียงพอ, **52%** ไม่มีเวลาเพียงพอ และ **50%** ขาดการเข้าถึงเครื่องมือที่เหมาะสมในที่ทำงาน ดังที่เราได้เห็น งานครีเอทีฟที่ทำซ้ำๆ ด้วยตนเองกินเวลาและพลังงานของคนทำงานด้านครีเอทีฟไปมาก การอัปโหลด footage ไปยังระบบคลาวด์ การค้นหาวิดีโอสต็อกเพื่อเติมเต็มช่องว่าง การทำให้ชัดเจน การทำความเข้าใจ การนำข้อเสนอแนะไปปรับใช้ และการถ่ายโอนสื่อจากการดหน่วยความจำและฮาร์ดไดรฟ์เป็นกุญแจสำคัญ แต่ยังเป็นส่วนที่ใช้เวลานานสำหรับปริมาณงานของครีเอทีฟ **55%** ของครีเอทีฟกล่าวถึงไฟล์ที่จะอัปโหลด ดาวน์โหลด หรือถ่ายโอนนั้นไม่มีประสิทธิภาพอย่างมากในเวิร์กโฟลว์ของตน **54%** กล่าวว่างานของตนถูกขัดจังหวะหลายครั้งต่อสัปดาห์จากการขอเข้าถึงเนื้อหา สื่อ หรือ assets

ความคิดสร้างสรรค์ไร้ขีดจำกัด

เมื่อพูดถึงโปรเจกต์เนื้อหาภาพ ครีเอทีฟส่วนใหญ่รู้สึกว่าตนเสียเวลาไปกับงานที่ต้องทำด้วยตนเองและหวังว่าจะมีโซลูชันที่ดีกว่านี้

ตัวอย่างหนึ่งที่ Lewis Oliver ให้ไว้คือเครื่องมือคัดสรรโดยตรง ก่อนหน้านี้ “การคัดเอาต์ภาพอาจใช้เวลาหลายชั่วโมง ขึ้นอยู่กับความซับซ้อนตอนนี้ Generative Fill ช่วยให้คุณสามารถทำได้ง่ายๆ โดยการกดปุ่ม ผมใช้ Generative Fill ทำคัดเอาต์เมื่อรู้สึกกดดันในเรื่องเวลาหรือรวม mood board เข้าด้วยกัน”

พลังของ Generative AI นี้มีประโยชน์อย่างแท้จริง ไม่เพียงแต่ในการสร้างงานศิลปะเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการประหยัดทรัพยากรที่ล้ำค่าที่สุดในสถานที่ทำงานสมัยใหม่ นั่นก็คือเวลา ไม่เพียงแต่จะปรับปรุงประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังสร้างพื้นที่สำหรับความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ และความเป็นผู้นำด้านความคิดสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมอีกด้วย

เกือบ **3 ใน 4** ของครีเอทีฟและ **83%** ของผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟเชื่อว่าการใช้ Generative AI สำหรับโปรเจกต์งาน ครีเอทีฟช่วยให้ตนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมากกว่า **70%** ของผู้มีอำนาจตัดสินใจ ผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟ และครีเอทีฟ (**75%**) เชื่อว่า Generative AI อาจนำไปสู่โอกาสใหม่ๆ สำหรับความคิดสร้างสรรค์เนื่องจากช่วยเพิ่มเวลาในการมุ่งเน้นไปที่งานเชิงกลยุทธ์และงานระดับสูง เช่น การออกแบบ 3 มิติ ครีเอทีฟ (**84%**) มี

ความสนใจอย่างมากในการทำงานด้านเนื้อหา 3 มิติเพื่อสร้างผลลัพธ์ด้านภาพในทันที (การสร้างประสบการณ์แบบเต็มคำหรือการออกแบบ 3 มิติ) รวมถึงการค้นหาประสิทธิภาพในการทำงาน แม้จะมีความสนใจเช่นนี้ แต่งบประมาณ (**35%**), เครื่องมือที่เหมาะสม (**32%**), และการฝึกอบรม (**32%**) ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นอุปสรรคหลักในการนำไปใช้

แม้ว่าผู้มีอำนาจตัดสินใจ ครีเอทีฟ และผู้ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟส่วนใหญ่จะสนับสนุน Generative AI แต่ก็ยังมีช่องว่างระหว่างความสนใจและการใช้งานจริง ส่วนใหญ่เป็นผลมาจากความลังเลของผู้นำ โดย **85%** ของผู้มีอำนาจตัดสินใจมีความมั่นใจในแนวโน้มระยะสั้นของบริษัท **83%** ตั้งข้อสังเกตถึงการเปลี่ยนแปลงในปริมาณงานของพนักงานในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมาและ **3 ใน 4** มั่นใจว่าตนจะลงทุนในเครื่องมือและซอฟต์แวร์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน แต่ดูเหมือนว่าจะมีความล่าช้าระหว่างความเชื่อมั่นนี้และการดำเนินการจริงเพื่อช่วยให้ครีเอทีฟมีเวลามากขึ้น

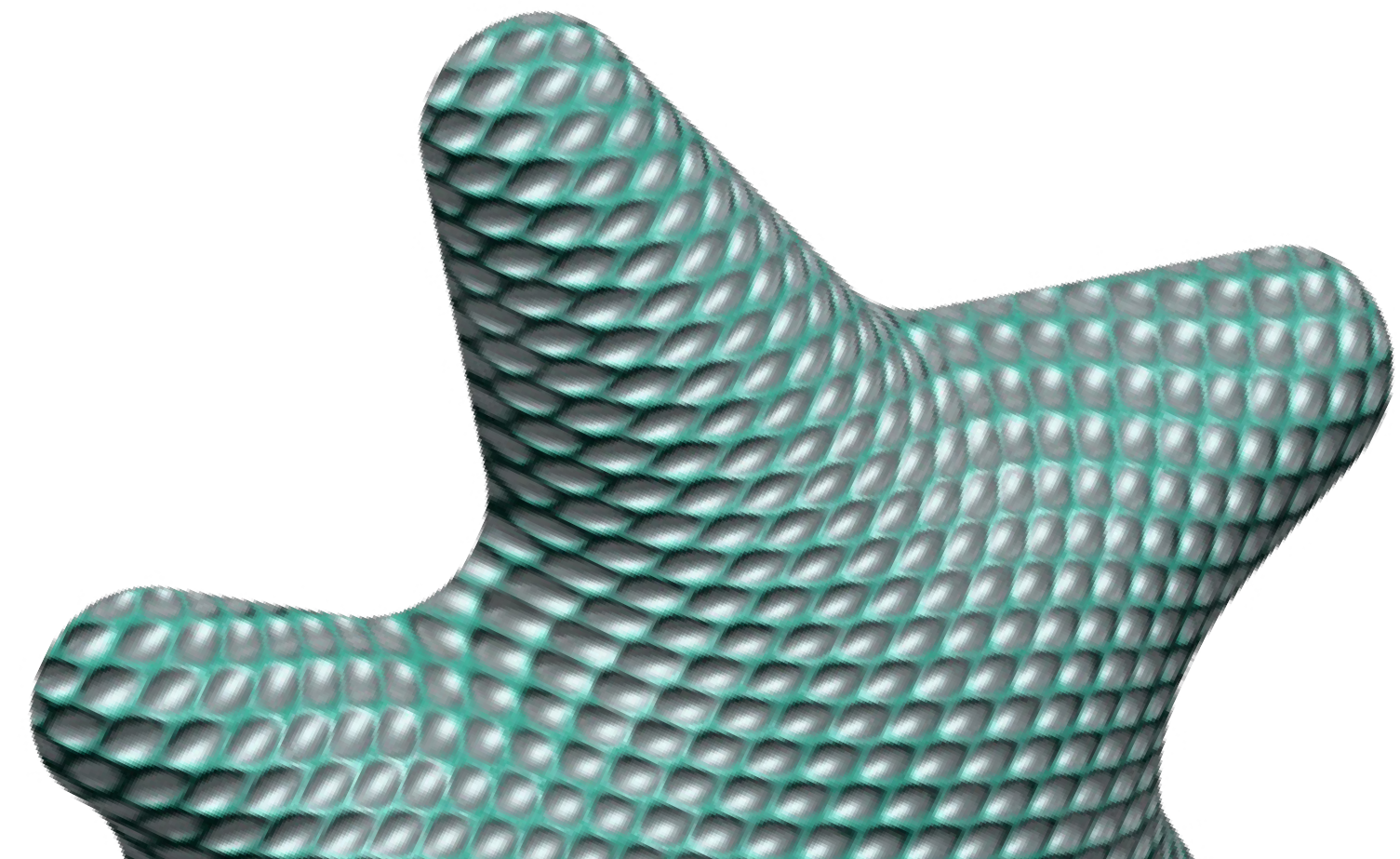
การได้รับค่าตอบแทนสำหรับเวลาที่เสียไป

การอัปโหลดฟุตเทจ การถ่ายโอนไฟล์ และการรวมข้อเสนอแนะเป็นส่วนหนึ่งในงานของครีเอทีฟและและควรได้รับค่าตอบแทน แต่ประโยชน์ที่แท้จริงสำหรับบริษัทครีเอทีฟและลูกค้าอยู่ในงานศิลปะแทนที่จะมุ่งเน้นไปที่งานที่ทำด้วยตนเองซ้ำๆ ครีเอทีฟต้องการสร้างโมเดล 3 มิติ (**47%**)

นำเสนอภาพการออกแบบ 3 มิติ (**45%**) สร้างการถ่ายภาพเสมือนจริง (**30%**) และสร้างประสบการณ์เต็มคำ AR/VR (**28%**) ในการทำเช่นนั้น เหล่าครีเอทีฟจำเป็นต้องสร้างประสบการณ์ลูกค้าที่ดึงดูดใจมากขึ้น เพิ่มความสามารถในการสร้างเนื้อหา และเร่งกระบวนการออกแบบ

การเพิ่มทักษะให้กับพนักงานและทำให้มีอิสระในการทำเช่นนั้นไม่เพียงแต่จะดีต่อขวัญกำลังใจของพนักงาน การดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถที่ดีที่สุดและการได้รับรางวัล แต่ยังช่วยในการขยายข้อเสนอการออกแบบสำหรับลูกค้า การสนับสนุนลูกค้าอย่างลึกซึ้ง และเพิ่มแหล่งรายได้ใหม่ๆ

สิ่งเหล่านี้ไม่ใช่ความฝันที่ไกลเกินเอื้อม แต่กำลังเกิดขึ้นตรงหน้าเรา หากคุณลุยγειเขียนของคุณสามารถแต่งภาพตัวเองเป็นชาร์ตยุค 1920 ตัวแสบแห่งอวกาศได้ ลองนึกดูว่าคุณเองจะทำอะไรได้บ้าง



บทสรุป

ในปี 2567 งานกำลังมุ่งหน้าไปในทางเดียว

“
ด้วยความต้องการที่จะดึงดูด
ความสนใจของลูกค้าในสภาพ
แวดล้อมที่มีการผสมผสานทาง
ดิจิทัลมากขึ้น ความต้องการสร้าง
เนื้อหามากขึ้นและเร็วขึ้นจึงเกิด
ขึ้นแบบไม่เคยมีมาก่อน

Jonathan Tse
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด
ผลิตภัณฑ์ของ Adobe

”

แล้วปี 2567 โลกแห่งการทำงานเป็นอย่างไร ในขณะที่
ไม่มีใครสามารถคาดการณ์อนาคตได้ แต่ดูเหมือนว่างาน
กำลังมุ่งหน้าไปทางหนึ่ง... นั่นก็คือเพิ่มมากขึ้น ทั้งปริมาณ
และประสิทธิภาพการทำงานยังขับเคลื่อนต่อไปอย่างไม่
หยุดยั้ง ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีสำหรับผู้ติดตามทันได้

ความกดดันมักส่งต่อไปยังคนรอบข้าง ทำให้ทั้งผู้มี
อำนาจตัดสินใจและพนักงานรู้สึกเครียด ขาวดีก็คือความ
ก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ขับเคลื่อนการทำงานที่เข้มข้นนี้
ก็เป็นสิ่งที่สามารถช่วยรับมือได้เช่นกัน

Generative AI กลายเป็นส่วนสำคัญของสตรีมการทำงาน
ส่วนใหญ่อยู่แล้ว แต่ก็ยังมีผู้ที่ไม่เต็มใจหรือระมัดระวังที่
จะใช้งาน แม้ว่าความลังเลใจนี้จะเข้าใจได้ แต่ก็ไม่จำเป็น
ต้องเป็นเช่นนั้น

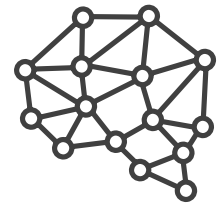
เครื่องมือที่ใช้งานง่าย เช่น Adobe Express, Frame.io
และ Adobe Stock ผัง Generative AI ลงในอินเทอร์เน็ตเพช
ได้อย่างไร้รอยต่อ เพื่อช่วยขจัดอุปสรรคที่ครีเอทีฟและผู้
ที่ไม่ใช่ครีเอทีฟเผชิญอยู่

ก่อนหน้านี้คือการลดเวลาที่ใช้ในการทำงานด้วยตนเอง
ซ้ำๆ (หรืองานที่สำคัญน้อยกว่า) แต่ประเด็นหลังนี้คือ
ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโปรเจกต์ในขณะที่ทั้งสอง
ต้องการการทำงานร่วมกันมากขึ้นและการผสมรวมข้อ
เสนอแนะและการแชร์เนื้อหาที่ไร้รอยต่อมากขึ้น

เช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลง คนที่ยอมรับก็จะเก็บเกี่ยว
ประโยชน์ที่คนอื่นอาจตื่นรนเพื่อตามให้ทัน Creativity
Platform ของ Adobe มีทุกสิ่งที่คุณ ทีม และธุรกิจของ
คุณต้องการเพื่อประสบความสำเร็จ **เราพร้อมแล้ว แล้ว
คุณล่ะ**

ข้อเสนอสุดสร้างสรรค์ของคุณในอนาคตด้วย Adobe Creative Cloud สำหรับธุรกิจขับเคลื่อนโดย Adobe Firefly รุ่น AI

Creative Cloud สำหรับธุรกิจด้วย Firefly และ Frame.io ช่วยแก้ปัญหาการผลิตเนื้อหาโดยรวมโซลูชันด้านครีเอทีฟที่ดีที่สุดไว้บนแพลตฟอร์มแบบครบวงจรสำหรับงานครีเอทีฟทั้งหมด



ปลดปล่อยความคิดสร้างสรรค์ ออกไอเดียและสร้างสรรค์ได้เร็วขึ้นด้วยเครื่องมือ Generative AI อันทรงพลังในแอปสร้างสรรค์ ขยายการรองรับการสร้างแบรนด์โดยใช้ส่วนขยายโมเดลและ API ที่กำหนดเอง



ขยายการรองรับประสิทธิภาพการทำงาน ยกระดับการเล่าเรื่องด้วยภาพถ่าย วิดีโอ แทร็กเพลง และอีกมากมายแบบครบวงจรในระบบกว่า **350 ล้านรายการ**



ผสานรวมการทำงานร่วมกันให้เป็นหนึ่งเดียว ผสานการทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มที่รวมการตรวจทานและการกำหนดเวอร์ชันที่รวดเร็วทันใจเข้ากับวงจรงานครีเอทีฟด้วย การจัดเก็บและการแชร์แบบรวมศูนย์

ใหม่: Generative AI

ฟีเจอร์ที่ทำงานด้วย Firefly ภายในแอปสร้างสรรค์และการชดเชยทรัพย์สินทางปัญญา*



แอปชั้นนำของวงการ
แอปสร้างสรรค์กว่า 20 แอป
รวมถึง Photoshop, Premiere Pro และ Adobe Express

การตรวจทานงานครีเอทีฟแบบรวมศูนย์
โซลูชันเดียวสำหรับการจัดเก็บงานครีเอทีฟ การทำงานร่วมกัน และการตรวจทานด้วย Frame.io

Assets สำหรับงานครีเอทีฟเข้าถึง
Adobe Stock ได้ไม่จำกัดภายในแอปสร้างสรรค์

*โอกาสที่จะได้รับการชดเชยด้านทรัพย์สินทางปัญญาจาก Adobe สำหรับเนื้อหาที่สร้างโดยเวิร์กโฟลว์ที่เลือกซึ่งขับเคลื่อนโดย Firefly ภายในข้อเสนอของ Adobe บางประการ โดยจะเป็นไปตามข้อกำหนด

Adobe

ขอขอบคุณ ๑

หากคุณต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติม...

ติดต่อเรา