

ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร
Individual Creativity of Central Library Officers at Silpakorn University

เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิ¹ ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์² อภิชาติ กิตติศักดิ์นาวิ³
ศรวิชา กฤดาธิการ⁴ กฤษฎา พรรณราย⁵

¹สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²สาขาวิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

³รองนายกเทศมนตรี เทศบาลเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม

⁴นักวิชาการอิสระ

⁵สาขาวิชาการจัดการรัฐกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

e-mail: cknawin@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายใน (2) วิเคราะห์การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (3) วิเคราะห์ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ รูปแบบการสำรวจมีแบบประเมินประกอบด้วย แบบประเมินแรงจูงใจภายใน การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพว่า มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและความเชื่อถือได้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่างคือ บุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 58 คน สำหรับการวิเคราะห์เชิงพรรณนาคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงอนุมานคือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามแรงจูงใจภายใน (2) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (3) แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

คำสำคัญ:

ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล, การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร, ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์, แรงจูงใจภายใน

Abstract

The purposes of this research were to analyze: (1) the relationships between creative self-efficacy, perceived organizational support for creativity, intrinsic motivation, and individual creativity, (2) perceived organizational support for creativity, intrinsic motivation influencing creative self-efficacy, and (3) creative self-efficacy, perceived organizational support for creativity, and intrinsic motivation influencing individual creativity.

This research employed a quantitative research considered as the survey model which was examined its quality through the validity and reliability as the instrument for data collection. The population was officers of the Central Library, Silpakorn University. The researcher determined the size of sample group according to the Yamane's calculation (the sample group of, not less than 22 persons, at the error value of 5%, and the reliability of 95%). The researcher extended the total samples to 58 persons in order to increase the benefits of research and data analysis. The descriptive analysis included Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation. The analysis by Inferential Statistics included Pearson's correlation, and stepwise multiple regression analysis.

Findings were as follows: (1) The researcher found that individual creativity was positively correlated with intrinsic motivation, (2) Factoring influencing creative self-efficacy was perceived organizational support for creativity, and (3) Factoring influencing individual creativity was intrinsic motivation.

Keyword:

Individual Creativity Perceived Organizational Support for Creativity, Creative Self-efficacy, Intrinsic Motivation

บทนำ

ปัจจุบันทุกบริบทของสังคมล้วนแต่กล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ เพราะความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในความอยู่รอดและการเติบโตในยุคโลกาภิวัตน์ (Andriopoulos and Lowe, 2000; Cummings and Oldham, 1997; Tierney, Farmer and Graen, 1999; Kanter, 1983; Tushman and O'Reilly, 1997;

Utterback, 1994) รวมทั้งการสร้างสรรคนวัตกรรมเริ่มต้นจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Trompenaars and Hampden-Turner, 2010)

มหาวิทยาลัยมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือ ถ่ายทอดความรู้ ทักษะและสมรรถนะแก่ผู้เรียนโดยเฉพาะความคิดสร้างสรรค์เป็นทักษะสำคัญทักษะหนึ่งหนึ่งเพื่อนวัตกรรม ซึ่งเป็นทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 (Blašková, 2014) ความคิดสร้างสรรค์เป็นเรื่องสำคัญและจำเป็นที่มหาวิทยาลัยต้องปลูกฝังและพัฒนาให้เกิดแก่นักศึกษา (Craft, 2006; McWilliam & Dawson, 2008; Marquis & Vajoczki, 2012; Bayram et al., 2013) มหาวิทยาลัยศิลปากรมีเป้าหมายมุ่งสู่การเป็นมหาวิทยาลัยสร้างสรรค์ที่มุ่งตอบสนองเป้าหมายของสังคมและประเทศเพราะความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของความสำเร็จในการพัฒนาประเทศตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Howkins, 2008; Powell, 2008) สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นหน่วยงานสำคัญหน่วยงานหนึ่งที่จะสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยบรรลุเป้าหมายดังกล่าว อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ (Amabile, 1983, 1988, 1999; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al., 1993; มณีนุช จันทร์เที่ยงและคณะ, 2553; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก; ฐิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555)

ผู้วิจัยจึงสนใจวิจัยว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นอย่างไร ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์หรือไม่อย่างไร เพราะผลการวิจัย จักเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และตอบสนองต่อเป้าหมายของหน่วยงานและมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างทรัพยากรมนุษย์ผู้เปี่ยมด้วยความคิดสร้างสรรค์สู่สังคมและการพัฒนาประเทศ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายใน
2. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวคิด ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของการวิจัย

ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (individual creativity)

ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม มีผู้ใช้อย่างแพร่หลาย แม้ว่าทั้งสองคำมีการใช้สลับกันไปมาหรือใช้ในความหมายเดียวกันก็ตาม แต่มีโน้ตของความคิดสร้างสรรค์มีความโดดเด่นและชัดเจนแตกต่างจากแนวความคิดของนวัตกรรม (innovation) โดยที่ความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการระดับบุคคลหรือทีม ในขณะที่นวัตกรรมคือกระบวนการระดับองค์กรเป็นความสำเร็จของการนำความคิดสร้างสรรค์ไปปฏิบัติ (Amabile, 1983; Stein, 1974; Woodman et al., 1993) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีผู้นิยามความหมายไว้แตกต่างหลากหลาย Guilford (1980) อธิบายว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของความคิดของมนุษย์ที่หลากหลาย กล่าวคือ บุคคลสามารถคิด

เรื่องใดเรื่องหนึ่งได้หลากหลายมุมมอง หลายประเด็น ขยายออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเป็นความคิดเชิงบวก เช่น การคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ เป็นต้น ซึ่งความคิดเหล่านี้เป็นทักษะขั้นสูงและกระบวนการทำงานอย่างเป็นขั้นตอนของสมอง ประกอบด้วย การคิดริเริ่ม การคิดเร็ว(คิดอย่างคล่องแคล่ว) การคิดอย่างยืดหยุ่นและการคิดอย่างรอบคอบ ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์สามารถค้นหาความคิดใหม่จากข้อมูลที่มีเดิมและเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านั้น ส่วน Kirton (1994) อธิบายว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นพัฒนาการของบุคคลตั้งแต่ในวัยเด็กภายใต้สภาพแวดล้อมพัฒนาจนกลายเป็นบุคลิกภาพ

ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (creative self-efficacy)

ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์(creative self-efficacy) เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมความคิดสร้างสรรค์และเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการคิดสร้างสรรค์(Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002) โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ยากลำบากหรือท้าทาย(Tierney and Farmer, 2002) หรือ ก็คือการรับรู้ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ เป็นความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ ความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองถูกมองว่าแตกต่างจากมุมมองภายในตนเองด้านอื่นๆ เช่น ความภูมิใจในตนเอง (self-esteem) ความเชื่อมั่นในตนเอง (self-confidence) ซึ่งประกอบด้วยความรู้ที่กว้างและมีความหลากหลายกว่า ในทางกลับกันความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการตัดสินใจที่นำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สร้างสรรค์ กล่าวคือบุคคลยิ่งมีความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์มากเท่าใด บุคคลนั้นก็จะยิ่งรับรู้โอกาสที่จะแสดงศักยภาพทางความคิดสร้างสรรค์ได้มากเท่านั้น ถึงแม้ว่าปัจจัยบางอย่างจะทำให้ความสัมพันธ์นี้ลดลงเนื่องจากความไม่เหมาะสมระหว่างบุคคลกับงาน (Cummings and Oldham, 1997; Farmer et al., 2003; O'Reilly et al., 1991) หรือสภาพแวดล้อมขององค์กรที่ไม่สนับสนุนต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Amabile et al., 1996; Cummings et al., 1975; Oldham and Cummings, 1996; Woodman et al., 1993) งานวิจัยแสดงความสัมพันธ์เชิงบวกของปัจจัยนี้คือ บุคคลมีความเชื่อมั่นประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์สูงจะส่งผลเชิงบวกกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (ก, ค, ง), 2554)

การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Perceived organization support for creativity)

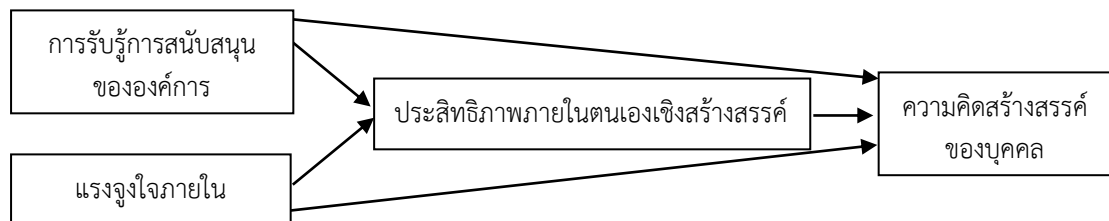
การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรมีการศึกษาจำนวนมากในช่วง 2 ทศวรรษที่ผ่านมา โดยทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social exchange theory) และบรรทัดฐานของการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ เสนอว่า หากฝ่ายหนึ่งกระทำดีต่ออีกฝ่ายหนึ่ง ฝ่ายที่ได้รับรางวัลก็จะทำดีตอบ ตามทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรจะเกี่ยวกับการรับรู้ความยุติธรรมในการปฏิบัติ การสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา สภาพการทำงานที่ดี และการให้รางวัล การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรของบุคลากรส่งผลต่อองค์การคือ การขาดงานและลาออกจากงานลดลง ความผูกพันกับองค์กรและผลการปฏิบัติงานสูงขึ้น นอกจากนี้นักทฤษฎีบางคนยังกล่าวไว้ว่าการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยเป็นรูปแบบหนึ่งของการสนับสนุนขององค์กร นักวิชาการหลายท่านเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนขององค์กรที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและนวัตกรรม อาทิ Mumford and Gustafson (1998) ที่กล่าวว่า เงื่อนไขทางสิ่งแวดล้อมที่มีมากพอ รวมถึงการให้รางวัลที่มีคุณค่า การให้อิสระในการทำงานและการเผชิญความเสี่ยง จะช่วยสนับสนุนนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับ Woodman et al. (1993) เสนอว่า สิ่งแวดล้อมในองค์กรเป็นสิ่งที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ เมื่อผู้นำมีความเป็นประชาธิปไตยและเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม โครงสร้างองค์กรแบบยืดหยุ่น กลุ่มทีมงานประกอบด้วยบุคคลที่หลากหลาย และการฝึกอบรมที่เน้นการเสนอความคิดใหม่ๆ และทักษะการแก้ปัญหาสำหรับความคิดสร้างสรรค์ แนวความคิดเรื่องความคิด

สร้างสรรค์และนวัตกรรมของ Amabile (1988) เสนอปัจจัยที่สนับสนุนส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม คือ แรงจูงใจขององค์การเป็นการส่งเสริมระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้และการปฏิบัติงานที่มีความท้าทาย ประการที่สอง คือ ทรัพยากรต่างๆ ขององค์การประกอบด้วยบุคคล อุปกรณ์ เครื่องมือ การฝึกอบรมและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สุดท้ายคือ การปฏิบัติที่ช่วยสนับสนุนการบริหารรวมถึงการให้อิสระในการทำงานและการประเมินผลที่เน้นสมรรถนะ สำหรับบริบทของไทยงานวิจัยของเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน (2554ก,ค,ง) พบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีอิทธิพลหรืออำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

แรงจูงใจภายใน

Amabile (1999) อธิบายเกี่ยวกับแรงจูงใจว่า แรงจูงใจมีสองลักษณะคือ แรงจูงใจภายนอกหรือแรงจูงใจภายใน โดยแรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) เป็นผลมาจากปัจจัยภายนอก เช่น เงินโบนัส หรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น ส่วนแรงจูงใจภายใน (intrinsic motivation) เป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความปรารถนาอันแรงกล้าภายในใจของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่ง Amabile กล่าวว่าแรงจูงใจแต่ละแบบมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ไม่เท่ากัน กล่าวคือแรงจูงใจจากภายในมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์มากกว่ารางวัลผลตอบแทนที่เป็นแรงจูงใจภายนอก เช่น การให้เงินเป็นรางวัล เป็นต้น ผลการวิจัยในบริบทของไทย พบว่า แรงจูงใจภายใน มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ (มณีหนู จันทรเที่ยงและคณะ, 2553; ฐิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

- สมมติฐานการวิจัย 1:** ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและแรงจูงใจภายใน
- สมมติฐานการวิจัย 2:** การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์
- สมมติฐานการวิจัย 3:** ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินงาน

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยนี้ คือ บุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร จำนวน 71 คน ผู้วิจัยกำหนดขนาดของตัวอย่างตามการคำนวณของ Yamane (1967) ซึ่งกำหนดขนาดของตัวอย่างไม่น้อยกว่า 22 คน ณ ค่าความคลาดเคลื่อน 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างเพิ่มขึ้นเพื่อประโยชน์ในการวิจัยและการ

วิเคราะห์ข้อมูล ตัวอย่างของการวิจัยนี้ จำนวน 58 คน การเก็บข้อมูลโดยการสุ่มตัวอย่างตามหลักความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) พบว่า ตัวอย่างจำแนกตามเพศมีเพศชาย จำนวน 13 คน (22.4%) และเพศหญิงจำนวน 45 คน (77.6%)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้คือ แบบประเมินที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพคือความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) และความเชื่อถือได้ (reliability) แล้ว ประกอบด้วยแบบประเมินความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล มีข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-point Likert scale) ผู้วิจัยปรับปรุงจาก Houghtton & DiLeillo (2009) มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.84 (standardized alpha = .86)

แบบประเมินประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-point Likert scale) ผู้วิจัยปรับปรุงจาก Tierney & Farmer (2002) และ Houghtton & DiLeillo (2009) มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.66 (standardized alpha = .67)

แบบประเมินการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-point Likert scale) ผู้วิจัยปรับปรุงจากแบบประเมินของศูนย์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Center of Creative Leadership) (Amabile et al., 1999) มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.85 (standardized alpha = .85)

แบบประเมินแรงจูงใจภายใน ข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ ใช้มาตราวัด 5 ระดับของลิเคิร์ต (5-point Likert scale) ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง มีค่าความเชื่อถือได้เท่ากับ 0.74 (standardized alpha = .78)

การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ด้วยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's correlation) และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลอยู่ในระดับสูง (mean = 3.85, SD = .46) ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง (mean = 3.69, SD = .44) การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร อยู่ในระดับปานกลาง (mean = 3.31, SD = .61) และแรงจูงใจภายใน อยู่ในระดับสูง (mean = 3.99, SD = .41)

ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 กับแรงจูงใจภายในเพียงตัวแปรเดียว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .469 นอกจากนี้ยังพบว่า ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กับการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .371 และมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กับแรงจูงใจภายในมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .288 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ

ตัวแปร	M	SD	MO	COS	CS
แรงจูงใจภายใน (MO)	3.99	.41	-		
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (COS)	3.31	.61	.026		
ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ (CS)	3.69	.44	.288*	.371**	
ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (IC)	3.85	.46	.469***	-.197	.197

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

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์จากปัจจัยต่างๆ คือ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายใน ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผู้วิจัยตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.5 มีค่าระหว่าง 1.5 – 2.5 ถือว่ายอมรับได้กล่าวคือ ค่าความคลาดเคลื่อนมีอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, หน้า 340-341) และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่าเกิด multicollinearity หรือไม่ โดยพิจารณาค่า tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปร พบว่า มีค่า tolerance เท่ากับ 1.00 มีค่าไม่ใกล้ศูนย์และค่า VIF เท่ากับ 1.00 มีค่าไม่มาก แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, หน้า 377-378) ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์คือ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น (ตารางที่ 2) สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้ถึงร้อยละ 19.4 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .194 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 สามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ได้ดังนี้

$$\text{ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล} = 2.712 + .315 (\text{ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์})$$

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ตัวแปร	B	Beta	t	R^2 change
ค่าคงที่	2.712		8.326***	
การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (COS)	.315	(1) .440	3.139**	.194
Multiple R = .440	$R^2 = .194$	Adj. $R^2 = .174$	$F = 9.855***$	

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

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจากปัจจัยต่างๆ คือ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายใน ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนผู้วิจัยตรวจสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อนโดยใช้สถิติทดสอบ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.85 มีค่าระหว่าง 1.5 – 2.5 ถือว่ายอมรับได้กล่าวคือ ค่าความคลาดเคลื่อนมีอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, หน้า 340-341) และตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระว่าเกิด multicollinearity หรือไม่ โดยพิจารณาค่า tolerance และค่า VIF (Variance Inflation Factor) ของตัวแปร พบว่า

มีค่า tolerance เท่ากับ 1.00 มีค่าไม่ใกล้ศูนย์และค่า VIF เท่ากับ 1.00 มีค่าไม่มาก แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นอิสระต่อกัน (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2546, หน้า 377-378) ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลคือ แรงจูงใจภายในเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้น (ตารางที่ 2) สามารถอธิบายความผันแปรหรือมีอำนาจพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลได้ถึงร้อยละ 23.3 หรือมีค่า R^2 เท่ากับ .233 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถแสดงสมการการพยากรณ์ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ได้ดังนี้

$$\text{ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล} = 1.512 + .589 (\text{แรงจูงใจภายใน})$$

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล

ตัวแปร	B	Beta	t	R^2 change	
ค่าคงที่	1.512		2.246*		
แรงจูงใจภายใน (MO)	.589	(1)	.483	3.529**	.233
Multiple R = .483	$R^2 = .233$	Adj. $R^2 = .214$	F=12.454**		

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

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายใน ผลการวิจัยนี้พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามแรงจูงใจภายในเพียงตัวแปรเดียว สอดคล้องกับผลการวิจัยในบริบทของไทย (มณีนุช จันทร์เที่ยงและคณะ, 2553; ฐิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555) แต่กลับไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลกับประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ซึ่งโต้แย้งกับงานวิจัยที่ผ่านมาจำนวนมาก (Amabile, 1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al., 1993; Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก,ค,ง; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก,ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวินและรัชนิภา สายอุบล, 2556) ผลการวิจัยนี้จำเป็นต้องตรวจสอบยืนยันต่อไปในการวิจัยครั้งหน้าว่าเหตุใดความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจึงไม่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ทั้งๆที่มีผลงานวิจัยจำนวนมากทั้งบริบทของไทยและต่างประเทศ แต่สำหรับข้อค้นพบว่า ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามแรงจูงใจภายใน เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่น่าสนใจแก่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องจักนำไปพัฒนาและเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์แก่บุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากรต่อไป

วัตถุประสงค์ถัดไปเพื่อตรวจสอบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและแรงจูงใจภายในเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเพียงตัวแปรเดียวเท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ เป็นข้อมูลเบื้องต้นที่น่าสนใจแก่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ต้องให้ความสนใจในการเสริมสร้างการ

สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การให้แก่บุคลากร เพราะปัจจัยนี้จะส่งผลต่อประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Amabile,1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al.,1993; Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก,ค,ง; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก,ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556 ;เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวินและรัชนิภา สายอุบล , 2556) แม้ว่าข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้จะไม่พบอิทธิพลของประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลก็ตาม แต่ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ก็ยืนยันความสัมพันธ์เชิงแปรผันตามระหว่าง การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และแรงจูงใจภายใน (ตารางที่ 1) และอิทธิพลของแรงจูงใจภายในต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (ตารางที่ 3)

วัตถุประสงค์สุดท้ายเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การและแรงจูงใจภายใน ผลการวิจัยนี้พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลคือแรงจูงใจภายในเพียงปัจจัยเดียวเท่านั้นสอดคล้องกับผลการวิจัยในบริบทของไทย พบว่า แรงจูงใจภายในมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ (มณีบุษ จันทรเทียงและคณะ, 2553; ฐิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555) และผลงานของ Amabile (1999) ผลการวิจัยนี้เป็นข้อมูลสำคัญแก่ผู้บริหารและผู้ที่เกี่ยวข้องจักใช้เพื่อการพัฒนาแรงจูงใจภายในแก่บุคลากรสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร เพราะปัจจัยนี้จะส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังมีข้อค้นพบที่น่าสนใจของงานวิจัยนี้คือ ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลไม่สอดคล้องกับงานวิจัยจำนวนมากที่ผ่านมา (Amabile,1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al.,1993; Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก,ค,ง; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก,ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวินและรัชนิภา สายอุบล, 2556) และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งโต้แย้งกับแนวคิดและงานวิจัยที่ทบทวนวรรณกรรม (Amabile,1988; Mumford and Gustafson, 1988; Woodman et al.,1993; Amabile, 1983; Bandura, 1997; Ford, 1996; Tierney and Farmer, 2002; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554 ก,ค,ง) แต่สอดคล้องกับงานวิจัยที่ทบทวนวรรณกรรมบางงานวิจัยที่เก็บข้อมูลจากองค์การภาครัฐ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก,ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวินและรัชนิภา สายอุบล, 2556) และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ง) ซึ่งข้อค้นพบนี้มีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า ผลงานวิจัยที่ผ่านมาในบริบทขององค์การภาครัฐไทยต่างยืนยันว่า ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2554ก,ค,ง; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก, ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวินและรัชนิภา สายอุบล, 2556) แม้ว่าปัจจัยหรือตัวแปรอื่นๆ ในองค์การภาครัฐไทยอาจจะไม่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ เช่น การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2555ก,ข; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2556; เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน และรัชนิภา สายอุบล, 2556) ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง (เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน, 2558) เป็นต้น แต่ผลงานวิจัยนี้เป็นผลงานวิจัยแรกที่แสดงให้เห็นว่า ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ไม่มีอิทธิพลต่อ

ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในหน่วยงานของภาครัฐไทย ดังนั้น ประเด็นนี้จึงจำเป็นต้องตรวจสอบเชิงยืนยันในการวิจัยครั้งต่อไป

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2547). *หลักสถิติ*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ก). “การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล.” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ SPUC National Conference 2011 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2554
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ข). “ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล เชาวินอารมณ์ (EQ และ เชาวินทางจิต (SQ).” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติหาดใหญ่วิชาการครั้งที่ 2 ณ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2554
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ค). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ศึกษา นักศึกษาปริญญาโท คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ The National SMART Conference I ณ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในวันที่ 28 พฤษภาคม 2554.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2554ง). “ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย กรณีศึกษา บริษัทผลิตตลับหมึกพร้อมผงหมึกเพื่อการส่งออกแห่งหนึ่ง” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติดินเรศวรวิจัย ครั้งที่ 7 ณ มหาวิทยาลัยนเรศวรในวันที่ 29-30 กรกฎาคม 2554.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2555ก). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับนานาชาติ HR CONFERENCE ครั้งที่ 4 ณ มหาวิทยาลัยมหิดล วันที่ 18-20 มกราคม 2555.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2555ข). “การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติดินเรศวรวิจัย ครั้งที่ 8 ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร ในวันที่ 28-29 กรกฎาคม 2555.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2556). “การรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของข้าราชการโรงพยาบาลสงฆ์” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ศิลปากรวิจัย ครั้งที่ 6 ณ มหาวิทยาลัยศิลปากร ในวันที่ 16-18 มกราคม 2556.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวินและรัชนิภา สายอุบล. (2556). “ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาการจัดการวิจัย 2013 เครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ในวันที่ 11 มกราคม 2556.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2557). “ประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์และการรับรู้การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของมหาวิทยาลัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี

- มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ในวันที่ 8-9 พฤษภาคม 2557.
- เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2558). “ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนและประสิทธิภาพภายในตนเองเชิงสร้างสรรค์ที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรเทศบาลนครนครปฐม” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 15 ณ มหาวิทยาลัยบูรพา ในวันที่ 5 - 6 พฤศจิกายน 2558.
- มณีนุช จันทร์เที่ยง วรภัญญา ตันติไวยกุล และอัจฉญา อภิวิท. (2553). “ผลกระทบของสภาพแวดล้อมในการทำงานและ คุณลักษณะส่วนบุคคลต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กร.” การศึกษาค้นคว้าอิสระการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.
- จิตวดี เนียมสุวรรณและเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2555). “รูปแบบภาวะผู้นำ แรงจูงใจภายในที่มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล.” บทความวิจัยนำเสนอการประชุมวิชาการระดับชาติ SPUC National Conference 2012 ณ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี เมื่อวันที่ 4 พฤษภาคม 2555
- Amabile, T.M. (1983). The social psychology of creativity: a componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), p.357-376.
- Amabile, T.M. (1988). “A model of creativity and innovation in organizations. *Research in Organizational Behavior*. 19, p.123-167.
- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lanzenby, J. and Herron, M. (1996). “User’s Manual for KEYS: Assessing the work environment for creativity.
- Amabile, T.M. (1999). “How to kill creativity.” In *Harvard Business Review on Breakthrough Thinking*. Boston, MA: Harvard Business School Press, p.1-28.
- Andriopoulos, C. and Lowe, A. (2000). “Enhancing organizational creativity: The process of perpetual challenging. *Management Decision*, 38 (10), 734-742.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of control*. New York: W.H. Freeman&Company.
- Cumming, A. and Oldham, G.R. (1997). “Enhancing creativity: managing work contexts for the high potential employee”. *California Management Review*, 40(1), p. 22-38.
- Cummings, L.L., Hinton, B.L. and Gobdel, B.C. (1975). “Creative behavior as a function of task environment: impact of objectives, procedures, and controls”. *Academy of Management Journal*, 18(3), p.489-499.
- DuBrin, A.J. (2010). “Creativity, Innovation, and Leadership.” In *Principles of Leadership*. Canada: South-Western, p. 348-379.
- Farmer, S.M., Tierney, P. and Kung-McIntyre, K. (2003). “Employee creativity in Taiwan: an application of role identity theory”. *Academy of Management Journal*, 46(5), p.618-630.
- Ford, C.M. (1996). “A theory of individual creative action in multiple social domains”. *Academy of Management Review*, 21(4), p.1112-1142.
- Guilford, J.P. “Cognitive Styles: What are they?”. *Journal of Educational and Psychological Measurement*, 40, 715-735.

- Howkins, J. (2008). "What are Creative Economies? And Why?" in *Creative Thailand*. Bangkok: Thailand Creative&Design Center (TCDC), p.21-25.
- Kanter, R.M. (1983). *The Change Masters: Innovation and Entrepreneurship in the American Corporation*. New York: Simon & Schuster.
- Kirton, M.J.(Ed.)(1994). *Adapters and Innovators: Styles of creativity and Problem Solving*. New York: Routledge.
- Mumford, M.D. and Gustafson, S.B. (1988). "Creativity syndrome: integration, application, and innovation". *Psychology Bulletin*. 103(1), p. 27-43.
- McGregor, J. (2007). "The world's most innovative companies". *Business Week Online*, May 4, p.9.
- O'Reilly, C.A., Chatman, J. and Caldwell, D.F. (1991). "People and organizational culture: a profile comparison approach to assessing person-organization fit". *Academy of Management Journal*, p.487-561.
- Oldham, G.R. and Cummings, A.(1996). "Employee creativity: personal and contextual factors at work". *Academy of Management Journal*, 39(3), p.607-634.
- Powell, C. (2008). "The challenges of the Creative Economy and the experiences in the UK." in *Creative Thailand*. Bangkok: Thailand Creative&Design Center (TCDC), p.35-39.
- Scott, S.G. and Bruce, R.A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of Management Journal*, 37 (3), 580-607.
- Stein, M.I. (1974). *Stimulating Creativity*. New York: Academic Press.
- Sternberg, R.J. (eds.). *Handbook of creativity*. New York: Cambridge University Press.
- Suebwonglee, Surapong. (2008). "Reforming Thai economy with creativity." in *Creative Thailand*. Bangkok: Thailand Creative&Design Center (TCDC), p.11-13.
- Tierney, P. and Farmer, S.M.(2002). Creative self-efficacy: its potential antecedents and relationship to creative performance". *Academy of Management Journal*, 45(6), p. 1137-1148.
- Tierney, P., Farmer, S.M., and Graen. (1999). An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships". *Personnel Psychology*, 52, p. 591-620.
- Trompenaars, F. and Hampden-Turner, C. (2010). *Riding the waves of Innovation*. New York: McGraw-Hill.
- Tushman, M. and O'Reilly, C.A. (1997). *Winning through Innovation: A Practical Guide to Leading Organizational Change and Renewal*. Boston,MA: Harvard Business School Press.
- Utterback, J.M. (1994). *Mastering the Dynamics of Innovation*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Woodman, R.W., Sawyer, J.E. and Griffen, R.W. (1993). "Toward a theory of organizational creativity". *Academy of Management Journal*, 18(2), p.293-321.