อิทธิพลของความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อนักศึกษา คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

The Influence of Creativity on Students in Faculty of Information and Communication Technology, Silpakorn University

ชัญญ์ฐกัญญ์ สือจันทรา[1*] และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน[1]

Chanthakan Suejanta[1*] and Chalermchai Kittisaknavin[1]

[1] สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร 76120

[1] Public Administration, Faculty of Management Science Silpakorn University, 76120, Thailand

* Corresponding author: E-mail address: chanthakan-sue@hotmail.com

(Received: August 17, 2021; Revised: December 3, 2021; Accepted: December 31, 2021)

https://doi.org/10.55164/pactj.v35i3.253915

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง 329 คน และสถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียรสัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน ผลการศึกษาพบว่า 1) ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของนักศึกษา 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ (1) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การโดยรวม (2) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (3) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ และ (4) บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว

คำสำคัญ: ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

Abstract

The objectives of this research were 1) to examine the relationship between creativity, perceived the university support for creativity, and 5 personality factors of students at Faculty of Information and Communication Technology, Silpakorn University and 2) to explore the factors influence the students'creativity. The study was quantitative research. The instrument of this research was a questionnaire for data collection used with 329 students. The statistical methods in the research included the coefficient of Pearson Product Moment Correlation analysis and Stepwise Multiple Regression analysis. The research results indicated that 1) creativity had positive correlation with their perception on the university support for the creativity and the 5 personality factors and 2) four factors affecting creativity of the students were as follows (1) overall perceived university support for creativity, (2) compromising personality, (3) openness to experience personality and (4) Neuroticism personality.

Keywords: Creativity, Perceptions of Students Towards University Support for Creativity, 5 Personality Factors

บทนำ

ความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทอย่างมากในการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเติบโตและสร้างความสามารถในการแข่งขันภายใต้เศรษฐกิจและสังคมยุคดิจิตอล โดยกระทรวงการอุดมศึกษา วิจัย และนวัตกรรม มีนโยบายให้สถาบันการศึกษาปรับตัวอย่างก้าวกระโดด ผลิตกำลังคนตามความต้องการของภาคอุตสาหกรรม การวิจัย พัฒนาและสร้างนวัตกรรมขั้นสูง การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ หรือการเตรียมความพร้อมประเทศสู่ศตวรรษที่ 21 ตามแนวนโยบาย Thailand 4.0 ซึ่งให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา ควบคู่ไปกับการพัฒนาคน คือ การส่งเสริม สนับสนุน และกำกับการอุดมศึกษาให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก มีความเป็นอิสระในทางวิชาการ วางแผน ส่งเสริม สนับสนุน ดำเนินการวิจัย และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาประเทศ [1]

มหาวิทยาลัยเป็นสถาบันการศึกษาขั้นสูงเป็นสถานที่นักศึกษาเข้ามาศึกษา เพื่อปริญญาบัตรหรือแสวงหาความรู้และการวิจัย [2] มหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ถ่ายทอดความรู้แก่นักศึกษา สร้างผลงานวิจัยและเอกสารทางวิชาการและการศึกษา รวมทั้งเป็นสถานที่วิพากษ์และแลกเปลี่ยนทางวิชาการ และเป็นสถานที่ที่อาจารย์และผู้บริหารมหาวิทยาลัยทุกระดับปฏิบัติหน้าที่และดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มุ่งเน้นเรื่องคุณภาพด้วยความพยายามต่อเนื่องในการปรับปรุงและเพิ่มคุณภาพให้มากขึ้นเพื่อยกระดับมหาวิทยาลัย เพราะมหาวิทยาลัยต้องถ่ายทอดความรู้ ทักษะและสมรรถนะแก่ผู้เรียน โดยเฉพาะทักษะเพื่อนวัตกรรมอันเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 ซึ่งทักษะหนึ่งเพื่อนวัตกรรม คือ ความคิดสร้างสรรค์ [3] ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นที่มหาวิทยาลัยต้องปลุกฝังและพัฒนาให้เกิดแก่นักศึกษา [4]

มหาวิทยาลัยศิลปากรมีเป้าหมายมุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างสรรค์ ด้วยเจตนารมณ์และความมุ่งมั่นที่จะสร้างทรัพยากรบุคคลผู้เปี่ยมด้วยความคิดสร้างสรรค์ ดั่งเช่น อัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากรระบุว่า "ชาวศิลปากรเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์" เพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาประเทศตามนโยบายเศรษฐกิจของประเทศ Thailand 4.0 [5] ในขณะที่ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เข้ามามีบทบาทและมีความสำคัญในการพัฒนาประเทศในด้านต่าง ๆ มากขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ก้าวทันเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งพร้อมกับสามารถประยุกต์ศาสตร์แขนงดังกล่าวไปใช้ในงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยเหตุนี้มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงเล็งเห็นความสำคัญของสาขาวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยมุ่งหวังการผลิตบุคลากรในสาขาวิชาดังกล่าว เพื่อนำความรู้และทักษะไปประยุกต์ใช้ต่อการดำเนินงานขององค์การ อีกทั้งวิชาชีพนักสารสนเทศยังเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานปัจจุบัน มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงมีแนวคิดที่จะผลิตบัณฑิตโดยอยู่บนพื้นฐานของการนำศักยภาพที่มีเอกลักษณ์ด้านศิลปะและการออกแบบที่จัดอยู่ในระดับแถวหน้าของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยนำมาประยุกต์เข้ากับวิทยาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นศาสตร์ที่เข้ามามีบทบาทต่อภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและสังคม งานวิจัยนี้มุ่งศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีระดับความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างไร โดยศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยต่าง ๆ โดยจำแนกตามสาขาวิชาและปัจจัยส่วนบุคคล

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งเน้นพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความคิดสร้างสรรค์ ตามวิสัยทัศน์ “ศิลปากรเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งการสร้างสรรค์” โดยผลการวิจัยนี้จะเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะสะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาศิลปากรและกระทรวงการอุดมศึกษาวิจัย และนวัตกรรม ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

สมมติฐานการวิจัย

1. ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างกัน

2. ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่มนุษย์ทำให้เกิดสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา ทุกคนมีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่ว่าจะแสดงออกมาในรูปแบบไหนและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ไม่เท่ากัน ในโลกปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์มีบทบาทอย่างมากในการปฏิบัติงาน เพราะทำให้เกิดกระบวนการทำงานที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

ขวัญฤดี ตันตระบัณฑิตย์ [6] ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ คือความสามารถทางสมองของมนุษย์ที่คิดแบบแปลกใหม่คิดได้กว้างไกลหลายแง่มุมหลายทิศทาง นำไปสู่การคิดสร้างประดิษฐ์ คิดทางแก้ปัญหาแบบใหม่ รูปแบบของแนวคิดมีหลายแบบแผน ได้แก่ แนวคิดที่ได้มาจากการเชื่อมโยงความคิดเข้าด้วยกัน แนวคิดที่มาจากการดัดแปลง แนวคิดที่ได้จากการเปรียบเทียบและแนวคิดที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ

ทั้งหมดนี้นำไปสู่การมีความคิดสร้างสรรค์ทั้งสิ้น และกฤษ วงษ์เกษม [7] ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ แม้ว่าสมองจะมีคุณสมบัติในการคิดเชิงบูรณาการ แต่ประสิทธิภาพในการคิดแบบนี้จะถูกจำกัดลงด้วยการใช้เหตุผลทางตรรกะแบบวิทยาศาสตร์ ปัจจุบันนักวิชาการ จึงให้ความสำคัญในเชิงบูรณาการด้วยการเลิกใช้เหตุผล โดยหันมาให้ความสำคัญกับการหยั่งรู้จากจิตสำนึกและจิตใต้สำนึกแทน ส่งผลให้คนเราสามารถหาวิธีสร้างสรรค์ใหม่ๆ ค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ที่ดีกว่าเดิม

ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ของ อี พอล ทอร์แรนซ์ [8] นิยามความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นกระบวนการของความรู้สึกไวต่อปัญหา หรือสิ่งที่บกพร่องขาดหายไปแล้วรวบรวมความคิดตั้งเป็นสมมติฐานขึ้น ต่อจากนั้นก็ทำการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมติฐาน ตามทฤษฎีของทอร์แรนซ์ สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้น ดังนี้ 1. การค้นหาข้อเท็จจริง เริ่มจากการความรู้สึกกังวล สับสนวุ่นวาย แต่ยังไม่สามารถหาปัญหาได้ว่าเกิดจากอะไร ต้องคิดว่าสิ่งที่ทำให้เกิดความเครียดคืออะไร 2. การค้นพบปัญหา เมื่อคิดจนเข้าใจจะสามารถบอกได้ว่าปัญหาต้นตอคืออะไร 3. กล้าค้นพบความคิด คิดและตั้งสมมติฐาน ตลอดจนรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทดสอบความคิด 4. การค้นพบคำตอบ ทดสอบสมมติฐานจนพบคำตอบ 5. การยอมรับจากการค้นพบ ยอมรับคำตอบที่ค้นพบและคิดต่อว่าการค้นพบจะนำไปสู่หนทางที่จะทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ต่อไปที่เรียกว่า การท้าทายในทิศทางใหม่

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน [9] กล่าวว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ มีการศึกษาจำนวนมากในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม และบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ เสนอว่า หากฝ่ายหนึ่งกระทำดีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายที่ได้รับรางวัลก็จะทำดีตอบ ตามทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนขององค์การจะเกี่ยวกับการรับรู้ความยุติธรรมในการปฏิบัติ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงานที่ดีและการให้รางวัล การรับรู้การสนับสนุนขององค์การของบุคลากรส่งผลดีต่อองค์การคือ การขาดงานและลาออกจากงานลดลง ความผูกพันกับองค์การและผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น นอกจากนี้ งานวิจัยของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน [10] ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลเชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และงานวิจัยของงานวิจัยของ ธิดารัตน์ เทพพานิช [11] ศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ข้าราชการสังกัดสำนักงานสรรพากรพื้นที่ในจังหวัดนครราชสีมา มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การโดยรวมอยู่ในระดับสูง

ทฤษฎีการสนับสนุนจากองค์การ ไอเซนเบอร์เกอร์และคณะ [12] ได้ให้ความหมายไว้ว่า พนักงานในองค์การจะเชื่อเรื่องการที่องค์การจะตอบแทนอย่างคุ้มค่าต่อการทุ่มเทในการทำงานของพนักงาน รวมทั้งการให้การดูแลเอาใจใส่แก่พนักงานมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานการแลกเปลี่ยนกันระหว่างทั้งสองฝ่าย

เช่น เมื่อพนักงานรู้สึกว่าได้รับการสนับสนุน และดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี จะส่งผลทำให้พนักงานมีความรู้สึกว่าจะต้องตอบแทนองค์การ โดยการทุ่มเทในการทำงาน เพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งการที่พนักงานมีความรู้สึกสำนึกในบุญคุณขององค์การจะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์การ และเป็นแรงผลักดันให้พนักงานมีความตั้งใจ และทุ่มเทในการทำงานมากยิ่งขึ้น การสนับสนุนจากองค์การเป็นสิ่งที่องค์การกระทำโดยผ่านนโยบายขององค์การ กฎเกณฑ์ และกระบวนการต่าง ๆ ซึ่งนโยบายขององค์การ กฎเกณฑ์ และกระบวนการต่าง ๆ ที่แสดงออกมาอาจเอื้ออำนวยผลประโยชน์ให้แก่พนักงานหรือขัดขวางผลประโยชน์ต่อพนักงาน ซึ่งหากเปรียบองค์การเป็นเสมือนบุคคลแล้ว นโยบายขององค์การ กฎเกณฑ์ และกระบวนการต่าง ๆ ที่แสดงออกมาก็จะเปรียบเสมือน ความใจดีมีเมตตา หรือ ความโหดร้ายขององค์การที่มีต่อพนักงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อเจตคติของพนักงานที่มีต่อองค์การ

สรุปได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การรับรู้ ความรู้สึก ความเชื่อของบุคคล ที่ได้รับจากการทำงานในองค์การ ว่าจะได้รับรางวัลตอบแทน การดูแลเอาใจใส่ การยกย่อง การยอมรับ การพัฒนาและอบรมเพิ่มพูนความรู้ที่ดีขึ้น ให้คุณค่ากับผลงานและความทุ่มเทในการทำงานของบุคคล อีกทั้งการให้การสนับสนุนด้านต่าง ๆ ขององค์การแก่บุคคล ให้มีความก้าวหน้าในสายอาชีพที่ทำหรือการพัฒนาต่อยอดผลงานนั้นต่อไป

แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

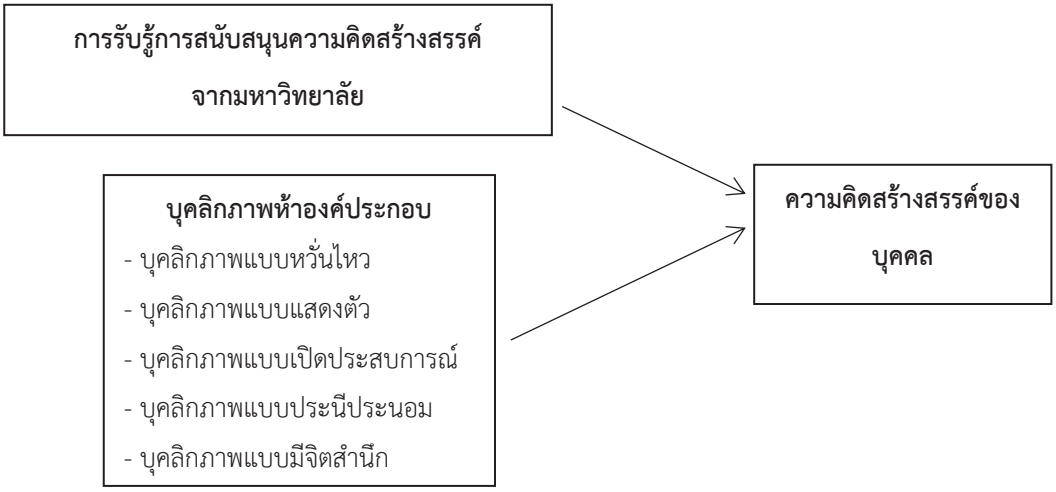
Costa & McCrae [13] กล่าวว่า แนวคิดบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ประกอบไปด้วย (1) บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว หมายถึง เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล เป็นคนโกรธง่าย ท้อแท้ คำนึงถึงแต่ตนเอง มีความกระตุ้นรุนแรง และมีอารมณ์เปราะบาง (2) บุคลิกภาพแบบแสดงตัว หมายถึง เป็นผู้มีความอบอุ่น ชอบอยู่ร่วมกับผู้อื่น แสดงออกแบบตรงไปตรงมา ชอบมีกิจกรรม ชอบแสวงหาความตื่นเต้น มีอารมณ์ด้านบวก (3) บุคลิกภาพแบบเปิดประสบการณ์ หมายถึง เป็นคนช่างฝัน ซาบซึ้งในความงาม เปิดเผยความรู้สึก การปฏิบัติ มีความคิด และยอมรับค่านิยม (4) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม หมายถึง เป็นผู้ไว้วางใจผู้อื่น ตรงไปตรงมา รู้สึกเอื้อเฟื้อ ยอมตามผู้อื่น สุภาพ และมีจิตใจอ่อนโยน และ (5) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก หมายถึง มีความสามารถ ความเป็นระเบียบ มีความรับผิดต่อหน้าที่ มีความต้องการสัมฤทธิ์ผล มีวินัยในตนเอง

โกลด์เบอร์ก [14] กล่าวว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นการจัดกลุ่มบุคลิกภาพ และอธิบายบุคลิกภาพด้วยการใช้คำคุณศัพท์ โดยแบ่งออกเป็น 5 ปัจจัย ได้แก่ ความมั่นคงทางอารมณ์ การแสดงตัว สติปัญญา ประนีประนอม และการมีจิตสำนึก ส่วนแคทเทล [15] ได้ให้ความหมายไว้ว่า บุคลิกภาพ คือ สิ่งที่จะช่วยให้เราทำนายได้ว่าบุคคลจะกระทำอะไรในสถานการณ์ที่กำหนดขึ้น บุคลิกภาพเป็นเรื่องของพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ทั้งพฤติกรรมที่เปิดเผยและพฤติกรรมที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใน ดังนั้นการศึกษาบุคลิกภาพจะต้องศึกษาพฤติกรรมให้ครบทุกส่วนไม่ใช่ศึกษาเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น

สรุปได้ว่า บุคลิกภาพ หมายถึง บุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่แสดงออกมาจากการกระทำ การแสดงสีหน้าทางอารมณ์ ความชอบและความไม่ชอบของแต่ละบุคคล ลักษณะของการพูด ที่แสดงออกมา

ในรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตได้ และใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม จึงทำให้แต่ละบุคลิกภาพมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปและยังช่วยให้สามารถทำนายได้ว่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น บุคคลเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาเช่นไร

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 1,845 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยวิธีคำนวณสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane) [16] จากการแทนค่าจำนวนประชากร 1,845 คน ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 329 คน ผู้วิจัยได้คำนึงถึงการกระจายให้ครอบคลุมและความน่าเชื่อถือของข้อมูล จึงเพิ่มจำนวนแบบสอบถามออกไปจำนวนทั้งหมด 400 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับคืน จำนวน 365 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากเอกสารการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และหาค่าความเชื่อถือได้ประกอบด้วย แบบสอบถามความคิดสร้างสรรค์ จำนวน 6 ข้อ มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .806 แบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย จำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .869 แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ จำนวน 60 ข้อ มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ .868 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเชื่อถือได้โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 4 ท่าน ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ แต่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งหมด 30 คน และนำผลมาวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของ

แบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของครอนบาค (Alpha Coefficient) ของ Cronbach's Alpha [17] โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของแต่ละข้อคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยทำหนังสือขออนุญาตในการเก็บรวมรวบข้อมูลถึงคณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้แจกแบบสอบถามดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวนแบบสอบถามที่แจกไปทั้งสิ้น 400 ชุด ได้รับเงิน 365 ชุด คิดเป็นร้อยละ 91.25 เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ 365 ชุด คิดเป็นร้อยละ 91.25 ของแบบสอบถามที่ส่งไป

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมและมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ประมวลผลด้วยโปรแกรมสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้ (1) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ หากมีความสัมพันธ์แล้วความสัมพันธ์นั้นเป็นแบบแปรผันหรือผกผัน และ (2) การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ใช้สำหรับวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรที่มีอิทธิพลหรือสามารถพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือในการยืนยันความสำคัญของปัจจัยหนึ่ง (ตัวแปรอิสระ) ส่งผลต่ออีกหนึ่งปัจจัย (ตัวแปรตาม)

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยสามารถนำประเด็นที่สำคัญมาสรุปผล ดังนี้

ประเด็นที่ 1 การศึกษาความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้วิจัยศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ โดยผู้วิจัยจะเสนอในภาพรวมเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางกับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

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 การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร

Cos2 หมายถึง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

PER1 หมายถึง บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว

PER2 หมายถึง บุคลิกภาพแบบแสดงตัว

PER3 หมายถึง บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์

PER4 หมายถึง บุคลิกภาพแบบประนีประนอม

PER5 หมายถึง บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก

IC หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยและการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .538 และ .540 ตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว แบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ

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

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .368 .380 และ .341 ตามลำดับ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวและแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .278 และ .210 ตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 การศึกษาอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ คือ (1) การรับรู้การสนัยสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การโดยรวม (2) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (3) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ และ (4) บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ของการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ มีอิทธิพลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

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

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

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression) พบว่า ตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การโดยรวม ถูกจัดเข้าสมการเป็นลำดับแรก

มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.098 หมายถึง หากตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การโดยรวมเพิ่มขึ้น 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 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 1.382 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น 1.382 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 8.0 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .008 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

ตัวแปรสุดท้ายที่เข้าสู่สมการ คือ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .126 หมายถึง หากตัวแปรบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น .126 ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากรได้ร้อยละ 1.9 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .019 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยสามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ได้ดังนี้

ความคิดสร้างสรรค์ = 6.128 + 1.098 (COS) + 2.235 (PER 4) + 1.382 (PER 3) + .126 (PER 1)

COS = การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การโดยรวม

PER 4 = บุคลิกภาพแบบประนีประนอม

PER 3 = บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์

PER 1 = บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของความคิดสร้างสรรค์ที่มีผลต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร สามารถอธิบายได้ว่า

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย มี

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .538 สามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย อาจจะยังขาดการส่งเสริมและสนับสนุนด้านความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่มากพอ อาจจะเป็นเพราะปัจจัยด้านสถานที่กำลังศึกษา ทำให้การสื่อสารการรับรู้การสนับสนุนและการส่งเสริมขยายไม่คลอบคลุมตามสถานที่กำลังศึกษา ดังนั้นคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ต้องมีการจัดสรรกระตุ้นหรือส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การจัดสภาพแวดล้อมที่ดี การให้รางวัล การสนับสนุนทรัพยากรและการปฏิบัติจากผู้ที่เกี่ยวข้องส่งผลต่อตนเอง ในการสร้างหรือพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ [10] ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน [18] ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เก็บข้อมูลจากนักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลเชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และสอดคล้องกับงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน [10] ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล จากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรที่ทำงานในองค์การภาครัฐ ภาครัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน จำนวน 182 คน พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด คือ องค์การต้องเสริมสร้างหรือสนับสนุนบรรยากาศในองค์การให้เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น การให้รางวัลที่มีคุณค่าต่อความคิดสร้างสรรค์ การให้อิสระในการทำงานและการทำงานที่ท้าทาย การฝึกอบรมที่เน้นการเสนอความคิดใหม่ ๆ และทักษะการแก้ปัญหาสำหรับความคิดสร้างสรรค์ โดยการดำเนินการดังกล่าวยังส่งผลดีต่อการสร้างความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรย่อมสนับสนุนต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลอีกชั้นหนึ่งด้วย ดังนั้นการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ จะส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์การช่วยส่งเสริมต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลนำไปสู่องค์การแห่งนวัตกรรม เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผล รวมถึงความอยู่รอดและเติบโตขององค์การ

ความคิดสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหวั่นไหว แบบแสดงตัว แบบประนีประนอมและแบบมีจิตสำนึก มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .387 .419 .504 และ .384 ตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .184 สามารถอธิบายได้ว่า บุคลิกภาพเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่แสดงออกมาจากการกระทำ การสีหน้าทางอารมณ์ ความชอบและความไม่ชอบของแต่ละบุคคล ลักษณะของการพูด ที่แสดงออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมที่สังเกตได้ และใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม จึงทำให้แต่ละบุคลิกภาพมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไปและยังช่วยให้สามารถทำนายได้ว่าในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น บุคคลเหล่านั้นจะแสดงพฤติกรรมออกมาเช่นไร นอกจากนี้ ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ [19] ได้ให้ความหมายไว้ว่า คนสองคนที่จะมีลักษณะเหมือนกันทุกอย่างนั้นไม่มีแน่ มนุษย์แต่

ละคนมีลักษณะพฤติกรรมพิเศษเป็นของตัวเอง ตั้งแต่ลักษณะกายภาพ เช่น รูปร่างหน้าตา ท่าทาง การเดิน การใช้เสียงพูดจากปราศรัยทักทาย ลักษณะกิริยามารยาท ตลอดจนลักษณะซ่อนเร้นภายในที่พร้อมจะแสดงออกมาได้ เมื่อมีเหตุการณ์เฉพาะหน้าเกิดขึ้นหรือมีสิ่งเร้าเกิดขึ้นมาเช่น ต่อสู้ ล่าถอย ดุดัน เมตตา เป็นต้น แต่ละคนจะมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองในชีวิตเราจะสังเกตเห็นเพื่อนบางคนมีลักษณะเอาเปรียบคนอื่น เอาแต่ได้ ไม่ยอมเสีย เห็นแต่ประโยชน์ตน มีความก้าวร้าว มีความกล้าหาญ มีความเป็นอิสระ ขี้กลัว ขี้ขลาด ตามใจเพื่อน ใจบุญเสียสละ ฯลฯ เหล่านี้เป็นเอกลักษณ์ของบุคคลแต่ละบุคคลที่ไม่เหมือนกันลักษณะเฉพาะแต่ละคนแบบนี้เรียกว่า “บุคลิกภาพ” ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนพล เตียสุวรรณ [20] ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานในโรงงานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์กับกลุ่มตัวอย่าง 299 คน พบว่าบุคลิกภาพด้านมีจิตสำนึก ด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น ด้านการแสดงตัว ด้านเปิดกว้าง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน และบุคลิกภาพด้านหวั่นไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างาน บุคลิกภาพด้านมีจิตสำนึก ด้านหวั่นไหว และด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานของหัวหน้างานได้ร้อยละ 24.1 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชาครียา ศรีทอง [21] ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับผลการปฏิบัติหน้างานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคารกับกลุ่มตัวอย่าง 178 คน พบว่าบุคลิกภาพด้านหวั่นไหว มีความสัมพันธ์ทางลบกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพด้านแสดงตัว ด้านเปิดกว้าง ด้านเห็นพ้องกับผู้อื่น ด้านมีจิตสำนึก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน บุคลิกภาพด้านหวั่นไหว ด้านแสดงตัว สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารระดับกลางของธนาคารได้ร้อยละ 27.5 ข้อค้นพบนี้ยืนยันความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกับความคิดสร้างสรรค์อันจะเป็นประโยชน์ต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ มีทั้งหมด 4 ตัวแปร คือ 1) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย 2) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบประนีประนอม 3) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบเปิดรับประสบการณ์ 4) บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแบบหวั่นไหว ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน [22] ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ศึกษานักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล แต่การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Diliello, Houghton and Dawley [23] ศึกษาบุคลากรหน่วยงานภายใต้สัญญาของกองทัพสหรัฐอเมริกา พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามกับความคิดสร้างสรรค์ แต่การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากองค์การ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สามารถพยากรณ์การเพิ่มระดับความคิดสร้างสรรค์ลำดับแรกได้เป็นอย่างดี เพราะการสนับสนุน ส่งเสริม

ทักษะทางความคิดสร้างสรรค์ การศึกษาดูงานและจัดอบรมเพิ่มความรู้นอกห้องเรียนเพื่อเป็นการพัฒนาผลงาน การยกย่อง การชมเชย การให้รางวัลตอบแทนกับนักศึกษาที่สร้างชื่อเสียงให้กับคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร และยังเป็นการพัฒนาสร้างผลงานด้านความคิดสร้างสรรค์ให้กับองค์การ ซึ่งตรงกับอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากรระบุว่า "ชาวศิลปากรเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ เพราะการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ มีส่วนช่วยในการกระตุ้นการรับรู้ให้กับนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผลิตผลงานและพัฒนาผลงานทางความคิดสร้างสรรค์ต่อไป และจะเห็นได้ว่าบุคลิกภาพแบบประนีประนอม แบบเปิดรับประสบการณ์ และแบบหวั่นไหวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นข้อมูลในการเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้บริหารคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร อันจะเกิดผลดีแก่ความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาและยังส่งผลดีในด้านอื่น ๆ แก่นักศึกษา อันเป็นทรัพยากรที่สำคัญของสังคมและประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ความคิดสร้างสรรค์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้บริหารจะต้องส่งเสริมกระบวนการทางความคิด เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลงานอย่างสร้างสรรค์ การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากปัจจัยทั้งภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนำไปใช้ประโยชน์ในการบริหารและกำหนดนโยบายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์

2. การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัยศิลปากร มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ทางอ้อมต่อนักศึกษาคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ทำให้เกิดข้อคำถามอะไรคือปัจจัยในการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย อันนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายของคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยหรือตัวแปรด้านอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์ต่อความคิดสร้างสรรค์ โดยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลหรือมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ สถานที่กำลังศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากมหาวิทยาลัย

2. ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่น เช่น บุคลากรสายวิชาการ บุคลากรสายสนับสนุน เพื่อขยายขอบเขตการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

[1] Chainuwat, A. (2018). *Moving forward in Thailand: Cabinet resolution, Prople's Edition.* https://www. youtube.com/watch?v=mzwKOT0m4GE.

[2] Kittisaknawin, C. (2014). *Factors Influencing Individual Creativity: A Study of Undergraduate Students, Silpakorn University, Phetchburi IT Campus.* [ICT campus's Fund for Research and Development (2012), Silpakorn University]. National Research Council of Thailand (NRCT).

[3] Blaskova, M. (2014). Influencing Academic Motivation, Responsibility and Creativity. *Procedia – Social and Behavioral Sciences, 159*(2014). 415-425. https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.12.399.

[4] Marquis, E., & Vajoczki, S. (2012). Creative differences: Teaching creativity across the disciplines. *international journal for the scholarship of teaching and learning, 6*(1). 1-7. DOI:10.20429/ijsotl.2012.060106.

[5] Kittisaknawin, C., Techaniyom, K., Arakpothchong., & Pakshananda, P. (2019). *The influence of spiritual quotient (SQ)affecting individual creativity of sagha administrative monks.* [Paper presentation]. The 5th National Conference on Management Science, Udon thani.

[6] Tuntrabundit, K. (2018). *Innovation and creativity management.* Khon Kaen Printing.

[7] Wongkasem, K. (2018). *Creativity for value management.* Bangkok Press.

[8] Panyapee, P. (2016). *Creative thinking development subject number 3400 - 1003.* http://www.phuketvc.ac.th/download/61/Study2.pdf?fbclid=IwAR04r25jRJcwUIQEOvT5WYkPIqudurrWygVu4w44wg-Nyo0OC0Itk01cY4c.

[9] Kittisaknawin, C. (2016). *Individual creativity of silpakorn university's staffs.* [Types of creative research projects for develop a new generation of researchers for the year 2013 under the supervision of the research and development institute, Silpakorn University].

[10] Kittisaknawin, C. (2011). *A study of relationship between the perceived organizational support for creativity, creative self- efficacy and individual creativity.* [Paper presentation]. 2011 SPUC National Conference. Chon Buri. [Unpublished Master's Thesis, Silpakorn University].

[11] Teppanich, T. (2017). *The relationships of perceived organizational support and organizational citizenship behavior of government officers under the areaRevenue office in Nakhon Ratchasima.* [Master of Business Administration, Independent Studies, Rajamangala University of Technology Isan].

[12] Lomlao, P. (2015). *The influence of perceived human resources development support to organizationl citizenship behavior through affective Commitment of Employees*

of TPI Polene Public Company Limited Saraburi Province. [Unpublished Master's Thesis, Silpakorn University].

[13] Rattanajirundorn, K. (2013). *Emotional quotient, personality (Big 5) the effect of moral reasoning of staff in Department of Heath Service Support, Ministry of Public Health.* [Unpublished Master's Thesis, Silpakorn University].

[14] Udomchaipattanakit, M (2015). *Life skills, five factor model, and organization climate affecting the quality development involvement of private company employees in Bangkok.* [Unpublished Master of Business Administration, Independent Studies, Bangkok University].

[15] Puangmee, N. (2011). *Big five factor, perceived organization culture of nurses in a University Hospital*. [Unpublished Master's Thesis, Thammasat University].

[16] Vanichbuncha, K. (2004). *Statistics. 7th edition.* Chulalongkorn University Printing House.

[17] Pasunon, P. (2018). *Teaching documents statistics for research: analysis by SPSS with example.* faculty of management science Silpakorn University.

[18] Kittisaknawin, C. (2011). *Factors influencing individual creativity.* [Paper presentation]. The National SMARTS Conference I. Bangkok.

[19] Saiyod, L., & Saiyod, A. (2000). *Psychological measurement*. Suwiriyasan.

[20] Tiasuwan, T. (2003). *The relationship between the five elements of personality part of the job, perception, organizational atmosphere, and performance of supervisors in industrial plants electronics.* [Unpublished Master's Thesis, Kasetsart University].

[21] Srithong, C. (2004). *Relationships between leaders, personality, service attitudes and performance. of the bank's middle management.* [Unpublished Master's Thesis, Thammasat University].

[22] Kittisaknawin, C. (2014). *Factors influencing individual creativity: A study of undergraduate students, silpakorn university, Phetchburi IT Campus.* [ICT campus's Fund for Research and Development (2012), Silpakorn University]. National Research Council of Thailand (NRCT).

[23] Diliello, T.C., Houghton, J.D., & Dawley D. (2011). Narrowing the creativity gap: The moderating effects of perceived support for creativity. *The journal of psychology interdisciplinary and applied, 145*(3). 151-172. DOI:10.1080/00223980.2010.548412.