การจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม*

อัจฉรีย์ มานะกิจ[1] ประสพชัย พสุนนท์[2]

(วันที่รับบทความ: 16 เมษายน 2563; วันแก้ไขบทความ: 15 มิถุนายน 2563; วันตอบรับบทความ: 29 มิถุนายน 2563)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย จำนวน 251 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster) ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ พฤติกรรมการแก้ไขปัญหา พฤติกรรมพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและรับความคิดเห็นใหม่ พฤติกรรมกล้าคิดกล้าแสดงออก และพฤติกรรมชอบคิดหาคำตอบ

ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม จัดกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่ม มีลักษณะดังนี้ กลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นด้านชอบคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลองต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเองและสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น กลุ่มที่ 2 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 35.86 เป็นกลุ่มที่มีความโดดเด่นด้านกล้าคิด กล้าแสดงออกชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ และสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น กลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.37 เป็นกลุ่มที่ไม่มีความโดดเด่นด้านสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น และด้านกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ ทั้งนี้สามารถนำประโยชน์ของวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคตไปเป็นแนวทางในการพัฒนาตัวผู้ประกอบการในด้านความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

คำสำคัญ: พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์, การจัดกลุ่ม, ผู้ประกอบการ OTOP

---

* บทความวิจัย กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2563

[1] นักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, E-mail: atcharee_noon@hotmail.com

[2] รองศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์
Social Sciences Research and Academic Journal

Classification of Creative Behaviors for Product Design and Development of One Tambon, One Product (OTOP) Entrepreneurs in Samutsongkhram Province*

Atcharee Manakij[1] *Prasopchai Pasunon*[2]

(Received: April 16, 2020; Revised: June 15, 2020; Accepted: June 29, 2020)

Abstract

This study aimed to classify creative behaviors for designing and developing products. A sample was selected from One Tambon, One Product (OTOP) entrepreneurs in Samutsongkhram province. The data collection instruments were 251 sets of questionnaires. The data were analyzed using percentage, frequency, mean and standard deviation. For cluster analysis, non hierarchical cluster analysis was used as a method in this research. There were 4 variables in this study including the problem-solving behavior, the behavior occurring when a person was ready to change mindsets and accept the new ideas and opinions of others, assertive behavior and answer-finding behavior.

It was found that creative behaviors for product design and development of One Tambon, One Product (OTOP) entrepreneurs in Samutsongkhram Province could be classified into 3 clusters. In the first cluster, there were 145 members, accounting for 57.7 %. This group of people was good at figuring out answers by themselves, seeking experiments, solving problems and improving their critical thinking skills. In the second group, there were 90 members, accounting for 35.86%. People in this cluster were outstanding at being brave to think differently, often sharing opinions or new ideas, solving problems and being able to improve their critical thinking skills. In the third cluster, there were 161 members, accounting for 6.37%. Members in this cluster were not good at solving problems, improving critical thinking skills and expressing their new ideas or feelings in an open or direct way. It is the researcher's fervent hope that this research including future research suggestions can be useful to the entrepreneurs in the field of creativity.

Keywords: Creative behavior, Grouping, OTOP entrepreneurs

---

* Research Article from Community Development Department of Ministry of Interior, 2020

[1] Community Development Officer Department of Community Development Ministry of Interior, E-mail: atcharee_noon@hotmail.com

[2] Associate Professor Dr. Faculty of Management Science Silpakorn University

ความสำคัญและปัญหาการวิจัย

ในอดีตที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจใหญ่ที่เรียกว่า “ภาวะฟองสบู่แตก” เมื่อปี พ.ศ. 2540 ส่งผลให้รัฐบาลไทย ให้ความสำคัญและมุ่งเน้นการสร้างงานสร้างรายได้ในด้านเศรษฐกิจฐานราก โดยมองเห็นเป็นรูปธรรมในปี พ.ศ. 2544 โดยรัฐบาลได้บูรณาการหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการทำงานกับชุมชน และออกนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่เรียกว่า OTOP (One Tambon One Product) โดยเป็นแนวคิดที่ประยุกต์มาจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นของประเทศญี่ปุ่นในโครงการ OVOP (One Village One Product) เพื่อเป็นการส่งเสริมการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน โดยคนในชุมชนสามารถคิด ลงมือผลิต และยังช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชนและท้องถิ่น ช่วยเสริมสร้างภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ของคนในชุมชน ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น กรมการพัฒนาชุมชน (2553)

ในปัจจุบัน มีผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ที่ขึ้นทะเบียนกับกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย จากข้อมูลล่าสุด ปี 2562 รวมทั้งสิ้น 80,141 ราย และมีสินค้า OTOP ที่ขึ้นทะเบียนไว้กว่า 167,403 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งการส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP และการพัฒนาสินค้า OTOP ในด้านต่างๆ จึงไม่เพียงแต่จะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและสร้างการจ้างงาน ในชุมชนท้องถิ่นทั่วประเทศเท่านั้น แต่ยังเป็นการรักษามรดกทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาให้คงอยู่สืบต่อไป โดยหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการ ในหลากลายด้านทั้งการสร้างผู้นำ สร้างเครือข่ายระดับต่างๆ ครอบคลุมทุกพื้นที่ การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักแก่ลูกค้า ทั้งภายในและภายนอกประเทศ การจัดมหกรรมสินค้า และกิจกรรมพิเศษต่างๆ การจัดฝึกอบรมโดยหน่วยงานต่างๆ การส่งเสริมการรับรองมาตรฐาน มผช. และการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์ (OPC) ปัจจุบันแนวทางการพัฒนาผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้ภาพรวมของประเทศ และในจังหวัดสมุทรสงครามได้มีการปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานไปตามแนวนโยบายของรัฐจากเดิมที่ภาครัฐมีบทบาทเป็นผู้ให้การสนับสนุนโยงในทุก ๆ ด้านมาเป็น ภาครัฐจะลดบทบาทลงและส่งเสริมให้ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาเข้ามีส่วนร่วม โดยมุ่งเน้น การพัฒนา และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความรู้และสามารถแสดงความสามารถของตนเอง ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบรับกับการแข่งขันที่เกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างยั่งยืนด้วย 673 ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ รายเก่า รายใหม่ เพิ่มสูงขึ้นอยู่ในระดับต้น ๆ เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น ๆ ที่ผ่านมา ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นสินค้าที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้อย่างน่าสนใจติดตา และเป็นที่นิยม อันเกิดมาจากการที่ผู้ประกอบการแต่ละราย มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการ

ออกแบบสินค้าที่หลากหลาย เช่นพฤติกรรมการแก้ไขปัญหา พฤติกรรมพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและรับความคิดเห็นใหม่ พฤติกรรมกล้าคิดกล้าแสดงออก และพฤติกรรมชอบคิดหาคำตอบ เป็นต้น ซึ่งพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการออกแบบสินค้าของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ส่งผลอย่างยิ่งต่อวางแนวทางการพัฒนาตัวผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่น ของหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมผู้ประกอบการในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบ และพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงครามว่าสามารถจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า ได้จำนวนเท่าใด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และส่งเสริมการพัฒนาความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ รวมถึงคนในชุมชน จากการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า ก่อเกิดประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีขีดความสามารถเพิ่มมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า ของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Behavior) เป็นพฤติกรรมที่มีความสำคัญพฤติกรรมหนึ่งที่องค์กรต่างๆ ต้องการให้บุคลากรของตนเองนั้นมี เพื่อนำมาซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ซึ่งพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น ล้วนแล้วแต่มาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลแต่ละคน ความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลนั้นเป็นสิ่งที่พัฒนาได้ และสามารถค้นหาได้จากมนุษย์ทุกคน หากแต่ได้รับการส่งเสริมหรือให้โอกาส และแสดงออกได้อย่างเหมาะสม woodman, Sawyer, & Griffin (1993) จึงทำให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งหมายถึงการแสดงออกของบุคคลที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวที่เกิดจากความคิดจินตนาการหลากหลายคิดนอกกรอบและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดที่แตกต่างให้เชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกันได้ เป็นความคิดริเริ่มที่แปลกใหม่และแตกต่างไปจากเดิม มีคุณค่า

มีประโยชน์ (Utility) ขายได้แล้วและนำไปทำโดยใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ สามารถสร้างสิ่งใหม่ ๆ ซึ่งมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ รูปแบบธุรกิจใหม่ที่ก่อให้เกิด ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม Guildford, 1988; Drucker (2007) โดยมีนักวิชาการให้ความหมายของรูปแบบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ไว้มากมาย ดังนี้

สมศักดิ์ ภู่วิภาดาวรรธน์ (2544) กล่าวว่าการจัดการเรียนรู้แบบระดม สมองใช้ได้ดีกับวิธีการเสริมสร้างความคิด สร้างสรรค์ของนักเรียน โดยความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้หรือผลมาจากเงื่อนไข หรือประสบการณ์รอบๆ ตัวบุคคล โดยลักษณะของคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการเป็นตัวของตัวเอง ทนต่อความสับสนได้ดี มีความมุ่งมั่น มีความคิดอิสระ มีอารมณ์ขัน มีความยืดหยุ่น และใช้สามัญสำนึกมากกว่าเหตุผล เป็นต้น โดยสิ่งสำคัญในการจัดการเรียนรู้ คือ เปิดโอกาสให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อ ความคิดสร้างสรรค์ คือ การคิดคล่อง การคิดแบบอเนกนัย การคิดยืดหยุ่น การคิดริเริ่ม และการให้รายละเอียด เป็นต้น

ปราณี สุรสิทธิ์ (2549) กล่าวว่า ลักษณะของผู้ที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จะมีพฤติกรรมดังนี้ มีแนวคิดเป็นตัวของตัวเองสูง ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ไม่แน่นอนและเป็นข้อขัดแย้ง อดทนต่อสิ่งที่ไม่ชัดเจน มีความสามารถมรการใช้สมาธิ มีความคิดอิสระมีความคิดริเริ่ม ไม่ชอบตามใคร มีอารมณ์ขันมีจินตนาการ ชอบทำในสิ่งที่แปลกใหม่ ช่างสงสัย ซักถามสิ่งที่ต้องการรู้ ชอบคิดหาคำตอบไวต่อปัญหา กล้าคิดกล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็น มีความสามารถในการแก้ปัญหา ชอบคลุกคลี ในสังคม และถือตัวเองเป็นศูนย์กลาง เป็นต้น

Torrance (1962) กล่าวว่า บุคคลที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มักจะมีพฤติกรรม ชอบตั้งคำถาม ชอบซักถามแสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบความจริงด้วยตนเอง และพยายามหาหนทางที่จะค้นพบคำตอบด้วยตนเอง

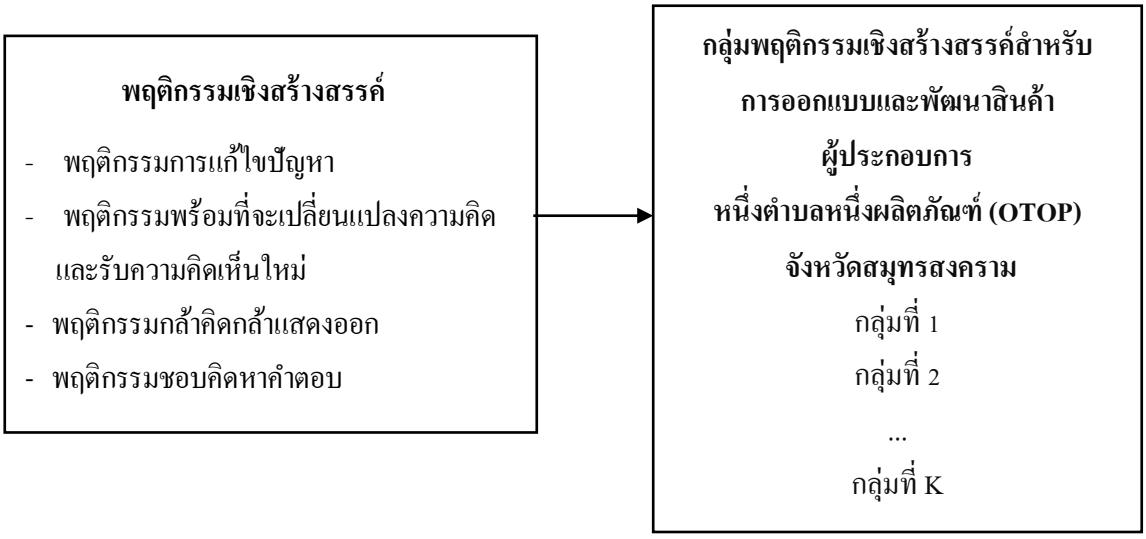
Guiford (1967) กล่าวว่า ลักษณะของบุคคลที่มีความคิดเป็นนักคิดและคิดอย่างสร้างสรรค์ มีพฤติกรรมที่มีความฉับไว ชอบเปลี่ยนแปลงความคิด รับความคิดใหม่ๆ มาพิจารณาได้ง่าย มีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้รวดเร็วและชัดเจน แสดงความคิดเห็นใหม่เสมอ และนำมาปรับปรุงให้ดีขึ้น

พูนเพิ่ม เสรีวิชยสวัสดิ์ (2561) กล่าวว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ตามแนวคิดของ Kirton (1994) คือพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการปรับตัว ได้แก่พฤติกรรมการเป็นตัวของตัวเอง พฤติกรรมการทนต่อความสับสน ชอบทำสิ่งที่ซับซ้อน ยอมรับในสิ่งที่ ไม่แน่นอน และสิ่งที่เป็นข้อขัดแย้ง พฤติกรรมการมีความมุ่งมั่น มีความสามารถในการใช้สมาธิพฤติกรรมการมีความฉับไวที่จะรับรู้ปัญหา มองเห็นปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และพฤติกรรมการมีความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และวิธีการทำงาน รับความคิดใหม่มาพิจารณาง่าย และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม ได้แก่

พฤติกรรมการมีความคิดอิสระ ไม่ชอบตามอย่างใคร พฤติกรรมการมีอารมณ์ขัน ขี้เล่น ชอบคิดเล่นไปเรื่อย ๆ ช่างจินตนาการ พฤติกรรมชอบทำสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่เหมือนใครในสังคมพฤติกรรมการช่างสงสัย ชอบตั้งคำถาม และซักถามในสิ่งที่อยากรู้ พฤติกรรมการมีนิสัยคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลองต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง พฤติกรรมกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็น

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่านักวิชาการแต่ละท่านอธิบายรูปแบบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในมุมมองที่แตกต่างกัน แต่มีพฤติกรรมที่มีนักวิชาการกล่าวไว้ตรงกัน ได้แก่ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแก้ไขปัญหา พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิด และรับความคิดเห็นใหม่ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านกล้าคิดกล้าแสดงออก และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านชอบคิดหาคำตอบ ผู้วิจัยเห็นว่ามีความน่าสนใจและเหมาะสมในการวิเคราะห์บริบทของผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม จึงเลือกใช้เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยดังรูปที่ 1

กรอบแนวคิดของการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 673 คน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (1967) โดยกำหนดความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และได้ขนาดตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 251 คน จาก 673 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล และส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นในด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า จำนวน 20 ข้อ ซึ่งกำหนดคำตอบเป็นมาตราส่วน ประมาณค่าโดยใช้วิธีของ Likert (1961) ที่แบ่งระดับการวัดออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 30 วัน นับตั้งแต่วันที่ 5 พฤศจิกายน 2562 ถึง 5 ธันวาคม 2562

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

3.1 ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามงานวิจัยไปพิจารณาความสอดคล้องและความครอบคลุมของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยผู้เชี่ยวชาญจากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ผู้เชี่ยวชาญพบว่ามีค่าระหว่าง 0.50 - 1.00 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยทรงศักดิ์ ภู่สีอ่อน (2551) โดยข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ และสามารถนำไปใช้ในการสอบถามได้จริงโดยมีค่ามากกว่า 0.5 ขึ้นไปทุกข้อคำถาม

3.2 วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่นกับผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 30 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าระหว่าง 0.73 - 0.98 โดยกำหนดให้ค่าความน่าเชื่อถือได้ของสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 แสดงว่าเครื่องมือ มีค่าความเชื่อมั่นสูง Nunnally (1978)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการนำแบบสอบถามที่ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) วิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) มาเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 251 คน โดยได้แบบสอบถามกลับคืนมาอย่างสมบูรณ์และครบถ้วนจำนวน 251 ชุด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งเป็นการจำแนกตัวอย่างออกเป็นกลุ่มๆ โดยที่ภายในกลุ่มแต่ละกลุ่มจะมีความคล้ายคลึงกันในกลุ่มนั้นๆ และระหว่างคลุ่มตัวอย่างจะมีความแตกต่างกัน กัลยา วาณิชย์บัญชา (2548) และใช้การวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster Analysis) หรือเทคนิค K-Means Clustering เนื่องจาก มีจำนวนประชากรมากกว่า 200 คน

สรุปผลการวิจัย

จากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม สถานภาพโดยรวมส่วนใหญ่ เป็นผู้ชาย จำนวน 132 คน (ร้อยละ 52.6) อายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน134 คน (ร้อยละ 53.4) สถานภาพสมรสจำนวน 155 คน (ร้อยละ 61.8) ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 144 คน (ร้อยละ 57.4) ระยะเวลาของการเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม 1 – 5 ปีจำนวน 135 คน (ร้อยละ 538) ผู้ประกอบการประเภทเครื่องดื่มจำนวน 106 คน (ร้อยละ 42.2) และลงทะเบียน OTOP อำเภออัมพวา จำนวน 134 คน (ร้อยละ 53.4)

จากการจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม ด้วยวิธีการวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster Analysis) หรือเทคนิค K-Means Clustering จำนวน 251 ตัวอย่าง โดยใช้ตัวแปรในการตัดกลุ่มพฤติกรรมออกเป็น 4 ตัวแปร พบว่าสามารถจำแนกกลุ่มออกเป็น 3 กลุ่มที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งผลการทดสอบ ANOVA พบว่า แต่ละกลุ่มนั้นมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และในการประมวลผลค่าเฉลี่ยหรือค่ากลางของแต่ละกลุ่ม ที่เปลี่ยนไปในแต่ละรอบคำนวณรวม 15 รอบ (Iteration) จึงจะไม่พบการเปลี่ยนแปลงของค่ากลาง โดยแต่ละกลุ่มมีสมาชิก และค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน ซึ่งสามารถจัดกลุ่มพฤติกรรมด้านการออกแบบได้เป็น 3 กลุ่ม ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปรแต่ละตัวเมื่ออยู่ต่างกลุ่มกัน และจัดเป็น 3 กลุ่ม

ตัวแปร	Cluster		
	1	2	3
พฤติกรรมการแก้ไขปัญหา	0.426**	-0.294	-2.205*
พฤติกรรมพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและรับความคิดเห็นใหม่	0.386**	-0.349	-1.533*
พฤติกรรมกล้าคิดกล้าแสดงออก	0.404**	-0.292	-2.018*
พฤติกรรมชอบคิดหาคำตอบ	0.584**	-0.628	-1.757*
จำนวน	145	90	16
ร้อยละ	57.7	35.86	6.37

**ความแตกต่างค่าเฉลี่ยกลางสูงสุด, *ความแตกต่างค่าเฉลี่ยกลางต่ำสุด

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 รองลงมาคือ กลุ่มที่ 2 มีจำนวนสมาชิก 90 คน คิดเป็นร้อยละ 35.86 และกลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิกน้อยที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.37 นั้น จากนั้นพิจารณาถึงลักษณะของกลุ่ม โดยใช้ค่าเฉลี่ยกลางของตัวแปรที่เป็นตัวแปรมาตรฐาน (Standardized) ของแต่ละกลุ่ม เพื่อนำมาจัดลำดับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า ของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม

การพิจารณาลักษณะของตัวแปร สำหรับการจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า ของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม ในแต่ละกลุ่ม พิจารณาจากค่าเฉลี่ยมาตรฐานของตัวแปร โดยหากค่าเฉลี่ยกลางสูงสุด หมายถึงกลุ่มพฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าสูง และหากค่าเฉลี่ยกลางต่ำสุด หมายถึงกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าต่ำ โดยผลการจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม สามารถแบ่งกลุ่มได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากที่สุด โดยเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยมาตรฐานสูงที่สุดในทุกประเด็น เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านชอบคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง ด้านความสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ และด้านความยืดหยุ่น

พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดเห็นใหม่ ตามลำดับ ดังนั้นจึงเรียกกลุ่มนี้ว่า “กลุ่มพรสวรรค์”

กลุ่มที่ 2 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 35.86 เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกมากเป็นอันดับสอง โดยเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยมาตรฐานเป็นอันดับสองในทุกประเด็น เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ ด้านความสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น ด้านความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและวิธีการทำงาน รับความคิดเห็นใหม่ และด้านชอบคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง ตามลำดับ ดังนั้นจึงเรียกกลุ่มนี้ว่า “กลุ่มพรเสมอ”

กลุ่มที่ 3 มีจำนวนสมาชิกจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 6.37 เป็นกลุ่มที่มีจำนวนสมาชิกน้อยที่สุด โดยเป็นกลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยมาตรฐานน้อยที่สุดในทุกประเด็น เรียงลำดับได้ดังนี้ ด้านความยืดหยุ่น พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงความคิดและวิธีการทำงาน ด้านชอบคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง ด้านกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ และด้านสามารถแก้ไขปัญหานำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น ตามลำดับ ดังนั้นจึงเรียกกลุ่มนี้ว่า “กลุ่มพรสแวง”

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ผลการด้วยวิธี Cluster Analysis สามารถแบ่งกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม ออกมาได้เป็น 3 กลุ่ม โดยกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุด คือ “กลุ่มพรสวรรค์” รองลงมาคือ ” กลุ่มพรเสมอ” และ“กลุ่มพรแสวง” สามารถอภิปรายผลลักษณะของกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้

“กลุ่มพรสวรรค์” มีจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มนี้มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.7 และเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้ามากที่สุด มีความโดดเด่นด้านชอบคิดหาคำตอบ แสวงหาการทดลอง ต้องการค้นพบคำตอบด้วยตนเอง และสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น สอดคล้องกับสุคนธ์ทิพย์ มงคลเจริญ (2555: 137) ที่กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมเป็นการแสดงออกถึงการริเริ่มสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ กระบวนการใหม่หรือวิธีการทำงานใหม่ ซึ่งหมายรวมไปถึงการแก้ไขและปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิม ให้แตกต่างออกไปเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานและองค์การ โดยพิจารณาตั้งแต่ความสามารถในการแสวงหาโอกาสในการพัฒนา การหาแนวทางหรือวิธีการเพื่อพัฒนาการริเริ่ม พัฒนาจนกระทั่งการประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้พัฒนาขึ้น และสำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้องอาศัยความพึงพอใจ ความชอบและความรักในการออกแบบสินค้า เพื่อให้สินค้ามีรูปแบบที่มีความสนใจ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา สถานภาพ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ตำแหน่งและรายได้ที่แตกต่างกัน

นั้นทำให้ความพึงพอใจในการทำงานแตกต่างกัน ภูมรินทร์ ทวิชศรี (2011) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Torrance (1962) ที่กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดผลผลิตหรือสิ่งแปลกใหม่ที่รู้จักมาก่อน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ อาจจะเกิดจากการรวบรวมเอาความรู้ต่างๆ ที่ได้จากประสบการณ์ การรวบรวมความคิด จึงส่งผลให้ผู้สินค้า OTOP ของจังหวัดสมุทรสงครามได้รับความนิยม เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความโดดเด่นในด้านความคิดสร้างสรรค์ สามารถที่จะออกแบบและพัฒนาสินค้า ออกมาได้อย่างน่าสนใจและมีแตกต่างทางด้านการสร้างสรรค์เมนูและแพคเกจที่น่าสนใจ

“กลุ่มพรเสมอ” จำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 35.86 และเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าในระดับปานกลาง มีความโดดเด่นด้านกล้าคิดกล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ และสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น โดย การรับรู้ความสามารถของตนเองเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ Jaussi et.al (2003) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554) ที่กล่าวว่า ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งสามารถทำให้ผู้ประกอบการนำทักษะเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kanter (1988) กล่าวว่าเป็นการสร้างแนวคิดที่แปลกใหม่ และสามารถที่จะปรับตนเองให้เข้ากับสิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลารวมถึงการตระหนักถึงปัญหาและการสร้างความคิดหรือทางเลือกสำหรับการแก้ปัญหา เพื่อที่จะนำพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมนั้นมาทำให้ ผลงานการออกแบบและพัฒนาสินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งพฤติกรรมสร้างนวัตกรรมเป็นการแสดงออกของพฤติกรรมในการคิดริเริ่มแนวใหม่ กล้าที่จะคิดและแสดงออกในสิ่งที่คิด รวมถึงสามารถปรับปรุงและพัฒนาความคิดให้ดีขึ้น โดยมีการผสมผสานบูรณาการและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ค้นหาโอกาสที่จะเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ ไปใช้ในองค์การการคิดวิธีการใหม่ ๆ เพื่อแก้ปัญหาในงานมีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์กับ แนวคิดใหม่ได้อย่างเหมาะสม และมีการส่งเสริมจูงใจให้ผู้ทำงานเห็นความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการแสดงออกของบุคคล ในการริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำความคิดสร้างสรรค์นั้นมาใช้ประโยชน์ในองค์การได้ สุดารัตน์ เหลาฉลาด (2547: 176)

“กลุ่มพรแสวง” มีจำนวนผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มนี้น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.37 และเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าน้อยที่สุด ยังไม่มีความโดดเด่นด้านสามารถแก้ไขปัญหา นำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้น และด้านกล้าคิด กล้าแสดงออก ชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอ โดยพฤติกรรมเชิงสร้างเป็นการแสดงออกถึงการริเริ่มสร้างสรรค์แนวคิดใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ กระบวนการใหม่ หรือวิธีการทำงานใหม่ ซึ่งหมายรวมไปถึงการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิม ให้แตกต่างออกไป เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการทำงานและองค์การ โดยพิจารณาตั้งแต่ความสามารถในการแสวงหาโอกาสในการพัฒนา การหาแนวทางหรือวิธีการเพื่อพัฒนาการริเริ่มพัฒนาจนกระทั่งการประยุกต์ใช้สิ่งที่ได้พัฒนาขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องมีการริเริ่มสร้างสรรค์แนวคิดใหม่แตกต่างไปจากเดิม โดยจำนวนผู้ประกอบการ OTOP ของจังหวัดสมุทรสงครามที่มีจำนวนน้อยที่สุด เป็นผู้ประกอบการเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม น้อยกว่า 1 ปี โดยเพศ อายุ ระดับการศึกษาและระยะเวลาการทำงานที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานที่แตกต่างกันด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของนัฐกานต์ ฐิติจำเริญพร และกัลยกิตติ์ กีรติอังกูร (2561) ที่กล่าวว่าอายุจะมีผลต่อความชำนาญและเชี่ยวชาญในวิชาชีพ เนื่องด้วยมีประสบการณ์งานที่มากกว่าทำให้มีการเรียนรู้งานมากกว่า อีกทั้งยังมีความอดทนต่อแรงกดดันได้ดีกว่า ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาของการเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสมุทรสงคราม น้อยกว่าจึงมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า OTOP ในเรื่องของการแก้ไขปัญหานำความคิดมาปรับปรุงให้ดีขึ้นและด้านกล้าคิด กล้าแสดงออกชอบแสดงความคิดเห็นใหม่อยู่เสมอน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาของการเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสมุทรสงครามสูง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

จากการวิเคราะห์การจัดกลุ่มพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า จังหวัดสมุทรสงครามมีจำนวนผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการออกแบบและพัฒนาสินค้า ในระดับที่สูง ร้อยละ 57.7 ส่งผลให้สินค้า OTOP ของจังหวัดสมุทรสงครามเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีความแตกต่างจากสินค้าของจังหวัดอื่น ๆ และยังมีผู้ประกอบการอีกร้อยละ 42.3 ที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการออกแบบและพัฒนาสินค้า ในระดับกลางและต่ำ ซึ่งทำให้เห็นว่าหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สามารถมีส่วนในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการในด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่นำไปสู่การออกแบบและพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดสมุทรสงคราม ให้มีความน่าสนใจและโดดเด่นทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้า ของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ หรือวิธีวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ทราบทัศนคติ แนวคิด รวมถึงปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และ

ทำการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สำหรับการออกแบบและพัฒนาสินค้าในด้านอื่นๆ เพื่อให้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้นสำหรับเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนนำไปใช้ในการวางแผนการส่งเสริมและสนับสนุนด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการออกแบบแก่ผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จังหวัดสมุทรสงครามต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน. (2562) .*หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. (5 มกราคม 2563) สืบค้นจาก http://cep.cdd.go.th/services/otop2563

สมศักดิ์ ภู่วิภาดาวรรธน์. (2544). *เทคนิคการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์*. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ปราณี สุรสิทธิ์. (2549). *การเขียนสร้างสรรค์เชิงวารสารศาสตร์* . กรุงเทพฯ: แสงดาว.

พูนเพิ่ม เสรีวิชยสวัสดิ์. (2561). *Poonperm Serivichayaswad ภาควิชาบริหารธุรกิจ วิทยาลัยดุสิตธานี (Faculty of Hospitality Industry, Dusit Thani College) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (Creative behavior of staff which is critical to Thailand's MICE industry).* 233-259.

ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2561). *การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย.* (พิมพ์ครั้งที่ 8). มหาสารคาม: ตักสิลาการพิมพ์.

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). *สถิติสำหรับงานวิจัย.* กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุคนธ์ทิพย์ มงคลเจริญ. (2555). *อิทธิพลของรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้ความสามารถของตนเอง และ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของพนักงานในงานธุรกิจสื่อไดเร็ค ทอรี่แห่งหนึ่ง.* วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

ภุมรินทร์ ทวิชศรี. (2552). *แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน กรณีศึกษา บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด โรงงานจังหวัดปทุมธานี.* ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชมงคลธัญบุรี.

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิด สร้างสรรค์ของบุคคล เชาวน์อารมณ์ (EQ และเชาวน์ ทางจิต (SQ). *หาดใหญ่วิชาการ,* 9(1), 75-82.

สุดารัตน์ เหลาฉลาด. (2547). *ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายใน ภาวะผู้น าการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วย สภาพแวดล้อมในงาน กับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลมหาวิทยาลัย ของรัฐ*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต (สาขาวิชาบริหารการพยาบาล). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

นัฐกานต์ ฐิติจำเริญพรและกัลยกิตติ์ กีรติอังกูร.(2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมของพนักงานองค์การธุรกิจของ บริษัทโตโยต้า ไดฮัทสุ เอ็นจิเนียริ่ง แอนด์ แมนูแฟคเจอริ่ง จำกัด. *Veridian E-journal,* 11(2), 651-669.

Woodman, R.W., Sawyer, J.E., &Giffin, R.W.(1993). *Toward a theory of organizational creativity.* Academy of Management Review 18, 2: 293-321.

Guilford, J. P. (1967). *The Nature of Human Intelligence.* New York: McGraw – Hill.

_____. (1988). *Some Changes in the Structure – of – Intellect Model.Educational and Psychological Measurement.* 48: 1 – 4.

Torrance, E.P. (1962). *Guiding Creative talent.* New Delhi: Prentice Hall.

Guilford, J.P. (1967). *The Nature of Human Intelligence.* New York: McGraw-Hill Book Co.

Kirton, M.J. (1994). *Adaptors and innovators: styles of creativity and problem solving.* Routledge, London.Yamane. (1967).

Likert, Rensis. (1961). *New patterns of management.* New York: McGraw-Hill Book Company,

Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill.

Jaussi, K. S. & Dionne, S. D. (2003). Leading for creativity: The role of unconventional behavior. *Journal of Leadership Quarterly,* 14, 475-498.

Kanter, Rosabeth Moss. (1983). *The change masters.* New York: Simon and Schuster.

_____. (1988). *Three tiers for innovation research.* Communication Research 15, 5: 509-523.

****