



ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร



โดย
นางสาวชญัญญ์กัญญ์ สือจันทรา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร



โดย
นางสาวชญ์รัฐกัญญา สือจันทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

CREATIVITY OF STUDENTS AT FACULTY OF INFORMATION AND
COMMUNICATION TECHNOLOGY SILPAKORN UNIVERSITY



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Arts (Public and Private Management)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2021
Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร
โดย ชัยญัฐกัญญา สื่อจันทร์
สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญา
มหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพษมงคล)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(อาจารย์ ดร.ศรวิชา กฤตาทิการ)

60601302 : การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

คำสำคัญ : ความคิดสร้างสรรค์, การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย, บุคลิกภาพห้ำ
องค์ประกอบ

นางสาว ชัญญ์ฐกัญญา สื่อจันทร์: ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสารมหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เฉลิมชัย กิตติศักดิ์สินานิน

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา 1) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิด
สร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการ
สื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร 2) เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร กับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์
จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบ 3) ความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุน
ความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร 4) อิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง
329 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที่
วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว วิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน
ผลการวิจัยพบว่า

1. นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ และ
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง
2. ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามสถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน ปัจจัย
ส่วนบุคคลจำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา และชั้นปีแตกต่างกันมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก
มหาวิทยาลัยแตกต่างกัน ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามเพศแตกต่างกันมีบุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบแตกต่างกัน
3. ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการรับรู้การสนับสนุนความคิด
สร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับบุคลิกภาพห้ำ
องค์ประกอบแบบห้วนไหว แบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก
4. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบแบบ
ประนีประนอม บุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพห้ำองค์ประกอบแบบห้วนไหว เป็น
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์

60601302 : Major (Public and Private Management)

Keyword : Creativity, Students at faculty of Information and Communication Technology Silpakorn University, Big 5 Personality Factors

MISS CHANTHAKAN SUEJANTA : CREATIVITY OF STUDENTS AT FACULTY OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY SILPAKORN UNIVERSITY THESIS
ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR CHALERMCHAI KITTISAKNAVIN, Ph.D.

The objectives of this research were 1) to examine creativity, perceived the university support for creativity, and big 5 personality factors of students at Faculty of Information and Communication Technology, Silpakorn University 2) to compare among the difference of personal factors of the students, creativity, perceived the university support for creativity, and big 5 personality factors. 3) the relationship between creativity, perceived the university support for creativity, and big 5 personality factors of the students 4) the influence of creativity of the students The study was quantitative research. The instrument of this research was a questionnaire for data collection from 329 students. Statistical methods in the research included Frequency, Percentage, Average, Standard Deviation, t-test for dependent Samples, One-way Analysis of Variance, The coefficient of Pearson Product Moment Correlation analysis, and Stepwise Multiple Regression analysis. Results indicated that

1. Students at Faculty of Information and Communication Technology, Silpakorn University have creativity and perceived the university support for creativity at a high level
2. Different Personal factors, categorized by where students study, have different creativity. Moreover, Different college years have different perceived the university support for creativity. Different Personal factors, categorized by sex, have different big 5 personality factors
3. There is a moderate Positive Correlation between creativity and perceived the university support for creativity. There is a moderate Positive Correlation between creativity and Neuroticism Factor, Extraversion factor, Agreeableness factor and Conscientiousness factor of big 5 personality factors
4. Perceived the university support for creativity, Agreeableness factor, Openness factor, Neuroticism factor of big 5 personality factors were factors affecting creativity.

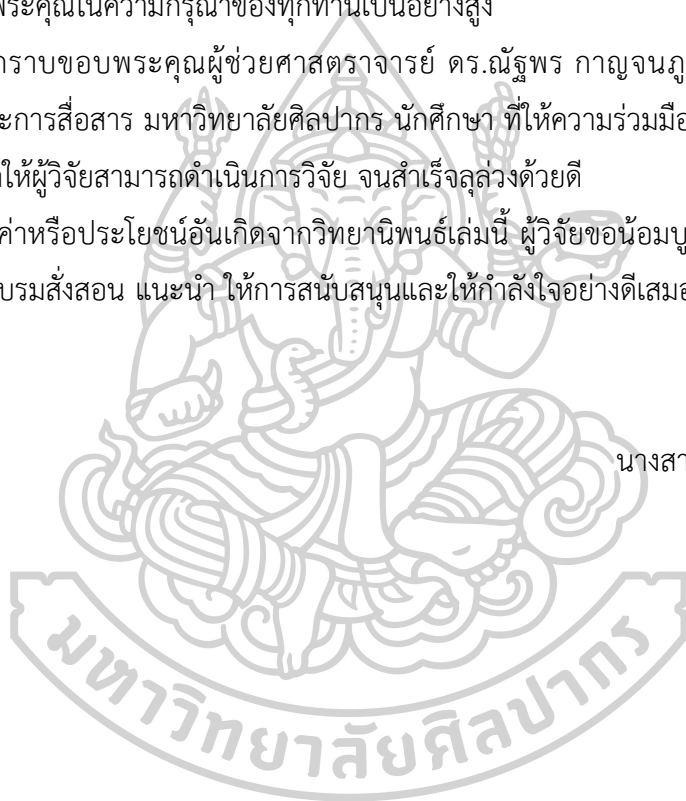
กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชฌงค์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.ศรวิชา กฤดาธิการ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร กาญจนภูมิ คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร นักศึกษา ที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัย จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดีเสมอมา

นางสาว ชัญญ์รัฐกัญญา สือจันทร์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	3
3. สมมติฐานงานวิจัย.....	4
4. ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
6. ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย.....	7
7. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	10
1. ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล.....	10
2. การรับรู้การสนับสนุนการรับรู้ความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย.....	27
3. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	39
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	57
1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	57
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	57

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
4. เกณฑ์การประเมินผล.....	61
5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	63
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	75
7. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	77
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	78
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก มหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	80
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง การวิเคราะห์ความแปรปรวน ของ ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	81
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิด สร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	97
ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอนของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การ สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ.....	99
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	102
สรุปผลการวิจัย.....	102
อภิปรายผล.....	112
ข้อเสนอแนะทางการบริหาร.....	120
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	121
รายการอ้างอิง.....	122
ภาคผนวก.....	134
ประวัติผู้เขียน.....	140

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)	45
ตารางที่ 2 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)	46
ตารางที่ 3 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ (Openness to experience)	47
ตารางที่ 4 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)	48
ตารางที่ 5 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)	49
ตารางที่ 6 แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคเคอร์	50
ตารางที่ 7 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพ	51
ตารางที่ 8 แสดงจำนวนนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยจำแนกตามสาขาวิชาอย่างละเอียด ดังนี้	58
ตารางที่ 9 แสดงจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง	59
ตารางที่ 10 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์	65
ตารางที่ 11 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	66
ตารางที่ 12 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	67
ตารางที่ 13 ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์	70
ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	71

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้า องค์ประกอบ	72
ตารางที่ 16 ค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เกี่ยวกับลักษณะบุคคล	78
ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของความคิดสร้างสรรค์	80
ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของการรับรู้การสนับสนุนความคิด สร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร	80
ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	81
ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศ	82
ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานที่กำลัง ศึกษา	82
ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามสาขาวิชา	83
ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามชั้นปี	83
ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิด สร้างสรรค์ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	84
ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก มหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ	85
ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก มหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา	86
ตารางที่ 27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของการ รับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามสาขาวิชา	87
ตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของการ รับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี	88
ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก มหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ LSD	89

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำแนกตามชั้นปี โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ LSD.....	90
ตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	91
ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามเพศ ..	92
ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา.....	93
ตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามสาขาวิชา.....	94
ตารางที่ 35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามชั้นปี.....	95
ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม	96
ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ.....	97
ตารางที่ 38 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร.....	100
ตารางที่ 39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	109

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	7
ภาพที่ 2 การคิดสร้างสรรค์ด้วยการหยั่งรู้.....	16



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

นวัตกรรม (Innovation) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และเทคโนโลยี (Information Technology) มีบทบาทอย่างมากในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเติบโตและสร้างความสามารถในการแข่งขันภายใต้เศรษฐกิจและสังคมยุคดิจิทัล มีการประเมินนวัตกรรมสิ่งสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศต่าง ๆ ในโลกด้วยดัชนีนวัตกรรมโลก และยังเป็น การเพิ่มคุณภาพการผลิตสินค้าและบริการ การเพิ่มประสิทธิภาพด้านทักษะแรงงานจากการพัฒนาฝีมือให้สอดคล้องกับความต้องการแรงงานที่มีฝีมือขั้นสูง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาคธุรกิจอุตสาหกรรม ภายใต้โมเดล “ประเทศไทย 4.0” นั้น จะต้องเริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน คือ การยกระดับนวัตกรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการ ชุมชน และเครือข่ายในทุกภาคส่วนของประเทศ เมื่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศเข้มแข็งแล้ว สิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป คือ การเชื่อมโยงกับภายนอก ทั้งในรูปแบบภูมิภาค เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน และการเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก เทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งส่งผลต่อการแข่งขันขององค์การอย่างมาก จนหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและการเติบโตขององค์การ ตามนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จนกลายเป็นคำพูดที่มักจะได้ยินกันบ่อย ๆ ว่า นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ งานวิจัยเชิงสร้างสรรค์ เพราะเกิดจากการเริ่มต้นด้วยความคิดส่วนบุคคล ที่อยู่ลึกภายในจิตใจสะท้อนออกมาจนเกิดนวัตกรรมใหม่

โครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม ถูกท้าทายด้วยเทคโนโลยี นวัตกรรม จึงมีมติรับหลักการเพื่อยกเครื่องระบบการศึกษา - การวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม สู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” เมื่อวันที่ 3 กรกฎาคม 2561 ตามมติคณะรัฐมนตรี การจัดตั้งกระทรวงการอุดมศึกษา วิจัย และ นวัตกรรม โดยมีหลักการและความจำเป็นต้องแยกการศึกษาระดับอุดมศึกษาออกจากกระทรวงศึกษาธิการ ให้สถาบันศึกษาปรับตัวอย่างก้าวกระโดด ผลักกำลังคนตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรม การวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมขั้นสูงเพื่อตอบโจทย์ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย และหลุดพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลาง การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ หรือการเตรียมความพร้อมประเทศสู่ศตวรรษที่ 21 ตามแนวนโยบาย Thailand 4.0 โดยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม” ให้มีความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา ควบคู่ไปกับการพัฒนาคน เปลี่ยนกระบวนทัศน์และโมเดลการขับเคลื่อนประเทศ

(game changing) ซึ่งหน้าที่และอำนาจของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม คือ การส่งเสริม สนับสนุน และกำกับการอุดมศึกษาให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก มีความเป็นอิสระ ในทางวิชาการ วางแผน ส่งเสริม สนับสนุน ดำเนินการวิจัย และการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ (เดินหน้าประเทศไทย, 2561)

มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาชั้นสูงเป็นสถานที่นักศึกษาเข้ามาศึกษา เพื่อปริญญาบัตร หรือแสวงหาความรู้และการวิจัย (Soanes & Stevenson, 2003: 1928, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิณ, 2557: 1) มหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ถ่ายทอดความรู้แก่นักศึกษา สร้างผลงานวิจัยและ เอกสารทางวิชาการและการศึกษา รวมทั้งเป็นสถานที่วิพากษ์และแลกเปลี่ยนทางวิชาการ และเป็น สถานที่ที่อาจารย์และผู้บริหารมหาวิทยาลัยทุกระดับปฏิบัติหน้าที่และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งเน้น เรื่องคุณภาพ ด้วยความพยายามต่อเนื่องในการปรับปรุงและเพิ่มคุณภาพให้มากขึ้นเพื่อยกระดับ มหาวิทยาลัย เพราะมหาวิทยาลัยต้องถ่ายทอดความรู้ ทักษะและสมรรถนะแก่ผู้เรียน โดยเฉพาะ ทักษะเพื่อนวัตกรรมอันเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ซึ่งทักษะหนึ่งเพื่อนวัตกรรม คือ ความคิด สร้างสรรค์ (Blaskova, 2014) ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นที่มหาวิทยาลัยต้อง ปลุกฝังและพัฒนาให้เกิดแก่นักศึกษา (Craft, 2006; Mc William & Dawson, 2008; Marquis & Vajoczki, 2012; Bayram et al., 2013)

มหาวิทยาลัยศิลปากรมีเป้าหมายมุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างสรรค์ ด้วยเจตนารมณ์และ ความมุ่งมั่นที่จะสร้างทรัพยากรบุคคลผู้เปี่ยมด้วยความคิดสร้างสรรค์ ดังเช่น อัตลักษณ์ของ มหาวิทยาลัยศิลปากรระบุว่า "ชาวศิลปากรเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์" เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็น ปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาประเทศตามนโยบายเศรษฐกิจของประเทศ Thailand 4.0 (Howkins, 2008: 22; Powell, 2008: 35, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิณ, 2557: 2) ในขณะที่ระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศในด้าน ต่าง ๆ มากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ก้าวหน้าทันเทคโนโลยีที่มีการพัฒนา อย่างไม่หยุดยั้งพร้อมกับสามารถประยุกต์ศาสตร์แขนงดังกล่าวไปใช้ในงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงเล็งเห็นความสำคัญของสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร โดยมุ่งหวังการผลิตบุคลากรในสาขาวิชาดังกล่าว เพื่อนำความรู้และทักษะ ไปประยุกต์ใช้ต่อการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้งวิชาชีพนักสารสนเทศยังเป็นที่ต้องการของ ตลาดแรงงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงมีแนวคิดที่จะผลิตบัณฑิตโดยอยู่บนพื้นฐานของการ นำศักยภาพที่มีเอกลักษณ์ด้านศิลปะและการออกแบบที่จัดอยู่ในระดับแถวหน้าของมหาวิทยาลัยใน ประเทศไทย นำมาประยุกต์เข้ากับวิทยาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่เป็นศาสตร์ที่เข้ามามีบทบาท ต่อภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและสังคมมหาวิทยาลัยศิลปากรมุ่งตอบสนองเป้าหมายของมหาวิทยาลัย สังคมและประเทศ โดยการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรต่าง ๆ เพื่อผลิตบัณฑิตผู้มีความคิด

สร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาสังคมและประเทศให้สมดังเจตนารมณ์ของมหาวิทยาลัย งานวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาว่า นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีระดับความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างไร โดยศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ โดยจำแนกตามสาขาวิชาและปัจจัยส่วนบุคคล อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า มีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Amabil, 1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al., 1993, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554) จากงานวิจัยของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2557) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับปัจจัยต่าง ๆ มีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือผันแปรตามกัน และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา มีความสัมพันธ์เชิงบวกหรือผันแปรตามกับความคิดสร้างสรรค์แต่ไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีอยู่ในระดับสูง

ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความคิดสร้างสรรค์ ตามวิสัยทัศน์ “ศิลปากรเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งการสร้างสรรค์” เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร กับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

1.2.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

1.2.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

1.3.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

1.3.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

1.3.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

1.3.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

1.3.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

2. ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

3. ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

4. ขอบเขตของงานวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร รวมประชากรทั้งสิ้น 1,845 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 329 คน

3. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย
 - 1.1 เพศ
 - 1.2 สถานที่กำลังศึกษา
 - 1.3 สาขาวิชา
 - 1.4 ชั้นปี
 - 1.5 เกรดเฉลี่ยสะสม
2. บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบ ประกอบด้วย
 - 2.1 บุคลิกภาพแบบห้วนไหว
 - 2.2 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว
 - 2.3 บุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์
 - 2.4 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม
 - 2.5 บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก
3. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย
 - 3.1 มหาวิทยาลัยศิลปากร
 - 3.2 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
 - 3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์
4. ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยในเดือนมกราคม 2563 ถึง

พฤศจิกายน 2564



5. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัย

1. เพื่อผู้บริหาร อาจารย์ ทราบถึงระดับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. เพื่อผู้บริหาร อาจารย์ ทราบถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และความคิดสร้างสรรค์ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

3. เพื่อผู้บริหาร อาจารย์ ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

4. เพื่อผู้บริหาร อาจารย์ ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

5. เพื่อเป็นแนวทางการศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์อันจะเป็นแนวทางในการพัฒนาสู่ความเป็นมหาวิทยาลัยสร้างสรรค์ รวมทั้งก้าวสู่การเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศที่ผลิตบัณฑิตผู้มีความคิดสร้างสรรค์ อันเป็นรากฐานที่สำคัญในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ตามนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ มั่นคง และยั่งยืน

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการค้นหาความคิดแบบใหม่ การคิดริเริ่มหรือวิธีการใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์จากองค์ความรู้ สมรรถนะ ประสบการณ์ แรงจูงใจ สภาพแวดล้อม เพื่อแก้ไขปัญหาหรือสร้างโอกาส และเป็นการเพิ่มประสิทธิผล

2. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนของนักศึกษาต่อมหาวิทยาลัยศิลปากร ว่ามหาวิทยาลัยให้การยกย่องยอมรับต่อการทุ่มเทในการคิดสร้างสรรค์และพร้อมสนับสนุนในด้านต่าง ๆ รวมทั้งให้ผลตอบแทนที่เหมาะสม ยุติธรรมต่อความคิดสร้างสรรค์วัดได้จากแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

3. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ หมายถึง พฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่แสดงออกจากพฤติกรรมภายนอกและภายในซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะตัว ที่ใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม หรือทำให้บุคคลนั้นแตกต่างจากบุคคลอื่น

3.1 บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) หมายถึง เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล เป็นคนโกรธง่าย ท้อแท้ คำนึงถึงแต่ตนเอง มีความกระตือรือร้น และมีอารมณ์แปราะบาง

3.2 บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) หมายถึง เป็นผู้ที่มีความอบอุ่น ชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น แสดงออกแบบตรงไปตรงมา ชอบมีกิจกรรม ชอบแสวงหาความตื่นเต้น และมีอารมณ์ด้านบวก

3.3 บุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ (Openness to experience) หมายถึง เป็นคนช่างฝัน ช่างฝัน ช่างฝันในความงาม เปิดเผยความรู้สึก มีการปฏิบัติ มีความคิด และยอมรับค่านิยม

3.4 บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) หมายถึง เป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น มีความตรงไปตรงมา มีความรู้สึกเอื้อเฟื้อ ยอมตามผู้อื่น มีความสุภาพ และการมีจิตใจอ่อนโยน

3.5 บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) หมายถึง มีความสามารถ มีความเป็นระเบียบ มีความรับผิดชอบหน้าที่ มีความต้องการสัมฤทธิ์ผล มีวินัยในตนเอง และมีแนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล
2. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย
3. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
4. คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

1. ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่มนุษย์ทำให้เกิดสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ทุกคนมีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่ว่าจะแสดงออกมาในรูปแบบไหนและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ไม่เท่ากัน ในโลกปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทอย่างมากในการปฏิบัติงาน เพราะทำให้เกิดกระบวนการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

Creativity หรือ ความคิดสร้างสรรค์ จะเป็นกระบวนการที่สร้างความคิดใหม่ ๆ ออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกัน และความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นจุดกำเนิดนวัตกรรม

Innovation หรือ นวัตกรรม การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งของ

คำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” และ “นวัตกรรม” มีผู้ใช้อย่างแพร่หลาย แม้ว่าทั้งสองคำมีการใช้สลับกันไปมาหรือใช้ในความหมายเดียวกันก็ตาม แต่มีโน้ตค้นของความคิดสร้างสรรค์ มีความโดดเด่นและชัดเจนแตกต่างจากแนวความคิดของนวัตกรรม (Howkins, 2008: 25 อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554: 8) โดยที่ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการระดับบุคคลหรือในขณะทีนวัตกรรม คือ กระบวนการระดับองค์การเป็นความสำเร็จของการนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติ (Amabile, 1983; Stein, 1974; Woodman et al., 1993, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2557: 8) ความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในศักยภาพเชิงจิตวิทยา ที่สำคัญของมนุษย์เป็นความสามารถสร้างสิ่งใหม่ (Blaskova, 2014, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2557: 8) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นอีกสิ่งที่จะช่วยให้องค์การเจริญเติบโต และยังช่วยสร้างมูลค่าทางธุรกิจ และยังช่วยให้เกิดกระบวนการใหม่ ๆ สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ความคิดสร้างสรรค์นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อทั้งตนเองและสังคม (ชลธิชา ชิวปรีชา, 2554, อ้างถึงใน อริษา พิภพศิริรัตน์, 2560) อธิบายไว้ดังนี้

1. ความคิดสร้างสรรค์ในเชิงตนเองนั้น ความคิดสร้างสรรค์มีผลช่วยลดอาการตึงเครียด เพราะคนที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้น จะมีอิสระทางความคิดและการลงมือทำ และหากทำได้ บรรลุผลตามที่คิดก็จะช่วยลดอารมณ์ความเครียดและความกังวลให้น้อยลงได้ เนื่องจากได้สนอง ความคิดความต้องการของตนเอง ซึ่งส่งผลต่อเนื่องให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน และอึดอ้อม ภายในจิตใจ เพราะคนที่ได้ทำหรือทดลองทำในสิ่งที่ตนเองคิดหรือคาดคะเนไว้จะเกิดความรู้สึกตื่นเต้น กับผลลัพธ์ที่จะได้ออกมา ระหว่างที่ทำงานนั้นจะมีความเพลิดเพลินผสมด้วยการทุ่มเทและจริงจัง ไม่ว่าจะงานนั้นจะหนักหนาสาหัสเพียงใด สิ่งสุดท้ายที่มีความสำคัญต่อตนเองนั้นก็คือ ความภาคภูมิใจ และเชื่อมั่นในตนเองของผู้สร้างสรรค์ แต่ในกรณีที่งานไม่สำเร็จลุล่วงตามที่คาดหมายไว้ เจ้าของ ความคิดสร้างสรรค์จะยอมรับและเข้าใจต่อผลลัพธ์ที่ออกมา รวมทั้งจะมีทัศนคติที่ดีในการเรียนรู้ โอกาสจากความคิดผิดพลาดที่เกิดขึ้นมา ก่อเกิดความอดทน มุมานะ พยายาม และมีแรงใจแห่ง ความกล้าในการที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จ

2. ความคิดสร้างสรรค์ในเชิงสังคมนั้น ความคิดสร้างสรรค์มีผลในดุลประโยชน์สุข ดุลวิถี การแก้ไขปัญหา และก่อให้เกิดความเจริญรุ่งเรืองก้าวหน้าแก่สังคมและประเทศชาติได้เป็นอย่างดี ดังนี้

2.1. ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเจริญงอกงามในสังคม ช่วยให้สังคมไม่ตกอยู่ในสภาวะ ล้าหลัง เพราะสิ่งที่สร้างสรรค์มานั้น จะก่อให้เกิดความต่างและความแปลกใหม่

2.2. ช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมความคิดของบุคคล เช่น เครื่องจักร และ เครื่องทุ่นแรงต่าง ๆ เป็นต้น นวัตกรรมเหล่านี้ช่วยผ่อนแรงและอำนวยความสะดวกต่อกลไก การทำงานในสังคมได้เป็นอย่างมาก ส่งผลให้สภาพการทำงานมีแต่ความสุขมากขึ้น

2.3. ช่วยทำให้เกิดความสะดวกสบาย รวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดบุคลากร ประหยัด เงินทุน ก่อเกิดความคุ้มค่าในการดำเนินงาน เกิดการติดต่อสื่อสารที่มีคุณภาพแบบบูรณาการ ทำให้มี ความเข้าใจกันมากขึ้นในสังคมนั้น ๆ

2.4. ช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมส่วนรวม เพราะสภาพสังคมนี้วัน ๆ จะมีการแปลงสภาพเปลี่ยนไปทุกวันอย่างรวดเร็ว ฉะนั้นการที่จะรับมือหรือการที่จะแก้ปัญหาต่าง ๆ ให้ หมดลงนั้น จึงจำเป็นต้องคิดค้นหาวิธีใหม่ ๆ มาแก้ปัญหาย่อยอย่างสม่ำเสมอ

2.5. ช่วยให้เกิดความเจริญก้าวหน้าอย่างชัดแจ้งซึ่งมวลมนุษยชาติ ทั้งในด้าน เศรษฐกิจ การปกครอง เทคโนโลยี อุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์ คมนาคม ศิลปะ การแพทย์ ซึ่งจะช่วยยกระดับ มาตรฐานของความสุขในการดำเนินชีวิตเหล่าประชากรมนุษย์ จนเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนา สังคมขึ้นเป็นลำดับ

ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์ (2561: 64) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) คือความสามารถทางสมองของมนุษย์ที่คิดแบบแปลกใหม่คิดได้กว้างไกลหลายแง่มุมหลายทิศทาง

นำไปสู่การคิดสร้างประดิษฐ์ คิดทางแก้ปัญหาแบบใหม่ รูปแบบของแนวคิด (Idea) มีหลายแบบแผน ได้แก่ แนวคิดที่ได้มาจากการเชื่อมโยงความคิดเข้าด้วยกัน แนวคิดที่มาจาก การตัดแปลง แนวคิดที่ได้จากการเปรียบเทียบ และแนวคิดที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ ทั้งหมดนี้นำไปสู่การมี ความคิดสร้างสรรค์ทั้งสิ้น

วาสนา ศรีอัครลาภ (2559: 38) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ ความสามารถทางสมองของบุคคลที่จะคิดได้หลายทิศหลายทาง หรือคิดได้หลายคำตอบ และ ความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ โดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความคิด ใหม่ต่อเนื่องกันไป และความคิดสร้างสรรค์นี้อาจเป็นความคิดใหม่ผสมผสานกับประสบการณ์ก็ได้

Ekvall (1999) ได้ให้ความหมายไว้ว่า The Emotional involvement of the members of the organization in its operations and goals คือ ความทำทนายในงานเป็นความรู้สึกของ พนักงานในองค์กรที่รู้สึกทำทนายต่อเป้าหมาย

Amabile et al. (2005) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นคำที่อธิบายโดยทั่วไป ถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือความคิดใหม่ที่เป็นประโยชน์หรือการแก้ไขปัญหา ความคิดสร้างสรรค์อ้างอิง ถึงทั้งกระบวนการของความคิดใหม่หรือการแก้ปัญหาและเป็นความคิดหรือการแก้ไขปัญหาที่เป็นจริง

กิลฟอร์ด (1967, อ้างถึงใน วรรณวีร์ บุญคุ้ม, 2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิด เชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะความคิดอเนกนัย (divergent thinking) ที่สามารถคิดได้หลายทาง หลายแง่ หลายมุม คิดได้กว้างไกล ซึ่งลักษณะความคิดเช่นนี้จะนำไปสู่การคิดประดิษฐ์สิ่งแปลกใหม่ รวมถึงการคิดค้นพบแนวทางในการแก้ปัญหาอีกมากมาย

Silvia (2015, อ้างถึงใน อริษา พิภพศิริรัตน์, 2560) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิด เชิงสร้างสรรค์ ว่าเมื่อสิ่งเร้าของสิ่งต่าง ๆ ถูกจดจำไว้ในความทรงจำของบุคคลก็จะทำให้เกิด ความสัมพันธ์กับสิ่งนั้น ๆ ในช่วงวัยของชีวิตคนนั้นล้วนสัมผัสกับสิ่งเร้าอันเป็นลักษณะเฉพาะต่าง ๆ มากมาย เมื่อถูกสิ่งเร้ามากระทำ กลุ่มเซลล์ประสาทในสมองส่วนที่มีความสัมพันธ์กับความทรงจำ เกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ จะทำการแสดงปฏิกิริยาในการเชื่อมความสัมพันธ์ออกมา หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่ง ว่าได้ว่า เมื่อระลึกถึงสิ่งแรกได้ก็จะเป็นทางเชื่อมให้ระลึกถึงสิ่งต่อไปได้เป็นห่วงโซ่ จึงสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้น ถือเป็นขบวนการทางสมองที่มีสิ่งเร้าจากสถานการณ์ต่าง ๆ เข้าไปกระตุ้นจน เกิดการตอบสนองออกมาเป็นแนวทางความคิดใหม่

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวัน (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกลไกใน การพัฒนาของบุคคลตั้งแต่วัยเด็กภายใต้สภาพแวดล้อมและเกิดการพัฒนาต่อเนื่องจนกลายเป็น บุคลิกภาพ

ประจักษ์ ปฏิทัศน์ (2559: 83) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือ พฤติกรรม การคิดอย่างมีจุดมุ่งหมายโดยการหาความสัมพันธ์ทางความคิด เพื่อนำไปสู่ความคิดใหม่ สิ่งประดิษฐ์

ใหม่ เกิดผลงานใหม่ หรือแนวทางการแก้ปัญหาแบบใหม่ ที่ได้รับการยอมรับจากประชาคมผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องนั้น ลักษณะความสำคัญของสิ่งที่จัดว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์จะต้องเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ไม่ซ้ำของเดิมที่เคยมีอยู่ (Creative thinking) คิดในแง่บวก (Positive thinking) ไม่มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำร้ายผู้ใด (Constructive thinking) และมีประโยชน์สามารถแก้ปัญหาให้แก่สังคมได้อย่างใดอย่างหนึ่ง ดังนั้นบุคคลผู้คิดสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจฝนข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งเดิมหรือปัญหาที่มีอยู่แล้วเป็นอย่างดี จึงจะสามารถคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่ดีกว่าหรือแก้ปัญหานั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการเรียนรู้ของบุคคลแต่ละคน มิใช่สิ่งที่มีอยู่ในระบบความจำของมนุษย์มาโดยกำเนิด

กิลฟอร์ด (1956, อ้างถึงใน วาสนา ศรีอิศรลาภ, 2559: 38) หลักการความคิดสร้างสรรค์ของกิลฟอร์ด มุ่งไปที่ความสามารถของบุคคลที่จะคิดได้รวดเร็วกว้างขวาง และมีความคิดริเริ่ม ถ้ามีสิ่งเร้ามากกระตุ้นให้เกิดความคิดนั้น ๆ สิ่งเร้าที่จะมากกระตุ้นให้เกิดความคิด มีอยู่ 4 ชนิด ได้แก่ รูปภาพ สัญลักษณ์ ภาษาและพฤติกรรม

ดวงกมล เปี่ยมสุภทรัพย์ (2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การคิดอย่างมีจุดมุ่งหมาย เพื่อริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพให้กับสิ่งที่มีอยู่ การคิดเช่นนี้ เป็นการคิดแบบอเนกนัย คือ คิดได้หลายทิศทางหลายแง่มุมและกว้างไกล ทำให้สามารถคิดหาคำตอบใหม่ ๆ และค้นพบความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ระหว่างสิ่งที่มีอยู่เดิม คิดประดิษฐ์ หรือพบแนวทางใหม่ ๆ

หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู (2523) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศและอาจกล่าวได้ว่าสำคัญยิ่งของการศึกษาของไทย ในปัจจุบันมุ่งที่จะพัฒนาประชากร ให้มีความคิดสร้างสรรค์สูง ซึ่งจะก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการ การค้นพบทางวิทยาศาสตร์ที่แปลกใหม่และมีประโยชน์ ความสามารถในการแก้ปัญหาในสังคมที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การให้สิ่งประดิษฐ์ที่อำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่มนุษย์ล้วนแต่เป็นผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ทั้งสิ้น

ชวิศา กาญจนรัตน์ (2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง กระบวนการทางความคิดที่แสดงออกมาเพื่อตอบสนองต่อปัญหาหรือสิ่งที่ได้รับรู้ ประมวลจากประสบการณ์หรือความรู้ที่มีอยู่ และมาเชื่อมโยงผสมผสานเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาหรือสิ่งประดิษฐ์ ซึ่งการค้นพบสิ่งใหม่จะนำไปสู่นวัตกรรม

วรรณวีร์ บุญคุ้ม (2556: 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การคิดอย่างสร้างสรรค์เป็นความสามารถทางสมองของมนุษย์ที่มีกระบวนการและขั้นตอนของการคิด โดยเริ่มต้นจากการคิดริเริ่มก่อนที่จะนำไปสู่การคิดอย่างละเอียดลออ คิดอย่างยืดหยุ่น หรือคิดอย่างคล่องแคล่วตามแนวคิดที่นักวิชาการได้มีการศึกษาไว้ และสุดท้ายนำไปสู่การคิดอย่างสร้างสรรค์ในที่สุด

พัชรินทร์ พิรุณเนตร (2551) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นจินตนาการของมนุษย์ (Imagination) ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อแก้ปัญหาที่ยากที่มนุษย์ประสออยู่มิใช่เป็นจินตนาการที่ฟุ้งซ่านเลื่อนลอยทั่วไป แต่จินตนาการอย่างเดียวกันไม่สามารถทำให้เกิดผลผลิตสร้างสรรค์ออกมาได้เสมอ ทั้งนี้ ต้องใช้ความมุ่งมั่นพยายาม จึงจะทำให้งานสร้างสรรค์สำเร็จลงได้

ศิริขวัญ จันลาศรี (2551: 37) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถในการคิดแก้ปัญหา ด้วยการคิดลึกซึ้งที่นอกเหนือไปจากลำดับขั้นการคิดอย่างปกติธรรมดา เป็นลักษณะภายในตัวบุคคลที่สามารถจะคิดได้หลายแง่มุม และนำผลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในสิ่งใหม่ต่อไป

อารี พันธมณี (2537: 27) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการทางสมองที่คิดในลักษณะอนอกนัย อันนำไปสู่การคิดพบสิ่งแปลกใหม่ด้วยการคิดดัดแปลง ประยุกต์จากความคิดผสมผสานกันให้เกิดขึ้นใหม่ ซึ่งรวมทั้งการประดิษฐ์คิดค้นพบสิ่งต่าง ๆ ตลอดจนวิธีการคิด ทฤษฎีหลักการได้สำเร็จ ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้มิใช่เพียงแต่คิดในสิ่งที่เป็นไปได้ หรือสิ่งที่เป็นเหตุผล เพียงอย่างเดียวเท่านั้น หากแต่คิดจินตนาการก็เป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะก่อให้เกิดความแปลกใหม่ แต่ต้องคู่กันไปกับความพยายามที่สร้างความคิดฝันหรือจินตนาการให้เป็นไปได้หรือเรียกว่าเป็นจินตนาการการประยุกต์นั่นเอง จึงทำให้เกิดผลงาน

พรศิริ พิพัฒน์พานิช (2550: 34) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง สมองในการคิดคล่อง ยืดหยุ่น และเป็นต้นฉบับ ซึ่งสามารถทำให้เกิดการดัดแปลง ปรับปรุงแก้ไขสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้ว มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิม หรือประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่ซ้ำของเดิมและเป็นการคิดที่ไม่ซ้ำกับผู้อื่น

สุคนธ์ทิพย์ มงคลเจริญ (2555: 28) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการการรู้ความคิดของสมองเพื่อคิดค้นหา รวบรวมข้อมูล มีการจัดประเภท เปรียบเทียบ แก้ไขปัญหา ตัดสินใจจากประสบการณ์ความรู้ที่มี หรืออาจเกิดจากการหยั่งรู้ขึ้นได้เอง ด้วยวิธีการคิดหลายแบบ เพื่อให้เกิดเป็นสิ่งแปลกใหม่ ซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการเกิดแรงจูงใจภายใน และแรงจูงใจภายนอก และกระตุ้นให้บุคคลคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่ บุคลิกภาพ ทักษะที่มีต่อสิ่งที่ทำ ความรู้ ความชำนาญ อารมณ์ เป็นต้น และการแสดงออกของความคิดสร้างสรรค์ อาจจะไม่เป็นเพียงนามธรรมเท่านั้น แต่จะต้องแสดงออกมาเป็นรูปธรรมในเชิงพฤติกรรม วิธีการ หรือผลผลิตที่เกิดประโยชน์ได้ด้วย

ศิวพร เสลาหลัก (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถทางสมองในการคิด วิเคราะห์ คิดคล่อง ยืดหยุ่น คิดแก้ปัญหา และเป็นการดัดแปลงปรับปรุงแก้ไขสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วให้มีประสิทธิภาพดีกว่าเดิมอย่างเป็นขั้นตอนและเป็นระบบ หรือเป็นการประดิษฐ์

คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่ไม่ซ้ำของเดิมและเป็นการคิดที่ไม่ซ้ำกับผู้อื่น เกิดเป็นสิ่งใหม่ นวัตกรรมใหม่ที่ดีกว่าเดิม และเกิดเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาได้อย่างลงตัว

แนวคิด ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ทอร์เรนซ์ (Torrance, 1992, อ้างถึงใน ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์, 2560) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์ผลิตผล หรือสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่ไม่รู้จักมาก่อน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเกิดจากการรวมความรู้ต่าง ๆ ที่ได้รับจากประสบการณ์ แล้วเชื่อมโยงกับสถานการณ์ใหม่ ๆ สิ่งที่เกิดขึ้นแต่ไม่จำเป็นสิ่งสมบูรณ์อย่างแท้จริง ซึ่งอาจออกมาในรูปแบบของผลผลิตทางศิลปะ วรรณคดี วิทยาศาสตร์

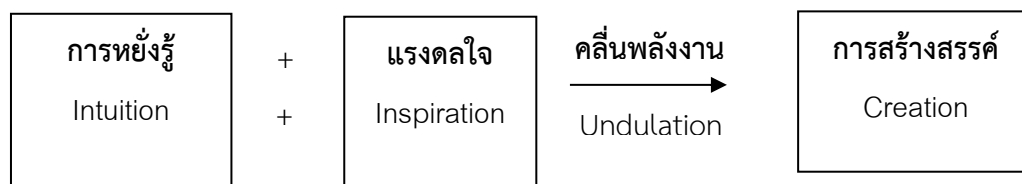
ดราดาดห์ล (Dravdahl, 1960, อ้างถึงใน ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์, 2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถของบุคคลในการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ โดยการบูรณาการความรู้และประสบการณ์ เพื่อปรับใช้กับสถานการณ์ใหม่ ปัญหาใหม่โดยอาจนำเสนอในรูปแบบของผลผลิต หรือเป็นเพียงกระบวนการหรือวิธีการก็ได้

กฤษ วงษ์เกษม (2561: 19) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าสมองจะมีคุณสมบัติในการคิดเชิงบูรณาการ แต่ประสิทธิภาพในการคิดแบบนี้จะถูกจำกัดลงด้วยการใช้เหตุผลทางตรรกะแบบวิทยาศาสตร์ ปัจจุบันนักวิชาการ จึงให้ความสำคัญในเชิงบูรณาการด้วยการเลิกใช้เหตุผล โดยหันมาให้ความสำคัญกับการหยั่งรู้จากสัญชาตญาณและจิตใต้สำนึกแทน ส่งผลให้เราสามารถหาวิธีสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิม

1. การหยั่งรู้และสภาวะการหยั่งรู้

การหยั่งรู้ (Intuition) เป็นกระบวนการทำงานของสติปัญญาซึ่งยังไม่สามารถหาคำอธิบายโดยชัดเจนไม่ได้ว่าความคิดในลักษณะนี้เกิดขึ้นได้อย่างไร ตัวอย่างของการหยั่งรู้ เช่น การแก้ปัญหาที่ตนเองไม่เคยคิดมาก่อนว่าจะสามารถแก้ได้ การพยากรณ์สิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้นได้อย่างถูกต้อง การรู้ตำแหน่งของสิ่งของ บุคคล และวัตถุที่สูญหาย หรือการได้รับความรู้ความคิดจากปรากฏการณ์ที่ลักษณะพิเศษทั้งหลาย การสร้างจิตหยั่งรู้อันไร้ขีดจำกัดโดยการเปิดใจกว้าง ทำใจว่าง วางใจเป็นกลางโดยไม่วินิจฉัย ตัดสินความถูกผิด ความดีชั่วของสิ่งใด ๆ ไม่คับแคบ อยู่ด้วยความสงสัย ขวนขวายสงสัยความไม่เชื่อใจ นักคิดเชิงบูรณาการจึงจำเป็นต้อง “ถอดกรอบ” ความคิดเดิม ๆ ความเชื่อเดิม ๆ ออกเสียก่อน เปิดใจให้กับสิ่งใหม่ ๆ ที่เข้ามา

สภาวะการหยั่งรู้ (Insight) เกิดจากการเรียนรู้ด้วยปัญญาญาณ เกิดจากการบริหารสมองซีกขวา ซึ่งทำได้ด้วยการใช้สมาธิเพื่อกดให้สมองซีกซ้ายหยุดทำงานชั่วคราว เกิดภาวะไร้สำนึก เปิดโอกาสให้สมองซีกขวาทำงานได้เต็มที่



ภาพที่ 2 การคิดสร้างสรรค์ด้วยการหยั่งรู้

ที่มา : คณะกรรมการวิชาการการคิดสร้างสรรค์เพื่อการจัดการคุณค่าฝ่ายวิชาการบูรณาการ หมวด
วิชาศึกษาทั่วไป (2561)

2. จินตนาการ สหัชญาณ และความคิดสร้างสรรค์

จินตนาการ (Imagination) เป็นความคิดที่มีธรรมชาติที่เกิดคือสมองซีกขวา ความคิดชนิดนี้เกิดขึ้นเมื่อจิตใจอยู่ในภาวะสงบหรือปล่อยวาง นักจิตวิทยาในกลุ่มจิตวิทยาวิเคราะห์มีความเชื่อว่า จินตนาการมีแหล่งกำเนิดที่สำคัญอยู่ในจิตใจส่วนไร้สำนึกที่เรียกว่า จิตไร้สำนึกองค์รวม (Collective Unconscious) จินตนาการเป็นพลังหรือสมรรถภาพของจิตที่สามารถนำความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร ธรรมชาติและประสบการณ์ต่าง ๆ มาบูรณาการเข้าด้วยกัน แล้วเปลี่ยนแปลงรูปแบบหรือสร้างภาพขึ้นใหม่ภายในจิตใจ

สหัชญาณ (Intuition) หรือก็คือการหยั่งรู้ เป็นความคิดที่เกิดจากสมองซีกขวา เช่นเดียวกับจินตนาการ ความคิดชนิดนี้ส่วนใหญ่เกิดขึ้นเมื่อจิตใจอยู่ในภาวะที่สงบ หรืออยู่ในอำนาจของสมาธิ สหัชญาณ สหัชญาณสามารถเกิดขึ้นในจิตใจของบุคคล โดยอาจจะใช้ข้อมูลหลักฐานหรือเหตุผลประกอบการคิดหรืออาจจะไม่ใช่อะไรเลยก็ได้ แต่เป็นความคิดหรือการเห็นที่เกิดขึ้นได้เอง สหัชญาณบางชนิดมีที่ เกิดมาจากจิตไร้สำนึก นักจิตวิทยาในกลุ่มจิตวิเคราะห์มีความเชื่อว่า สหัชญาณมีแหล่งกำเนิดมาจากจิตไร้สำนึกที่เรียกว่า จิตไร้สำนึกองค์รวมเช่นเดียวกับจินตนาการ

ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เป็นความคิดที่เกิดจากสมองซีกขวา เช่นเดียวกับจินตนาการและสหัชญาณ ความคิดสร้างสรรค์เป็นความคิดที่เกิดขึ้นโดยอาศัยจินตนาการ เป็นพื้นฐานอันสำคัญ หากบุคคลขาดจินตนาการความคิดสร้างสรรค์ย่อมเกิดขึ้นไม่ได้ ความคิดสร้างสรรค์เป็นความคิดที่มีลักษณะแตกต่างไปจากความคิดของบุคคลอื่น ๆ โดยอาศัยพื้นฐานจากประสบการณ์เดิม คือความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร บุคคลใช้ประสบการณ์เดิมและปัญญาในการจัดการสิ่งต่าง ๆ ขึ้นเป็นรูปแบบใหม่ ทำให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ เช่น ผลงานทางด้านสิ่งประดิษฐ์ วรรณกรรม ศิลปกรรม ปรัชญา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนจริยธรรม เป็นต้น

ซึ่งทั้ง 3 ชนิดนี้เป็นความคิดที่มีลักษณะพิเศษและแตกต่างจากความคิดทั่วไป นักจิตวิทยาและนักวิทยาศาสตร์มีความเชื่อว่า จินตนาการ สหัชญาณ และความคิดสร้างสรรค์ มีการทำงานใน

ลักษณะการประสานเชื่อมโยงกันโดยตลอด ทั้งจินตนาการ สหัชญาณ และความคิดสร้างสรรค์ ต่างก็เป็นความคิดที่แสวงหาที่มีศูนย์รวมอยู่ที่จิตใจส่วนไร้สำนึกที่เรียกว่าจิตไร้สำนึกองค์รวม (Collective Unconscious) จิตไร้สำนึกองค์รวมนี้มีส่วนประกอบที่สำคัญคือ มวลหมู่ประสบการณ์ทั้งหลายที่มนุษย์ได้เก็บสะสมมาจากสมัยบรรพกาล จากจุดเริ่มต้นวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิตนับตั้งแต่การถือกำเนิดเป็นสัตว์ตัวเล็ก ๆ และค่อยเจริญพัฒนามาเป็นมนุษย์ (กฤษ วงษ์เกษม, 2561)

Torrance (1973, อ้างถึงใน ชวิตา กาญจนรัตน์, 2559) ได้กล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการของความคิดที่มีความไวต่อปัญหา ในการรวบรวมความคิดเพื่อตั้งเป็นสมมติฐาน จากนั้นจะทำการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ แล้วนำทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งมีกระบวนการเกิดความคิดสร้างสรรค์แบ่งเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การค้นหาข้อเท็จจริง (Fact - Finding) เป็นขั้นตอนที่สมองมีความวุ่นวายและสับสนต่าง ๆ เกิดความกังวลใจ ซึ่งจะพยายามตั้งสติและพิจารณาหาทางแก้ไขปัญหานั้นว่าคืออะไร
2. การค้นพบปัญหา (Problem - Finding) เป็นขั้นตอนต่อจากขั้นตอนที่ 1 ที่สามารถสรุปบอกถึงสาเหตุของปัญหาได้
3. การตั้งสมมติฐาน (Idea - Finding) เป็นขั้นตอนของการคิดและตั้งสมมติฐาน และรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานต่อไป
4. การค้นพบคำตอบ (Solution - Finding) เป็นขั้นตอนหลังจากการทดสอบสมมติฐานจะพบคำตอบ ทำให้เกิดแนวคิด ความคิดใหม่
5. การยอมรับผลจากการค้นพบ (Acceptance - Finding) เป็นขั้นตอนการยอมรับคำตอบที่ได้จากการพิสูจน์ และมีการคิดต่อยอดไปว่า การแก้ไขปัญหานั้นจะนำไปสู่สิ่งใหม่ต่อไป

Mackinnon (1960, อ้างถึงใน ศุภลักษณ์ อนันตธนะสาร, 2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คุณลักษณะของผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ พบว่า ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะเป็นผู้ที่ตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา มีความสามารถในการใช้สมาธิมีความสามารถในการพินิจวิเคราะห์ ความคิดถี่ถ้วนเพื่อใช้ในการแก้ปัญหาและมีความสามารถในการสอบสวน ค้นหารายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดกว้างขวาง คุณลักษณะอีกประการหนึ่งก็คือ เป็นผู้ที่เปิดรับประสบการณ์ต่าง ๆ อย่างไม่หลีกเลี่ยง (Openness to Experience) ชอบแสดงออกมากกว่าที่จะเก็บกดไว้ และยังคงกล่าวเพิ่มเติมว่า สถาปนิกที่มีความสร้างสรรค์สูงมักเป็นคนที่รับรู้สิ่งต่าง ๆ ได้ดีกว่าสถาปนิกที่มีความคิดสร้างสรรค์ต่ำ

Amabile (1999) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลประกอบด้วยองค์ประกอบสามประการคือ ความเชี่ยวชาญ (expertise) ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking skills) และแรงจูงใจ (motivation)

ความเชี่ยวชาญ (expertise) คือ ความรู้ทั้งด้านเทคนิคและการปฏิบัติหรือกระบวนการ รวมทั้งความสามารถทางสติปัญญาหรือความฉลาดของบุคคล

ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking skills) คือ ทักษะของบุคคลต่อการแก้ปัญหาต่าง ๆ อย่างยืดหยุ่นและมีจินตนาการ

แรงจูงใจ (motivation) คือ แรงจูงใจจากภายในต่อความต้องการแก้ไขปัญหา มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์มากกว่ารางวัลผลตอบแทนที่เป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การให้เงินเป็นรางวัล ซึ่งองค์ประกอบนี้ Amabile เรียกว่า แรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความปรารถนาอันแรงกล้าภายในใจของบุคคล

ออสบอร์น Osborn (1957) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นจินตนาการการประยุกต์ เป็นจินตนาการที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาที่ยากที่ประสออยู่ กระบวนการเกิดความคิดสร้างสรรค์ ตามทฤษฎีของออสบอร์น (Osborn, 1963; พัฒนานุสรณ์ สถาพรวงศ์, 2532, อ้างถึงใน นพรัตน์ มีศรี, 2560) มี 7 ขั้น คือ

1. **ขั้นปรับตัว** คือ ปัญหาสามารถระบุประเด็นปัญหาที่ต้องการจะใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหา
2. **ขั้นเตรียมการ** คือ การเตรียมและรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา
3. **ขั้นวิเคราะห์** คือ วิเคราะห์ข้อมูล คิดพิจารณาและแจกแจง คัดข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
4. **ขั้นความคิด** คือ การใช้ความคิดหรือคัดเลือกเพื่อหาทางเลือกต่าง ๆ ได้หลายทางเป็นการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ เป็นขั้นตอนตามกระบวนการคิด
5. **ขั้นครุ่นคิด** คือ การฟักความคิด (Incubation) เป็นขั้นที่ทำให้การฟักความคิดว่างและเกิดความคิดบางอย่างขึ้นมา จากนั้นก็ทำความคิดนั้นให้ชัดเจนขึ้น
6. **ขั้นสังเคราะห์** คือ การนำสิ่งที่คัดเลือกแล้วมาบรรจุขึ้นส่วนต่าง ๆ รวมเข้าด้วยกัน
7. **ขั้นประเมินผล** คือ การตัดสินใจคัดเลือกจากคำตอบที่มีประสิทธิภาพที่สุด

ออสบอร์น Osborn (1933) ได้สร้างเทคนิคระดมสมองมาใช้ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมระดมสมองเป็นกิจกรรมกลุ่มอย่างเป็นทางการ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้บุคคลมีความคิดได้หลายทิศทาง คิดได้มากในเวลาจำกัด โดยมีหลักเกณฑ์การระดมความคิด ดังนี้

1. การไม่วิจารณ์ตัดสินความคิด เมื่อมีผู้เสนอความคิดขึ้นในกลุ่ม จะไม่มีการวิจารณ์หรือตัดสินความคิดใด ๆ ทั้งสิ้น
2. ยอมรับและให้อิสระในการเสนอความคิดของสมาชิกในกลุ่ม
3. ส่งเสริมปริมาณความคิด โดยกระตุ้นทุกคนได้แสดงความคิดเห็นของตนเอง โดยไม่มีการต่อต้านหรือยับยั้งความคิดของสมาชิกในกลุ่ม

4. การระดมความคิดและการปรุงแต่งความคิด โดยการเอาความคิดทั้งหมดมาประมวลผลเข้าด้วยกันแล้วพิจารณาประเมินตัดสินร่วมกันว่าความคิดใด จะให้คุณค่ามากกว่ากัน และเรียงลำดับตามเกณฑ์ที่กำหนดตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม เช่น เวลา งบประมาณ เป็นต้น

อารี พันธุ์ณี (2537) ได้อธิบายความหมายของการคิดสร้างสรรค์ได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่

1. ลักษณะทางกระบวนการ หมายถึง ความรู้สึกไวต่อปัญหา สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีขั้นตอนและเป็นระบบ และนำผลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในสิ่งใหม่ต่อไป

2. ลักษณะของบุคคล หมายถึง บุคคลที่มีความอยากรู้อยากเห็น กระตือรือร้น กล้าคิด กล้าแสดงออก มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีอารมณ์ขัน มีจินตนาการ และมีความยืดหยุ่นทั้งความคิด และการกระทำ และเป็นบุคคลที่มีความสุขกับการทำงานหรือสิ่งที่ตนพอใจ และไม่หวังผลจากการประเมินภายนอก

3. ลักษณะทางผลผลิต หมายถึง คุณภาพของผลงานที่เกิดขึ้น มีตั้งแต่ขั้นต่ำที่แสดงผลอันเกิดจากความพอใจของตนที่จะแสดงออกซึ่งความคิดและการกระทำ จนกระทั่งพัฒนาขึ้นเป็นการฝึกทักษะและค่อยคิดได้เอง จนถึงระดับการคิดค้นพบทฤษฎี หลักการ และการประดิษฐ์คิดค้นต่าง ๆ

องค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์

ประจักษ์ ปฏิทัศน์ (2559: 88-90) วิธีการคิดแบบต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบของการคิดแบบอเนกนัย ซึ่งมีประสิทธิภาพสูง เมื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการคิด เพื่อแก้ปัญหาหรือคิด เพื่อสร้างสิ่งประดิษฐ์ ซึ่งประกอบด้วย วิธีคิด 4 แบบ ได้แก่

1. **ความคิดริเริ่ม (Originality)** หมายถึง ความคิดที่เป็นสิ่งแรก ไม่มีผู้ใดคิดเช่นนั้นมาก่อนเลย จึงเป็นความคิดที่แปลกไปจากความคิดเดิม ๆ ที่เคยเกิดขึ้นมาแล้วก่อนหน้านี้ ทั้งนี้บุคคลที่จะคิดริเริ่มในเรื่องใดก็ตาม จะต้องศึกษาข้อมูลรายละเอียดของสิ่งที่มีอยู่เดิมแล้วนั้น ให้เข้าใจอย่างถ่องแท้เสียก่อน ต้องกล้าคิด และต้องมีจินตนาการเชิงประยุกต์ ทำให้เกิดความจริงใจขึ้นได้ จึงจะสามารถเกิดความคิดใหม่ริเริ่มสิ่งที่แตกต่างกัน และดีกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิมได้ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ 3 ประการที่สามารถสนับสนุนความสำเร็จในการคิดริเริ่มได้เป็นอย่างดี ได้แก่

1.1 ทักษะการแตกกระบวนการทางความคิดของตนเองให้ต่างจากกระบวนการคิดของผู้อื่นที่เขาเคยคิดไว้

1.2 ตัวบุคคลผู้ต้องการคิดริเริ่มจำเป็นต้องพัฒนาตนเอง มีความมั่นใจในตนเอง กล้าที่จะคิดต่าง กล้าที่จะแสดงออกทางความคิดในวิถีทางที่คนอื่น ๆ ยอมรับได้ กล้าเผชิญกับสถานการณ์ที่คลุมเครือ ไม่มีความมั่นคงไม่แน่นอน โดยการมองโลกในด้านบวก (Positive thinking) และมีวุฒิภาวะทางอารมณ์

1.3 ผลงานทางความคิดที่ริเริ่มจะต้องไม่ซ้ำกับสิ่งเดิมที่เคยมี และผลของการคิดริเริ่มนั้น จะต้องเป็นที่ยอมรับของประชาคมผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องนั้น ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมาก

เพราะมีการคิดริเริ่มจำนวนมากมายหลายเรื่องที่ไม่ได้รับการยอมรับจากประชาคมผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องนั้น เช่น การริเริ่มกีฬาเล่นนุชย์ การคิดริเริ่มในลักษณะนี้ ไม่มีทางที่จะได้รับการยอมรับจากประชาคมผู้มีส่วนได้เสียในเรื่องนั้น ความคิดริเริ่มเช่นนี้จึงไม่จัดเป็นความคิดสร้างสรรค์ เพราะสิ่งที่จะถูกจัดเป็นความคิดสร้างสรรค์ จะต้องดีกว่าสร้างประโยชน์มากกว่าสิ่งเดิมนั้น

2. ความคิดคล่อง (Fluency) หมายถึง บุคคลที่มีศักยภาพทางการคิดหาคำตอบสำหรับคำถามจำนวนมากได้อย่างรวดเร็วในเวลาที่ยกจำกัด ทักษะการคิดคล่องแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่

2.1 ความคิดคล่องด้านถ้อยคำ (Word fluency) หมายถึง ศักยภาพด้านความสามารถในการใช้คำ วลี ประโยค ตามความหมายตรงกับสิ่งที่ตนเองกำลังคิด เช่น นักแต่งโคลง ฉันท กาพย์ กลอน นักแต่งเพลง พ่อเพลงแม่เพลงลำตัด เพลงโคราช เป็นต้น

2.2 ความคิดคล่องด้านการเชื่อมโยง (Associational fluency) หมายถึง ศักยภาพด้านความสามารถในการคิดหาสิ่งที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับสิ่งที่ตนกำลังคิดอยู่ เช่น ให้เอ่ยชื่อสัตว์ 4 เท้า ให้ได้ถูกต้องมากที่สุดในเวลาที่ยกจำกัด

2.3 ความคิดคล่องด้านการแสดงออก (Expressional fluency) หมายถึง ศักยภาพด้านความสามารถในการแสดงสิ่งที่ตนคิดออกมาได้อย่างถูกต้องเป็นจำนวนมากในเวลาที่ยกจำกัด เช่น มีคำ 70 คำ ให้เรียงเป็นประโยคที่ถูกต้องให้ได้มากที่สุดในเวลาที่ยกจำกัด และคำที่กำหนดให้จะต้องถูกใช้ได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น ห้ามใช้ซ้ำในประโยคอื่นอีก เป็นต้น

2.4 ความคิดคล่องทางการสร้างแนวคิด (Ideational fluency) หมายถึง ศักยภาพด้านความสามารถในการคิดได้หลากหลายแบบ หลายเรื่อง หลายมิติ หลายประเภท และคิดแล้วได้คำตอบถูกต้องเหมาะสมเป็นจำนวนมากในเวลาที่ยกจำกัด

3. ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) หมายถึง ศักยภาพความสามารถในการคิดหาคำตอบได้หลายประเภท หลายระดับ และหลายทิศทาง ทำให้คำตอบที่ได้จากการคิดมีความแปลกแตกต่างไปอย่างมากมายหลากหลายแบบไม่ซ้ำแบบเดิม แบ่งทักษะการคิดยืดหยุ่นออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

3.1 ความคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันที (Spontaneous flexibility) หมายถึง ศักยภาพด้านความสามารถในการมีอิสระทางการคิด สามารถคิดเกี่ยวกับเป้าหมายทางการคิดเรื่องเดียว แต่ได้คำตอบออกมาอย่างหลากหลายมิติ เช่น ให้บอกถึงประโยชน์ของไม้จิ้มฟัน ผู้ที่มีศักยภาพความสามารถในการคิดยืดหยุ่นที่เกิดขึ้นทันทีในระดับสูง จะสามารถบอกถึงประโยชน์ของไม้จิ้มฟันได้อย่างถูกต้องเป็นจำนวนมากในเวลาที่ยกจำกัด

3.2 ความคิดยืดหยุ่นด้านการดัดแปลง (Adaptive flexibility) หมายถึง ศักยภาพด้านความสามารถในการคิดดัดแปลงจากสิ่งหนึ่งไปสู่สิ่งอื่น ๆ ได้อย่างถูกต้องเป็นจำนวนมากในเวลาที่ยกจำกัด เช่น

คำถามที่ 1 ให้เวลา 5 นาที ให้คิดว่า มีไม้สักทองจะนำมาผลิตเป็นอะไรได้บ้าง

ตอบว่า สร้างบ้าน สร้างวัด สร้างศาลา วัด สร้างมัสยิด สร้างโบสถ์ สร้างสะพาน ทำเตียงนอน ทำตู้โชว์ ทำโต๊ะรับแขก ทำรั้วบ้าน ทำศาลพระภูมิ ทำโต๊ะหมู่บูชา สลักพระพุทธรูป สร้างเรือ สร้างโรงเรียน สร้างโรงพัก สร้างโรงหนัง

คำถามที่ 2 ให้เวลา 3 นาที จงนำคำตอบที่ท่านตอบในข้อ 1 มาจัดกลุ่มแยกออกเป็น 3 ประเภท

ตอบว่า ประเภทที่ 1 ที่อาคาร ได้แก่ สร้างบ้าน สร้างวัด สร้างศาลา วัด สร้างมัสยิด สร้างโบสถ์ สร้างโรงเรียน สร้างโรงพัก สร้างโรงหนัง

ประเภทที่ 2 เครื่องใช้ ได้แก่ ทำเตียงนอน ทำตู้โชว์ ทำโต๊ะรับแขก ทำศาลพระภูมิ ทำโต๊ะหมู่บูชา สลักพระพุทธรูป

ประเภทที่ 3 อื่น ๆ ได้แก่ สร้างเรือ ทำรั้วบ้าน สร้างสะพาน

จากตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่าความคิดยืดหยุ่นด้านการตัดแปลง ช่วยทำให้ผู้คิดสามารถคิดตัดแปลงจากสิ่งหนึ่งไปสู่สิ่งอื่น ๆ ได้ และผู้ที่มีศักยภาพความสามารถด้านความคิดยืดหยุ่นด้านการตัดแปลงระดับสูง จะต้องสามารถคิดตัดแปลงจากสิ่งหนึ่งไปสู่สิ่งอื่น ๆ ได้ อย่างถูกต้องเป็นจำนวนมาก ในเวลาที่จำกัด

4. ความคิดละเอียดลออ (Elaboration) หมายถึง การสังเกตเห็นในสิ่งที่ผู้อื่นมองไม่เห็น เพราะบุคคลมีความคิดที่ลุ่มลึกเกาะติดเข้าถึงรายละเอียดที่ประณีตพิถีพิถันในสิ่งที่คิด อันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ผลลัพธ์ทางการคิดที่ได้มีความสมบูรณ์แบบ จนคนทั่วไปที่มีศักยภาพความสามารถด้านความคิดละเอียดลออในระดับต่ำ ไม่สามารถวัดหรือประเมินผู้ที่มีศักยภาพความสามารถด้านความคิดละเอียดลออสูงกว่าตน เช่น ผลงานของจิตรกร นักดนตรี นักวิทยาศาสตร์ สถาปนิก กวี และศิลปินสาขาต่าง ๆ เป็นต้น

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2545: 7-8) การที่เราจะกำหนดว่าสิ่งใดเกิดจากการความคิดสร้างสรรค์นั้น สามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความคิดนั้นต้องเป็นสิ่งใหม่ (New, original) ใช้การได้ (Workable) และมีความเหมาะสม (appropriate) ลงตัวพอดีกับปัญหาที่ต้องการการแก้ไข

1. ต้องการสิ่งใหม่ สิ่งที่เกิดสร้างสรรค์ออกมานั้นต้องเป็นการคิดที่แหวกวงล้อมความคิดที่มีอยู่เดิม หรือเรียกว่าเป็น ความคิดต้นแบบ (original) ชนิดแกะกล่อง ใหม่ถอดด้าม ที่ไม่เคยคิดได้มาก่อน และไม่ได้ลอกเลียนแบบใคร แม้กระทั่งความคิดเดิม ๆ ของตนเอง

อย่างไรก็ตาม เราอาจมีคำถามขึ้นมาว่า ถ้าเราคิดสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาได้ สำหรับตัวเราแล้ว คิดเป็นความคิดใหม่ล่าสุดไม่ได้ลอกเลียนแบบมาจากใคร แต่ภายหลังเราพบว่าสิ่งที่เราคิดนั้น มีคนอื่นเขาคิดขึ้นมาแล้ว เช่นนี้เรียกว่าความคิดสร้างสรรค์ได้หรือไม่

คำตอบ เรียกว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์ได้ เพราะสิ่งสร้างสรรค์ที่คน ๆ หนึ่งคิดขึ้นมาได้ แม้ว่าอาจจะคิดซ้ำกับคนอื่น ๆ หรือมีคนเคยคิดขึ้นมาแล้ว แต่ตนเองไม่รู้มาก่อน และไม่ได้ออกเลียน ความรู้ที่มีอยู่แล้ว เช่นนี้ก็เรียกว่า ความคิดสร้างสรรค์

2. ต้องการใช้ ความคิดที่เกิดจากการสร้างสรรค์ไม่ได้หยุดเพียง จินตนาการเพื่อฝัน แต่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นจริงและใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม ตอบสนองวัตถุประสงค์ของการ คิดได้เป็นอย่างดี อเล็กซานเดอร์ ออสบอร์น (Alexander Osborn, 1963) ได้กล่าวถึงความคิด สร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นจินตนาการประยุกต์ (applied imagination) หมายถึง จินตนาการที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อแก้ปัญหาที่เผชิญอยู่ มิใช่จินตนาการเพื่อฝันทั่ว ๆ ไป ความคิดสร้างสรรค์จึงต้องเป็นความคิดที่มี เหตุผล สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยวิธีเดิม หรือเป็นสิ่งประดิษฐ์ที่ใช้ประโยชน์ ได้ดีกว่าที่ใช้กันอยู่ เป็นต้น

3. ต้องมีความเหมาะสม แม้ว่าความคิดใหม่นั้น จะประกอบไปด้วยความแปลกใหม่เป็น ความคิดต้นแบบ แต่ต้องผสมผสานองค์ประกอบของความมีเหตุผล ความเหมาะสมและคุณค่า ภายใต้มาตรฐานที่ยอมรับกันทั่วไปบางประการด้วย

แบร์รี แอนเดอร์สัน (Barry F. Anderson, 1980) ได้ยกตัวอย่างที่ช่วยให้เห็นภาพชัดเจนขึ้น เขากล่าวว่า การบอกว่าครึ่งหนึ่งของ 8 เท่ากับ 100 แม้ว่าจะเป็นความคิดต้นแบบ แต่ไม่มีมาตรฐานใด ยอมรับ ไม่เกิดความเข้าใจร่วมกัน เช่นนี้ก็ไม่ใช่ความคิดสร้างสรรค์ หรือการบอกว่าครึ่งหนึ่งของ 8 เท่ากับ 4 นั้น ยอมรับได้ในมาตรฐานเดียวกัน แต่ไม่มีความใหม่เพราะเป็นสิ่งที่เรารู้ ๆ กันอยู่แล้ว เช่นนี้ไม่เรียกว่า ความคิดสร้างสรรค์ แต่อีกอย่างหนึ่ง หากเราบอกว่า ครึ่งหนึ่งของ 8 เท่ากับ 0 (เมื่อแบ่งตรงกึ่งกลางแนวนอน) หรือบอกว่าครึ่งหนึ่งของ 8 เท่ากับ 3 (เมื่อแบ่งตรงกึ่งกลางแนวตั้ง) การแบ่งสองประเภทหลังนี้ จัดว่าเป็นความคิดต้นแบบและสร้างสรรค์ คนทั่วไปยอมรับร่วมกันได้

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ ของบุคคล และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เซวาน์อาร์มณ (EQ) และ เซวาน์ทางจิต (SQ) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลแบ่งออกเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

1. ปัจจัยภายใน ประกอบด้วยปัจจัยย่อย อีก 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) ประสิทธิภาพภายในตนเอง เชิงสร้างสรรค์ (Creative Self-Efficacy) เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการคิดสร้างสรรค์ หากบุคคลมีความมั่นใจในประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ จะทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมความคิด

สร้างสรรค์ขึ้นได้ (2) เซวาน์ทางจิต (Spiritual Quotient : SQ) (3) เซวาน์ทางอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ)

2. ปัจจัยภายนอก ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ (Perceived organizational support for creativity)

จิตยา คาควร, เอกภูมิ จันทรขันธ์ และปรกรณ์ วรรณนะอมร (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ส่วนประกอบที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์นั้น มีอยู่ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่มงาน และระดับสังคมส่วนรวม โดยจะขึ้นอยู่กับส่วนประกอบ 2 ส่วน คือ (1) ส่วนประกอบที่เป็นส่วนของทักษะความสามารถ (Abilities) หรือทักษะทางความคิดและไหวพริบ ซึ่งเป็นศักยภาพในตัวบุคคล โดยในแต่ละบุคคลจะมีศักยภาพที่แตกต่างกันออกไป (2) ส่วนประกอบด้านแรงจูงใจ (Motivation) ส่วนประกอบดังกล่าวนี้ จะมีลักษณะเอื้ออำนวยและค้ำจุนซึ่งกันและกัน โดยจะมีทั้งศักยภาพทางความคิด ความอดทนมุมานะ ความอยากรู้ อยากเห็น ความอยากใคร่รู้ ความกล้าเสี่ยงเพื่อลองผิดลองถูก ความใฝ่ในการก้าวหน้า ซึ่งถือว่าเป็นคุณลักษณะเชิงอารมณ์ หรือสภาพแรงจูงใจที่เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ไปด้วยกันเสมอ หากบุคคลที่มีศักยภาพทางการคิดได้รับการฝึกฝนและอบรมให้รู้จักมองรู้จักคิดอ่านให้กว้างขวาง และได้รับแรงกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจในการที่จะคิดสร้างสรรค์ เมื่อนั้นเองความก้าวหน้าก็จะบังเกิดขึ้นได้ โดยง่ายดาย พร้อมด้วยแรงส่งทางจิตใจที่แรงกล้า เพื่อการลงมือคิดค้นปฏิบัติให้บรรลุสู่เป้าหมายที่คาดหวังไว้

อุปสรรคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

Rabanos & Torres (2012, อ้างถึงใน อริษา พิภพศิริรัตน์, 2560) บรรยายรายละเอียดเกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์มีอุปสรรคสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ อุปสรรค ในมิติของการรับรู้ (Perceptual Block) อุปสรรคในมิติของอารมณ์ (Emotional Block) และอุปสรรคในมิติของวัฒนธรรม (Cultural Block) มีรายละเอียดดังนี้

1. อุปสรรคในมิติของการรับรู้ (Perceptual Block) คือการที่ไม่สามารถมองเห็นปัญหาแก่นที่แท้จริงอย่างชัดเจนได้ ซึ่งส่งผลให้การดำเนินการแก้ปัญหาที่คลุมเครือและไร้ซึ่งขอบเขตและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนแน่นอน เช่น (1) ความลำบากในการจำแนกแยกแยะปัญหาที่แท้จริง (ตรงจุด) ออกจากปัญหาธรรมดาทั่วไป (2) การมองและวิเคราะห์ปัญหาในมุมที่แคบเกินไป ขาดการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมโดยถี่ถ้วน (3) ไม่สามารถให้คำจำกัดความในนิยามของปัญหาได้ ทำให้เกิดการสื่อสารไม่ตรงกันระหว่างการปฏิบัติของทีมงาน (4) ไม่สามารถนำประสบการณ์ที่สัมพัทธ์มาใช้สังเกตและพิจารณาปัญหาได้อย่างเพียงพอและเหมาะสม ทั้งนี้อาจเนื่องด้วยศักยภาพในประสาทสัมผัสของแต่ละบุคคลไม่เท่าเทียมกัน (5) หาความสัมพันธ์ของปัญหาไม่เจอ เชื่อมประเด็นให้สมบูรณ์ไม่ได้ (6) มองข้ามสิ่งใกล้ตัวหรือสิ่งคุ้นเคยข้างกายไปอย่างไม่ได้เกิดความสงสัย ทำให้เกิดการมองข้ามประเด็นที่เป็นจุดสำคัญ

ไป และ (7) การโดนความกดดันจากปัจจัยต่าง ๆ ทำให้ตัวคนสรุปผลจนเกิดความผิดพลาดและได้ทางออกที่ไม่มีความเหมาะสมในการจัดหรือแก้ปัญหา

2. อุปสรรคในมิติของอารมณ์ (Emotional Block) นับได้ว่าเป็นอุปสรรคหนึ่งที่สำคัญและมีผลอย่างยิ่งต่อการคิดค้นสิ่งต่าง ๆ เนื่องจากอารมณ์ของคนนั้น มีความผันผวนและแปรปรวนอย่างละเอียดอ่อนมาก เช่น ความกังวล ความห่วงในภาพลักษณ์ของตนเอง ความใจร้อน ความวู่วาม ความเกียจ ความกลัว ความไม่มั่นใจ ความท้อถอย ความใจเย็น ความทะเยอทะยาน ความเพ้อฝัน ความใฝ่รู้ ความมานะ และความรัก ฯลฯ เป็นต้น

3. อุปสรรคในมิติของวัฒนธรรม (Cultural Block) เป็นปัจจัยทางสังคมแวดล้อมที่กำหนดกฎเกณฑ์ให้บุคคลมีทางเลือกในการคิด วิเคราะห์ และปฏิบัติสิ่งต่าง ๆ ได้น้อยลง เพราะถูกตีกรอบให้อยู่ในระเบียบแบบแผนซึ่งมีอาจละเมิดได้ ส่งผลให้การบั่นทอนจิตใจ ความท้อทลาย แรงจูงใจและอิสระทางความคิดสร้างสรรค์ เช่น (1) การที่ต้องการทำตามกรอบมากเกินไปจนกลัวการทำงานนอกกรอบทำให้ไม่สามารถค้นพบทางที่แปลกใหม่ได้ (2) เน้นแนวความคิดการปฏิบัติงานให้เกิดความประหยัดลงทุนน้อย แต่หวังผลในปริมาณมาก จนเกิดเป็นความกดดันภายในตนเอง ทำให้มีความผิดพลาดในการตัดสินใจ (3) การห่วงภาพพจน์ตนเองมากเกินไป เพราะเกรงว่าผู้อื่นจะติฉินนินทา ทำให้ไม่กล้าแสดงออกในการอภิปราย ชักถามปัญหา หรือแสดงความคิดเห็น จนเกิดเป็นจุดบอดในการไม่เข้าใจถึงแก่นของปัญหา (4) การมุ่งแข่งขันและเน้นความร่วมมือกันมากเกินไปจนบั่นทอนความคิดริเริ่มของทีมงานบางคนลงไป ทั้ง ๆ ที่ความคิดของบุคคลนั้นอาจเป็นความคิดที่จะนำมาแก้ปัญหาได้เหมาะสมที่สุดก็เป็นได้ (5) การเชื่อมั่นในหลักสถิติศาสตร์ คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มากเกินไป จนไม่คำนึงถึงปัจจัยตัวแปรแวดล้อมต่าง ๆ ที่ผันแปรไป ส่งผลให้ผลลัพธ์ที่ออกมาผิดพลาด (6) พฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่จะต้องปฏิบัติงานนั้นเป็นเรื่องยากมากที่จะจัดสรรมอบหมายงานไม่เท่ากัน (7) การยึดมั่นในความเป็นเหตุเป็นผลมากเกินไป จนทำให้ไม่ก่อเกิดความคิดสร้างสรรค์ (8) ขาดความใจกว้างในการยอมรับฟังความคิดของบุคคลอื่นที่ไม่ตรงกันกับแนวทางการคิดของตน (9) การฝังใจกับความเชื่อที่ว่าความคิดเพ้อฝันนั้นเป็นเรื่องไร้สาระ ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ทำให้เป็นเสมือนการปิดโอกาสที่จะรับฟังแนวโน้มความเป็นไปได้ของการเกิดสิ่งแปลกใหม่

การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

อริชา พิภพศิริรัตน์ (2560) แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะด้านความคิดสร้างสรรค์นั้นมีด้วยกันหลายวิธี คือ การหัดคิดข้ามกล่องความรู้ (Lateral Thinking) การหัดคิดบนพื้นฐานของความเป็นจริง (Thinking Based Principle) การหัดคิดในสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ (Impossible Thinking) การหัดคิดย้อนสรหรือสวนทาง (Backward Thinking) และการหัดคิดสร้างมุมมองเชิงบวก (Positive Thinking) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การหัดคิดข้ามกล่องความรู้ (Lateral Thinking) คือ การที่บุคคลมีกล่องความรู้ที่อยู่ในความคิดอย่างหลากหลายมุมมอง และหลากหลายแขนง โดยจะต้องฝึกฝนในการที่จะนำเอากล่ององค์ความรู้ต่าง ๆ ที่ตนเองมีนั้นมาไขว้และเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดมุมมองที่แปลกใหม่และกว้างขวางกว่ามุมมองเดิม และในขณะเดียวกันก็จะเกิดการบูรณาการภายในความคิดที่ชาญฉลาดมากยิ่งขึ้น

2. การหัดคิดบนพื้นฐานของความเป็นจริง (Thinking Based Principle) คือ การวิเคราะห์และพิจารณาโจทย์ หรือสภาวะปัญหาที่จะดำเนินการแก้ไข โดยย้อนนึกถึงพื้นฐานแห่งความเป็นจริงของเรื่องนั้น ๆ ว่าเป็นอย่างไร เช่น สภาวะแวดล้อมที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ปัจจัยที่มีอิทธิพล ขอบเขตที่กำหนด ลักษณะทางธรรมชาติดั้งเดิม พฤติกรรมดั้งเดิม กฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ รวมทั้งทฤษฎีและสถิติจากงานวิจัยต่าง ๆ ที่น่าเชื่อถือได้ เป็นต้น

3. การหัดคิดในสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ (Impossible Thinking) คือ การที่บางครั้งสภาวะบางเรื่องเราอาจคิดว่ามันไม่สามารถเป็นไปได้ในอดีต แต่ในปัจจุบันการที่โลกโลกาภิวัตน์ มีการหมุนเวียนผันแปรไป สิ่งที่เคยคิดว่าเป็นไปไม่ได้ก็อาจจะเป็นไปได้ในปัจจุบัน และบางเรื่องก็อาจจะเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างสิ้นเชิง โดยที่ไม่หลงเหลือสภาวะดั้งเดิมไว้เลยก็เป็นไปได้ ดังนั้นไม่ว่าอะไรก็แล้วแต่อย่าใจร้อนในการด่วนตัดข้อมูลหรือข้อสันนิษฐานบางอย่างออกไปก่อน เพราะถือเป็นการตัดเส้นทางในการก่อเกิดความคิดสร้างสรรค์ออกไปอย่างน่าเสียดาย บางครั้งข้อมูลที่เราคิดว่าไม่สำคัญหรือเป็นไปไม่ได้ก็อาจจะเป็นส่วนประกอบสำคัญในภายภาคหน้า ที่มีผลต่อการประติดประต่อเชื่อมโยงเรื่องราวในประเด็นที่กำลังคิดแก้ปัญหาอยู่ก็เป็นไปได้

4. การหัดคิดย้อนศรหรือสวนทาง (Backward Thinking) คือ การเปลี่ยนมุมมองทางความคิด โดยการคิดย้อนสวนทางกับบุคคลอื่นหรือบุคคลส่วนใหญ่ เพราะว่าการคิดสวนทางนั้นอาจจะนำไปสู่โลกทัศน์ที่กว้างขึ้น หรือมิติมุมมองที่บุคคลอื่นคาดไม่ถึงว่าจะเกิดขึ้นหรือมีแนวโน้มที่จะเป็นไปได้ ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้น จะต้องมึทัศนคติที่ดีในการทำงานและในการให้กำลังใจตนเอง โดยต้องตั้งมั่นว่าอะไรก็สามารถเกิดขึ้นได้ หากไม่ลองปฏิบัติก็จะมีไม่รู้ถึงผลลัพธ์

5. การหัดคิดสร้างมุมมองเชิงบวก (Positive Thinking) คือ การสร้างทัศนคติเชิงบวกที่เป็นประโยชน์แก่ตนเองในการมุ่งหน้าดำเนินงานต่าง ๆ ด้วยความเชื่อมั่นและมีแรงจูงใจอยู่ตลอดเวลา เช่น สถานการณ์ที่ต้องปฏิบัติงานที่ยากลำบาก ก็ให้คิดเสียว่าเป็นโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง แต่หากบางสถานการณ์โดนตำหนิหรือปฏิบัติงานใดจนเกิดผิดพลาด ก็ให้คิดเสียว่าเป็นบทเรียนและเป็นประสบการณ์ในการปรับปรุงผลงานให้ดีขึ้นในภายภาคหน้า การมองโลกในแง่ดีนี้จะช่วยทำให้คลายความกดดันไปได้ รวมทั้งทำให้มีความอดทนมุมานะในการฝ่าฟันปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ไปได้โดยสะดวกและราบรื่น

งานวิจัยเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

งานวิจัยของทองเจือ เขียดทอง (2535) ศึกษาความสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับการตัดสินใจในการออกแบบของนักศึกษาโปรแกรมวิชาศิลปศึกษาในวิทยาลัยครู 4 แห่ง พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิทยาลัยครู 4 แห่ง ไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยของดวงกมล เปี่ยมศุภทรัพย์และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่า พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทยมีระดับความคิดสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง

งานวิจัยของนิภาพร สุฐุमानนท์และคณะ (2557) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสังกัดเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า บุคลากรในสังกัดเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสังกัดที่ปฏิบัติงานต่างพื้นที่กัน พบว่าบุคลากรที่ทำงานสังกัดสำนักงานเกษตรจังหวัด กับสำนักงานเกษตรอำเภอต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

งานวิจัยของฐิตวดี เนียมสุวรรณ (2554) ศึกษารูปแบบภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัดมหาชน ผลการวิจัยการทดสอบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์กับจังหวัดที่ปฏิบัติงาน พบว่า พนักงานที่ปฏิบัติงานที่จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดราชบุรี มีความคิดสร้างสรรค์น้อยกว่าพนักงานที่ปฏิบัติงานที่จังหวัดนครปฐม เท่ากับ 0.19 และ 0.20 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

งานวิจัยของวิไลลักษณ์ พงษ์เทศ และคณะ (2556) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยเปรียบเทียบคุณลักษณะส่วนบุคคลจำแนกตาม เพศ อายุ ชั้นปี และผลการศึกษากับความคิดสร้างสรรค์ พบว่า นักศึกษาชายมีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่านักศึกษาหญิง ประเด็นถัดมาพบว่า นักศึกษาชั้นปีต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์ต่างกัน คือ นักศึกษาชั้นปีที่สี่มีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่านักศึกษาชั้นปีที่หนึ่ง สอง และสาม ส่วนชั้นปีอื่น ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ไม่ต่างกัน สุดท้ายพบว่านักศึกษาที่มีอายุและผลการศึกษต่างกันมีความคิดสร้างสรรค์ไม่ต่างกัน

งานวิจัยของปาริชาติ บัวเจริญ และนพรัตน์ เตชะพันธ์รัตนกุล (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ พบว่า นักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่ มีปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่สูง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักศึกษามีปัจจัยด้านแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์อยู่ในเกณฑ์ที่สูง คือนักศึกษามีความต้องการที่จะทำงานให้ดีที่สุดและทำให้สำเร็จตามที่ตั้งใจไว้ซึ่งการที่นักศึกษามีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะช่วยให้สามารถฟันฝ่าอุปสรรค ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในขณะคิดสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ได้จนประสบผลสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมาย ด้านการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า พบว่านักศึกษามีระดับด้านการแก้ปัญหาเฉพาะ

หน้าอยู่ในเกณฑ์ที่ปานกลาง คือนักศึกษามีความกล้าที่จะเผชิญปัญหาและความความกระตือรือร้นที่จะแก้ไข้ปัญหา ตลอดจนหาทางปรับปรุงเปลี่ยนแปลง พร้อมทั้งยอมรับข้อคิดเห็นของบุคคลอื่น และนำข้อมูลเหล่านั้นมาประกอบใช้พิจารณาปรับปรุงพัฒนาตนเอง ด้านสัมพันธภาพในครอบครัว พบว่านักศึกษามีระดับด้านสัมพันธภาพในครอบครัวอยู่ในเกณฑ์ที่สูง คือนักศึกษามีความสัมพันธ์กับครอบครัวที่ดีและการที่บิดามารดา หรือผู้ปกครองให้กำลังใจและสนองตอบความอยากรู้อยากเห็น และอิสระภาพในการสำรวจ ศึกษาค้นคว้าหรือทำในสิ่งที่ชอบทำให้เพิ่มระดับความคิดสร้างสรรค์ในด้านสภาพแวดล้อมทางการเรียน พบว่า นักศึกษามีระดับด้านสภาพแวดล้อมทางการเรียนอยู่ในเกณฑ์ที่สูง คือการที่สถานศึกษาส่งเสริมและสนับสนุน การจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์จะช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ผู้เรียนได้มากยิ่งขึ้น

งานวิจัยของชวิตา กาญจนรัตน์ (2559) ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและแรงจูงใจภายใน ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา พบว่า บุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง

กล่าวสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความรู้สึนึกคิดทางอารมณ์ การคิดวิเคราะห์ คิดแก้ปัญหา และดัดแปลงแก้ไข้สิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิมอย่างเป็นระบบ หรือการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ไม่เหมือนกับของเดิมและไม่ซ้ำกับของบุคคลอื่น จนเกิดเป็นสิ่งแปลกใหม่และเกิดแนวทางในการแก้ไข้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

2. การรับรู้การสนับสนุนการรับรู้ความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากรมีความมุ่งมั่นที่จะยกระดับความคิดสร้างสรรค์ด้วยวิถีชีวิตที่ง่ายขึ้น (Enhancing Creativity by Leading a Simpler life) เพื่อให้ให้นักศึกษาสามารถใช้เวลาในการสร้างสรรค์ผลงานทั้งในส่วนของงานวิชาการ และกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเต็มที่ จนเกิดโครงการ SU CHANGE ด้วยแนวคิดที่ว่าความคิดสร้างสรรค์จะมาควบคู่กับแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน นักศึกษาในศตวรรษที่ 21 เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับความเจริญของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในยุคดิจิทัล เป็นกลุ่มที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และอยู่บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งสามารถติดต่อได้ทุกที่ ทุกเวลา ดังนั้น Platform ของการให้บริการ จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันสมัย และสื่อสารกับคนในยุคดิจิทัลได้ และด้วยประสบการณ์ใหม่ที่นักศึกษาได้สัมผัส จะนำไปสู่แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ นวัตกรรม รวมไปถึงการสร้างธุรกิจ Start up ซึ่งจะเจริญเติบโตไปพร้อมกัน เป็นการเตรียมคนเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 อย่างแท้จริง ในส่วนของการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนหรือสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้นั้น มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อชีวิตในศตวรรษที่ 21 เช่น หลักสูตรนวัตกรรมและ

การสร้างสรรคเพื่อการเป็นผู้ประกอบการ หลักสูตรการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ หลักสูตรวิทยาการข้อมูล พร้อมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมการเรียนการสอนที่ทันสมัย ควบคู่ไปกับการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของนักศึกษาเป็นลำดับแรกตามนโยบาย Student First รวมถึงการพัฒนา Co – learning space และ Co – working space สำหรับการเรียนรู้และการทำงานร่วมกันของนักศึกษา การจัด Maker space ให้นักศึกษาได้ทดลองสร้างผลงานตามแนวคิดของตัวเองผ่านอุปกรณ์ทันสมัย เช่น เครื่องพิมพ์สามมิติ (3-D Printer) การจัดตั้งศูนย์พัฒนาการเรียนรู้ภาษาอังกฤษ ศูนย์นวัตกรรมการเรียนการสอน (วันชัย สุทธะนันท์, 2561)

ความหมายของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง บุคลากรในองค์กรที่มีการรับรู้ต่อการสนับสนุนจากองค์กรด้านต่าง ๆ เป็นการสะท้อนถึงคุณภาพขององค์กร หากบุคลากรรับรู้มากกว่าได้รับการสนับสนุนจากองค์กร เช่น การให้ความช่วยเหลือหรือจัดหาอุปกรณ์เพื่อสนับสนุนในการปฏิบัติงานให้ทำงานสำเร็จการให้โอกาสในการฝึกอบรมเพิ่มเติม เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถในอาชีพให้เจริญก้าวหน้า การจัดสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการปฏิบัติงาน มีความห่วงใยความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากร โดยการให้การสนับสนุนการทำงานในด้านต่าง ๆ ผ่านนโยบาย บรรทัดฐาน ภาวะเยียบ และตัวแทนขององค์กรเพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ในการทำงานที่ดี เป็นต้น เมื่อบุคลากรรับรู้ว่าได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากองค์กรก็จะประเมินองค์กรในทางบวก ซึ่งทำให้บุคลากรรู้สึกว่าจะต้องตอบสนองคืนแก่องค์กร เช่น การกระตือรือร้น ในการปฏิบัติงาน ทุ่มเทการทำงาน ปฏิบัติตามนโยบาย และภาวะเยียบขององค์กร หรือมีความต้องการคงอยู่ในองค์กรด้วยความเต็มใจ ไม่ใช่การคงอยู่กับองค์กรเพราะความจำเป็นที่ต้องอยู่ (รังสรรค์ ประเสริฐศรี, 2549, อ้างถึงใน ปัทมา กุลโสภณ, 2554)

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นารีน (2559) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Perceived organizational support for creativity) มีการศึกษาจำนวนมากในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory) และบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ เสนอว่า หากฝ่ายหนึ่งกระทำดีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายที่ได้รับรางวัลก็จะทำดีตอบ ตามทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรจะเกี่ยวกับการรับรู้ความยุติธรรมในการปฏิบัติ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงานที่ดีและการให้รางวัล การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรของบุคลากรส่งผลดีต่อองค์กรคือ การขาดงานและลาออกจากงานลดลง ความผูกพันกับองค์กรและผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น

จอร์จและโจนส์ (George and Jones, 2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง การที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการทางสังคมแก่พนักงานและให้ความเชื่อมั่นว่า องค์กรพร้อมที่จะช่วยเหลือ และตอบแทนการทุ่มเททำงานของพนักงาน

ปริญญา หล่มเหลา (2558: 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง เจตคติของพนักงานที่มีต่อองค์กรว่า องค์กรให้การดูแลเอาใจใส่ต่อความเป็นอยู่ของพนักงานเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของพนักงาน รวมทั้งให้การฝึกอบรมและพัฒนาให้พนักงานมีทัศนคติ ทักษะความรู้ความสามารถและความเจริญก้าวหน้าในสายอาชีพของตน

แคทรียา มณีรัตน์ (2552: 18) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร คือ ความคิดเห็นของพนักงานที่ได้จากประสบการณ์การทำงานในองค์กรว่า องค์กรให้การยอมรับและเห็นความสำคัญในการทุ่มเททำงานของพนักงานมากน้อยเพียงใด องค์กรให้ความมั่นใจ มั่นคงในการทำงาน และให้ออกาสความก้าวหน้าแก่พนักงานเหมาะสมหรือไม่ โดยพนักงานรับรู้ได้จากการให้สนับสนุนในการทำงานในด้านต่าง ๆ โดยการกำหนดนโยบายขององค์กร เพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นในการทำงาน

วิรัชญา วัฒนโธ (2546: 13) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร คือ การรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรมองเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมต่าง ๆ มีการฝึกอบรมและพัฒนาที่เป็นประโยชน์ มีการส่งเสริมความก้าวหน้าในการทำงาน มีการให้ผลตอบแทนและสวัสดิการที่มีประโยชน์ รวมทั้งช่วยเหลือและดูแลเอาใจใส่ในความเป็นอยู่และสภาพการทำงานหลีกเลี่ยงการปฏิบัติต่าง ๆ ที่จะส่งผลเสียต่อตน โดยพนักงานจะรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรได้จากการปฏิบัติต่าง ๆ ของผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งนโยบาย กฎ ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติขององค์กร

ไอเซนเบอร์เกอร์ และคณะ (Eisenberger et.al., 1986, อ้างถึงใน ปริญญา หล่มเหลา, 2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นความเชื่อของพนักงานเป็นเรื่องการดูแลเอาใจใส่ขององค์กรที่มีต่อพนักงาน ทั้งในด้านสวัสดิการและการดูแลในด้านความเป็นอยู่ของพนักงาน ตลอดจนรางวัลหรือค่าตอบแทนที่คุ้มค่าต่อการทุ่มเทในการทำงานของพนักงาน ต่อมาในปี 2001 ไอเซนเบอร์เกอร์ และคณะ (Eisenberger et.al., 2001; อ้างถึงใน ปริญญา หล่มเหลา, 2558) ได้ให้ความหมายของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเพิ่มเติมว่า เป็นความเชื่อหรือความรู้สึกของพนักงานจากประสบการณ์ที่ได้รับ จากการทำงาน ว่าองค์กรเป็นเสมือนบุคคลที่ใจดีหรือบุคคลที่ใจร้าย โดยพิจารณาจากสิ่งที่ได้รับจากองค์กรผ่านนโยบาย หรือกฎระเบียบต่าง ๆ ที่องค์กรกำหนดขึ้นและส่งผลต่อพนักงาน

เปรมจิตร คล้ายเพชร (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเป็น ความคิดเห็นของพนักงานจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานในองค์กรว่าองค์กรให้คุณค่า

ให้การยอมรับ และเห็นความสำคัญในการทุ่มเททำงาน มีความห่วงใย และมีความผูกพันต่อพนักงาน โดยการให้การสนับสนุนการทำงานในด้านต่าง ๆ ผ่านนโยบายและตัวแทนขององค์กร เพื่อให้พนักงานมีความเป็นอยู่ในการทำงานที่ดี

มูทิตา คงกระพันธ์ (2554: 15) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความเชื่อหรือความคิดเห็นของบุคลากร จากประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานในองค์กรว่า องค์กรให้คุณค่า ให้การยอมรับและเห็นความสำคัญในการทุ่มเททำงาน มีความห่วงใย ความเป็นอยู่ที่ดีของบุคลากรและมีความผูกพันต่อบุคลากร โดยการให้การสนับสนุนการทำงานในด้านต่าง ๆ ผ่านนโยบาย บรรทัดฐาน กฎระเบียบและตัวแทนองค์กร เพื่อให้บุคลากรมีความเป็นอยู่ในการทำงานที่ดี

ประเวช ชุ่มเกษรกุลกิจ (2554: 11) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิด ความเชื่อ หรือความรู้สึกของบุคลากรซึ่งเกิดจากประสบการณ์ในการทำงานว่า องค์กรได้ให้ความสำคัญและเห็นคุณค่าในการทำงานของบุคลากร มีนโยบายสนับสนุนการทำงานและพร้อมที่จะช่วยเหลือด้วยวิธีการต่าง ๆ เมื่อบุคลากรต้องการ

ณัฐมน แนวนำ (2551: 36) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการทำงาน เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อปัจจัย หรือองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงานนั้น ๆ จนสามารถตอบสนองกับความต้องการ ด้านร่างกายและจิตใจ เป็นผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

เวย์และคณะ (Wayne et al., 2003, อ้างถึงใน รัตนภัทร์ สุวรรณสิทธิ์, 2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นความเชื่อของบุคลากรว่า องค์กรให้ผลตอบแทนหรือรางวัลที่เหมาะสมแก่บุคลากร ทำให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมตอบสนองคืนแก่องค์กรด้วยการทุ่มเททำงานให้กับองค์กรอย่างเต็มกำลังความสามารถ

ยุวดี ศิริยทรัพย์ (2553: 21) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เจตคติของบุคลากรที่มีต่อองค์กรว่า องค์กรให้การดูแลเอาใจใส่ต่อความเป็นอยู่ของบุคลากรเห็นถึงคุณค่าและความสำคัญของบุคลากรรวมทั้งให้การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรมีความเจริญก้าวหน้าในสายอาชีพของตน

จรรยา หอมกรุ่น (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง ความเชื่อ หรือความคิดเห็นของพนักงานจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการทำงานในองค์กรว่า องค์กรนั้นเห็นคุณค่าในการทุ่มเททำงานและห่วงใยในความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

เจ็จันทร อิมสำราญ (2548: 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรู้สึกชอบหรือพอใจต่อองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่าง ๆ ของงาน และผู้ปฏิบัติงานนั้นได้รับการตอบสนองความต้องการของตน ซึ่งจะมีผลมาจากความสนใจและทัศนคติของบุคคลที่มีต่องานนั้น และมีผลทำให้เกิดการปฏิบัติอย่างเต็มความสามารถ ด้วยร่างกาย แรงใจและสติปัญญาอย่างเต็มที่

รชฎ ชยสดมภ์ (2550) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร หมายถึง การรับรู้ของพนักงานว่าองค์กรและหัวหน้างานในฐานะตัวแทนขององค์กรได้มองเห็นคุณค่า มองเห็นความสำคัญในสิ่งที่พนักงานกระทำเพื่อองค์กร และตอบแทนพวกเขาด้วยการแสดงให้เห็นถึงความห่วงใยต่อความเป็นอยู่ของพวกเขา ด้วยการให้การสนับสนุน หรือ การตอบสนองความต้องการของพวกเขา

วิวรรธณี วงศาไชโย (2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรนั้น องค์กรต้องดำเนินการทำให้พนักงานรับรู้ได้ว่าองค์กรมองเห็นคุณค่าการเสียสละในการทำงาน พร้อมทั้งให้การช่วยเหลือและสนับสนุนความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ให้ดีขึ้น เช่น การให้ความช่วยเหลือหรือการจัดหาอุปกรณ์ในการทำงาน เพื่อให้ทำงานได้อย่างสำเร็จ การจัดบรรยากาศขององค์กรเอื้อต่อการทำงาน การให้โอกาสความก้าวหน้าในงาน และโอกาสพัฒนาตัวเอง เป็นต้น โดยผ่านนโยบาย ภาวะเบียดเบียน ๆ ขององค์กรและมีการประชาสัมพันธ์ให้พนักงานทราบโดยทั่วถึง

ศศิรินทร์ ทิพย์โอสถ (2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นความเห็นหรือความเชื่อของพนักงานที่ว่าองค์กรเห็นถึงความสำคัญและคุณค่าในตัวพนักงานขององค์กร ซึ่งองค์กรมีนโยบายที่สนับสนุนการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ในองค์กร และมีความเตรียมพร้อมที่จะช่วยเหลือพนักงาน ให้พนักงานได้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีมีคุณภาพ

Eisengerger et al. (1986, อ้างถึงใน ชุตติกาญจน์ ตั้งทวี, 2559) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นความเชื่อของพนักงานที่ได้รับรู้ได้ถึง การแสดงออกถึงความห่วงใยจากองค์กร ซึ่งองค์กรมีความต้องการให้พนักงาน มีความเป็นอยู่ที่ดีมีคุณภาพ โดยพนักงานสามารถรับรู้ได้ถึง การสนับสนุนเหล่านี้ได้จากผลประโยชน์ ซึ่งตอบแทนอาจจะอยู่ในรูปของตัวเงิน เช่น เงินเดือน โบนัส เป็นต้น หรือไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน เช่น สวัสดิการ ค่ารักษาพยาบาล ประกันสังคม เป็นต้น

Waynne et al. (2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นความเชื่อของพนักงานในองค์กร ที่เชื่อว่าองค์กรจะให้ผลตอบแทนที่เหมาะสมแก่พนักงาน หากพนักงานตั้งใจทำงาน พุ่มเทให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถ

LaMastro (2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เป็นการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริหารหรือองค์กรที่ให้การสนับสนุนและจัดสรรบรรยากาศขององค์กร เพื่อเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยพนักงานจะรับรู้การสนับสนุนนี้ผ่านทางพฤติกรรมของผู้ที่เป็นตัวแทนขององค์กร เช่น หัวหน้างานจากส่วนต่าง ๆ ส่งพนักงานในความดูแลไปอบรม เสริมทักษะความรู้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ตัวพนักงานเองและแก่องค์กร เป็นต้น

แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

ทฤษฎีการสนับสนุนจากองค์กร (Organization Support Theory) (Eisenberger et.al., 1986, อ้างถึงใน ปริญญา หล่มเหล่า, 2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า พนักงานในองค์กรจะเชื่อเรื่องการที่องค์กรจะตอบแทนอย่างคุ้มค่าต่อการทุ่มเทในการทำงานของพนักงาน รวมทั้งการให้การดูแลเอาใจใส่ แก่พนักงานมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพื้นฐานการแลกเปลี่ยนกันระหว่างทั้งสองฝ่าย เช่น เมื่อพนักงานรู้สึกว่าการได้รับการสนับสนุน และดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี จะส่งผลทำให้พนักงานมีความรู้สึกว่าจะต้องตอบแทนองค์กร โดยการทุ่มเทในการทำงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการที่พนักงานมีความรู้สึกสำนึกในบุญคุณขององค์กร จะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กร และเป็นแรงผลักดันให้พนักงานมีความตั้งใจ และทุ่มเทในการทำงานมากยิ่งขึ้น การสนับสนุนจากองค์กรเป็นสิ่งที่ยังคงกระทำโดยผ่านนโยบายขององค์กร กฎเกณฑ์ และกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งนโยบายขององค์กร กฎเกณฑ์ และกระบวนการต่าง ๆ ที่แสดงออกมา อาจเอื้ออำนวยผลประโยชน์ให้แก่พนักงานหรือขัดขวางผลประโยชน์ต่อพนักงาน ซึ่งหากเปรียบขององค์กรเป็นเสมือนบุคคลแล้ว นโยบายขององค์กร กฎเกณฑ์ และกระบวนการต่าง ๆ ที่แสดงออกมาก็จะเปรียบเสมือน ความใจดีเมตตา หรือ ความโหดร้ายขององค์กรที่มีต่อพนักงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อเจตคติของพนักงานที่มีต่อองค์กร (Eisenberger et.al., 2001, อ้างถึงใน ปริญญา หล่มเหล่า, 2558)

ทฤษฎีสร้างแรงจูงใจของ Clayton P. Alderfer (อ้างถึงใน ปัทมา กุลโสภณ, 2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความต้องการของมนุษย์เรียกว่า ทฤษฎี อี.อาร์.จี (ERG. Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ แต่ไม่คำนึงถึงขั้นความต้องการว่า ความต้องการใดเกิดขึ้นก่อนหรือหลัง และความต้องการหลาย ๆ อย่างเกิดขึ้นพร้อมกันได้ ความต้องการตามทฤษฎี ERG จะมีน้อยกว่าความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ประการ ดังนี้

1. ความต้องการเพื่อดำรงชีพ (Existence needs: E) เป็นความต้องการที่จำเป็นในการอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร น้ำ ที่อยู่อาศัย เสื้อผ้า สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี ค่าตอบแทน และประโยชน์เกื้อกูลต่าง ๆ ความต้องการทางด้านความปลอดภัยของมาสโลว์นั่นเอง

2. ความต้องการด้านความสัมพันธ์ทางสังคม (Related needs: R) เป็นความต้องการมีความสัมพันธ์กับสังคมนรอบด้าน เช่น เพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา การได้รับการยอมรับ ยกย่องจากผู้อื่น ต้องการเป็นผู้นำ เป็นหัวหน้า เป็นผู้ตาม ความต้องการด้านความสัมพันธ์ทางสังคมนี้ ถ้าเทียบกับความต้องการที่มาสโลว์กำหนดไว้ก็คือ ความต้องการสังคมและความรัก

3. ความต้องการความเจริญก้าวหน้า (Growth needs: G) เป็นความต้องการที่จะพัฒนาตนเอง ให้มีความเจริญก้าวหน้า ต้องการเป็นผู้มีความริเริ่ม บุกเบิก และใช้ศักยภาพของตนเองที่มีอยู่

ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการขั้นสูงสุด ความต้องการประเภทนี้เสมือนกับความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิตของมาสโลว์

โรห์เดส และไอเซนเบอร์เกอร์ (Rhoades and Eisenberger, 2002; ประเวศ ชุ่มเกษรกุล กิจ, 2554, อ้างถึงใน ปริญญา หล่มเหล่า, 2558) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร จะมีผลต่อกระบวนการทางจิตใจ ดังนี้ ประการที่หนึ่ง คือจากบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนตอบแทน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกที่ต้องดูแลเอาใจใส่ต่อสวัสดิการภาพองค์กร รวมทั้งต้องช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จดังที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้ ประการที่สอง คือ การดูแล การให้การยอมรับและการให้ความเคารพ โดยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะช่วยตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์สังคม ซึ่งส่งผลให้พนักงานประพฤติตนเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร และร่วมมือกันทำงานไปตามบทบาทหน้าที่ของตน ประการที่สาม คือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะส่งเสริมความเชื่อในเรื่องความคาดหวังในรางวัลที่เพิ่มขึ้นเมื่อผลงานมากขึ้น

รัตนภัทร์ สุวรรณสิทธิ์ (2557) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการทางความคิดของบุคคลที่รับรู้ต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาทางอวัยวะสัมผัสและถูกตีความเป็นสิ่งที่มีความหมาย โดยใช้ความรู้ ประสบการณ์และความเข้าใจของบุคคล การรับรู้เป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ (perception is learned) ดังนั้น ถ้าขาดการเรียนรู้หรือประสบการณ์จะมีเพียงการรับสัมผัสเท่านั้น พฤติกรรมการรับรู้เป็นกระบวนการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมที่ต่อเนื่องจากการรู้สึกสัมผัสรับรู้ เป็นกระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้าที่ผ่านเข้ามาในกระบวนการรู้สึก เมื่ออวัยวะรับสัมผัสกับสิ่งเร้าจะเกิดความรู้สึกแล้ว ส่งความรู้สึกนั้นไปตีความหรือแปลความหมายกลายเป็นการรับรู้ การรับรู้ประกอบด้วยกระบวนการ 4 กระบวนการ ได้แก่ การสัมผัส ชนิดและธรรมชาติของสิ่งเร้า การแปลความหมายจากการสัมผัส และการใช้ความรู้เดิมหรือประสบการณ์เพื่อแปลความหมาย

องค์ประกอบที่ทำให้เกิดการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย

ธิดารัตน์ เทพพานิช (2560 :13-16) ศึกษารวบรวมเอกสารงานวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรพบว่า มีการศึกษาและพัฒนาแนวคิดมาอย่างต่อเนื่อง โดยงานวิจัยของไอเซนเบอร์เกอร์ และคณะ (Eisenberger et al., 1986) ในครั้งแรกไม่ได้แบ่งองค์ประกอบการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ออกเป็น รายด้าน (Unidimensional) แต่กล่าวถึงการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานว่าเป็นการรับรู้เกี่ยวกับองค์การของพนักงานโดยรวม (Generally Perception) หรือความเชื่อโดยรวมของพนักงาน (Global Belief) ว่าองค์กรเห็นคุณค่าต่อความพยายามของพวกเขาและเป็นห่วงเป็นใย ต่อความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานซึ่งต่อมา Eisenberger พบว่าไม่สามารถอธิบายการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรได้อย่างสมบูรณ์จึงได้ร่วมกับนักวิชาการอื่นอีกหลายท่าน

ขยายการ ศึกษาวิจัยเรื่องนี้ออกไปอีกหลายครั้ง (Eisenberger et al., 1990; Eisenberger, Cummings, Armeli and Lynch, 1997; Armeli, Eisenberger, Fasolo and Lynch 1998; Lynch, Eisenberger and Armeli, 1999; Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, Lynch and Rhoades, 2001; Eisenberger, Stinglhamber, Vandenberghe, Sucharski, and Rhoades, 2002) และในปี 2002 ได้ร่วมกับ Rhoades (Rhoades and Eisenberger, 2002) รวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การจำนวน 73 เรื่อง ทำการศึกษาวิเคราะห์ (Meta - Analysis) ผลที่ได้จากการศึกษา สรุปว่าองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การมี 2 ด้าน ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านองค์การ ประกอบด้วย

(1) ความยุติธรรมในองค์การ (Fairness) เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมของพนักงานในองค์การ หากพนักงานรับรู้ว่าการให้ความยุติธรรม จะเกิดความรู้สึกได้ว่าได้รับการสนับสนุนที่ดีจากองค์การ จึงเกิดการตอบสนองด้วยการแสดงพฤติกรรมที่เหมาะสม ซึ่งสามารถแบ่งความยุติธรรมเชิงกระบวนการนี้ออกได้เป็น 2 ด้าน คือ

(1.1) ด้านโครงสร้าง (Structural aspect) เป็นกระบวนการกำหนดกฎ ระเบียบและนโยบายอย่างเป็นทางการในการตัดสินใจกระทำในสิ่งที่มีผลกระทบต่อพนักงาน อันได้แก่กระบวนการกำหนดผลตอบแทน ต้องมีเกณฑ์มาตรฐาน มีความถูกต้อง โปร่งใส ตรวจสอบได้ ใช้ได้กับทุกคนทุกเวลา ก่อนการตัดสินใจมีข้อมูลที่ถูกต้อง มีหลักฐานที่เหมาะสมเพียงพอต่อการตัดสินใจ รวมทั้งการรับฟังความคิดเห็นของพนักงานเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการตัดสินใจ เป็นต้น

(1.2) ด้านสังคม (Social aspect) หรือ ความยุติธรรมเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interpersonal justice) เป็นกระบวนการของการมีปฏิสัมพันธ์ในการทำงานร่วมกันระหว่างหัวหน้าและลูกน้องที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน โดยที่หัวหน้าปฏิบัติต่อลูกน้องด้วยความสุภาพ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน รวมถึงด้านการจัดการในงาน ต้องสามารถอธิบายการตัดสินใจในงานของตนให้แก่ลูกน้องรับทราบอย่างถูกต้องเหมาะสม บนพื้นฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้ สร้างความนับถือ และไว้วางใจแก่ลูกน้อง จากการศึกษาพบว่าความยุติธรรมจากการได้รับการปฏิบัติจากหัวหน้าด้วยความยุติธรรม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การสนับสนุนขององค์การด้วยเช่นกัน (Masterson, Lewis, Goldman and Taylor, 2000; Eisenberger, Stinglhamber, Vandenberghe, Sucharski, and Rhoades, 2002)

(2) การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชา (Supervisor Support) เกิดจากการที่พนักงานพิจารณาว่าองค์การเป็นคุณค่าต่อการทำงานของพวกเขาอย่างน้อยเพียงใด ซึ่งจะพิจารณาเกี่ยวเนื่องมาถึงหัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชา เนื่องจากผู้บังคับบัญชาเป็นเหมือนตัวแทนขององค์การที่มีหน้าที่รับผิดชอบดูแลประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เพื่อรายงานต่อ

ผู้บริหาร นอกจากนี้ผู้บังคับบัญชายังถือเป็นบุคคลที่ใกล้ชิดและต้องติดต่อกับพนักงานมากกว่าผู้บริหารระดับสูง ดังนั้น การที่พนักงานประเมินพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชาว่าเป็นบุคคลที่มีเมตตาหรือใจร้ายย่อมเหมือนกับการประเมินองค์การด้วยเช่นกัน หากพนักงานประเมินว่า ผู้บังคับบัญชาเห็นคุณค่าในการทุ่มเททำงานของพนักงาน จะส่งผลให้เกิดทัศนคติต่อองค์การในทางบวก และเลือกที่จะทำงานให้องค์การต่อไป แต่หากพนักงานประเมินในทางลบ จะเกิดความ คับข้องใจ ไม่อยากมาทำงาน และลาออกจากองค์การในที่สุด จากการศึกษาของ Eisenberger et al. (2002) พบว่าการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้าทำให้เกิดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Asgari et al. (2008) ที่พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลทำให้พนักงานรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเพิ่มสูงขึ้น

(3) รางวัลและสภาพการทำงาน (Organizational Reward and Job Condition) เป็นการแสดงให้เห็นการรับรู้ขององค์การที่มีต่อการทุ่มเทในการทำงานของพนักงาน พนักงานจะประเมินรางวัลและผลตอบแทนที่ได้รับว่าองค์การเห็นความสำคัญของตน เมื่อได้รับรางวัลที่ถูกต้องเหมาะสมและยุติธรรมเท่านั้น หากเกิดความพึงพอใจกับรางวัลที่ได้รับจะส่งผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การของพนักงานที่เพิ่มขึ้น จากการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ (Pelle and Henry, 2007; Piercy, Cravens, Lane and Vorhies, 2006) ส่วนการสนับสนุนด้านสภาพการทำงานนั้น ให้ความหมายถึงการจัดให้มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำงาน การจัดสรรอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงานอย่างเหมาะสมเพียงพอ ตลอดจนให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยในการทำงาน Spector (1996: 295) กล่าวว่า สถานที่ทำงาน (Workplace) ส่งผลต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของลูกจ้าง การมีเครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่เหมาะสม และเพียงพอในการปฏิบัติงาน มีส่วนทำให้ลูกจ้าง ทำงานได้อย่างเต็มกำลังความสามารถ ช่วยลดอุบัติเหตุ ลดความเครียด

นอกจากนี้การศึกษาวិเคราะห์ (Meta - Analysis) ของ Eisenberger et al. (2002) พบว่า รางวัลและสภาพการทำงานที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ซึ่งรางวัลและสภาพการทำงานดังกล่าวสามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

1. การยอมรับและเห็นคุณค่า ค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่งงาน (Recognition, Pay and Promotion) จึงทำให้พนักงานทุ่มเทในการทำงาน เพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้
2. ความมั่นคงในการทำงาน (Job Security) เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับพนักงานว่าองค์การ จะยังคงจ้างพนักงานให้ทำงานให้แก่องค์การนั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นพนักงานรู้สึกว่าคุณค่าองค์การให้การสนับสนุนต่อพนักงานในระดับสูง

3. ความเป็นอิสระในการตัดสินใจ (Autonomy) เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเชื่อใจขององค์กรที่มีต่อพนักงานว่าจะสามารถตัดสินใจในการทำงาน และสามารถวางระบบการทำงานได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะทำให้งานประสบความสำเร็จได้ตามที่องค์กรคาดหวัง นอกจากนี้ความเป็นอิสระในการตัดสินใจในระดับที่สูงจะส่งผลให้การสนับสนุนจากองค์กรมีระดับที่เพิ่มขึ้นด้วย

4. ความเครียด (Role Stressors) เป็นความรู้สึกเกิดจากการที่พนักงานรู้สึกว่าไม่สามารถจัดการกับสภาพการทำงานที่กดดันได้ ความเครียด อาจเกิดจากการกดดันในองค์กร หรือความกดดันภายนอก ความเครียดจะลดระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร แหล่งของความเครียดที่เกิดจากงานที่จะลดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ได้แก่ การมีภาระงานที่มากเกินไป การขาดข้อมูล ความไม่ชัดเจนในหน้าที่ความรับผิดชอบ เป็นต้น

5. การฝึกอบรม (Training) การฝึกอบรมเป็นการสื่อสารให้เห็นถึงการลงทุนขององค์กรที่มีต่อพนักงาน ซึ่งจะมีผลนำไปสู่การเพิ่มระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

6. ขนาดขององค์กร (Organization Size) พนักงานจะรู้สึกว่าตนมีคุณค่าน้อยลงถ้าอยู่ในองค์กรที่มีขนาดใหญ่ เพราะองค์กรขนาดใหญ่มีนโยบายและวิธีการทำงานที่เป็นทางการสูง มีกระบวนการทำงานที่ไม่ยืดหยุ่นทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของพนักงาน ส่งผลให้ระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานลดลง

2) องค์ประกอบด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล

(1) บุคลิกภาพ ประกอบด้วย อารมณ์ความรู้สึกทางบวกและทางลบมีความสัมพันธ์กับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เพราะทำให้พนักงานตีความการกระทำขององค์กรว่าใจดี มีเมตตาหรือโหดร้าย บุคลิกภาพมีผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เพราะส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน อารมณ์ทางบวกทำให้พนักงานมีพฤติกรรมที่เป็นมิตร ทำให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานที่ดี มีสัมพันธภาพที่ดีกับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน อารมณ์ทางลบส่งผลให้พนักงานมีพฤติกรรมก้าวร้าวหรือขาดงาน ซึ่งจะบั่นทอนสัมพันธภาพในการทำงาน และลดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

(2) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ การศึกษา เพศ และอายุงานมีผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เช่น พนักงานอายุน้อยจะรู้สึกไม่พึงพอใจองค์กรมากและมีแนวโน้มที่จะลาออกสูง พนักงานที่มีอายุงานมากจะมีประสบการณ์ในการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรมากกว่า ทำให้มีความรู้สึกที่ดีต่อองค์กร ทำให้เกิดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรอยู่ในระดับที่ดีกว่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

งานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิณ (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า การรับรู้

การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล แต่การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

งานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรที่ทำงานในองค์กรภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน จำนวน 182 คน พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ องค์กรต้องเสริมสร้างหรือสนับสนุนบรรยากาศในองค์กรให้เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น การให้รางวัลที่มีคุณค่าต่อความคิดสร้างสรรค์ การให้อิสระในการทำงานและการทำงานที่ท้าทาย การฝึกอบรมที่เน้นการเสนอความคิดใหม่ ๆ และทักษะการแก้ปัญหาสำหรับความคิดสร้างสรรค์ โดยการดำเนินการดังกล่าวยังส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรที่ยอมสนับสนุนต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลอีกชั้นหนึ่งด้วย ดังนั้นการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร จะส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กรช่วยส่งเสริมต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล นำไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลรวมถึงความอยู่รอดและเติบโตขององค์กร

งานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลเชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

บทความวิชาการของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีการศึกษาจำนวนมาก โดยใช้ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) และบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ เสนอว่า หากฝ่ายหนึ่งกระทำดีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายที่ได้รับรางวัลก็จะทำดีตอบ ตามทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรจะเกี่ยวกับการรับรู้ความยุติธรรมในการปฏิบัติ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงานที่ดีและการให้รางวัลการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรของบุคลากรส่งผลดีต่อองค์กร คือ การขาดงานและลาออกจากงานลดลง ความผูกพันกับองค์กรและผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น

งานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2556) ศึกษาเขาว์อารมณ์และประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 554 คน พบว่า

ความคิดเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามกับ เซวาร์อาร์มณีย์รายด้าน เซวาร์อาร์มณีย์โดยรวม และประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจากปัจจัยต่าง ๆ คือ เซวาร์อาร์มณีย์ (EQ) โดยรวมและด้านต่าง ๆ และ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลคือ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์เป็นปัจจัยแรกที่มีอิทธิพล โดยมีเซวาร์อาร์มณีย์โดยรวม (EQ) และเซวาร์อาร์มณีย์ด้านการตระหนักรู้อารมณ์ตนเอง (EQ1) มีอิทธิพลลำดับถัดมาตามลำดับ

งานวิจัยของ Diliello, Houghton and Dawley (2011, อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์สินาวิน, 2559) ศึกษาบุคลากรหน่วยงานภายใต้สัญญาของกองทัพสหรัฐอเมริกา พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามกับความคิดสร้างสรรค์ แต่การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์

งานวิจัยของ ธิตารัตน์ เทพพานิช (2560) ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การโดยรวมอยู่ในระดับสูง ดังนั้นคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาและต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และจัดบรรยากาศขององค์การให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอนหรือการแสดงผลงานของนักศึกษา

งานวิจัยของ อัมพิกา สุนทรภักดี (2560) ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ การรับรู้ความสามารถของตนเองดานอาชีพ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง โดยมีการยึดมั่นต่อเป้าหมายเป็นตัวแปรสื่อ พบว่า พนักงานขายในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การอยู่ในระดับสูง

งานวิจัยของ ชวิศา กาญจนรัตน์ (2558) ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและแรงจูงใจภายใน ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา พบว่า บุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การโดยรวมอยู่ในระดับสูง

กล่าวสรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย หมายถึง การรับรู้ ความรู้สึก ความเชื่อของบุคคล ที่ได้รับจากการทำงานในองค์การว่าจะได้รับรางวัลตอบแทน การดูแลเอาใจใส่ การยกย่อง การยอมรับ การพัฒนาและอบรมเพิ่มพูนความรู้ที่ดีขึ้น ให้คุณค่ากับผลงานและความทุ่มเทในการทำงานของบุคคล อีกทั้งการให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ ขององค์การแก่บุคคล ให้มีความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ทำหรือการพัฒนาต่อยอดผลงานนั้นต่อไป

3. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ความหมายบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

คำว่า Personality มีรากศัพท์มาจากคำว่า Persona ซึ่งเป็นภาษาละติน ซึ่งหมายความว่า หน้ากากที่ตัวละครใส่เวลาแสดงละคร แล้วตัวละครแต่ละตัวจะแสดงบทบาทให้เหมาะสมสอดคล้องกับหน้ากากที่ตัวเองสวมใส่ (วันดี ระเบจริญ, 2535, อ้างถึงใน จิตรวี มุสิกสุต, 2556)

แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The Big Five Model) ได้เริ่มพัฒนาเป็นครั้งแรกโดย Allport และ Odbert ในปี ค.ศ.1930 ที่ได้ทำการศึกษาคำอธิบายลักษณะนิสัยของมนุษย์ในภาษาอังกฤษที่รวบรวมได้ถึง 4,000 – 5,000 คำ ต่อมาลดทอนลงเฉพาะคำที่มีความหมายถึงลักษณะนิสัยทางจิตวิทยาได้ 1,800 คำ และในปี ค.ศ.1943 Cattell ได้ลดทอนลงมาเป็นอีกเป็น 35 ตัวแปร ซึ่งต่อมาได้สร้างแบบวัด 16 PF (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2558: 76)

พัฒนาต่อมาโดย Tupes, Cristal และ Norman (1960) ในปลายทศวรรษ 1970 และ ในปี ค.ศ. 1980 Costa และ McCrae ได้ทำการค้นคว้าขยายผลการศึกษารื่องลักษณะนิสัย โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อค้นหาความคงที่และโครงสร้างของบุคลิกภาพ ในตอนแรกเขาศึกษาเฉพาะ 2 มิติของบุคลิกภาพเท่านั้นคือ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) และบุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) ในเวลาต่อมาเขาพบว่าบุคคลมีลักษณะนิสัยที่สำคัญอีกมิติหนึ่ง คือ บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) ซึ่งในขณะนั้น Goldberg (1981) ได้นำเสนอบุคลิกภาพที่ถาวรของมนุษย์ 5 มิติ “The Big Five” แล้ว แต่ Costa และ McCrae ยังคงศึกษาเพียง 3 มิติเท่านั้น (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2558: 76)

จนถึงปี 1985 Costa และ McCrae จึงรายงานว่าเขาพบว่า บุคลิกภาพของบุคคลที่เป็นมิติใหญ่ มีเพิ่ม 2 มิติ เรียกว่า NEO-PIR (1985) ได้แก่ มิติการเห็นด้วยกับผู้อื่น (Agreeableness) และมิติการมีจิตสำนึก (Conscientiousness) ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ.1980 ถึง 1990 Costa และ McCrae ได้พัฒนาแบบสอบถามอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งใน ปี ค.ศ.1990 แนวคิดเรื่องทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบได้รับการยอมรับอย่างมาก สำหรับทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ Costa และ McCrae ได้รับการยอมรับมากกว่าฉบับอื่น ๆ เพราะผลการศึกษากันจนมากบ่งบอกความแม่นยำสามารถวัดลักษณะบุคลิกภาพได้คงที่ และมีความเป็นสากล (ศรีเรือน แก้วกังวาล, 2558: 77)

โกลด์เบอร์ก (Goldberg, 1990 quoted in Quality et al, 2006: 99) กล่าวว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นการจับกลุ่มบุคลิกภาพ และอธิบายบุคลิกภาพด้วยการใช้คำคุณศัพท์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Stability) การแสดงตัว (Extraversion) สติปัญญา (Intellect) ประนีประนอม (Agreeableness) และการมีจิตสำนึก (Conscientiousness) (มงคล อุตมชัยพัฒนากิจ, 2558)

อัลพอต (Allport quoted in Cloninger, 2006: 190, อ้างถึงใน นิภาพร พวงมี, 2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพเป็นผลจากกลไกที่เกิดขึ้นภายในร่างกายของมนุษย์ ซึ่งกลไกนั้นเกิดจากร่างกายได้รับรู้ต่อสิ่งกระตุ้น แล้วสมองจึงสั่งการ เพื่อตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นนั้น และแสดงออกมาทางพฤติกรรม ซึ่งการแสดงพฤติกรรมนั้นจะมีลักษณะที่แตกต่างในแต่ละบุคคล

Good (1973: 417, อ้างถึงใน พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว, 2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง การรวมตัวของการแสดงปฏิกิริยาโต้ตอบทางด้านจิตวิทยาและสังคมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเป็นลักษณะที่แสดงออกทางด้านอารมณ์ จิตใจและพฤติกรรมของบุคคล

Burger (2000) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง รูปแบบที่ประกอบเป็นพฤติกรรมของบุคคล และกระบวนการปฏิสัมพันธ์ภายในตนเองซึ่งประกอบเป็น 2 ส่วน คือส่วนที่หนึ่งเป็นรูปแบบของพฤติกรรม ส่วนที่สองเป็นกระบวนการปฏิสัมพันธ์ภายในตนเองเกี่ยวกับเรื่องของ อารมณ์ แรงจูงใจ และกระบวนการรู้คิดที่อยู่ในจิตใจและมีผลให้บุคคลแสดงความรู้สึกออกมา

Gatewood (2001) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง เอกลักษณ์ของบุคคลที่มีคุณลักษณะเป็นตัวกำหนดรูปแบบของบุคคลในการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม

Hilgard et al. (1979, อ้างถึงใน จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์, 2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะโดยรวมของพฤติกรรมและวิธีการคิดที่บุคคลแต่ละคนใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม

แคทเทล (Catell quoted in Cloninger, 2006: 222, อ้างถึงใน นิภาพร พวงมี, 2554) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ คือ สิ่งที่จะช่วยให้เราทำนายได้ว่าบุคคลจะกระทำอะไรในสถานการณ์ที่กำหนดขึ้น บุคลิกภาพเป็นเรื่องของพฤติกรรมทุกส่วนของแต่ละบุคคล ทั้งพฤติกรรมที่เปิดเผยและพฤติกรรมที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน ดังนั้นการศึกษาบุคลิกภาพจะต้องศึกษาพฤติกรรมให้ครบทุกส่วนไม่ใช่ศึกษาเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น

นวลละออ สุภาพล (2527: 3) ได้สรุปคำจำกัดความของบุคลิกภาพ จากทฤษฎีบุคลิกภาพหลาย ๆ ท่าน ว่ามีความหมายครอบคลุม 2 ประการ คือ

1. เป็นความหมายที่แสดงถึงทักษะทางสังคมหรือความคล่องตัว เป็นความสามารถในการตอบสนองกับบุคคลต่าง ๆ ในสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันในความหมายนี้บุคลิกภาพสามารถฝึกฝนกันได้
2. พิจารณาบุคลิกภาพในลักษณะเป็นสิ่งที่ติดตามมาและแสดงออกในลักษณะต่าง ๆ เช่น บุคลิกภาพก้าวร้าว ยอมตามผู้อื่น ผู้ที่สังเกตจะเลือกคุณสมบัติหรือปริมาณซึ่งเป็นลักษณะเด่นของผู้ที่ถูกสังเกต และเป็นลักษณะที่สำคัญที่ก่อให้เกิดความประทับใจโดยส่วนรวม ถ้ากล่าวโดยสรุปคือให้คำจำกัดความในความหมาย 2 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ ดีและเลว

สวานาพร พัฒน์กุล (2522: 116) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ลักษณะเฉพาะตัวในด้านการดำรงชีวิตบุคคลซึ่งจำเป็นจะต้องสัมพันธ์กับการรักษาตำแหน่งงาน และการได้รับการยกย่องนับถือในผลงานหรือการเลื่อนตำแหน่งการงานนั้น

จตุมา เสรีพิทยารัตน์ (2554: 12) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัยของบุคคลที่แสดงออกต่อสิ่งแวดล้อมทั้งภริยา ท่าทาง และลักษณะทางอารมณ์ เจตคติ ที่แสดงออกโดยมีแบบเฉพาะตัว

นงลักษณ์ สุทธิวิวัฒน์ (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง สภาวะทุกอย่างที่ประกอบกันขึ้นเป็นบุคคล โดยรวมถึงคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะทางจิตใจ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกระทำของบุคคลรวมในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นหน่วยรวมของระบบทางกายและจิตภายในตัวบุคคล ซึ่งกำหนดลักษณะการปรับตัวเป็นแบบเฉพาะของบุคคลนั้นต่อสิ่งแวดล้อม เห็นได้ชัดจากลักษณะนิสัยในการคิด และแสดงออก รวมทั้งทัศนคติและปรัชญาในการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล

สิริลักษณ์ พงศ์นาวิน (2544: 10) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง คุณสมบัติต่าง ๆ ทางด้านสรีระ ลักษณะเฉพาะบุคคล ทั้งพฤติกรรมภายใน ได้แก่ ความรู้สึก สำนึกคิด เจตคติ และพฤติกรรมภายนอก ได้แก่ การแสดงออกทางร่างกาย ภริยาท่าทาง ซึ่งเป็นความพยายามของบุคคลที่จะปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม

จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์ (2556: 215) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง แบบแผนพฤติกรรมซึ่งเกิดขึ้นซ้ำ ๆ และเป็นลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลที่ใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม แบบแผนพฤติกรรมประกอบด้วยพฤติกรรมภายนอกที่แสดงออก และพฤติกรรมภายในของบุคคล ซึ่งทำให้บุคคลนั้นแตกต่างจากบุคคลอื่น

ศรีเรือน แก้วกังวาล (2551: 7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลในด้านต่าง ๆ ทั้งส่วนภายนอกและส่วนภายใน ซึ่งถูกหล่อหลอมและประสมประสานด้วยพันธุกรรม วัฒนธรรม การเรียนรู้วิธีปรับตัวของบุคคลและสิ่งแวดล้อมที่เป็นนามธรรมและวัตรธรรมแต่เป็นสิ่งไม่ตายตัวเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา การเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมไม่สามารถแยกลักษณะของบุคลิกภาพออกเป็นส่วนต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ต่อกันและกัน และมีผลกระทบต่อกันเป็นลูกโซ่

สุกัญญา เจริญมี (2558: 24) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะส่วนรวมเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ทำให้สามารถแยกแยะความแตกต่างของบุคคลได้ และช่วยให้สามารถทำนายได้ว่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นบุคคลจะแสดงพฤติกรรมอย่างไร

สุธิลักษณ์ นิติธรรม แก่นทอง (2555: 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะแต่ละบุคคล แสดงออกทางท่าทาง ความรู้สึกนึกคิด กิริยามารยาท ลักษณะนิสัย

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คนสองคนที่จะมีลักษณะเหมือนกันทุกอย่งนั้นไม่มีแน่ มนุษย์แต่ละคนมีลักษณะพฤติกรรมพิเศษเป็นของตัวเอง ตั้งแต่ลักษณะกายภาพ เช่น รูปร่างหน้าตา ท่าทาง การเดิน การใช้เสียงพูดจากปราศรัยหักทลาย ลักษณะกิจกรรมารยาท ตลอดจนลักษณะซ่อนเร้นภายในที่พร้อมจะแสดงออกมาได้ เมื่อยามมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าเกิดขึ้นหรือมีสิ่งเร้าเกิดขึ้นมาเช่น ต่อสู้ ล่าถอย ดุดัน เมตตา เป็นต้น แต่ละคนจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองในชีวิตเราจะสังเกตเห็นเพื่อนบางคนมีลักษณะเขาเปรียบคนอื่น เขาแต่ได้ไม่ยอมเสียเห็นแต่ประโยชน์ตน มีความก้าวร้าว มีความกล้าหาญ มีความเป็นอิสระ ชักช้า ชี้ฉลาด ตามใจเพื่อนใจบุญเสียสละ ฯลฯ เหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกันลักษณะเฉพาะแต่ละคนแบบนี้เรียกว่า “บุคลิกภาพ”

ธิตินันท์ ธานีรัตน์ (2555: 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หรือ Personality ในทางจิตเวช หมายถึง แบบแผนหรือลักษณะจำเพาะของแต่ละบุคคลที่แสดงออกในการใช้ชีวิตประจำวัน ปกติ ซึ่งเป็นผลรวมของความรู้สึกนึกคิด การรับรู้และพฤติกรรมของบุคคลนั้น บุคลิกภาพของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันออกไป เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านพันธุกรรม ประวัติการเลี้ยงดูในวัยเด็ก รวมถึงประสบการณ์ทางสังคมในอดีตของบุคคลนั้น ๆ ก่อให้เกิดแบบแผนหรือลักษณะเฉพาะที่ใช้ในการดำเนินชีวิตและจัดการกับปัญหาในชีวิตที่แตกต่างกัน

ประไพพรรณ ศรีปาน (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัยทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบขึ้นเป็นตัวบุคคลซึ่งสามารถมองเห็นได้จากภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิจกรรมารยาทการแต่งกาย วิธีการพูด และลักษณะภายใน ได้แก่ สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ความรู้สึกนึกคิดที่รวมกันเป็นแบบอย่างเฉพาะของบุคคล จะแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ ซึ่งทำให้แต่ละคนมีบุคลิกภาพที่ต่างกันออกไป รวมถึงการปรับตัวของบุคคลให้เข้ากับโลกภายนอก

จันทิมา เบ็ญจรัตน์ (2550: 17) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลทั้งในด้านความคิด ความรู้สึก พฤติกรรมซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้บุคคลแต่ละคน มีความแตกต่างกัน

ณัฐกร อินทุยศ (2556: 75) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะเฉพาะโดยรวมของบุคคลทั้งในด้านร่างกาย ลักษณะนิสัย สติปัญญา ความสามารถ ฯลฯ อันเป็นผลมาจากพันธุกรรมและสิ่งแวดล้อมของบุคคลแต่ละบุคคล จึงมีบุคลิกภาพแตกต่างกัน โดยบุคลิกภาพมีบทบาทสำคัญอย่างมาก ในการเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของแต่ละบุคคล รวมถึงการกำหนดลักษณะการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นด้วย

สมศรี สุกุมลนันทน์ (2556: 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะอันเป็นจำเพาะแต่ละบุคคลซึ่งแสดงออกทางท่าทาง ความรู้สึกนึกคิด ความเฉลียวฉลาด ตลอดจนกิจกรรมารยาท ลักษณะนิสัยและอุปนิสัยที่แต่ละบุคคลสามารถดัดแปลง แก้ไข เสริมสร้างให้ดีขึ้นได้

กล้าหาญ ณ น่าน (2557: 44) บุคลิกภาพ เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวกับอารมณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การแสดงออก ทักษะคิด การจูงใจ หรือพฤติกรรมของบุคคลแสดงออกในสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป (McCrae & Costa, 1989) นอกจากนี้บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบสามารถใช้ทำนายผลการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกับผู้สมัครงานรายใหม่ (McCrae & Costa, 1992 : 13 -18) จึงกล่าวได้ว่าแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อวงการอุตสาหกรรม ในการนำมาใช้ในการจัดการองค์การให้มีประสิทธิภาพ

พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว (2552: 4) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะต่าง ๆ ของแต่ละบุคคลที่รวมกันแล้ว ทำให้บุคคลนั้นแตกต่างจากบุคคลอื่น ลักษณะต่าง ๆ เหล่านี้ได้แก่ รูปร่างลักษณะ อุปนิสัยใจคอ กิริยาท่าทาง ความสนใจ ทักษะคิด ตลอดจนพฤติกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลนั้นแสดงออกมา

ภัทรพันธ์ หุ่่นรักรวิทย์ (2559) ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ประกอบไปด้วย 1. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) ได้แก่ ความวิตกกังวล เป็นคนโกรธง่าย ความท้อแท้ การคำนึงถึงแต่ตนเอง การมีความกระตือรือร้น และมีอารมณ์แปรปรวน 2. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) ได้แก่ การเป็นผู้มีความอบอุ่น ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา การชอบมีกิจกรรม ชอบแสวงหาความตื่นเต้น การมีอารมณ์ด้านบวก 3. บุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ (Openness to experience) ได้แก่ การเป็นคนช่างฝัน ความสุนทรีย์ การเปิดเผยความรู้สึก การปฏิบัติ การมีความคิด การยอมรับค่านิยม 4.บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) ได้แก่ การเป็นผู้ไว้ใจผู้อื่น ความตรงไปตรงมา ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ การยอมตามผู้อื่น ความสุภาพ และความมีจิตใจอ่อนโยน และ 5.บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) ได้แก่ การมีความสามารถ ความเป็นระเบียบ การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ ความต้องการสัมฤทธิ์ผล ความมีวินัยต่อตนเอง และแนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน ซึ่งบุคลิกภาพในแต่ละลักษณะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้บุคคลมีความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

แนวคิด ทฤษฎีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

คอस्ता และแมคเคอร์ (Velting and Holm, 1995: 212; Costa and McCrae อ้างถึงใน มงคล อุดมชัยพัฒนานากิจ, 2558) ได้สรุปแนวคิดของทฤษฎีไอแซงค์ (Eysenck, 1970) ซึ่งบ่งลักษณะนิสัยออกเป็นสองกลุ่ม ใหญ่ คือ เก็บตัว - แสดงตัว (Introverted - Extroverted) และหวั่นไหว - มั่นคง (Neuroticism - Stability) คอस्ता และแมคเคอร์ได้พิจารณาแนวคิดของไอแซงค์ร่วมกับบุคลิก

ห้าองค์ประกอบของนอร์แมน (Norman, 1963) และพัฒนาขึ้นเป็นบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ โดยในช่วงแรกบุคลิกภาพที่อธิบายลักษณะของมนุษย์ตามแนวคิดของพวกเขามีเพียงสามองค์ประกอบ ได้แก่ ความหวั่นไหว (Neuroticism) การแสดงตัว (Extroversion) และการเปิดรับประสบการณ์ (Openness to Experience) ต่อมาพวกเขาพบว่า องค์ประกอบที่พวกมันเข้าพัฒนาขึ้นมีความคล้ายคลึงกับ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมากจึงได้เพิ่มองค์ประกอบสองด้าน ได้แก่ การประนีประนอม (Agreeableness) และการมีจิตสำนึก (Conscientiousness) จนกลายเป็นบุคลิกภาพห้า องค์ประกอบในที่สุด

นักจิตวิทยา Paul T. Costa และ Rober McGrae (1995 Santrock, 498 – 499, อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ พงษ์โสภา, 2555) เป็นผู้ศึกษาวิจัยบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบ (the big five personality factors หรือ supertraits) เรียกว่า "supertraits" ช่วยให้เข้าใจบุคลิกภาพที่แสดงถึง ประสบการณ์ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม และความสามารถพยากรณ์สภาพทางร่างกายและ สุขภาพจิต หรือเรียกว่า OCEAN ประกอบด้วย

1. บุคลิกภาพแบบเปิดกว้าง (Openness) หมายถึง ผู้ที่รู้จักคิดสร้างสรรค์อย่างมีจินตนาการ ให้ความสนใจในสิ่งที่หลากหลาย มีลักษณะเป็นตัวของตัวเอง กล้าเปิดเผยความรู้สึก หรือพร้อมที่จะ รับรู้และคล้อยตามสภาวการณ์

2. บุคลิกภาพแบบมีสติ (Conscientiousness) หมายถึง ผู้ที่สามารถบริหารจัดการได้อย่างมี ระเบียบวินัย ให้ความสำคัญต่อระวางและมีความรับผิดชอบ หรือผู้ที่ขาดแบบแผนในชีวิต ชอบชีวิตเร่งรีบ และขาดความรอบคอบ

3. บุคลิกภาพแบบเปิดเผยแสดงตน (Extroversion) หมายถึง ผู้ที่มีความร่าเริงในชีวิต ชอบร่วมกิจกรรมสังสรรค์สมาคม แสวงหาความตื่นเต้น กล้าแสดงออก หรือเป็นบุคคลที่ชอบสันโดษ และเคร่งขรึมจริงจัง

4. บุคลิกภาพแบบยอมรับ (Agreeableness) หมายถึง ผู้ที่ดูสุภาพอ่อนโยน น่าไว้วางใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ แสดงการถ่อมตน ยอมตามผู้อื่น พร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือแก่ทุกคน หรือกลับ กลายเป็นผู้ที่โหดร้าย ช่างสงสัย และไม่ให้ความร่วมมือ

5. บุคลิกภาพที่มีความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional Stability/Neuroticism) หมายถึง ผู้รักความสงบ มีจิตใจมั่นคง พอใจในตนเอง หรือเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นวิตก (Neuroticism) ขาดความมั่นใจ มีความน่าสงสารให้แก่ตนเอง พฤติกรรมรีบร้อน หรือซึมเศร้าและมีอารมณ์แปรปรวน

Costa & McCrae (1992, อ้างถึงใน สิริภรณ์ ระวังงาน, 2553; นิภาพร พวงมี, 2554; ศิริมา ตันทลีลา, 2555; ประไพพรรณ ศรีปาน; 2555; เขมวัฒน์ รัตนจิรันดร, 2556; สุกัญญา เจริญมี, 2558) แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ประกอบไปด้วย

1. บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism) เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล (Anxiety) เป็นคน โกรธง่าย (Anger) ความท้อแท้ (Discouragement) การคำนึงถึงแต่ตนเอง (Self-Consciousness) การมีความกระตือรือร้นรุนแรง (Impulsiveness) และมีอารมณ์เปราะบาง (Vulnerability)

1.1 ความวิตกกังวล (Anxiety) หมายถึง บุคคลที่มีความว้าวุ่น หวาดกลัว มีแนวโน้มที่จะวิตกกังวล ตึงเครียด กระสับกระส่าย

1.2 ความโกรธ (Anger) หมายถึง ลักษณะที่บ่งชี้แนวโน้มของความโกรธและภาวะที่ว้าวุ่น เช่น หงุดหงิดง่ายและมีความขุ่นเคือง

1.3 ความท้อแท้ (Discouragement) หมายถึง ผู้ที่มีความรู้สึกผิด เศร้า สิ้นหวัง และว้าวุ่น เป็นผู้ที่มีความท้อแท้ง่าย

1.4 คำนึงถึงแต่ตนเอง (Self - Consciousness) หมายถึง ลักษณะผู้ที่มีอารมณ์ความรู้สึกเต็มไปด้วยความละอาย รู้สึกไม่สบายใจที่จะมีผู้อื่นอยู่แวดล้อม ไวต่อการแสดงออกที่มีผู้อื่นมีต่อตนเอง และมีแนวโน้มที่จะรู้สึกต่ำต้อย รู้สึกอาย หรือรู้สึกกังวลเวลาที่ต้องเข้าสังคม

1.5 มีความกระตือรือร้นรุนแรง (Impulsiveness) หมายถึง การที่ไม่สามารถควบคุมแรงกระตุ้นและความต้องการของตนเอง

1.6 อารมณ์เปราะบาง (Vulnerability) หมายถึง ความอ่อนแอต่อความเครียดไม่สามารถเผชิญกับความเครียดได้ เป็นผู้ที่ต้องพึ่งพาผู้อื่น เป็นคนสิ้นหวังตื่นตระหนกเมื่อประสบกับสถานการณ์ฉุกเฉิน

ตารางที่ 1 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)

ลักษณะการย่อยของบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนสูง
ความวิตกกังวล	ผ่อนคลาย สงบ	วิตกกังวล
ความโกรธ	สุขุม	โกรธง่าย
ความท้อแท้	ท้อแท้น้อย	ท้อแท้ง่าย
การคำนึงถึงแต่ตนเอง	อึดอัดยาก	รู้สึกอึดอัดง่าย
การมีความกระตือรือร้นรุนแรง	ทนต่อสิ่งที่มากระตุ้น	ถูกกระตุ้นได้ง่าย
อารมณ์เปราะบาง	รับมือกับความเครียดได้ดี	รับมือกับความเครียดได้ยาก

ที่มา : Costa & McCrae,1992

2. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion) หมายถึง การเป็นผู้มีความอบอุ่น (Warmth) การชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Gregariousness) การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา (Assertiveness) การชอบมีกิจกรรม (Activity) การชอบแสวงหาความตื่นเต้น (Excitement-seeking) การมีอารมณ์ด้านบวก (Positive Emotions)

2.1 เป็นผู้มีความอบอุ่น (Warmth) หมายถึง การเป็นผู้ที่มีความรักและเป็นมิตรต่อผู้อื่น เป็นผู้ที่มีความรักผู้อื่นอย่างแท้จริง

2.2 ความชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น (Gregariousness) หมายถึง ความชอบที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่น เป็นหมู่คณะ

2.3 การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา (Assertiveness) หมายถึง ผู้กล้าที่จะแสดงความเป็นผู้นำหรือเป็นผู้ที่มีอิทธิพลในสังคม

2.4 ชอบมีกิจกรรม (Activity) หมายถึง ผู้ที่มีความว่องไว ตื่นตัว มีความต้องการทำกิจกรรมอยู่เสมอ

2.5 ชอบแสวงหาความตื่นเต้น (Excitement-seeking) หมายถึง ผู้ที่ชอบสิ่งแวดล้อมที่มีสีสันสดใส

2.6 มีอารมณ์ด้านบวก (Positive Emotions) หมายถึง ผู้ที่มีความสนุกสนาน มีความสุข มีความหวังและมองโลกในแง่ดี

ตารางที่ 2 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extraversion)

ลักษณะการย่อยของบุคลิกภาพแบบแสดงตัว	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนสูง
ความอบอุ่น	สงบเสงี่ยม เป็นพิธีการ	อ่อนโยน เป็นมิตร สนุกสนาน
การชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น	ไม่ชอบเข้าสังคม	ชอบเข้าสังคม
การแสดงออกแบบตรงไปตรงมา	ชอบอยู่เบื้องหลัง	เป็นผู้นำ ช่างพูด มั่นใจ
การชอบมีกิจกรรม	ทำกิจกรรมอย่างสบาย ๆ ไม่เร่งรีบ	มีชีวิตชีวา กระฉับกระเฉง
การแสวงหาความตื่นเต้น	ไม่ค่อยต้องการความตื่นเต้น	กระหายความตื่นเต้น
การมีอารมณ์ด้านบวก	ไม่ค่อยร่าเริง	ร่าเริง มองโลกในแง่ดี

ที่มา : Costa & McCrae,1992

3. บุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ (Openness to experience) หมายถึง การเป็นคนช่างฝัน (Fantasy) การซาบซึ้งในความงาม (Aesthetics) การเปิดเผยความรู้สึก (Feelings) การปฏิบัติ (Actions) การมีความคิด (Ideas) และการยอมรับค่านิยม (Values)

3.1 เป็นคนช่างฝัน (Fantasy) หมายถึง ผู้ที่มีชีวิตไปด้วยการจินตนาการและความฝัน มีความคิดสร้างสรรค์ภายในตนเอง

3.2 มีความสุนทรีย์ (Aesthetics) หมายถึง ผู้ที่มีความหวั่นไหวกับงานและความงดงามในศิลปะ บทกวี

3.3 เปิดเผยความรู้สึก (Feelings) หมายถึง เป็นผู้ที่รับรู้อารมณ์และความรู้สึกภายในตนเอง

3.4 การปฏิบัติ (Actions) หมายถึง ผู้ที่พร้อมจะลองทำกิจกรรมใหม่ ๆ เช่น รับประทานอาหารใหม่ ๆ ชอบความแปลกใหม่หลากหลายกว่าความเคยชินที่ปฏิบัติอยู่

3.5 การมีความคิด (Ideas) หมายถึง มีความคิดที่จะเปิดรับเหตุการณ์หรือเรื่องใหม่ ๆ

3.6 การยอมรับค่านิยม (Values) หมายถึง การมีความพร้อมที่จะตรวจสอบค่านิยมต่าง ๆ เช่น ค่านิยมทางสังคม การเมือง และศาสนา

ตารางที่ 3 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ (Openness to experience)

ลักษณะการย่อยของบุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนสูง
การเป็นคนช่างฝัน	ให้ความสำคัญกับปัจจุบัน	ชอบจินตนาการ ช่างฝัน
การซาบซึ้งในความงาม	ไม่สนใจในศิลปะ	ชื่นชมศิลปะและความงาม
การเปิดเผยความรู้สึก	เพิกเฉยและระงับความรู้สึก	ให้คุณค่ากับอารมณ์ด้านต่าง ๆ
การปฏิบัติ	ทำในสิ่งที่คุ้นเคย	ทดลองสิ่งแปลกใหม่ หลากหลาย
การมีความคิด	เข้าใจเหตุผลในมุมมองแคบ	ให้ความสำคัญกับการใช้เหตุผล ในมุมมองกว้าง
การยอมรับค่านิยม	ยึดติดกฎเกณฑ์ความคิดตน	พร้อมที่จะพิจารณาค่านิยม ใหม่ ๆ

ที่มา : Costa & McCrae, 1992

4. บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness) หมายถึง การเป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น (Trust) ความตรงไปตรงมา (Straightforwardness) ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ (Altruism) การยอมตามผู้อื่น (Compliance) ความสุภาพ (Modesty) และการมีจิตใจอ่อนโยน (Tender-mindedness)

4.1 การเป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น (Trust) หมายถึง การที่เชื่อว่าผู้อื่นมีความซื่อสัตย์และเจตนาดี

4.2 ความตรงไปตรงมา (Straight Forwardness) หมายถึง การมีความจริงใจที่จะปฏิบัติต่อผู้อื่นอย่างตรงไปตรงมา

4.3 ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ (Altruism) หมายถึง ผู้ที่มีความห่วงใยในสวัสดิภาพของผู้อื่น เป็นผู้ที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น

4.4 การยอมตามผู้อื่น (Compliance) หมายถึง ผู้ที่มีลักษณะอ่อนโยนตอบสนองการกระทำของผู้อื่นอย่างสุขุม

4.5 ความสุภาพ (Modesty) หมายถึง ผู้ที่ถ่อมตน ไม่ชมว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่น

4.6 ความมีจิตใจอ่อนโยน (Tender - Mindedness) หมายถึง ผู้ที่ให้ความสำคัญต่อความเป็นมนุษย์ของผู้อื่น มีความห่วงใยต่อความต้องการของผู้อื่น

ตารางที่ 4 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)

ลักษณะการย่อยของบุคลิกภาพแบบประนีประนอม	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนสูง
การเป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น	ชอบถากถาง ช่างระแวง	มองผู้อื่นว่าซื่อสัตย์ เจตนาดี
ความตรงไปตรงมา	ระวังรอบคอบ พุดเกินจริง	ตรงไปตรงมา จริงใจ
ความรู้สึกเอื้อเฟื้อ	สิ่งเลที่เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องหรือช่วยเหลือผู้อื่น	เต็มใจที่จะช่วยเหลือผู้อื่น
การยอมตามผู้อื่น	ก้าวร้าว ชอบแข่งขัน	ประนีประนอม คล้อยตาม
ความสุภาพ	รู้สึกเหนือกว่าผู้อื่น	ถ่อมตน สงบเสงี่ยม สุภาพ
ความมีจิตใจอ่อนโยน	หัวดี ยึดติดกับเหตุผล	จิตใจอ่อนโยน พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง

ที่มา : Costa & McCrae,1992

5. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness) หมายถึง การมีความสามารถ (Competence) ความเป็นระเบียบ (Order) การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ (Dutifulness) การมีความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Achievement striving) ความมีวินัยในตนเอง (Self-discipline) และแนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน (Deliberation)

5.1 ความสามารถ (Competence) หมายถึง ผู้ที่มีความสามารถจัดการกับชีวิตตนเองได้ มีความเป็นเหตุเป็นผล และมีประสิทธิภาพในตนเอง

5.2 ความเป็นระเบียบ (Order) หมายถึง ผู้ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

5.3 การมีความรับผิดชอบในหน้าที่ (Dutifulness) หมายถึง ผู้ที่ยึดมั่นในหลักการทางจริยธรรม และปฏิบัติตามคำมั่นที่ให้ไว้

5.4 ความต้องการสัมฤทธิ์ผล (Achievement Striving) หมายถึง การทำงานหนัก เพื่อประสบความสำเร็จในงานตามเป้าหมาย

5.5 ความมีวินัยต่อตนเอง (Self - Discipline) หมายถึง ความสามารถที่จะเริ่มและปฏิบัติตามให้สำเร็จ แม้ว่าเต็มไปด้วยความเบื่อหน่ายหรืออุปสรรคก็ตาม

5.6 แนวคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน (Deliberation) หมายถึง การมีความคิดที่สามารถปฏิบัติได้ มีความระมัดระวังในการปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมาย

ตารางที่ 5 ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำและคะแนนสูงของบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)

ลักษณะการย่อยของบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนต่ำ	ลักษณะของผู้ที่ได้คะแนนสูง
การมีความสามารถ	รู้สึกว่าได้เตรียมความพร้อมบ่อยครั้ง	รู้สึกถึงความสามารถและความมีประสิทธิภาพ
ความเป็นระเบียบ	ไม่มีระบบ ไม่มีระเบียบ	เป็นระเบียบเรียบร้อย
การมีความรับผิดชอบในหน้าที่	ไม่เอาใจใส่ในหน้าที่	มีจิตสำนึกรับผิดชอบในหน้าที่
ความต้องการสัมฤทธิ์ผล	ต้องการสัมฤทธิ์ผลต่ำ	มีความพยายามเพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมาย
ความมีวินัยต่อตนเอง	ผัดวันประกันพรุ่ง วอกแวก	มุ่งไปปฏิบัติภารกิจให้เสร็จ
ความคิดที่ใช้ปฏิบัติงาน	ขาดการไตร่ตรอง รีบเร่ง	คิดอย่างรอบคอบก่อนปฏิบัติ

ที่มา : Costa & McCrae,1992

ปี 1992 คอสตาและแมคเคอร์ ได้ปรับปรุงและพัฒนาแบบทดสอบ NEO-PI ขึ้นเป็นแบบทดสอบ NEO-PI-R (The Revised NEO Personality Inventory) ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 240 ข้อ และนำไปแปลเป็นภาษาต่าง ๆ 6 ภาษาเพื่อการศึกษาข้ามวัฒนธรรม ได้แก่ ภาษาเยอรมัน ภาษาโปรตุเกส ภาษาฮิบรู ภาษาจีน ภาษาเกาหลี และภาษาญี่ปุ่น ซึ่งผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบสามารถใช้ได้เหมือนกันในทุกวัฒนธรรม (Liebert & Langenbach, 1998: 214-215, อ้างถึงใน นิภาพร พวงมี, 2554)

ตารางที่ 6 แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคเคอร์

องค์ประกอบบุคลิกภาพ	ลักษณะของผู้ได้คะแนนสูง	ลักษณะของผู้ได้คะแนนต่ำ
แบบแสดงตัว	เป็นคนมีเสน่ห์ ชอบเข้าสังคม ช่างพูด สนุกสนานร่าเริง ชอบทำกิจกรรม อารมณ์ขัน	เก็บตัว เจียบขริม จริงจัง รักสันโดษ เย็นชา ไร้ความรู้สึก
แบบหัวนไหว	วิตกกังวล อารมณ์แปรปรวน เวทนาสงสารตนเอง ประหม่าง่าย ฉุนเฉียวง่าย อารมณ์อ่อนไหวง่าย	สุขุมเยือกเย็น ปรับอารมณ์ได้ พึงพอใจในตนเอง วางตัวตามสบาย อารมณ์ไม่ฉุนเฉียวง่าย อารมณ์หนักแน่น
แบบเปิดรับประสบการณ์	มีจินตนาการสูง คิดสร้างสรรค์ ชอบริเริ่ม ชอบความหลากหลาย ใฝ่เรียนรู้ โอ้อวดอารี	ตรงไปตรงมา ยึดติดธรรมเนียมประเพณี ไม่คิดสร้างสรรค์ ชอบทำตามงานประจำ ไม่ใฝ่เรียนรู้ อนุรักษ์นิยม
แบบประนีประนอม	ใจอ่อน ไว้ใจผู้อื่นง่าย ยอมคล้อยตามผู้อื่น นิ่งเฉย ผ่อนปรน มีความอดทน	ไม่มีเมตตา ขี้สงสัย ขี้เหนียว ไม่เป็นมิตร ชอบวิจารณ์ผู้อื่น ขี้โมโห

ตารางที่ 6 แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของคอสตาและแมคเคร (ต่อ)

องค์ประกอบบุคลิกภาพ	ลักษณะของผู้ได้คะแนนสูง	ลักษณะของผู้ได้คะแนนต่ำ
แบบมีจิตสำนึก	มีจิตสำนึกรับผิดชอบ ทำงานหนัก มีระบบระเบียบ ตรงต่อเวลา ทะเยอทะยาน ยืนหยัด	ประมาท ขี้เกียจ ไม่มีระบบระเบียบ ผัดวันประกันพรุ่ง ไม่มีเป้าหมาย ล้มเลิกความตั้งใจง่าย

ที่มา : คอสตาและแมคเคร (Costa and McCrae, 1992 quoted in Feist and Feist, 2006: 416, อ้างถึงใน นิภาพร พวงมี, 2554)

การศึกษาบุคลิกภาพ คือ การศึกษาความคงที่ (Consistency) ความซับซ้อน (Complexity) ความหลากหลาย และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของบุคคลและกลุ่มบุคคลการศึกษาบุคลิกภาพได้เริ่มอย่างจริงจัง เมื่อประมาณร้อยกว่าปีมานี้ เนื่องจากความซับซ้อนและความหลากหลายของบุคลิกภาพ การศึกษาดังกล่าวจึงมีคำอธิบายและข้อสรุปหลายแนวคิด (ศรีเรือน แก้วกังวาน และคณะ, 2554) สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 7 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพ

แนวคิด	ฐานแนวคิด	หลักการสำคัญ
จิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis)	พฤติกรรมของบุคคลถูกควบคุม โดยพลังเร่าภายใน ซึ่งบางครั้งบุคคลไม่ตระหนักรู้ เช่น จิตใต้สำนึก เน้นความสำคัญของประสบการณ์วัยเด็ก	ค้นหาพลังจิตใต้สำนึก และอธิบายว่าพลังเหล่านี้ ทำให้บุคคลมีลักษณะบุคลิกภาพต่าง ๆ ออกไป ทั้งบุคลิกภาพปกติและผิดปกติ
มนุษยนิยม (Humanistic)	บุคคลทั่วไปเป็นคนดีมาแต่กำเนิด แต่บุคคลอาจมีภาพลักษณ์ด้านลบต่อตนเอง ถ้าอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่บั่นทอน	ภาพลักษณ์ของตน ทั้งทางบวกและทางลบ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม
พฤติกรรมนิยม (Behaviorist)	พฤติกรรมของบุคคลเกิดจากการที่บุคคลได้รับการเสริมแรงบวกและทางลบอย่างไร	พฤติกรรมและบุคลิกภาพอยู่ใต้อิทธิพลของการเสริมแรง

ตารางที่ 7 สรุปแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีบุคลิกภาพ (ต่อ)

แนวคิด	ฐานแนวคิด	หลักการสำคัญ
ลักษณะนิสัย (Trait)	บุคคลแต่ละคนมีคุณสมบัติต่าง ๆ กัน หลายลักษณะ เช่น ความซื่อสัตย์ ความก้าวหน้า ฯลฯ	เน้นการวัดคุณลักษณะต่าง ๆ เหล่านั้น และอธิบายว่าพฤติกรรม ของคนเกิดจากลักษณะนิสัยต่าง ๆ
แนวคิดเชิงรู้คิด (Cognitive)	พฤติกรรมของบุคคลจากกระบวนการคิด ความเชื่อ และการรับรู้ในสมรรถภาพ ของตน	ความคิดของคนเป็นตัวกำหนดการ กระทำและบุคลิกภาพของบุคคล

ที่มา : ศรีเรือน แก้วกังวาล (2554)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

งานวิจัยของ ซาครียา ศรีทอง (2547) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลการปฏิบัติหน้างานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่าง 178 คน พบว่าบุคลิกภาพ ด้านห้วนไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพด้านแสดงตัว ด้านเปิดกว้าง ด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น ด้านมีจิตสำนึก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพด้านห้วนไหว ด้านแสดงตัว สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคารได้ร้อยละ 27.5

ธนพล เตียสุวรรณ (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กับกลุ่มตัวอย่าง 299 คน พบว่าบุคลิกภาพด้านมีจิตสำนึก ด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดกว้าง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน และบุคลิกภาพด้านห้วนไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน บุคลิกภาพด้านมีจิตสำนึก ด้านห้วนไหว และด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานได้ร้อยละ 24.1

รัตนรพี ทองทั่ว (2552) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบความผูกพันแบบมั่นคง บุคลิกภาพตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการตำรวจระดับ ชั้นสัญญาบัตรจบการศึกษาอย่างน้อยระดับปริญญาตรี จำนวน 128 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1.มาตรวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2.มาตรวัดรูปแบบความผูกพัน 3.มาตรวัดลักษณะของบุคลิกภาพ ซึ่งผ่านการวิเคราะห์ค่าความเที่ยงของมาตรวัด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .97 , .98 , และ .81 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธีคัดเลือก

ตัวแปรเข้าสู่สมการแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า มีตัวแปร 3 ตัวแปร ที่สามารถทำนายภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 คือ รูปแบบความผูกพันแบบมั่นคง บุคลิกภาพแบบ เห็นด้วยกับผู้อื่น และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก โดยมีขนาดของความสัมพันธ์เท่ากับ .89 และตัวแปร ทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนในภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 78.7 โดย ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงที่สุดในการทำนายภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ รูปแบบความผูกพันแบบมั่นคง รองลงมาคือ บุคลิกภาพแบบเห็นด้วยกับผู้อื่น และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ตามลำดับ

สุขยา ชูแสง (2557) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและ ผลการเรียนรู้เป็นทีมบุคลากรทางด้าน การขนส่งสินค้าทางทะเลในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พบว่า บุคลากรด้านการขนส่งสินค้าทางทะเล มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวอยู่ในระดับสูง เป็นลักษณะ บุคลิกด้านบวกที่ทำให้คนรู้สึกดีต่อตัวเองและสิ่งรอบข้าง มักจะเป็นคนช่างสังคัม ช่างพูดช่างคุยอบอุ่น มีชีวิตชีวา มีเพื่อนเยอะ ไม่ชอบอยู่คนเดียว โดยลักษณะจะต้องติดต่อกับบุคคลภายนอก เพื่อประสานงาน

วรางคณา ชับซ้อน (2560) ศึกษาอิทธิพลของลักษณะบุคลิกภาพ บรรยากาศองค์การและ ความพึงพอใจในงานที่มีต่อการปรับตัวในการทำงานของครูต่างชาติในเครือโรงเรียนสองภาษา พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัวและบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ มีอิทธิพลต่อการทำงาน ของครูต่างชาติในเครือโรงเรียนสองภาษา

กล่าวสรุปได้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง บุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่แสดงออกมา จากการกระทำ การสีหน้าทางอารมณ์ ความชอบและความไม่ชอบของแต่ละบุคคล ลักษณะของ การพูด ที่แสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตได้ และใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับ สภาพแวดล้อม จึงทำให้แต่ละบุคลิกภาพมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปและยังช่วยให้สามารถ ทำนายได้ว่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น บุคคลเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาเช่นไร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประเทศไทยเห็นความสำคัญของการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ ประโยชน์มากขึ้น จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ทันต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่มี การพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง พร้อมกับสามารถประยุกต์ศาสตร์แขนงดังกล่าวไปใช้งานให้บังเกิด ประโยชน์สูงสุด ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นมหาวิทยาลัยที่มีเป้าหมายหลักในการผลิต บัณฑิตทุกระดับให้มีภูมิปัญญาสูง มีความคิดสร้างสรรค์ ยึดมั่นในคุณธรรม เพียบพร้อมด้วย จรรยาบรรณและจิตสำนึก ในความรับผิดชอบต่อสังคม จึงเล็งเห็นความสำคัญในการผลิตบัณฑิต ที่สามารถประยุกต์ความรู้และมีทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญต่อ การดำเนินงานขององค์กร และเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน โดยจะผลิตบัณฑิตจากพื้นฐานของ

การนำศักยภาพที่มีอยู่ของมหาวิทยาลัยมาประยุกต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งศักยภาพด้านศิลปะ ซึ่งมหาวิทยาลัยศิลปากรจัดอยู่ในระดับแนวหน้าของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยศิลปากรได้พัฒนาโครงการจัดตั้งคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ที่รับผิดชอบจัดการเรียนการสอน ณ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจจังหวัดหนึ่งในภูมิภาคตะวันตก อันจะทำให้บัณฑิตที่จบการศึกษาสามารถเข้าสู่ตลาดแรงงาน พัฒนาความเจริญให้กับชุมชน ท้องถิ่น และเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ตลอดจนความก้าวหน้าทางธุรกิจ โดยเริ่มดำเนินการจัดการเรียนการสอนในภาคการศึกษาด้าน ปีการศึกษา 2546 โดยเปิด 2 สาขาวิชา คือ สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ และสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ ในปีการศึกษา 2550 ได้ขยายพื้นที่การศึกษาเข้ามาในกรุงเทพมหานคร ณ วังท่าพระ และสำนักงานอธิการบดี ตลิ่งชัน มหาวิทยาลัยศิลปากร และจัดการเรียนการสอนเพิ่มขึ้นในหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต แบ่งเป็น 5 สาขาวิชา คือ วิชาเอกการโฆษณา วิชาเอกการลูกค้าสัมพันธ์ วิชาเอกภาพยนตร์ วิชาเอกวิทยุและโทรทัศน์ วิชาเอกวารสารและหนังสือพิมพ์ และในปีการศึกษา 2560 ได้มีการปรับปรุงหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต โดยควบรวมจาก 5 กลุ่มวิชา เป็น 3 กลุ่มวิชา คือ วิชาเอกการสื่อสารมวลชน วิชาเอกการสื่อสารเชิงธุรกิจ และวิชาเอกภาพยนตร์ และในปีการศึกษา 2560 คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ย้ายการเรียนการสอนจาก อาคาร กสท.โทรคมนาคม ชั้น 8 เขตบางรัก กรุงเทพมหานคร มายัง ซิตีแคมปัส เมืองทองธานี โดยจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 4 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ และนักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์ชั้นปีที่ 3-4 เพื่อขยายพื้นที่การจัดการเรียนการสอนของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนตามรอบระยะ 5 ปี (ราชกิจจานุเบกษา ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องเกณฑ์มาตรฐานหลักสูตรระดับปริญญาตรี พ.ศ. 2558) ประกอบด้วย

หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต

1. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ (Information Technology for Business)
2. สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ (Information Technology for Design)
 - 2.1 วิชาเอกการออกแบบแอนิเมชัน (Animation)
 - 2.2 วิชาเอกการออกแบบเกม (Game)
 - 2.3 วิชาเอกการออกแบบเว็บและสื่อโต้ตอบ(Web and Interactive Media)

หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต

1. สาขาวิชานิเทศศาสตร์ (Communication Arts)
 - 1.1 วิชาเอกการสื่อสารมวลชน (Mass Communication)
 - 1.2 วิชาเอกการสื่อสารเชิงธุรกิจ (Business Communication)
 - 1.3 วิชาเอกภาพยนตร์ (Film)

ปรัชญา

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสร้างสรรค์สังคม

ปณิธาน

สร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้นำสื่อสาร บูรณาการเทคโนโลยี

วิสัยทัศน์

เป็นคณะวิชาชั้นนำแห่งการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารด้วยความคิดสร้างสรรค์

พันธกิจ

1. พัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่มีคุณภาพเพื่อสร้างบัณฑิตที่มีความรู้ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความเชี่ยวชาญ และมีความรับผิดชอบต่อสังคม
2. สนับสนุน/ส่งเสริมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เฉพาะด้าน ความก้าวหน้าทางวิชาการ เพื่อประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และประเทศชาติ
3. บริการวิชาการแก่สังคมด้วยองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน สังคม และพัฒนาความสามารถในการแข่งขันระดับชาติและนานาชาติ
4. สืบสานและทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นและของชาติ ด้วยองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
5. การบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และเปิดโอกาสประชาคม มีส่วนร่วมในการเสนอแนะทางในการบริหารจัดการ
6. พัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อสนับสนุนพันธกิจด้านต่าง ๆ ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และมหาวิทยาลัยศิลปากร

แผนพัฒนาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : การพัฒนาหลักสูตรและจัดศึกษาโดยบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ากับศาสตร์ด้านต่าง ๆ เพื่อให้บัณฑิตมีความคิดสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมนักศึกษา เพื่อให้บัณฑิตมีคุณธรรม จริยธรรม มีความรับผิดชอบต่อสังคม และมีความคิดสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การปรับปรุงและพัฒนาสภาพแวดล้อมทางการศึกษาที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : พัฒนางานวิจัย/งานสร้างสรรค์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : การบริการวิชาการแก่สังคมด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 6 : อนุรักษ์และส่งเสริมเอกลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มคุณค่าแก่สังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 7 : การบริหารจัดการองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 8 : การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นองค์กรแห่งการสร้างสรรค์

ทำเนียบคณบดี

พ.ศ. 2546 – 2555

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชัยชาญ ถาวรเวช

พ.ศ. 2555 – 2559

อาจารย์มานพ เอี่ยมสะอาด

พ.ศ. 2559 – 16 มิถุนายน 2562 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมศักดิ์ ชาคินน้ำเพ็ชร

17 มิถุนายน – 22 ธันวาคม 2562 อาจารย์นฤชร์ สังข์จันทร์ (รักษาการแทนคณบดี)

23 ธันวาคม 2563 – ปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร กาญจนภูมิ

ที่ตั้ง

1. มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี เลขที่ 1 หมู่ที่ 3 ถนนชะอำ-ปราณบุรี ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี รหัสไปรษณีย์ 76120 โทร.032-594-033

2. มหาวิทยาลัยศิลปากร เมืองทองธานี เลขที่ 80 ถนนปิ่นเกล้า ต.บ้านใหม่ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 โทรศัพท์ (ชั่วคราว) 091-765-9890

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) และวิธีเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Inventory) ดังนี้

1. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยดำเนินการอย่างเป็นระบบและบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนการวิจัย 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมและค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความ แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้การสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และความคิดสร้างสรรค์ รวบรวมและสรุปประเด็นในการศึกษา กำหนดวัตถุประสงค์ เขียนโครงการทำวิจัยและขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นดำเนินการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องให้สมบูรณ์และนำเสนอภาคีวิชาเพื่อขออนุมัติหัวข้องานวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัยต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือสำหรับใช้ในการวิจัย ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ของเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อปรับปรุงคุณภาพเครื่องมือ และนำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย นำข้อมูลที่ได้นำมาตรวจสอบความถูกต้อง วิเคราะห์และแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลและเขียนเป็นรายงานการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 รายงานผลการวิจัย และดำเนินการจัดทำร่างรายงานผลการวิจัยเสนอคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่อง จัดพิมพ์ ตามที่คณะกรรมการผู้ควบคุมตรวจสอบ จัดพิมพ์รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อขออนุมัติจบการศึกษา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้เป็น นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 1,845 คน โดยแยกตามสาขาวิชา ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยจำแนกตามสาขาวิชาอย่างละเอียด ดังนี้

สาขาวิชา	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	รวม
เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ	47	70	89	82	288
เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ	143	143	166	143	595
นิเทศศาสตร์	247	248	227	240	962
รวม	437	461	482	465	1,845

ที่มา : กองบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร. รายชื่อตามหลักสูตร(ออนไลน์) เข้าถึงเมื่อ 9 มกราคม 2563 เข้าถึงได้จาก <http://reg1.su.ac.th/registrar/home.asp>

หมายเหตุ สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ ชั้นปีที่ 4 สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ ชั้นปีที่ 4 และสาขานิเทศศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 - 4 มีการจัดการเรียนการสอนที่วิทยาเขตเมืองทองธานี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane (1967: 1088 – 1089) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างได้ตามสูตรที่ใช้หาขนาดตัวอย่าง ที่ค่าระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าคลาดเคลื่อน 5% ดังนี้

สูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ประชากรทั้งหมดของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่าง ($\pm 5\%$)

แทนค่าสูตร

$$n = \frac{1845}{1+1845(0.05)^2}$$

$$n = 329$$

จากการแทนค่าจำนวนประชาชน 1,845 คน ตามสูตรดังกล่าว จะได้จำนวนกลุ่มขนาดประชากรตัวอย่าง 329 คน ผู้วิจัยได้คำนึงถึงการกระจายให้ครอบคลุม จึงเพิ่มการแจกแบบสอบถามออกไปจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุดมาทำการวิเคราะห์ โดยการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สัดส่วน

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง

สาขาวิชา	ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4	รวม
เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ	14	14	16	13	51
เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ	28	28	31	29	116
นิเทศศาสตร์	50	34	35	43	162
รวม	86	76	82	85	329

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่มีลักษณะคล้ายกับแบบสอบถามแต่ละข้อคำถามไม่ได้ถามผู้ตอบตรง ๆ แต่เป็นคำถามที่เป็นทำนองสิ่งเร้าหรือตัวกระตุ้นให้ผู้ตอบตอบคำถาม (รัตนาศิริพานิช, 2535; อ่างถึงโน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554) โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล มีลักษณะเป็นแบบสำรวจ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ สถานที่กำลังศึกษา สาขาวิชา ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม มีลักษณะของการเลือกคำตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) โดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาอีกครั้ง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 6 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามในส่วนนี้ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ท (Likert) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยให้คะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามระดับในการตอบ ซึ่งผู้ตอบคำถามจะตอบคำถามว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นต่อข้อคำถามนั้นมากน้อยเพียงใด มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินมาก

คะแนน 3 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นารีน (2559) มาประยุกต์ให้เข้ากับ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาอีกครั้ง ประกอบด้วย คำถามจำนวน 10 ข้อ มด โดยจะเกี่ยวข้องกับ

1. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ข้อ

2. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 5 ข้อ

ลักษณะของแบบประเมินในส่วนนี้ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ต (Likert) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยให้คะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามระดับในการตอบ ซึ่งผู้ตอบคำถามจะตอบคำถามว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นต่อข้อคำถามนั้นมากน้อยเพียงใด มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินมาก

คะแนน 3 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นารีน (2559) มาประยุกต์ให้เข้ากับคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผ่านความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาอีกครั้ง ประกอบด้วยคำถามจำนวน 60 ข้อ โดยจะเกี่ยวข้องกับ

1. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว จำนวน 12 ข้อ

2. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัว จำนวน 12 ข้อ

3. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดประสบการณ์ จำนวน 12 ข้อ

4. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม จำนวน 12 ข้อ

5. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบมีจิตสำนึก จำนวน 12 ข้อ

ลักษณะของแบบประเมินในส่วนนี้ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของ ลิเคิร์ต (Likert) โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ โดยให้คะแนน 1, 2, 3, 4 และ 5 ตามระดับในการตอบ ซึ่งผู้ตอบคำถามจะตอบคำถามว่า ผู้ตอบมีความคิดเห็นต่อข้อคำถามนั้นมากน้อยเพียงใด มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินมาก

คะแนน 3 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ข้อคำถามข้อนั้นตรงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบประเมินน้อยที่สุด

ส่วนข้อคำถามนัยลบ (negative item statement) ที่ผู้ตอบตามระดับสเกล การให้คะแนนผู้วิจัยจะปรับคะแนนจาก 1, 2, 3, 4 และ 5 เป็น 5, 4, 3, 2 และ 1 ตามลำดับ

4. เกณฑ์การประเมินผล

1. การวัดระดับตัวแปรต่าง ๆ คือ ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค้ประกอบ จะพิจารณาจากค่าเฉลี่ยคะแนนผู้ตอบแบบสอบถาม แล้วนำค่าเฉลี่ยดังกล่าวมาแปรผลกับระดับของคะแนนที่ได้จากการหาจำนวนชั้นที่เท่า ๆ กัน โดยการนำค่าคะแนนคำถามที่สูงที่สุดในแบบสอบถามลบกับค่าคะแนนที่น้อยที่สุดในแบบประเมิน และนำมาหารด้วยจำนวนชั้นจากนั้นแบ่งกลุ่มออกเป็น 5 กลุ่ม คือ กลุ่มระดับสูงมาก กลุ่มระดับสูง กลุ่มระดับปานกลาง กลุ่มระดับต่ำ และกลุ่มระดับต่ำมาก โดยในการแบ่งแต่ละระดับชั้น ด้วยวิธีการหาความกว้างของอันตรภาคชั้นและใช้สูตรการหาความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545: 34 – 37; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2547: 35-39 อ้างถึงใน เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554: 49-50)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \end{aligned}$$

หลักการวัดระดับของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่าง ๆ ใช้เกณฑ์การประเมินค่า ดังนี้

$$= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับการวัดที่ต้องการ}} = \frac{(5 - 1)}{5} = \frac{4}{5}$$

$$= 0.80 \text{ คือ ความกว้างของชั้น}$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตัวแปรต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นโดยอ้างอิงตามเกณฑ์ที่ได้อย่างสุทธของระดับชั้น ดังนี้

ความคิดสร้างสรรค์

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในกลุ่มระดับสูงมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในกลุ่มระดับสูง
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในกลุ่มระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในกลุ่มระดับต่ำมาก

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในกลุ่มระดับสูงมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในกลุ่มระดับสูง
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสารอยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารอยู่ในกลุ่มระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสารอยู่ในกลุ่มระดับต่ำมาก

บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบสูงอยู่ในกลุ่มระดับสูงมาก
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มระดับสูง
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มระดับต่ำ
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80	บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบอยู่ในกลุ่มระดับต่ำมาก

2. เกณฑ์ในการแปลผลระดับความสัมพันธ์จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation) มีดังนี้ (ศิริชัย กาญจนวาสี, ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุขโข, 2555: 70)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.00 – 0.29	ระดับความสัมพันธ์ต่ำ
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.30 – 0.70	ระดับความสัมพันธ์ปานกลาง
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	0.71 – 1.00	ระดับความสัมพันธ์สูง

ส่วนเครื่องหมาย + หรือ - แสดงถึงทิศทางของความสัมพันธ์ คือ ถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นบวก หมายถึง ข้อมูลทั้งสองมีทิศทางของความสัมพันธ์เพิ่มหรือลดตามกัน ส่วนถ้าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เป็นลบ หมายถึง ข้อมูลทั้งสองมีทิศทางของความสัมพันธ์เพิ่มหรือลดตรงข้ามกัน

5. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือ ดังนี้

1. ศึกษาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถาม
2. ดำเนินการสร้างและพัฒนาแบบสอบถาม มีทั้งหมด 4 ส่วน
3. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้ว ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามให้ครอบคลุมและเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย
4. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วไปให้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 4 ท่าน ซึ่งเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิคือ อาจารย์ ดร.โกสินทร์ เตชะนิยม, อาจารย์ ดร.ศรวิภา กฤตาทิการ อาจารย์ ดร.อภิชาติ กิตติศักดิ์นาวิณ และอาจารย์ ดร.สุพิตตา ไพบูลย์วงศ์สกุล พิจารณาตรวจข้อคำถามแต่ละข้อว่า มีความเกี่ยวข้องหรือสอดคล้องของข้อคำถามเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และภาษาที่ใช้

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ท่าน มาหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถามและนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น เรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item – Objective Congruence Index : IOC) (สุวิมล ติरणันท์, 2548: 145 – 164) โดยใช้สูตรการคำนวณ คือ

$$IOC = \frac{\Sigma R}{N}$$

$$= \frac{\text{ผลรวมของคะแนนผู้เชี่ยวชาญ}}{\text{จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด}}$$

เมื่อ IOC หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง

ΣR หมายถึง ผลคูณของคะแนนกับจำนวนผู้เชี่ยวชาญในแต่ละระดับความสอดคล้อง

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

โดยที่ผู้เชี่ยวชาญจะประเมินด้วยคะแนน 3 ระดับ คือ

ค่า +1 หมายถึง ข้อคำถามที่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

ค่า 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้

ค่า -1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

เกณฑ์การพิจารณาค่า IOC มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ข้อคำถามที่ดีจะต้องมีค่า IOC ใกล้เคียงกับ 1 หากข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีคุณภาพและสามารถนำไปทดลองใช้ได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 ควรนำแบบสอบถามปรับปรุงแก้ไขให้ได้ค่าที่มีค่า IOC ตามเกณฑ์

แบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยนำข้อคำถามของแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างขึ้น จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พบว่า ข้อคำถามจากแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับ 0.5 ขึ้นไป ข้อคำถามทุกข้อสามารถนำไปใช้ได้ ดังข้อมูลที่แสดงใน ตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์

ด้าน	ข้อ คำถาม	การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา				ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญ					
		1	2	3	4		
ความคิด สร้างสรรค์	ข้อที่ 1	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 2	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 3	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 4	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 5	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 6	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน

จากตารางที่ 10 พบว่า มีข้อคำถามทั้ง 6 ข้อ โดยมีค่าคะแนนแต่ละข้อ เท่ากับ 0.75 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงในทุกข้อคำถามของแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ และจากการพิจารณาพบว่าสามารถนำไปทดลองใช้ได้ทุกข้อ

แบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ผู้วิจัยนำข้อคำถามของแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยที่สร้างขึ้น จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พบว่าข้อคำถามจากแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับ 0.5 ขึ้นไป ข้อคำถามทุกข้อสามารถนำไปใช้ได้ ดังข้อมูลที่แสดงใน ตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

ด้าน	ข้อ คำถาม	การตรวจสอบความ เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา				ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญ					
		1	2	3	4		
มหาวิทยาลัย	ข้อที่ 1	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 2	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 3	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 4	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 5	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร	ข้อที่ 6	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 7	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 8	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 9	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 10	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน

จากตารางที่ 11 พบว่า มีข้อคำถามทั้ง 10 ข้อ โดยมีค่าคะแนนแต่ละข้อ เท่ากับ 0.75 ซึ่งถือว่า มีความเที่ยงตรงในทุกข้อคำถามของแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และจากการพิจารณาพบว่า สามารถนำไปทดลองใช้ได้ทุกข้อ

แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ผู้วิจัยนำข้อคำถามของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบที่สร้างขึ้น จำนวนทั้งหมด 60 ข้อ ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า ข้อคำถามจากแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำนวนทั้งหมด 60 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับ 0.5 ขึ้นไป ข้อคำถามทุกข้อสามารถนำไปใช้ได้ ดังข้อมูลที่แสดงใน ตารางที่ 12

ตารางที่ 12 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ด้าน	ข้อ คำถาม	ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา				ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญ					
		1	2	3	4		
แบบห้วนไหว	ข้อที่ 1	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 2	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 3	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 4	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 5	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 6	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 7	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 8	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 9	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 10	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 11	+1	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 12	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
แบบแสดงตัว	ข้อที่ 13	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 14	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 15	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 16	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 17	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 18	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 19	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 20	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 21	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 22	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 23	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 24	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน

ตารางที่ 12 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
(ต่อ)

ด้าน	ข้อคำถาม	ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา				ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญ					
		1	2	3	4		
แบบเปิดรับ ประสบการณ์	ข้อที่ 25	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 26	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 27	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 28	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 29	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 30	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 31	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 32	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 33	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 34	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 35	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 36	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
แบบ ประนีประนอม	ข้อที่ 37	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 38	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 39	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 40	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 41	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 42	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 43	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 44	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 45	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 46	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 47	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 48	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน

ตารางที่ 12 การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ
(ต่อ)

ด้าน	ข้อคำถาม	ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา				ค่าความ เที่ยงตรง เชิงเนื้อหา	ผลการ พิจารณา
		ผู้เชี่ยวชาญ					
		1	2	3	4		
แบบมี จิตสำนึก	ข้อที่ 49	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 50	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 51	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 52	+1	+1	0	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 53	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 54	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 55	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
แบบมี จิตสำนึก	ข้อที่ 56	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 57	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 58	+1	+1	+1	0	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 59	+1	0	+1	+1	0.75	ผ่าน
	ข้อที่ 60	0	+1	+1	+1	0.75	ผ่าน

จากตารางที่ 12 พบว่า มีข้อคำถามทั้ง 60 ข้อ โดยมีค่าคะแนนแต่ละข้อ เท่ากับ 0.75 ซึ่งถือว่ามีความเที่ยงตรงในทุกข้อคำถามของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และจากการพิจารณาพบว่า สามารถนำไปทดลองใช้ได้ทุกข้อ

6. การทดสอบความเชื่อถือได้ (Reliability) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อถือได้ โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 4 ท่าน ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 30 คน และนำผลมาวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Alpha coefficient) ของ Cronbach's Alpha (รัตนา ศิริพานิช, 2535; cascio, 1991; DeVellis, 2003; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นารีน, 2559: 52) โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแต่ละข้อคำถาม ซึ่งจัดระดับความเชื่อถือได้ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามีค่าต่ำกว่า .50 เป็นค่าที่มีระดับความเชื่อถือได้ต่ำ
 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามีค่ามีค่าตั้งแต่ .50 ถึง .69 เป็นค่าที่มีระดับความเชื่อถือได้ปานกลาง
 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามีค่ามีค่าตั้งแต่ .70 ถึง .79 เป็นค่าที่มีระดับความเชื่อถือได้สูง
 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามีค่ามีค่าตั้งแต่ .80 ขึ้นไป เป็นค่าที่มีระดับความเชื่อถือได้สูงมาก

ตารางที่ 13 ค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์

ด้าน	ข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ยของ มาตรวัดถ้า ลบข้อความ	ค่าความ แปรปรวน ของมาตรวัด ถ้าลบ ข้อความ	ค่า สหสัมพันธ์ Corrected Item-Total	ค่า สหสัมพันธ์ พหุคูณกำลัง สอง	ค่าอัลฟา (Alpha) ถ้าลบ ข้อความ
IC	ข้อที่ 1	17.80	4.648	.588	.542	.775
	ข้อที่ 2	17.77	5.357	.690	.595	.754
	ข้อที่ 3	17.97	4.654	.740	.570	.731
	ข้อที่ 4	17.90	5.197	.693	.511	.750
	ข้อที่ 5	18.10	6.093	.387	.167	.809
	ข้อที่ 6	17.97	5.620	.374	.214	.820
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ความคิดสร้างสรรค์ เท่ากับ .806						

จากตารางที่ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของข้อคำถามในแบบสอบถาม
 ความคิดสร้างสรรค์ ที่ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์ข้อคำถาม
 จำนวน 6 ข้อ พบว่า แบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ จำนวนทั้งหมด 6 ข้อ มีความเชื่อถือได้ใน
 ระดับ .80 ซึ่งถือเป็นค่าความเชื่อถือได้ในระดับสูงมาก

ตารางที่ 14 การวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุน
ความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

ด้าน	ข้อ คำถาม	ค่าเฉลี่ย ของมาตร วัดถ้าลบ ข้อความ	ค่าความ แปรปรวน ของมาตร วัดถ้าลบ ข้อความ	ค่า สหสัมพันธ์ Corrected Item-Total	ค่าสหสัมพันธ์ พหุคูณกำลัง สอง	ค่าอัลฟา (Alpha) ถ้าลบ ข้อความ
Cos1	ข้อที่ 1	11.83	8.971	.652	.437	.851
	ข้อที่ 2	11.70	8.424	.662	.588	.850
	ข้อที่ 3	11.73	7.926	.794	.678	.815
	ข้อที่ 4	12.20	8.234	.759	.647	.824
	ข้อที่ 5	11.87	9.085	.604	.521	.862
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย เท่ากับ .869						
Cos2	ข้อที่ 6	11.60	8.248	.889	.812	.882
	ข้อที่ 7	11.37	7.895	.815	.693	.898
	ข้อที่ 8	11.47	8.326	.784	.727	.903
	ข้อที่ 9	11.70	8.769	.767	.627	.906
	ข้อที่ 10	11.47	9.223	.720	.642	.915
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เท่ากับ .919						

จากตารางที่ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของข้อคำถามในแบบสอบถามการรับรู้
การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ที่ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรง
เชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์ข้อคำถาม จำนวนทั้งหมด 10 ข้อ พบว่า

1. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ข้อ ผ่านเกณฑ์
การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .869 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ใน
ระดับสูงมาก

2. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัย จำนวน 5 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์
อัลฟา เท่ากับ .919 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ในระดับสูงมาก

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ด้าน	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ของมาตร วัดถ้ำลอบ ข้อความ	ค่าความ แปรปรวน ของมาตร วัดถ้ำลอบ ข้อความ	ค่า สหสัมพันธ์ Corrected Item-Total	ค่า สหสัมพันธ์ พหุคูณ กำลังสอง	ค่าอัลฟา (Alpha) ถ้ำลอบ ข้อความ
PER1	ข้อที่ 1	32.00	28.828	-.286	.594	.754
	ข้อที่ 2	32.53	22.740	.425	.621	.664
	ข้อที่ 3	32.17	23.247	.243	.417	.694
	ข้อที่ 4	31.60	27.214	-.117	.563	.744
	ข้อที่ 5	31.57	24.737	.192	.755	.696
	ข้อที่ 6	32.63	18.999	.766	.890	.597
	ข้อที่ 7	32.43	22.668	.466	.598	.659
	ข้อที่ 8	31.90	24.714	.201	.237	.695
	ข้อที่ 9	32.07	21.099	.728	.717	.624
	ข้อที่ 10	32.03	25.551	.080	.734	.711
	ข้อที่ 11	31.60	20.731	.667	.805	.625
	ข้อที่ 12	32.47	18.878	.807	.866	.591
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว เท่ากับ .696						
PER2	ข้อที่ 13	36.23	20.461	.160	-	.703
	ข้อที่ 14	35.63	18.792	.461	-	.659
	ข้อที่ 15	36.13	21.706	.018	-	.719
	ข้อที่ 16	36.07	17.651	.473	-	.652
	ข้อที่ 17	36.20	18.028	.502	-	.649
	ข้อที่ 18	36.43	18.944	.468	-	.659
	ข้อที่ 19	36.50	18.328	.556	-	.646
	ข้อที่ 20	35.90	17.886	.562	-	.641
	ข้อที่ 21	37.30	21.872	-.012	-	.724
	ข้อที่ 22	36.47	17.223	.538	-	.640
	ข้อที่ 23	37.30	21.872	-.012	-	.724
	ข้อที่ 24	36.17	19.730	.334	-	.677
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัว เท่ากับ .696						

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้า
องค์ประกอบ (ต่อ)

ด้าน	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ของมาตร วัดถ้าลบ ข้อความ	ค่าความ แปรปรวน ของมาตร วัดถ้าลบ ข้อความ	ค่า สหสัมพันธ์ Corrected Item-Total	ค่า สหสัมพันธ์ พหุคูณ กำลังสอง	ค่าอัลฟา (Alpha) ถ้าลบ ข้อความ
PER3	ข้อที่ 25	35.23	11.633	-.050	.286	.267
	ข้อที่ 26	34.67	12.023	-.013	3.19	.233
	ข้อที่ 27	34.20	11.683	-.013	.571	.242
	ข้อที่ 28	35.17	10.351	.236	.356	.135
	ข้อที่ 29	35.30	11.114	-.010	.442	.255
	ข้อที่ 30	34.53	11.568	-.056	.588	.275
	ข้อที่ 31	35.70	10.907	.035	.633	.228
	ข้อที่ 32	35.53	11.982	-.100	.430	.291
	ข้อที่ 33	34.83	11.316	-.002	.740	.244
	ข้อที่ 34	35.77	9.357	.303	.702	.075
	ข้อที่ 35	34.47	10.464	.289	.681	.127
	ข้อที่ 36	34.80	9.683	.409	.775	.061
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ เท่ากับ .223						
PER4	ข้อที่ 37	34.87	26.878	-.292	.446	.752
	ข้อที่ 38	36.17	22.006	.328	.419	.685
	ข้อที่ 39	36.67	18.989	.658	.828	.630
	ข้อที่ 40	35.17	25.730	-.137	.275	.736
	ข้อที่ 41	36.60	21.214	.447	.506	.668
	ข้อที่ 42	36.17	19.109	5.74	.480	.642
	ข้อที่ 43	35.57	24.254	.122	.550	.707
	ข้อที่ 44	36.47	18.947	.564	.730	.643
	ข้อที่ 45	35.97	20.585	.454	.466	.665
	ข้อที่ 46	35.03	24.447	.026	.511	.723
	ข้อที่ 47	36.30	20.010	.425	.666	.669
	ข้อที่ 48	35.87	19.292	.715	.655	.627
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม เท่ากับ .702						

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (ต่อ)

ด้าน	ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย ของมาตร วัดถ้าลบ ข้อความ	ค่าความ แปรปรวน ของมาตร วัดถ้าลบ ข้อความ	ค่า สหสัมพันธ์ Corrected Item-Total	ค่า สหสัมพันธ์ พหุคูณ กำลังสอง	ค่าอัลฟา (Alpha) ถ้าลบ ข้อความ
PER5	ข้อที่ 49	36.53	12.120	-.144	.467	.443
	ข้อที่ 50	36.87	9.913	.416	.617	.279
	ข้อที่ 51	37.27	11.926	-.126	.629	.452
	ข้อที่ 52	36.43	11.220	.047	.400	.384
	ข้อที่ 53	36.80	9.200	.451	.721	.241
	ข้อที่ 54	36.90	11.886	-.110	.381	.440
	ข้อที่ 55	36.53	10.878	.083	.641	.375
	ข้อที่ 56	37.20	9.614	.265	.369	.303
	ข้อที่ 57	37.33	10.023	.188	.304	.336
	ข้อที่ 58	36.73	10.754	.112	.210	.365
	ข้อที่ 59	37.43	9.909	.169	.576	.343
	ข้อที่ 60	36.90	9.610	.404	.543	.268
ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบมีจิตสำนึก เท่ากับ .378						

จากตารางที่ 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของข้อคำถามในแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ที่ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและการวิเคราะห์ข้อคำถาม จำนวนทั้งหมด 60 ข้อ พบว่า

1. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหวั่นไหว จำนวน 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .696 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ในระดับปานกลาง
2. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัว จำนวน 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .696 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ในระดับปานกลาง

3. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ จำนวน 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .223 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ในระดับต่ำ

4. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ จำนวน 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .702 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ในระดับสูง

5. บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบมีจิตสำนึก จำนวน 12 ข้อ ผ่านเกณฑ์การตรวจสอบความเชื่อถือได้ทั้งหมด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา เท่ากับ .378 ซึ่งถือเป็นค่าที่อยู่ในระดับต่ำ

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากการให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ทำแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered Inventory) ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดให้ทำการแจกและแบบสอบถามให้เสร็จสิ้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 โดยผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้

6.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อใช้ในการขอความอนุเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการตอบแบบสอบถาม

6.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองเก็บข้อมูล (Try-out) โดยนำแบบสอบถามไปให้กับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างตอบ จำนวน 30 ชุด ในการนำมาวิเคราะห์ข้อคำถามและหาค่าความเชื่อถือได้ของมาตรวัด

6.3 ผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามอีกครั้ง ก่อนนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

6.4 ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณบดี คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้นักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ตอบแบบสอบถาม

6.5 ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ผลให้เสร็จสิ้นภายในเดือนพฤศจิกายน 2564

6.6 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จากนั้นนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

7. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (IBM SPSS Statistics) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

7.1 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะของตัวอย่าง เพื่อจำแนกลักษณะทั่วไปของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เพศ สถานที่กำลังศึกษา สาขาวิชา ชั้นปีเกรดเฉลี่ยสะสม

7.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลคะแนน ในการจำแนกผลการวิเคราะห์ทางสถิติของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ

7.3 การทดสอบค่าที (t-test) ใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

7.4 ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ใช้สำหรับการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป และในการทดสอบที่มีความแตกต่างระหว่างกลุ่ม จะใช้วิธีการทดสอบรายคู่ของ LSD ในการทดสอบความแตกต่างรายคู่

7.5 การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ

7.6 การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ใช้สำหรับการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีอิทธิพลหรือสามารถพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร และศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร พร้อมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร นอกจากนี้ยังศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อประโยชน์ในการจัดการและ พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร อันจะนำไปสู่เป้าหมายของมหาวิทยาลัยอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลผู้วิจัยได้นำ คำตอบจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ ข้อมูล 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ สถานที่กำลังศึกษา สาขาวิชา ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม

ส่วนที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และความคิดสร้างสรรค์

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐานด้วย การทดสอบความแตกต่าง การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

สัญลักษณ์ทางสถิติ

N	หมายถึง	จำนวนประชากร (คน)
\bar{X}	หมายถึง	ค่าคะแนนเฉลี่ย
S.D.	หมายถึง	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา t – test
F	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณา f – test
SS	หมายถึง	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง
MS	หมายถึง	ผลบวกของคะแนนเบี่ยงเบนมาตรฐานยกกำลังสอง
df	หมายถึง	ขั้นแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
R	หมายถึง	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R^2	หมายถึง	ประสิทธิภาพในการพยากรณ์
R^2 change	หมายถึง	ค่าอำนาจในการพยากรณ์ที่เปลี่ยนไป
*	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05
**	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01
***	หมายถึง	ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .001
Belta	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานของตัวแปร
β	หมายถึง	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปร
F-ration	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบความมีนัยสำคัญของ R^2

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 16 ค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เกี่ยวกับลักษณะบุคคล

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	124	37.7
หญิง	205	62.3
รวม	329	100
สถานที่ที่กำลังศึกษา		
วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี	209	63.5
วิทยาเขตซีดีแคมป์เมืองทองธานี	120	36.5
รวม	329	100
สาขาวิชา		
เทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ	51	15.5
เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ	116	35.3
นิเทศศาสตร์	162	49.2
รวม	329	100
ชั้นปีที่ศึกษา		
ชั้นปีที่ 1	86	26.1
ชั้นปีที่ 2	76	23.1
ชั้นปีที่ 3	83	25.2
ชั้นปีที่ 4	84	25.5
รวม	329	100

ตารางที่ 16 ค่าความถี่ และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่เกี่ยวกับลักษณะบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เกรดเฉลี่ยสะสม		
3.60 - 4.00	12	3.6
3.20 - 3.59	57	17.3
2.80 - 3.19	82	24.9
2.40 - 2.79	87	26.4
2.00 - 2.39	69	21.0
ต่ำกว่า 2.00	22	6.7
รวม	329	100

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ สถานที่กำลังศึกษา สาขาวิชา ชั้นปี เกรดเฉลี่ยสะสม โดยมีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเป็นเพศหญิง จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 และเพศชาย จำนวน 124 คน เป็นร้อยละ 37.7

สถานที่กำลังศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาในวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5 และกำลังศึกษาในวิทยาเขตซีดีแคมปัสเมืองทองธานี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5

สาขาวิชา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาในสาขาวิชานิติศาสตร์ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการออกแบบ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 และสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศธุรกิจ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ชั้นปีที่ศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ศึกษาในชั้นปีที่ 1 จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 รองลงมาศึกษาในชั้นปีที่ 4 จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 ชั้นปีที่ 3 จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 และชั้นปีที่ 2 จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

เกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีเกรดเฉลี่ย 2.40 - 2.79 จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 รองลงมาคือเกรดเฉลี่ย 2.80 - 3.19 จำนวน 82 คิดเป็นร้อยละ 24.9 และเกรดเฉลี่ย 3.60 - 4.00 จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล	3.66	.53	สูง

จากตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดสร้างสรรค์ พบว่าความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .533

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย/การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	3.50	.66	สูง
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร	3.59	.71	สูง

จากตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .66 และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .71

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	3.32	.43	ปานกลาง
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	3.42	.36	สูง
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	3.29	.43	ปานกลาง
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	3.39	.43	ปานกลาง
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	3.26	.42	ปานกลาง

จากตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัวอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .36 รองลงมาบุคลิกภาพแบบประนีประนอม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43 บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .43 และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .42 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่าง การวิเคราะห์ความแปรปรวน ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

การศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พิจารณาจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่แตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ				t	sig
	ชาย (n=124)		หญิง (n=205)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความคิดสร้างสรรค์	3.72	.51	3.62	.54	1.675	.095

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา

ตัวแปร	สถานที่ที่กำลังศึกษา				t	sig
	วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี (n=209)		วิทยาเขตซีดีแคมปัส เมืองทองธานี (n=120)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ความคิดสร้างสรรค์	3.71	.53	3.56	.51	2.417	.016

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาเขตซีดีแคมปัสเมืองทองธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.5

สมมติฐานที่ 1.1.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสาขาวิชา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	47.664	2	23.832	2.343	.098
	ภายในกลุ่ม	3316.142	326	10.172		
	รวม	3363.805				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 22 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามสาขาวิชา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามชั้นปี

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	47.779	3	15.926	1.561	.199
	ภายในกลุ่ม	3316.027	325	10.203		
	รวม	3363.805	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 23 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามชั้นปี พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
ความคิดสร้างสรรค์	ระหว่างกลุ่ม	23.703	5	4.741	.458	.807
	ภายในกลุ่ม	3340.103	323	10.341		
	รวม	3363.805	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 24 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยความคิดสร้างสรรค์ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ				t	sig
	ชาย (n=124)		หญิง (n=205)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	3.48	.62	3.51	.68	-.336	.737
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	3.61	.63	3.58	.75	.371	.711

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา

ตัวแปร	สถานที่ที่กำลังศึกษา				t	sig
	วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี (n=209)		วิทยาเขตซีดีแคมปัส เมืองทองธานี (n=120)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	3.66	.62	3.23	.65	5.893	.000***
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	3.74	.68	3.33	.68	5.209	.000***

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 26 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามสถานที่กำลังศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรแตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย มากกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่วิทยาเขตซีดีแคมปัสเมืองทองธานี อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .001 และนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรมากกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่วิทยาเขตซีดีแคมปัสเมืองทองธานี อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .001

สมมติฐานที่ 1.2.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามสาขาวิชา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	ระหว่างกลุ่ม	.823	2	.412	.933	.395
	ภายในกลุ่ม	143.900	326	.441		
	รวม	144.723	328			
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	.487	2	.243	.478	.620
	ภายในกลุ่ม	165.952	326	.509		
	รวม	166.439	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 27 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามสาขาวิชา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.2.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	ระหว่างกลุ่ม	13.357	3	4.452	11.015	.000***
	ภายในกลุ่ม	12.558	325	.404		
	รวม	144.723	328			
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	12.558	3	4.186	8.841	.000***
	ภายในกลุ่ม	153.881	325			
	รวม	166.439	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 28 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ย การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่มีชั้นปีที่แตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรแตกต่างกัน อย่างมีระดับนัยสำคัญที่ระดับ .001 จึงยอมรับสมมติฐาน โดยผู้วิจัยได้นำไปทดสอบหาความแตกต่างรายคู่ โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ LSD

ตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ LSD

ตัวแปร	ชั้นปี	ค่าเฉลี่ย	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย			
			ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
			3.68	3.71	3.41	3.22
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร	1. ชั้นปีที่ 1	3.68	-	-	.27**	.46***
	2. ชั้นปีที่ 2	3.71	-	-	.30**	.49***
	3. ชั้นปีที่ 3	3.41	-	-	-	-
	4. ชั้นปีที่ 4	3.22	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 29 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามชั้นปี โดยการทดสอบรายคู่ของ LSD พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 1 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยมากกว่านักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 3 เท่ากับ .27 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และชั้นปีที่ 4 เท่ากับ .46 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 2 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์มากกว่านักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 3 เท่ากับ .30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และชั้นปีที่ 4 เท่ากับ .49 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำแนกตามชั้นปี โดยวิธีการทดสอบรายคู่ของ LSD

ตัวแปร	ชั้นปี	ค่าเฉลี่ย	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย			
			ชั้นปีที่ 1	ชั้นปีที่ 2	ชั้นปีที่ 3	ชั้นปีที่ 4
			3.81	3.75	3.50	3.33
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	1. ชั้นปีที่ 1	3.81	-		.31**	.48***
	2. ชั้นปีที่ 2	3.75	-	-	.24**	.42***
	3. ชั้นปีที่ 3	3.50	-	-	-	-
	4. ชั้นปีที่ 4	3.33	-	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 30 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำแนกตามชั้นปี โดยการทดสอบรายคู่ของ LSD พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 1 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากกว่านักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 3 เท่ากับ .31 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และชั้นปีที่ 4 เท่ากับ .48 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 2 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากกว่านักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารชั้นปีที่ 3 เท่ากับ .24 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และชั้นปีที่ 4 เท่ากับ .42 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สมมติฐานที่ 1.2.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	ระหว่างกลุ่ม	115.058	5	23.012	2.122	.063
	ภายในกลุ่ม	3503.021	323	10.845		
	รวม	3618.079	328			
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	ระหว่างกลุ่ม	2.120	5	.424	.833	.527
	ภายในกลุ่ม	164.319	323	.509		
	รวม	166.439	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 31 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสมพบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามเพศ

ตัวแปร	เพศ				t	sig
	ชาย (n=124)		หญิง (n=205)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
แบบหัวน้ําไหว	3.45	.40	3.24	.43	4.341	.000
แบบแสดงตัว	3.48	.36	3.38	.36	2.379	.018
แบบเปิดรับประสบการณ์	3.37	.46	3.25	.41	2.469	.014
แบบประนีประนอม	3.45	.43	3.35	.42	2.128	.034
แบบมีจิตสำนึก	3.37	.43	3.20	.41	3.561	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 32 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำแนกตามเพศ พบว่า

นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวน้ําไหวมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัวมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์มากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอมมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบมีจิตสำนึกมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

สมมติฐานที่ 1.3.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามสถานที่
กำลังศึกษา

ตัวแปร	สถานที่ที่กำลังศึกษา				t	sig
	วิทยาเขตสารสนเทศ เพชรบุรี (n=209)		วิทยาเขตซีดีแคมปัส เมืองทองธานี (n=120)			
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
แบบหัวน้ําไหว	3.31	.42	3.33	.45	-.444	.657
แบบแสดงตัว	3.42	.36	3.43	.36	-.263	.793
แบบเปิดรับประสบการณ์	3.29	.41	3.30	.47	-.162	.872
แบบประนีประนอม	3.41	.43	3.36	.41	.976	.330
แบบมีจิตสำนึก	3.26	.42	3.26	.42	-.051	.959

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
.001

จากตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของ
นักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรจำแนกตามสถานที่กำลัง
ศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสถานที่
กำลังศึกษาแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.3.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและ
การสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ย
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามสาขาวิชา

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
แบบห้วนไหว	ระหว่างกลุ่ม	26.349	2	13.174	.506	.603
	ภายในกลุ่ม	8480.071	326	26.012		
	รวม	8506.419	328			
แบบแสดงตัว	ระหว่างกลุ่ม	.030	2	.015	.109	.897
	ภายในกลุ่ม	44.384	326	.136		
	รวม	44.414	328			
แบบเปิดรับ ประสบการณ์	ระหว่างกลุ่ม	.429	2	.214	1.119	.328
	ภายในกลุ่ม	62.450	326	.192		
	รวม	62.879	328			
แบบประนีประนอม	ระหว่างกลุ่ม	.473	2	.237	.1281	.279
	ภายในกลุ่ม	60.201	326	.185		
	รวม	60.674	328			
แบบมีจิตสำนึก	ระหว่างกลุ่ม	.334	2	.167	.918	.400
	ภายในกลุ่ม	59.389	326	.182		
	รวม	59.723	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 34 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามสาขาวิชา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่าง

สมมติฐานที่ 1.3.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ย
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามชั้นปี

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
แบบหัวนไหว	ระหว่างกลุ่ม	54.988	3	18.329	.705	.550
	ภายในกลุ่ม	8451.431	325	26.004		
	รวม	8506.419	328			
แบบแสดงตัว	ระหว่างกลุ่ม	.145	3	.048	.355	.786
	ภายในกลุ่ม	44.269	325	.136		
	รวม	44.414	328			
แบบเปิดรับ ประสบการณ์	ระหว่างกลุ่ม	.572	3	.191	.995	.395
	ภายในกลุ่ม	62.307	325	.192		
	รวม	62.879	328			
แบบประนีประนอม	ระหว่างกลุ่ม	.186	3	.062	.333	.802
	ภายในกลุ่ม	60.488	325	.186		
	รวม	60.674	328			
แบบมีจิตสำนึก	ระหว่างกลุ่ม	.980	3	.327	1.807	.146
	ภายในกลุ่ม	58.743	325	.181		
	รวม	59.723	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 35 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามชั้นปี พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ย
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม

ตัวแปร	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	sig
แบบห้วนไหว	ระหว่างกลุ่ม	26.532	5	5.306	.202	.961
	ภายในกลุ่ม	8479.888	323	26.254		
	รวม	8506.419	328			
แบบแสดงตัว	ระหว่างกลุ่ม	.477	5	.095	.702	.622
	ภายในกลุ่ม	43.936	323	.136		
	รวม	44.414	328			
แบบเปิดรับ ประสบการณ์	ระหว่างกลุ่ม	.570	5	.114	.591	.622
	ภายในกลุ่ม	43.936	323	.193		
	รวม	62.879	328			
แบบประนีประนอม	ระหว่างกลุ่ม	1.137	5	.227	1.234	.293
	ภายในกลุ่ม	59.537	323			
	รวม	60.674	328			
แบบมีจิตสำนึก	ระหว่างกลุ่ม	1.807	5	.361	2.016	.076
	ภายในกลุ่ม	57.916	323	.179		
	รวม	59.723	328			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ของค่าเฉลี่ยบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำแนกตามเกรดเฉลี่ยสะสม พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

การศึกษาวเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ โดยผู้วิจัยจะเสนอในภาพรวม เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

ตารางที่ 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ตัวแปร	IC	Cos1	Cos2	PER1	PER2	PER3	PER4
IC	-	-	-	-	-	-	-
Cos1	.538**	-	-	-	-	-	-
Cos2	.540**	.799**	-	-	-	-	-
PER1	.387**	.233**	.278**	-	-	-	-
PER2	.419*	.296**	.368**	.712**	-	-	-
PER3	.184**	.184**	.210**	.255**	.622**	-	-
PER4	.504**	.334**	.380**	.608**	.687**	.460**	-
PER5	.384**	.324**	.341**	.628**	.636**	.599**	.674**

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

Cos1 หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

Cos2 หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

PER1 หมายถึง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว

PER2 หมายถึง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัว

PER3 หมายถึง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์

PER4 หมายถึง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม

PER5 หมายถึง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบมีจิตสำนึก

IC หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

จากตาราง 37 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .538 และ .540 ตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว แบบแสดงตัว แบบ ประณีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .387 .419 .504 และ .384 ตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .184

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จาก คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .799 และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสัมพันธ์ เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบ ประณีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .334 และ .324 ตามลำดับ และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว แบบแสดงตัว และ แบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .233 .296 และ .184 ตามลำดับ

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัว แบบประณีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .368 .380 และ .341 ตามลำดับ การรับรู้การสนับสนุน ความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพ

ห้วงค์ประกอบแบบหัวไหล่และแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .278 และ .210 ตามลำดับ

บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบแบบหัวไหล่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .712 และบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบแบบหัวไหล่ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบแบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .255 .608 และ .628 ตามลำดับ

บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบแบบแสดงตัว มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .622 .687 และ .636 ตามลำดับ

บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .460 และ .599 ตามลำดับ

บุคลิกภาพห้วงค์ประกอบแบบประนีประนอม มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .674

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอนของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบ

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัยดังนี้

สมมติฐานที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตารางที่ 38 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตัวแปร	β	Beta	t	R ² change	R ²
ค่าคงที่	6.128		4.852***		
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย	1.098	.448	10.004***	.323	.323
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม	2.235	.300	5.513***	.098	.421
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์	-1.382	-.189	-3.547***	.008	.429
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนโหนว	.126	.201	3.373***	.019	.448
Multiple R	.670				
R ²	.448				
Adjust R ²	.442				
F	156.014***				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตาราง 38 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) พบว่า ตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ได้แก่ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ถูกจัดเข้าสู่สมการเป็นลำดับแรก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.098 หมายถึง หากตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 1.098 หน่วย สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยี

สารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 32.3 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .323 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตัวแปรที่สองที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 2.235 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 2.235 หน่วย สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรเพิ่มได้ร้อยละ 9.8 หรือมีค่า R^2 เพิ่มขึ้นเท่ากับ .098 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทำให้ทั้งสองตัวแปรมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์

ตัวแปรที่สามที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.382 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 1.382 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรเพิ่มได้ร้อยละ 8.0 หรือมีค่า R^2 เพิ่มขึ้นเท่ากับ .008 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทำให้ทั้งสามตัวแปรของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ได้ร้อยละ .421

ตัวแปรสุดท้ายที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนโหว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .126 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนโหว เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น .126 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรเพิ่มได้ร้อยละ 1.9 หรือมีค่า R^2 เพิ่มขึ้นเท่ากับ .019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทำให้ทั้งสี่ตัวแปรมีประสิทธิภาพในการพยากรณ์ได้ร้อยละ .421 .429 .448 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ได้ดังนี้

ความคิดสร้างสรรค์ = $6.128 + 1.098 (\text{COS}) + 2.235 (\text{PER } 4) - 1.382 (\text{PER } 3) + .126 (\text{PER } 1)$

COS = การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

PER 4 = บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม

PER 3 = บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์

PER 1 = บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนโหว

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์ คือ

1. เพื่อศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร กับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร
4. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

สรุปผลการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 329 คน

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Sample Random Sampling) ซึ่งสามารถคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรอย่างง่ายของ Yamane (1967: 1088 – 1089, ประสพชัย พสุนนท์, 2561: 30) มีระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าคลาดเคลื่อน 5% จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 329 คน และเพื่อป้องกันการผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนและตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ นำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 329 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ แบบสอบถามการรับรู้ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) และค่าความเชื่อถือได้ ประกอบด้วย แบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 6 ข้อ ใช้มาตรวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .806 แบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำนวน 10 ข้อ ใช้มาตรวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .919 และแบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำนวน 60 ข้อ ใช้มาตรวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert) ของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .868

ผลการวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.3 กำลังศึกษาที่วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี คิดเป็นร้อยละ 63.5 สาขาวิชานิติศาสตร์ คิดเป็นร้อยละ 49.2 ชั้นปีที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 26.1 และมีเกรดเฉลี่ยสะสม คิดเป็นร้อยละ 2.40 – 2.79

ผลการศึกษาระดับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

รายงานผลการศึกษาระดับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้ผลดังนี้

1. นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .53
2. นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .66 หากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร และด้านการรับรู้สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 และ 3.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .71 และ .66 ตามลำดับ

3. นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพ ห้องค์ประกอบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .41 หากพิจารณาตามแบบ พบว่า แบบแสดงตัวอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .36 ส่วนแบบประนีประนอม แบบหัวนไหว แบบเปิดรับประสบการณ์ และแบบมีจิตสำนึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 3.32 3.29 และ 3.26 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .43 .43 .43 และ .42 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล กับความคิดสร้างสรรค์การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ

การวิเคราะห์การเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล กับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 และทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่แตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.1.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่สถานที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีความคิดสร้างสรรค์มากกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ที่วิทยาเขตซีดีแคมปัสเมืองทองธานี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.5 จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.1.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์มหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสาขาวิชาที่แตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.2.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยที่มีชั้นปีที่แตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.2.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบวันไหว้มากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัวมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์มากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอมมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นักศึกษาเพศชายมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบมีจิตสำนึกมากกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 จึงยอมรับสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่มีสาขาวิชาแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่าง จึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีชั้นปีแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1.3.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน จึงปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 พบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .538 และ .540 ตามลำดับ

ความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว แบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและ

แบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .387 .419 .504 และ .384 ตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .184

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ ตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ถูกจัดเข้าสมการเป็นลำดับแรก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.098 หมายถึง หากตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 1.098 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 32.3 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .323 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตัวแปรที่สองที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 2.235 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอมเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 2.235 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 9.8 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .098 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตัวแปรที่สามที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.382 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 1.382 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 8.0 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .008 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตัวแปรสุดท้ายที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนโหน มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .126 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนโหน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น .126 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย

ศิลปินกรได้ร้อยละ 1.9 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ได้ดังนี้

$$\text{ความคิดสร้างสรรค์} = 6.128 + 1.098 (\text{COS}) + 2.235 (\text{PER 4}) - 1.382 (\text{PER 3}) + .126 (\text{PER 1})$$

COS = การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

PER 4 = บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม

PER 3 = บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์

PER 1 = บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวไว

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้สรุปผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตารางที่ 39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรที่แตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.1.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.1.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.1.3</u> สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.1.4</u> ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.1.5</u> เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.2</u> ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน	
<u>สมมติฐานที่ 1.2.1</u> เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.2.2</u> สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.2.3</u> สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.2.4</u> ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
<u>สมมติฐานที่ 1.2.5</u> เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน

ตารางที่ 39 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย (ต่อ)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน	
สมมติฐานที่ 1.3.1 เพศแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3.2 สถานที่กำลังศึกษาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3.3 สาขาวิชาแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3.4 ชั้นปีแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3.5 เกรดเฉลี่ยสะสมแตกต่างกันของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีบุคลิกภาพห้องค์ประกอบแตกต่างกัน	ปฏิเสธสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และบุคลิกภาพห้องค์ประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร	ยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดการวิจัยและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งการวิจัยเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษานักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง สามารถอธิบายได้ว่า คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาทักษะทางความคิดสร้างสรรค์ให้กับนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นอย่างดี รวมถึงกระบวนการทางความคิด เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลงานอย่างสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากปัจจัยทั้งภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2557) ได้ศึกษาระดับความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีอยู่ในระดับสูง นอกจากนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงกลม เปี่ยมสุภทรัพย์และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย พบว่า พนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทยมีระดับความคิดสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีตติวิดิ เนิยมสุวรรณ (2554) ศึกษารูปแบบภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัดมหาชน พบว่า พนักงานธนาคารกรุงไทยมีระดับความคิดสร้างสรรค์โดยอยู่ในระดับสูง และยิ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา กาญจนรัตน์ (2558) ศึกษาการรับรู้การสนับสนุนขององค์การและแรงจูงใจภายใน ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา พบว่า บุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา มีความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับสูง ดังนั้นการพัฒนาและการส่งเสริมสนับสนุนด้านความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อการพัฒนาและเสริมสร้างสมรรถภาพของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาจากภายในตัวบุคคล ผ่านทางความคิด จินตนาการ และประสบการณ์ การคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบผ่านการถูกสิ่งเร้าต่าง ๆ มากกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ดังนั้นคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ควรสนับสนุนและส่งเสริมทักษะความคิดสร้างสรรค์ เพราะความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นอะไหล่ที่สำคัญในการขับเคลื่อน เทคโนโลยีนวัตกรรมที่กำลังก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการเรียนการสอนใน

รายวิชาตามหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพ พัฒนาต่อยอดผลงานนั้น อันจะเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนา เศรษฐกิจและประเทศชาติต่อไป

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณา การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะ เทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรอยู่ในระดับสูง สามารถอธิบายได้ว่าการรับรู้การสนับสนุน การให้รางวัล การยกย่องชมเชยเมื่อทำความดี หรือการคัดเลือกให้ได้รับโอกาส ในการพัฒนา การสร้างบรรยากาศภายในคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัย ศิลปากร ตรงกับ LaMastro (2002) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ เป็นการรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริหารหรือองค์การที่ให้การสนับสนุนและจัดสรร บรรยากาศขององค์การ เพื่อเอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยพนักงานจะรับรู้ การสนับสนุนนี้ผ่านทางพฤติกรรมของผู้ที่เป็นตัวแทนขององค์การ เช่น หัวหน้างานจากส่วนต่าง ๆ ส่ง พนักงานในความดูแลไปอบรม เสริมทักษะความรู้ เพื่อเป็นประโยชน์แก่ตัวพนักงานเองและแก่ องค์การ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อิศารัตน์ เทพพานิช (2560) ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้ การสนับสนุนจากองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการสังกัดสำนักงาน สรรพากรพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัด นครราชสีมา มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การโดยรวมอยู่ในระดับสูง ดังนั้นคณะเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ต้องให้ความสำคัญกับการรับรู้การสนับสนุนความคิด สร้างสรรค์จากองค์การ ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนา และต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และจัดบรรยากาศขององค์การให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน หรือการแสดงผลงานของนักศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัมพิกา สุนทรภักดี (2560) ศึกษา การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านอาชีพ และผลการปฏิบัติงาน ของพนักงานขายในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง โดยมีการยึดมั่นต่อเป้าหมายเป็น ตัวแปรสื่อ พบว่า พนักงานขายในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม มีการรับรู้การสนับสนุนจาก องค์การอยู่ในระดับสูง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา กาญจนรัตน์ (2558) ศึกษาการรับรู้ การสนับสนุนขององค์การและแรงจูงใจภายใน ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร โครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา พบว่า บุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา มีการรับรู้ การสนับสนุนจากองค์การโดยรวมอยู่ในระดับสูง

บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแบบพบว่า แบบแสดง ตัวอยู่ในระดับสูง ส่วนแบบหัวน้ไหว แบบเปิดรับประสบการณ์ แบบประนีประนอม และแบบมี จิตสำนึกอยู่ในระดับปานกลาง สามารถอธิบายได้ว่า บุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่แสดง ออกมาจากการกระทำ สีหน้าทางอารมณ์ ความชอบและความไม่ชอบของแต่ละบุคคล ลักษณะของ

การพูด ที่แสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตได้ และใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม จึงทำให้แต่ละบุคลิกภาพมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปและยังช่วยให้สามารถทำนายได้ว่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น บุคคลเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาเช่นไร ซึ่งตรงกับกล่าหาญ ณาน (2557) ได้กล่าวไว้ว่า บุคลิกภาพเป็นลักษณะเฉพาะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การแสดงออก ทักษะคติ การจูงใจ หรือพฤติกรรมของบุคคลแสดงออกในสถานการณ์ที่แตกต่างกันออกไป (McCrae & Costa, 1998) นอกจากนี้บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบสามารถใช้ทำนายผลการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกับผู้สมัครงานรายใหม่ (McCrae & Costa, 1992) จึงกล่าวได้ว่าแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีความสำคัญและเป็นประโยชน์ต่อวงการอุตสาหกรรม ในการนำมาใช้ในการจัดการองค์การให้มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุขยา ชูแสง (2557) ศึกษา พบว่า บุคลากรด้านการขนส่งสินค้าทางทะเล มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวอยู่ในระดับสูง เป็นลักษณะบุคลิกด้านบวกที่ทำให้คนรู้สึกดีต่อตัวเองและสิ่งรอบข้าง มักจะเป็นคนช่างสังคม ช่างพูดช่างคุยอบอุ่น มีชีวิตชีวา มีเพื่อนเยอะ ไม่ชอบอยู่คนเดียว โดยลักษณะจะต้องติดต่อกับบุคคลภายนอก เพื่อประสานงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภัญญา เจริญมี (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเชาวน์อารมณ์ (EQ) บุคลิกภาพตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The Big Five) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของนักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ (นปร.) พบว่า นักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ (นปร.) มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบแสดงตัวอยู่ในระดับสูง ดังนั้นบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบส่งผลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ จึงเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้บริหารคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร นำไปพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร กับความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความคิดสร้างสรรค์ พบว่า เพศ สถานที่กำลังศึกษา สาขาวิชา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยสะสม มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2557) ได้เปรียบเทียบความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า นักศึกษาเพศชายมีความคิดสร้างสรรค์สูงกว่านักศึกษาเพศหญิง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 อาจเป็นเพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาจากภายในตัวบุคคล ผ่านทางความคิด จินตนาการ และประสบการณ์ การคิดวิเคราะห์แก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ ผ่านการ

ถูกสิ่งเร้าต่าง ๆ มากกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิภาพร สุฐุमानนท์ และคณะ (2557) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสังกัดเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า บุคลากรในสังกัดเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามสังกัดที่ปฏิบัติงานต่างพื้นที่กัน พบว่าบุคลากรที่ทำงานสังกัดสำนักงานเกษตรจังหวัดกับสำนักงานเกษตรอำเภอต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของทองเจือ เขียดทอง (2535) ศึกษาความสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับการตัดสินใจในการออกแบบของนักศึกษาโปรแกรมวิชาศิลปศึกษาในวิทยาลัยครู 4 แห่ง พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาวิทยาลัยครู 4 แห่ง ไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภลักษณ์ อนันตธนะสาร (2554) ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของข้าราชการโรงพยาบาลสงฆ์ พบว่า ข้าราชการโรงพยาบาลสงฆ์ ที่มีเพศ อายุ สายงาน ระดับการศึกษา และเกรดเฉลี่ยแตกต่างกัน มีความคิดสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย พบว่า เพศ สาขาวิชา และเกรดเฉลี่ยสะสม มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรไม่แตกต่างกัน แต่กลับพบว่าสถานที่กำลังศึกษาและชั้นปี มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และมีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่กำลังศึกษาในวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยสูงกว่านักศึกษาที่ศึกษาในวิทยาเขตซีดีแคมป์ส เมืองทองธานี และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ชั้นปีที่ 1 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยสูงกว่านักศึกษา ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 และนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ชั้นปีที่ 2 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารสูงกว่านักศึกษา ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 จะเห็นได้ว่าสถานที่กำลังศึกษาและชั้นปีที่แตกต่างกัน มีส่วนสำคัญในการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพราะการรับรู้การสนับสนุนสิ่งต่าง ๆ เช่น การรับรู้ จะส่งผลดีต่อความคิดสร้างสรรค์และยังต่อยอดช่วยสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้บริหารควรมีนโยบายส่งเสริม หรือกิจกรรมเกี่ยวกับการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ให้กับนักศึกษาทุกวิทยาเขตและทุกชั้นปีอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม ซึ่งงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2559) ได้ศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยมีของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต

สารสนเทศเพชรบุรีอยู่ในระดับสูง โดยคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .55

เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่าสถานที่กำลังศึกษา สาขาวิชา ชั้นปี และเกรดเฉลี่ยสะสม มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน แต่กลับพบว่าเพศแตกต่างกันมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแตกต่างกัน สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เนื่องจากบุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะส่วนบุคคลที่แสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตได้ และใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม จึงทำให้แต่ละบุคคลมีบุคลิกภาพและพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรมีแผนการจัดกิจกรรมเพื่อตั้งศักยภาพของตัวบุคคล เพื่อส่งเสริมและพัฒนาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ Hilgard และคณะ (1979, อ้างถึงใน จิราภรณ์ ตั้งกิตติภากรณ์, 2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะโดยรวมของพฤติกรรมและวิธีการคิดที่บุคคลแต่ละคนใช้เป็นแนวทางในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม และประไพพรรณ ศรีปาน (2555) ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะนิสัยทุกอย่างที่ประกอบขึ้นเป็นตัวบุคคลซึ่งสามารถมองเห็นได้จากภายนอก ได้แก่ รูปร่างหน้าตา กิริยา มารยาท การแต่งกาย วิธีการพูด และลักษณะภายใน ได้แก่ สติปัญญา ความถนัด ลักษณะอารมณ์ประจำตัว ความรู้สึกนึกคิดที่รวมกันเป็นแบบอย่างเฉพาะของบุคคล จะแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรมที่สามารถสังเกตได้ ซึ่งทำให้แต่ละคนมีบุคลิกภาพที่ต่างกันออกไป รวมถึงการปรับตัวของบุคคลให้เข้ากับโลกภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เขมวัฒน์ รัตนจิรันตร (2556) ศึกษาเชาว์อารมณ์ (EQ) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Big 5) ที่มีอิทธิพลต่อเหตุผล เชิงจริยธรรมของบุคลากรกรมสนับสนุนบริหารสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข พบว่า บุคลากรกรมสนับสนุนบริหารสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขที่มีเพศแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกัญญา เจริญมี (2558) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างเชาว์อารมณ์ (EQ) บุคลิกภาพตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The Big Five) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของนักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ (นปร.) ของสำนักงาน ก.พ.ร. พบว่า นักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ (นปร.) ที่มีเพศแตกต่างกัน มีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบไม่แตกต่างกัน

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการศึกษาพบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ด้านการรับรู้การสนับสนุนความคิด

สร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .538 และ .540 ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร อาจจะยังขาดการส่งเสริมและสนับสนุนด้านความคิดสร้างสรรค์ไม่มากพอ อาจเป็นเพราะปัจจัยด้านสถานที่กำลังศึกษา ทำให้การสื่อสารการรับรู้การสนับสนุนและการส่งเสริมขยายไม่ครอบคลุมตามสถานที่กำลังศึกษา ดังนั้นคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ต้องจัดสรรให้มีการกระตุ้นหรือส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การจัดสภาพแวดล้อมที่ดี การให้รางวัล การสนับสนุนทรัพยากรและการปฏิบัติจากผู้ที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อตนเอง ในการสร้างหรือพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Eisenberger et al., 1986; 2001; Rhoades & Eisenberger, 2002; Shore & Tetrick, 1991 อ้างถึงในเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2557) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลเชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรที่ทำงานในองค์การภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน จำนวน 182 คน พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ องค์การต้องเสริมสร้างหรือสนับสนุนบรรยากาศในองค์การให้เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น การให้รางวัลที่มีคุณค่าต่อความคิดสร้างสรรค์ การให้อิสระในการทำงานและการทำงานที่ท้าทาย การฝึกอบรมที่เน้นการเสนอความคิดใหม่ ๆ และทักษะการแก้ปัญหาสำหรับความคิดสร้างสรรค์ โดยการดำเนินการดังกล่าวยังส่งผลดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรย่อมสนับสนุนต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลอีกชั้นหนึ่งด้วย ดังนั้นการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ จะส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์การช่วยส่งเสริมต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล นำไปสู่องค์การแห่งนวัตกรรม เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงความอยู่รอดและเติบโตขององค์การ

ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบห้วนไหว แบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .387 .419 .504 และ .384 ตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพ

ห้วงค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .184 สามารถอธิบายได้ว่า บุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่แสดงออกมาจากการกระทำ การสีหน้าทางอารมณ์ ความชอบและความไม่ชอบของแต่ละบุคคล ลักษณะของการพูด ที่แสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตได้ และใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม จึงทำให้แต่ละบุคลิกภาพมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปและยังช่วยให้สามารถทำนายได้ว่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น บุคคลเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาเช่นไร นอกจากนี้ ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ (2543) ได้ให้ความหมายไว้ว่า คนสองคนที่จะมีลักษณะเหมือนกันทุกอย่งนั้นไม่มีแน่ มนุษย์แต่ละคนมีลักษณะพฤติกรรมพิเศษเป็นของตัวเอง ตั้งแต่ลักษณะกายภาพ เช่น รูปร่างหน้าตา ท่าทาง การเดิน การใช้เสียงพูดจากปราศรัยชักทาย ลักษณะกิริยามารยาท ตลอดจนลักษณะซ่อนเร้นภายในที่พร้อมจะแสดงออกมาได้ เมื่อยามมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าเกิดขึ้นหรือมีสิ่งเร้าเกิดขึ้นมาเช่น ต่อสู้ ล่าถอย ดุดัน เมตตา เป็นต้น แต่ละคนจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองในชีวิตเราจะสังเกตเห็นเพื่อนบางคนมีลักษณะเอาเปรียบคนอื่น เอาแต่ได้ไม่ยอมเสีย เห็นแต่ประโยชน์ตน มีความก้าวร้าว มีความกล้าหาญ มีความเป็นอิสระ ชักจ้วง ชี้ขาด ตามใจเพื่อน ใจบุญเสียสละ ฯลฯ เหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกันลักษณะเฉพาะแต่ละคนแบบนี้เรียกว่า “บุคลิกภาพ” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล เตียสุวรรณ (2546) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ กับกลุ่มตัวอย่าง 299 คน พบว่าบุคลิกภาพด้านมีจิตสำนึก ด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดกว้าง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน และบุคลิกภาพด้านห้วนไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน บุคลิกภาพด้านมีจิตสำนึก ด้านห้วนไหว และด้านเห็นพ้องกับผู้อื่นสามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานได้ร้อยละ 24.1 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาศรียา ศรีทอง (2547) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้วงค์ประกอบกับผลการปฏิบัติหน้าที่งานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่าง 178 คน พบว่าบุคลิกภาพด้านห้วนไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพด้านแสดงตัว ด้านเปิดกว้าง ด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น ด้านมีจิตสำนึก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพด้านห้วนไหว ด้านแสดงตัว สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคารได้ร้อยละ 27.5 ข้อค้นพบนี้ยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับความคิดสร้างสรรค์อันจะเป็นประโยชน์ต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ 1) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร 2) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม 3) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ และ 4) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวน้าว กล่าวคือ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสำคัญเป็นอันดับแรก สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 32.3 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .323 ตัวแปรที่มีความสำคัญเป็นอันดับสอง คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 9.8 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .421 ตัวแปรที่มีความสำคัญเป็นอันดับสาม คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 8.0 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .429 และตัวแปรที่มีความสำคัญเป็นอันดับสี่ คือ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวน้าว สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 1.9 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .448 สามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นปัจจัยที่สำคัญที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์อย่างยิ่ง ดังนั้นผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณบดี หรือผู้ที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์การเพิ่มระดับความคิดสร้างสรรค์ลำดับแรกได้เป็นอย่างดี เพราะการสนับสนุน ส่งเสริมทักษะทางความคิดสร้างสรรค์ การศึกษาดูงานและจัดอบรมเพิ่มความรู้ในห้องเรียนเป็นการพัฒนาผลงาน การยกย่อง การชมเชย การให้รางวัลตอบแทนแก่นักศึกษาที่สร้างชื่อเสียงให้กับคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร และยังเป็นการพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับมหาวิทยาลัยและคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ซึ่งจะตรงกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากรระบุนว่า "ชาวศิลปากรเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์" เพราะการรับรู้การสนับสนุนจากมหาวิทยาลัย มีส่วนช่วยในการกระตุ้นการรับรู้ให้กับนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลิตผลงานและพัฒนาผลงานทางความคิดสร้างสรรค์ต่อไป และจะ

เห็นได้ว่าบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม แบบเปิดรับประสบการณ์ และแบบหัวนไหว ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ อันจะเป็นข้อมูลในการเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้บริหารคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร อันจะเกิดผลดีแก่ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาและยังส่งผลดีในด้านอื่น ๆ แก่นักศึกษา อันเป็นทรัพยากรที่สำคัญของสังคมและประเทศ

ข้อเสนอแนะทางการบริหาร

จากการศึกษาอิทธิพลของความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร คือ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหัวนไหว ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์แก่มหาวิทยาลัย ดังนี้

1. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับสูง และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จากการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ผลงานเพิ่มขึ้น ดังนั้น มหาวิทยาลัยจะต้องถ่ายทอดการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย แผนส่งเสริมกิจกรรมของนักศึกษา หรือนโยบายตามแผนของมหาวิทยาลัย มีผู้รับผิดชอบในการสื่อสารจากระดับมหาวิทยาลัย ระดับคณะวิชา ระดับองค์การนักศึกษา เพื่อให้เกิดการรับรู้การสนับสนุนอย่างเท่าเทียมกัน

2. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จากผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยสูงกว่านักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาเขตซีดี แคมปัส เมืองทองธานี ดังนั้นผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้เกี่ยวข้องควรตระหนักและเล็งเห็นความสำคัญการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น โดยเฉพาะการพัฒนา ให้เกิดความรับรู้การสนับสนุนทั่วถึงทุกวิทยาเขต

3. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จากผลการวิจัยพบว่า ชั้นปี 1 มีการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยมากกว่าชั้นปีอื่น ๆ มหาวิทยาลัยหรือคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารอาจจะให้ความสำคัญกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 เป็นพิเศษ เพราะเป็นนักศึกษาที่เข้ามาศึกษาและเริ่มการเรียนรู้ใหม่ ต้องให้การสนับสนุนส่งเสริมด้านกิจกรรม

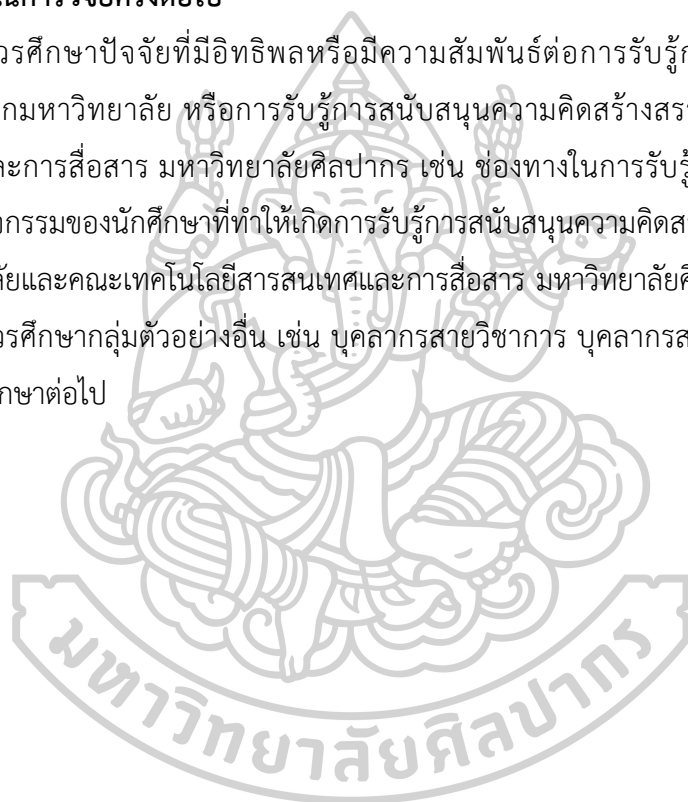
แผนการพัฒนาของมหาวิทยาลัย ทำให้การรับรู้การสนับสนุนของนักศึกษาชั้นปี 2 3 และ 4 อาจลดลง หรือให้การสนับสนุนไม่มากเท่าที่ควร ดังนั้น ผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้เกี่ยวข้อง จะต้องให้ความสำคัญในการสนับสนุนทุกชั้นปีอย่างเต็มเท่ากัน

4. บุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวบุคคลซึ่งจะส่งผลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ ผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมหรือจัดกิจกรรมให้กับนักศึกษาแสดงศักยภาพออกมาให้มาก เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย หรือการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เช่น ช่องทางในการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมของนักศึกษาที่ทำให้เกิดการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ เพื่อประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยและคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น บุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุน เพื่อขยายขอบเขตการศึกษาต่อไป



รายการอ้างอิง

- กฤษ วงษ์เกษม. (2561). **การคิดสร้างสรรค์เพื่อการจัดการคุณค่า คณะกรรมการวิชาการคิดสร้างสรรค์เพื่อการจัดการคุณค่า ฝ่ายวิชาการบูรณาการ หมดศึกษาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กล้าหาญ ณ น่าน. (2557). "อิทธิพลของคุณลักษณะบุคลิกภาพ และความพึงพอใจที่มีต่อการปรับตัวในการทำงานของผู้เข้าสู่ตลาดบัณฑิตใหม่." *วิทยาการจัดการ*, 31, 1 (มกราคม – มิถุนายน).
- ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์. (2561). **การจัดการนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์**. ขอนแก่น: ขอนแก่นการพิมพ์.
- เขมวัฒน์ รัตนจิรันดร. (2556). "เชาว์อารมณ์ (EQ) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (Big 5) ที่มีอิทธิพลต่อเหตุผลเชิงจริยธรรมของบุคลากรกรมสนับสนุนบริหารสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข." *วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร*.
- คณะกรรมการวิชาการการคิดสร้างสรรค์เพื่อการจัดการคุณค่า ฝ่ายวิชาการบูรณาการ หมดศึกษาทั่วไป. (2561). **การคิดสร้างสรรค์เพื่อการจัดการคุณค่า**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- แคทริยา มณีรัตน์. (2552). "ความสัมพันธ์ระหว่างการมองโลกในแง่ดี การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และความตั้งใจคงอยู่ในงาน : กรณีศึกษาบริษัทสำรวจและผลิตปิโตรเลียมชั้นนำแห่งหนึ่ง." *วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- จรรยา หอมกรุ่น. (2549). "การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาบริษัทประกันแห่งหนึ่ง." *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- จันทิมา เบ็ญจรัตน์. (2550). "ความสัมพันธ์ระหว่างการเชื่ออำนาจควบคุมตนเอง บุคลิกภาพ พฤติกรรมการตัดสินใจ และความสำเร็จในอาชีพของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม." *วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- จิตรวี มุสิกสุต. (2556). "ปัจจัยทางด้านลักษณะบุคลิกภาพและคุณลักษณะงานที่มีอิทธิพลต่อการปรับตัวในการทำงานของพนักงานในกลุ่มอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์." *วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.

- จิราภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์. (2556). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จตุมา เสรีพิทยารัตน์. (2554). "บุคลิกภาพของนักเรียนพยาบาลศาสตร์ระดับต้น กองการศึกษารวมการแพทย์ทหารเรือกรุงเทพ." *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*.
- เจือจันทร์ อิมสำราญ. (2548). "ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูในสถานศึกษาที่เปิดสอนช่วงชั้นที่ 3-4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเพชรบุรี เขต 2." *วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ก, วันที่ 6 พฤษภาคม 2554). **การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล**. เอกสารนำเสนอที่บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ SPUC National Conference 2011, มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ข, 28 พฤษภาคม 2554). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลศึกษานักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. เอกสารนำเสนอที่รวมบทความวิจัยโครงการประชุมเวทีวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 1 (The National SMART Conference 1), คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ค). **รูปแบบการรวมบทความวิชาการทางการจัดการและการบริหารเกี่ยวกับ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากรมนุษย์ ภาวะผู้นำองค์กร**. เอกสารนำเสนอที่สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2556). **เขาว์อารมณ์และประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. เอกสารนำเสนอที่ประชุมสัมมนาวิชาการ - วิจัย ระดับนานาชาติ ครั้งที่ 7 มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2557). "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี." *งานวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินกองทุนพัฒนาวิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีและงานวิจัยมหาวิทยาลัยศิลปากร*
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2559). "ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรมหาวิทยาลัยศิลปากร." *งานวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนจากเงินกองทุนพัฒนาวิจัยและสร้างสรรค์ส่วนกลางมหาวิทยาลัยศิลปากร ประเภทโครงการวิจัยสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ ประจำปี พ.ศ.2556 ภายใต้การกำกับดูแลของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร*.

- ชวีศา กาญจนรัตน์. (2559). "การรับรู้การสนับสนุนขององค์การและแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรโครงการส่วนพระองค์ สวนจิตรลดา." วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชาครียา ศรีทอง. (2547). "ความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ บุคลิกภาพ ทักษะคติต่องานบริการกับผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคาร." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. (2546). **ความคิดสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุตติกาญจน์ ตั้งทวี. (2559). "ผลกระทบของการจ่ายค่าตอบแทน การฝึกอบรม และการรับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์การที่มีต่อความผูกพันในองค์การของพนักงานธนาคารออมสิน สำนักงานใหญ่." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฐิตวดี เนียมสุวรรณ. (2554). "รูปแบบภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน กรณีศึกษา ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐมน แนวคำ. (2551). "ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครูโรงเรียนในสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐกร อินทุยศ. (2556). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงกมล เปี่ยมศุภทรัพย์ และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554, 10 พฤษภาคม 2555). **เชาว์อารมณ์ (EQ) และ เชาว์ทางจิต (SQ) ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลของพนักงานการกีฬาแห่งประเทศไทย**. เอกสารนำเสนอที่ประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 2, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เดินหน้าประเทศไทย (Executive producer). (2561, 3 กรกฎาคม). **มติคณะรัฐมนตรีฉบับประชาชน: ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 7**.
- ทองเจือ เขียดทอง. (2535). "ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับการตัดสินใจในการออกแบบของนักศึกษาโปรแกรมวิชาศิลปกรรมในวิทยาลัยครู กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนพล เตียสุวรรณ. (2546). "ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความเป็นส่วนหนึ่งกับงานการรับรู้ บรรยากาศองค์การและผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- ธิดารัตน์ เทพพานิช. (2560). "ความสัมพันธ์ของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร กับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา." *คั่นคว่ำอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.*
- ชิติพันธ์ ธาณิรัตน์. (2555). *ทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับบุคลิกภาพผิดปกติในทางจิตเวช.* กรุงเทพฯ: ร้านพิมพ์ทอง.
- นงลักษณ์ สุทธิวัฒน์พันธ์. (2549). *คู่มือพัฒนาบุคลิกภาพและกลยุทธ์การบริหาร.* กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สนุกอ่าน.
- นพรัตน์ มีศรี. (2560). "ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความรู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยศิลปากร." *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.*
- นวลละอ อสุภาผล. (2527). *บุคลิกภาพ จิตวิทยาปัจเจกบุคคล จิตวิเคราะห์.* กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นิภาพร พวงมี. (2554). "บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับการรับรู้วัฒนธรรมองค์การของพยาบาลโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง." *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- นิภาพร สุฐมนานท์ และคณะ. (2557, 14 มีนาคม 2557). *ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสังกัดเกษตรจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* เอกสารนำเสนอที่ประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย/สร้างสรรค์ ระดับปริญญาตรี ระดับชาติ ประจำปี 2557, วิจัยก้าวใหม่เพื่อธุรกิจไทยยั่งยืน ครั้งที่ 3.
- ประจักษ์ ปฏิทัศน์. (2559). *การคิดเชิงระบบและความคิดสร้างสรรค์.* กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์.
- ประไพพรรณ ศรีปาน. (2555). "ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพ 5 องค์ประกอบกับประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานธนาคารทีเอสโก้ จำกัด (มหาชน) ส่วนควบคุมและบริหารสินเชื่อรายย่อย." *สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.*
- ประเวช ชุ่มเกษตรกุลกิจ. (2554). "การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความผูกพันในงานการเพิ่มคุณค่าระหว่างงานกับครอบครัวและความสุขเชิงอัตวิสัยของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง." *วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*

- ปริญญา หล่มเหลา. (2558). "การรับรู้การสนับสนุนด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม
การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การผ่านความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจของพนักงาน บริษัท ทีพีไอ
โพลีน จำกัด (มหาชน) จังหวัดสระบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปัทมา กุลโสภณ. (2554). "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนระบบสืบจากองค์การ และ
ศักยภาพการจัดการความรู้ตามแนวคิดระบบสืบของบริษัท อาร์.ซี.เท็กซ์ไทล์ จำกัด." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปาริชาติ บัวเจริญ นพรัตน์ เตชะพันธ์รัตนกุล และปวันรัตน์ บัวเจริญ. (2562). "การศึกษาปัจจัยที่ส่งผล
ต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่." **วารสารศึกษาศาสตร์ มมร. คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย**, 7, 1 (มกราคม-มิถุนายน): 241-254.
- เปรมจิต คล้ายเพชร. (2548). "การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ความยุติธรรมองค์การ ที่มีผลความ
ผูกพันต่อองค์การ และความตั้งใจลาออก." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรศิริ พิพัฒน์พาณิชย์. (2550). "การศึกษาความสัมพันธ์ของลักษณะนิสัย 7 ประการของบุคคลที่มี
ประสิทธิผลในการทำงานตามแนวคิดของโควี ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อรูปแบบความคิด
สร้างทฤษฎีของไมเคิล เจ. เคอร์ตัน ของพยาบาลประจำการโรงพยาบาลรามารามาศี." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะ
ศิลปศาสตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัชรินทร์ พิรุณเนตร. (2551). "การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะการคิดสร้างสรรค์ของหัวหน้า
งาน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กับประสิทธิผลของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมแห่งหนึ่ง
จังหวัดสมุทรสาคร." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา
อุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิมลพรรณ เชื้อบางแก้ว. (2552). **การพัฒนาบุคลิกภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 10. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัทรพันธ์ หรุ่นรักวิทย์. (2559). "ลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับพฤติกรรมการเลียนแบบเน็ต
ไอดอลของวัยรุ่น." งานวิจัยที่ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินกองทุนวิจัยและสร้างสรรค์ คณะ
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- มงคล อุดมชัยพัฒนากิจ. (2558). "ทักษะชีวิต บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และบรรยากาศองค์กรส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและคุณภาพในการทำงานของพนักงานในบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร." คั่นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- มุขिता คงกระพันธ์. (2554). "อิทธิพลของการรับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรผ่านความผูกพันต่อองค์กร และความพึงพอใจในการทำงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุวดี ศิริยทรัพย์. (2553). "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรความยุติธรรมในองค์กรและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐกรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยมหิดล." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะการจัดการท่องเที่ยว สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รชฎ ชยสดมภ์. (2550). "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พฤติกรรมเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาโรงงานอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ระวีวรรณ ทรัพย์อินทร์. (2560). "ความคิดสร้างสรรค์กับการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีคุณภาพ." งานวิจัยได้รับเงินอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- รัตนภัทร์ สุวรรณสิทธิ์. (2557). "การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานผ่านสมรรถนะหลักของบุคลากร สำนักงานประกันสังคม." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- รัตนรर्थ ทองทั่ว. (2552). "ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบความผูกพันแบบมั่นคง บุคลิกภาพตามแนวทางบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับภาวะผู้นำที่เปลี่ยนแปลง." การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา ศิริพาณิชย์. (2535). **หลักการสร้างแบบสอวัตทางจิตวิทยาและทางการศึกษา.** กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์การพิมพ์.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). **การวัดด้านจิตพิสัย.** กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- วรรณวีร์ บุญคุ้ม. (2556). "ความสามารถในการคิดและเขียนเชิงสร้างสรรค์ในการเรียนรายวิชาการวิจัยในชั้นเรียนของนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร." งานวิจัยได้รับทุนสนับสนุนจากคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรางคณา ชับซ้อน. (2560). "อิทธิพลของลักษณะบุคลิกภาพ บรรยากาศองค์กรและความพึงพอใจใน

งานที่มีต่อการปรับตัวในการทำงานของครูต่างชาติในเครือโรงเรียนสองภาษา." วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

วันชัย สุทธะนันท์. (2561). **มหาวิทยาลัยศิลปากรจับมือกสิกรไทย ยกกระดับความคิดสร้างสรรค์ ด้วยวิถีชีวิตที่ง่ายขึ้น**. เข้าถึงได้จาก <https://siamrath.co.th/n/41017>

วาสนา ศรีอัครลาภ. (2559). "การพัฒนาารูปแบบการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการโค้ชทางปัญญาในการบริหารงานบริการของภาครัฐ." วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิชัย วัฒน. (2546). "ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและจากหัวหน้างานกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกขององค์กร โดยมีความกตัญญูทเวทีเป็นตัวแปรกำกับ." วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิไลลักษณ์ พงษ์เทศ และคณะ. (2556, 1 กุมภาพันธ์ 2556). **ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร**. เอกสารนำเสนอที่ประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย/สร้างสรรค์ ระดับปริญญาตรี ระดับชาติ ประจำปี 2556, วิจัยก้าวใหม่ เพื่อธุรกิจไทยยั่งยืน ครั้งที่ 2.

วิไลลักษณ์ พงษ์โสภ. (2555). **สุขวิทยาจิต**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิวรรธณี วงศาไชโย. (2558). "อิทธิพลของการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกผ่านความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตใจของพนักงานจ้างเทศบาลนครนครปฐม." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2551). **ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ : รู้เขา - รู้เรา**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2554). **ทฤษฎีจิตวิทยาบุคลิกภาพ : รู้เขา - รู้เรา**. พิมพ์ครั้งที่ 16. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2558). **จิตวิทยาบุคลิกภาพร่วมสมัยและจิตบำบัด**. กรุงเทพฯ: หมอชาวบ้าน.

ศศิรินทร์ ทิพย์โอส. (2556). "การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานที่มีผลต่อการปฏิบัติงานในภาคธุรกิจธนาคาร." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศิริขวัญ จันลาศรี. (2551). "ความสัมพันธ์ระหว่างการคิดอย่างมีวิจารณญาณความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการทำงานของผู้สอบบัญชีอากรในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชี

มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ศิริชัย กาญจนวาสี ทวีวัฒน์ ปิตยานนท์ และดิเรก ศรีสุโข. (2555). **การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริมา ตัณฑลีลา. (2555). "บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ การรับรู้ความเสี่ยงตามแบบแผนความเชื่อด้านสุขภาพกับพฤติกรรมการขับขี่ปลอดภัยของพนักงานขับรถโดยสาร : กรณีศึกษาเฉพาะบริษัทรถโดยสารเอกชนแห่งหนึ่ง." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิวพร เสลาหลัก. (2558). "การรับรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและความคิดสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผล การปฏิบัติงานเชิงนวัตกรรมของพนักงานธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สังกัดสำนักงานจังหวัดราชบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศุภลักษณ์ อนันตธนะสาร. (2554). "ความคิดสร้างสรรค์ของข้าราชการโรงพยาบาลสงฆ์." วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมศรี สุกุมลนันทน์. (2556). **บุคลิกภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- สวนาพร พัฒน์กุล. (2522). **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สิริภรณ์ ระวังงาน. (2553). "ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ต่อความพึงพอใจในความสัมพันธ์ของคู่รัก โดยมีองค์ประกอบของความรักทั้งสามเป็นตัวแปรส่งผ่าน." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาสังคม คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริลักษณ์ พงศ์นาวิน. (2544). "การศึกษาพัฒนาบุคลิกภาพของพนักงานขายของ บริษัท ซีอาร์ซี ครีเอชั่น จำกัด (มหาชน)." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุกัญญา เจริญมี. (2558). "ความสัมพันธ์ระหว่าง (EQ) บุคลิกภาพตามแนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ (The Big Five) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของนักบริหารการเปลี่ยนแปลงรุ่นใหม่ (นปร.) ของ สำนักงาน ก.พ.ร.", วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนันท์ทิพย์ มงคลเจริญ. (2555). "อิทธิพลรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมของพนักงานในงานธุรกิจสื่อโต้เรเคคทอรี แห่งหนึ่ง." วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- สุชญา ชูแสง. (2557). "ความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบและผลการเรียนรู้เป็นทีมบุคลากรทางด้านการขนส่งสินค้าทางทะเลในเขตอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สุธีลักษณ์ นิติธรรม แก่นทอง. (2555). **ภาวะผู้นำ**. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.
- สุวิมล ตีรกานันท์. (2548). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู. (2523). **ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษา**.
- อริษา พิภพศิริรัตน์. (2560). "ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อัมพิกา สุนทรภักดี. (2560). "การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านอาชีพ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่ง โดยมีการยึดมั่นต่อเป้าหมายเป็นตัวแปรสื่อ." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา อุตสาหกรรมและองค์การ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อารี พันธุ์มณี. (2537). **ความคิดสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: ต้นอ้อ.
- Amabile, T. M. (1999). **How to kill creativity In Harvard Business Review on Breakthrough Thinking**. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., and Staw, B. M. (2005). "Affect and Creativity at work." **Administrative Science Quarterly**, 50: 367- 403.
- Anderson, B. F. (1980). **The Complete Thinker: A Hand of Techniques for Creative and Critical Problem-Solving**. New Jersey: Prentice Hall.
- Asgari, A., Silong, A. D., Ahmad, A., and Samah, B. A. (2008). "The Relationship between Transformational Leadership Behavior, Leader-Member Exchange and Organizational Citizenship Behaviors." **European Journal of Social Sciences**, 6, 4: 140-151.
- Bayram, Z., Oskay, o. o., Erdem, E., Ozgur, S. D., and Senol, S. (2013). "Effect of Inquiry Based Learning Method on Student's Motivation. 4th International Conference on New Horizons in Education." **Procedia – Social and Behavioral Sciences**, 106: 988-996.
- Blaskova, M. (2014). "Influencing Academic Motivation, Responsibility and Creativity."

Procedia – Social and Behavioral Sciences, 159: 415 - 425.

Burger, J. M. (2000). **Personality**. USA.: Thomson Learning.

Cascio, W. F. (1991). **Applied Psychology in Personnel Management**. 4th ed. New Jersey: Prentice – Hall, Inc.

Costa, P. T., and McCrae, R. R. (1998). **NEO PI/FFI Manual Supplement**. Od Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.

Costa, P. T. J., and McCrae, R. R. (1992). **Revised NEO Personality Inventory and NEO Five-Factor Inventory: Professional Manual**. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources, Inc.

Craft, A. (2006). "Fostering Creativity with Wisdom." **Cambridge Journal of Education**, 36, 3: 337-350.

Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., and Lynch, P. (1997). "Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction." **Journal of Applied Psychology**, 82: 812-820.

Eisenberger, R., and et al. (1990). "Perceived Organizational Support and Employee Dillgence, Commitment and Innovation." **Journal of Applied Psychology**, 75: 51-59.

Eisenberger, R., and et al. (2001). "Reciprocation of Perceived Organizational Support." **Journal of Applied Psychology**, 86, 1: 42-51.

Eisenberger, R., Huntington, R., Huntchison, S., and Sowa, D. (1986). "Perceived Organizational Support." **Journal of Applied Psychology**, 71, 3: 500-507.

Eisenberger, R., Rhoades, L., and Cameron, J. (1999). "Dose pay for Performance increase or decrease Perceived Sefl – Determination and Intrinsic Motivation." **Journal of Personality and Social Psychology**, 77: 1026 – 1040.

Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L., and Rhoades, L. (2002). "Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention." **Journal of Applied Psychology**, 87: 565-573.

Gatewood, H. D. (2001). **Human Resource Selection**. USA.: Harcourt Inc.

George, J. M., and Jones., G. R. (2002). **Organizational Behavior**. 3rd ed. New Jersey: Prentice – Hall.

- Goldberg, L. R. (1981). Language and Individual Differences: The Search for Universals in Personality Lexicons. In L. Wheeler (Ed.), **Review of Personality and Social Psychology** (2nd ed., pp. 141-165). Beverly Hills: SAGE.
- Goran, E., and Ryhammar, L. (1999). "The creative climate: its determinants and effects at a Swedish University." **Creativity Research Journal**, 12, 4: 303 - 310.
- Guilford, J. P. (1967). **The Nature of Human Intelligence**. New York: McGraw-Hill Book Co.
- LaMastro. (2002). "Commitment and perceived organization support." **Journal of Occupational Psychology**, 84, 7: 42 - 45.
- Marquis, E., and Vajoczki, S. (2012). "Creative Differences: Teaching Creativity Across the Disciplines." **International Journal for the Scholarehip of Teaching and Learning**, 6, 1.
- Masterson, S. S., Lewis, K., Goldman, B. M., and Taylor, M. S. (2000). "Integrating justice and social exchange: The differing effects of fair procedures and treatment on work relationships." **Academy of Management Journal**, 43, 4: 738-748.
- Mc William, E., and Dawson, S. (2008). "Teaching for Creativity: Towards Sustainable and Replicable Pedagogical Practice." **Higher Education**, 56: 633-643.
- Norman, W. T. (1963). "Toward an adequate taxonomv of personality attributes: Replicated factor structure in peer nomination personality ratings." **Journal of Abnormal and Social Psychology**, 66: 474-583.
- Osborn, A. F. (1933). **Applied Imagination: Principles and Procedures of Creative Thinking**. New York: Charles Scribner.
- Osborn, A. F. (1963). **Applied Imagination**. New York: Shari Lane.
- Peelle, D. M., and Henry, E. (2007). "Reciprocating perceived organization support through citizenship behaviors." **Journal of Managerial Issues**, 4: 554-575.
- Piercy, N. F., Cravens, D. W., Lane, N., and Vorhies, D. W. (2006). "Driving Organizational Citizenship Behaviors and Salesperson In-Role Behavior Performance: The Role of Management Control and Perceived Organizational Support." **Journal of the Academy of Marketing Science**, 34, 2: 244-262.
- Torrance, E. P. (1973). **Encouraging Creative in the classroom**. Iowa. Wm C. Brown Company Publisher.

Wayne, S. J., Shore, L. M., Boomer, W. H., and Tetrick, L. E. (2002). "The Role of Fair Treatment and Rewards in Perception of Organizational Support and LeaderMember Exchange." **Journal of Applied Psychology**, 87: 590 – 599.

Yamane, T. (1967). **Statistics: An Introductory Analysis**. New York: Harper and Row.







บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย

โทร.032 594 107

ที่ อว 8606 (พบ)/48

วันที่ ๘ มกราคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร. โกสินทร์ เตชะนิยม

ด้วย นางสาวชญัญญ์ณัฐ สือจันทร์ รหัสประจำตัว 60601302 นักศึกษาระดับปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำ
วิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส มากจู้)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ อว 8606 (พบ) /19

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๒๖ มกราคม 2563

เรื่อง ขอร้องเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.อภิชาติ กิตติศักดิ์นาวิน

ด้วย นางสาวชญัญญ์กัญญา สือจันทร์ รหัสประจำตัว 60601302 นักศึกษาระดับปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอร้องเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อิทธิมาส มากजू)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 2๘

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๒๔ มกราคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ศรวิชา กฤดาธิการ

ด้วย นางสาวชญัญญ์กัญญา สือจันทร์ รหัสประจำตัว 60601302 นักศึกษาระดับปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากजूย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



ที่ อว 8606 (พบ) / 24

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบล สามพระยา
อำเภอ ชะอำ จังหวัด เพชรบุรี 76120

๒๔ มกราคม 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.สุพิชิตา ไพบูลย์วงศ์สกุล

ด้วย นางสาวชญัญญ์กัญญา สือจันทร์ รหัสประจำตัว 60601302 นักศึกษาระดับปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะ
ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อริกมาส มากजू)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
เพชรบุรี โทร.032 594 107



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย
ที่ อว 8606 (พบ)/22

โทร.032 594 107
วันที่ ๒๔ มกราคม 2563

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ด้วย นางสาวชญัญญ์กัญญา สีอจันทร์ธา รหัสประจำตัว 60601302 นักศึกษาระดับปริญญา
มหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลัง
ทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร" มีความประสงค์ จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจาก นักศึกษาปริญญาตรีคณะ
เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้แบบสอบถาม เพื่อประกอบการ
ทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้
ความอนุเคราะห์แก่นักศึกษาตามที่เห็นสมควร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา สำหรับกำหนดวัน เวลา
สถานที่ ในการเข้าเก็บรวบรวมข้อมูลและรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ บัณฑิตวิทยาลัย ขออนุญาตให้
นางสาวชญัญญ์กัญญา สีอจันทร์ธา หมายเลขโทรศัพท์ 082 459 1652 เป็นผู้ประสานงาน โดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อธิกมาส มากจ้อย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

อ.พ.ท
Car
14 มก 63

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชัยณัฐกัญญ์ สื่อจันทร์
วัน เดือน ปี เกิด	28 กุมภาพันธ์ 2529
สถานที่เกิด	สมุทรสาคร
วุฒิการศึกษา	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ที่อยู่ปัจจุบัน	1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120

