

ปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้เกิดการบ่มเพาะด้านความคิดสร้างสรรค์ต่อการเป็นผู้ประกอบการไทย

Supporting factors contributed to the cultivation of Thai entrepreneurship creativity

สุเทพ เล็กชนาลัยสกุล¹ นรพล จินันท์เดช² และ จุฑา เทียนไทย³

Suthep lekchanalaisakul, Norapol jinandej and Chuta Thianthai

Article History

Received: 2020-12-17

Revised: 2021-06-01

Accepted: 2022-05-03

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาถึงระดับการสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากสถานศึกษา การสนับสนุนจากสังคม การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (2) ศึกษาถึงระดับการรับรู้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ของนักศึกษา (3) ศึกษาถึงระดับการรับรู้การสร้างศักยภาพทางธุรกิจสร้างสรรค์ (4) ศึกษาถึงอิทธิพลการสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากสถานศึกษา การสนับสนุนจากสังคม การสนับสนุนจากองค์การ ที่ส่งผ่านความคิดเชิงสร้างสรรค์ ไปสู่การที่มีสร้างศักยภาพทางธุรกิจสร้างสรรค์ธุรกิจซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏที่ร่วมโครงการอบรมสัณยุวัฒน์รักษ์ถิ่น จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย โดยมีการวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ดำเนินการโดยให้นักวิชาการเป็นเชี่ยวชาญ ผลวิจัยพบว่า การสร้างศักยภาพทางธุรกิจสร้างสรรค์ ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.83) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.79) การสนับสนุนจากสังคม (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71) การสนับสนุนจากสถานศึกษา (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.63) และ การสนับสนุนจากครอบครัว (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.52) ตามลำดับ ตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรการสร้างศักยภาพทางธุรกิจสร้างสรรค์ ได้ร้อยละ 86 ในขณะที่ ตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.86) การสนับสนุนจากครอบครัว (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.86) การสนับสนุนจากสถานศึกษา (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.42) และการสนับสนุนจากสังคม (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.37) ตามลำดับ ตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ได้ร้อยละ 89

คำสำคัญ: ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการไทย

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Ph.D. (Candidate) Doctor of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University

E-mail: Suthep@se-ed.com*Corresponding author

²⁻³ อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

Lecture, Doctor of Business Administration Program, Ramkhamhaeng University

Abstract

This research aimed to study following 4 objectives: (1) To study the level of support from family, academic, social, and corporate. (2) To study the levels of the creativity acknowledgement of students: (3) To study the levels of the acknowledgement in creativity potentials. The sample group were undergraduate students. 400 people from the Faculty of Business Administration at Rajabhat University participating in the Yuwaphat Rakthin Government Savings Bank project used the questionnaire as a research tool by measuring content validity. Operated by academics as expertise, the research found that building business potential is influenced by Support from business organizations (influence size is 0.83) creative thinking (Influence size of 0.79) Social support (Influence size of 0.71) Support from educational institutes (influence magnitude is 0.63) and family support (Influence size equal to 0.52) respectively The variables in the model were able to explain the variance of 86% of the business creative capacity variables. The creative variable influenced by Support from business organizations (Influence size of 0.86) Family support (Influence size equal to 0.86) support from educational institutes (influence magnitude is 0.42) and social support (influence magnitude is 0.37), respectively. Variables in the model can explain the variance of 89 percent of creativity

Keywords: creative thinking, Thai Entrepreneurship

บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยเกิดวิกฤตในการสร้างพนักงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ เห็นได้จากจำนวนสิทธิบัตรในไทยมีจำนวน

น้อยมาก จากข้อมูลสถิติจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาในระยะเวลาห้าปีมานี้ ดังแสดงให้เห็นจากสถิติจดทะเบียนสิทธิบัตรในประเทศไทยปี พ.ศ. 2556-2560 (ดูตาราง 1)

ตารางที่ 1
สถิติจดทะเบียนสิทธิบัตรในประเทศไทยปี พ.ศ. 2556-2560

ปี/Year		จำนวนการจดทะเบียนสิทธิบัตรทั้งหมด/Granted				
		พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	พ.ศ. 2560
สิทธิบัตรประดิษฐ์ (invention)	ไทย	52	67	62	61	88
	ต่างชาติ	1,097	1,219	1,302	1,777	2,992
สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์ (design)	ไทย	1,586	1,455	2,090	2,103	2,092
	ต่างชาติ	1,272	1,022	1,621	1,652	1,469
สิทธิบัตรรวม (total patent)	ไทย	1,638	1,522	2,152	2,164	2,180
	ต่างชาติ	2,369	2,241	2,923	3,429	4,461

ที่มา: จาก รายงานประจำปี 2560 กรมทรัพย์สินทางปัญญา

ในอดีตที่ผ่านมาการพัฒนาบุคลากร เป็นหน้าที่ของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละองค์กรที่จะต้องออกแบบโปรแกรมพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มนุษย์ (human resource development) เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำมาต่อยอดเป็นนวัตกรรมต่าง ๆ แต่ก็ประสบปัญหา ไม่สามารถพัฒนาบุคลากรให้มีความคิดสร้างสรรค์ได้ หรือสร้างได้ก็มีส่วนน้อย ไม่คุ้มกับและเวลาและทรัพยากรที่เสียไป ทำให้ไม่สามารถสนองตอบการสร้างบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรเพื่อนำไปใช้ทันความต้องการ ทั้งนี้ เพราะมีผลการศึกษาหลายชิ้นที่รายงานว่า การบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์นั้นควรทำในวัยเด็ก ตั้งแต่เยาว์วัยนั้นจะเกิดสัมฤทธิ์ผลมากกว่าเพื่อพัฒนาตอนโต คือ ในช่วงทำงาน สืบเนื่องจากผลงานวิจัยของ George Land (1968) พบว่า ระดับของความคิดสร้างสรรค์ของเด็กจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามอายุ โดยเด็กที่มีอายุ 5 ขวบ จะมีอัตราการมีความคิดสร้างสรรค์มากที่สุด และเมื่ออายุของเด็กมากขึ้นอัตราการมีความคิดสร้างสรรค์จะลดน้อยลง ซึ่งงานวิจัยที่สนับสนุนเรื่องนี้ คือ งานวิจัยของ Bellin and Singer (2006), Johnson, Christie and Wardle (2005), ที่พบว่า เด็กในวัยอนุบาล จะเป็นช่วงอายุที่มีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ได้ดีที่สุดจากผลงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่กล่าวมาจึงส่งผลให้นานาประเทศ รวมทั้ง ประเทศในแถบเอเชีย ที่ต้องการพัฒนาศักยภาพทางด้านนวัตกรรม เช่น สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ ได้กำหนดเป้าประสงค์ในการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นกับเด็กนักเรียนในระดับประถมศึกษาจนถึงชั้นอุดมศึกษา (www.mov.gov.sg, www.english.moe.go.kr) เป็นฐานรากที่สำคัญการพัฒนาบุคคลตั้งแต่ในระดับอนุบาล จนถึงระดับอุดมศึกษาให้มีความคิดสร้างสรรค์นั้นมีปัจจัยการสนับสนุนหลายด้าน เช่น การสนับสนุนจากครอบครัว ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเด็กในระยะเริ่มต้น โดยสถาบันครอบครัวเป็นแหล่งเรียนรู้แห่งแรกของเด็ก ผู้ปกครอง ซึ่งมีบทบาทในฐานะผู้นำในครอบครัวเป็นผู้ให้การอบรมดูแล ให้ความรู้ ในรูปแบบต่างด้วยการกระทำหรือแสดงทัศนคติให้เป็นแบบอย่างแก่เด็กในการปกครองได้ประพฤติปฏิบัติตาม มีการให้กำลังใจ สร้างแรงบันดาลใจ โดยใช้วาทศิลป์ที่ดี พยายามสร้างกิจกรรมที่กระตุ้นให้เด็กได้ฝึกคิดฝึกทำในสิ่งใหม่ ๆ และแสดงการยอมรับความคิดใหม่ ๆ ของเด็กในปกครอง ทำให้เด็กมีความรู้สึกที่ดี ถ้าที่ที่จะเสนอความคิดเห็นของตนเอง (Alborzi, 2012; Wang & Rode, 2010) นอกจากนี้

การสนับสนุนทางด้านอุปกรณ์การเรียนต่าง ๆ ตำราเรียน หนังสือคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ที่มาช่วยสนับสนุน หรืออำนวยความสะดวกให้เด็กได้เข้าถึงแหล่งความรู้ได้ง่ายและเพียงพอ หรือแม้แต่การพาเด็ก ๆ ไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสะสมประสบการณ์ ทำให้ได้รับแนวความคิดใหม่ ๆ จากสังคมที่แตกต่างไปจากเดิม ก็จะเป็นการส่งเสริมให้เด็กมีความคิดหลากหลายขึ้น หรือที่ว่าการคิดนอกกรอบ ซึ่งเป็นพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์อีกปัจจัยที่จะทำให้เด็กมีความคิดสร้างสรรค์นั้นทางผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจอย่างไร และมีการแสดงวิสัยทัศน์ นั้นให้สมาชิกในองค์กรรับทราบกันทั่วไปหรือไม่ จากงานวิจัยของ Martins E, & Terblanche, F. (2003) พบว่าการที่ผู้บริหารองค์กรได้กำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน พร้อมทั้งกำหนดกระบวนการดำเนินงานเพื่อจะให้สมาชิกขององค์กรดำเนินตามให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีการแสดงวิสัยทัศน์นั้นให้พนักงานรับทราบอย่างทั่วถึงทั้งองค์การ เมื่อเป้าหมายขององค์กรที่จะผลิตนักศึกษาที่มีความคิดสร้างสรรค์จะทำให้ผู้บริหารในแต่ละระดับชั้นสร้างและวางแผนกลยุทธ์ โดยกำหนดแผนงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายนั้นการที่นักศึกษาได้รับการสนับสนุนจากสังคมก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก ทั้งนี้การสนับสนุนจากสังคมนั้นอาจจะในรูปแบบที่เป็นรูปธรรมจับต้องได้ โดยการเปิดโอกาสให้เด็กได้มีการแสดงความคิดสร้างสรรค์ของเขา เช่น การประกวด การแข่งขันสิ่งประดิษฐ์ หรือการจัดเวทีให้เด็กได้แสดงความคิดเห็นของเขาอย่างเปิดเผย และอิสระ พร้อมทั้งการให้เด็กได้มีโอกาสที่จะแบ่งปัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ (Krause, 1986) แม้กระทั่งการแสดงความรักความเอาใจใส่ ความไว้วางใจ ให้ความเชื่อมั่น ซึ่งจะมีผลทางด้านอารมณ์ของเด็ก จะช่วยให้เด็กมีความมั่นใจ ที่จะแสดงความคิดเห็น ซึ่งจะส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก (Taylor, 2011)

จากที่มาและปัญหา ที่พบว่า ความสำคัญของการสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ให้เป็นทุนมนุษย์จึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างนวัตกรรม ให้แก่องค์กรเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์การนั้น ๆ ดังนั้นการสร้างความคิดสร้างสรรค์ตั้งแต่เยาว์วัยจึงเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการทุนมนุษย์ที่สำคัญ เพื่อไปสู่การพัฒนาองค์กรในขั้นต่อไป ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้วถึงความสำคัญในการศึกษาความคิดสร้างสรรค์ในวัยเยาว์ที่เรียกว่า

ต้นกล้า เพราะเป็นสภาพที่เหมาะสมหลายประการดังที่กล่าวมาแล้ว
ส่งผลให้งานวิจัยนี้ นำประเด็นนี้มาเป็นงานวิจัยเพื่อนำสู่การสร้าง
บุคลากร/ผู้ประกอบการที่มีคุณค่าและส่งผลดีต่อประเทศในที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงระดับการสนับสนุนจากครอบครัว (family support) การสนับสนุนจากสถานศึกษา (academy support) การสนับสนุนจากสังคม (social support) การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (corporate support)
2. เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) ของกลุ่มตัวอย่าง
3. เพื่อศึกษาถึงระดับการรับรู้การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ (Creative potential in business)
4. เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลการสนับสนุนจากครอบครัว (family support) การสนับสนุนจากสถานศึกษา (academy support) การสนับสนุนจากสังคม (social support) การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (corporate support) ที่ส่งผ่านความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) ไปสู่การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ (Creative potential in business)

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การสนับสนุนจากครอบครัว (family support) สถานศึกษา (academy support) และจากองค์การ

ธุรกิจ (corporate support) ส่งผลต่อความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) ของกลุ่มตัวอย่าง

สมมติฐานที่ 2 ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) ส่งผลต่อการสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ (Creative potential in business)

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เนื้อหา ประกอบด้วยตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การสนับสนุนจากครอบครัว (family support) การสนับสนุนจากสถานศึกษา (academy support) การสนับสนุนจากสังคม (social support) การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (corporate support) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) และการสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ (Creative potential in business)

ขอบเขตด้านประชากร

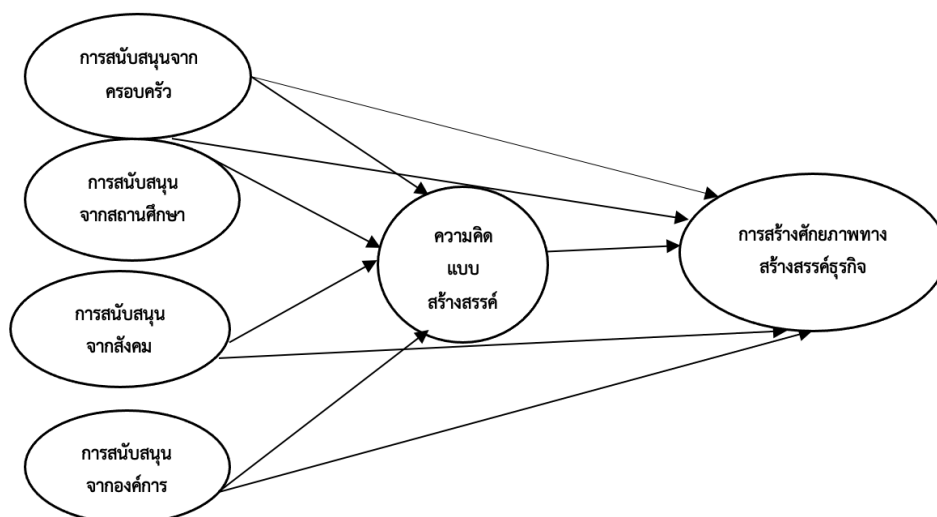
การศึกษาค้นคว้านี้ เก็บรวบรวมจากประชากร คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏที่ร่วมโครงการอบรมสัณยพัฒน์

ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลจากประชากรด้วยแบบสอบถามในช่วงเดือน มกราคม ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2562

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีการศึกษา

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร

นักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ ในมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งเข้าร่วมโครงการอบรมสัณยพัฒนารักษ์ถิ่น จำนวน 1,100 คน สาเหตุที่เลือกนักศึกษาจากคณะเหล่านี้เพราะ นักศึกษาในคณะนี้ได้รับประสบการณ์จากองค์การธุรกิจที่เข้าร่วมกับโครงการนี้ โดยที่นักศึกษาจะต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการผลิตผลงาน

ตัวอย่าง

การกำหนดขนาดตัวอย่างของประชากร เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดยพิจารณาตามหลักการกำหนดขนาดตัวอย่างของ Westland (2010) ที่มีการศึกษาเกี่ยวกับตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่ยอมรับได้ (Lower Bound on sample size in Structural instruction Modelling) ซึ่งมีสูตรคำนวณขนาดตัวอย่างดังนี้

$$n \geq 50r^2 - 450r + 1,100$$

โดยในสูตร r = อัตราส่วนระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (manifest variable) หรือตัวชี้วัด (indicator variable) กับตัวแปรแฝง (latent variable)

ผลการคำนวณได้ขนาดตัวอย่าง คือ n ขั้นต่ำ 250 ตัวอย่าง จากการกำหนด ตัวแปรแฝง (latent variable) 6 ตัว และตัวชี้วัด (indicator variable) 44 ตัว ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่าง 440 ตัวอย่าง

แผนการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แผนการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability sampling) ด้วยวิธี การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยจำแนกประชากรออกตามทำเลที่ตั้งตามภูมิภาคทั่วทั้งประเทศไทย ได้ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กรุงเทพมหานครและภาคกลาง 2) ภาคเหนือ 3) ภาคใต้ 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสุ่มตัวอย่างจากแต่ละกลุ่มด้วยการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยกำหนดตัวอย่างในแต่ละกลุ่มจำนวนเท่า ๆ กัน

การสร้างเครื่องมือและมาตรวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามเพื่อนำไปสำรวจกับหน่วยตัวอย่าง การสร้างมาตรวัดของเครื่องมือที่ตัวแปรหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

1. การสนับสนุนจากครอบครัว (family support) ประกอบไปด้วย ภาวะผู้นำแบบครอบครัว (family leadership) และการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร (resource support) ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัดจำนวน 11 ข้อ

2. การสนับสนุนจากสถานศึกษา (academy support) ประกอบไปด้วย การนำกลยุทธ์ (strategy) และการสร้างบรรยากาศแบบสร้างสรรค์ (creative climate) ซึ่งประกอบด้วย ตัวชี้วัด 8 ข้อ

3. การสนับสนุนจากสังคม (social support) ประกอบไปด้วย การสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม (tangible support) การสนับสนุนด้านความรู้ (knowledge sharing support) และการสนับสนุนทางด้านอารมณ์และความเป็นเพื่อนมนุษย์ (emotional and companionship support) ประกอบด้วย ตัวชี้วัดจำนวน 7 ข้อ

4. การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (corporate support) ประกอบด้วย ประสบการณ์การทำงาน (work experience) การได้รับข่าวสาร (information) และการแลกเปลี่ยนความรู้ (knowledge exchange) ประกอบด้วย ตัวชี้วัดจำนวน 3 ข้อ

5. ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) ประกอบไปด้วย มิติความคิดทางปัญญา (intellectual thinking) และมิติความคิดเชิงอารมณ์ (emotional thinking) ประกอบด้วย ตัวชี้วัด จำนวน 9 ข้อ

6. การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ (Creative potential in business) ประกอบด้วย มิติการเกิดแนวทางการแก้ไขปัญหา (The occurrence of solutions) และ การเกิดความคิดเชิงนวัตกรรม (The creation of innovative thinking) ประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 6 ข้อ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. การวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ดำเนินการโดยให้นักวิชาการเป็นเชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาว่าแบบสอบถามว่าครอบคลุมเนื้อหาของงานวิจัย ซึ่งเกณฑ์การพิจารณาคะแนนมี ดังนี้

1 หมายถึง พิจารณาว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ตรงกับ
วัตถุประสงค์

0 หมายถึง พิจารณาว่าไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้ว่าข้อ
คำถามนั้นวัดได้ตรง กับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึง พิจารณาว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับ
วัตถุประสงค์

2. การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามและ
วัตถุประสงค์ (index of Item Objective Congruence--IOC)

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

IOC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ
วัตถุประสงค์

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ผลการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 การสนับสนุนจากครอบครัว (family support) สถานศึกษา (academy support) และจากองค์กร
ธุรกิจ (corporate support) ส่งผลต่อความคิดเชิงสร้างสรรค์
(creative thinking) ของกลุ่มตัวอย่าง

1. ด้านการสนับสนุนจากครอบครัว (Family Support)
ประกอบไปด้วย การสนับสนุนด้านภาวะผู้นำแบบครอบครัว
(Family leadership) และ การสนับสนุนด้านทรัพยากร (Re-
source support) พบว่า

1.1) การสนับสนุนด้านภาวะผู้นำแบบครอบครัวได้รับ
การประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.02) ด้านที่ได้รับการ
ประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านได้รับความแนะนำที่ดีจากผู้ปกครองของ
ท่านเสมอเมื่อท่านมีปัญหามาปรึกษา (Mean = 4.46) ได้รับการ
ประเมินต่ำสุดคือ ผู้ปกครองของท่านมีการตั้งคำถามและเป็น
ผลทำให้ท่านคิดหาวิธีการแก้ปัญหาใหม่ๆอยู่เสมอ (Mean =
3.32)

1.2) การสนับสนุนทรัพยากร ได้รับการประเมินอยู่ใน
ระดับมากที่สุด (Mean = 4.27) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุด
ได้แก่ ผู้ปกครองสนับสนุนให้ท่านได้อ่านหนังสือโดยให้ซื้อหนังสือ
ทุกประเภทที่ท่านชอบเสมอ (Mean = 4.47) ได้รับการประเมิน
ต่ำสุดคือ ผู้ปกครองของท่านมักพาท่านไปเที่ยวทั้งต่างจังหวัดหรือ
ต่างประเทศเมื่อมีโอกาสเสมอ (Mean = 3.63)

2. การสนับสนุนจากสถานศึกษา (Academic Support) ประกอบไปด้วย การสนับสนุนด้านกลยุทธ์
และ การสนับสนุนด้านการสร้างบรรยากาศแบบสร้างสรรค์
พบว่า

2.1)การสนับสนุนด้านกลยุทธ์ ได้รับการประเมินอยู่
ในระดับมาก (Mean = 3.83) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุด
ได้แก่ อาจารย์ของท่านได้มีการกระจายอำนาจ ความรับผิดชอบ
บางอย่างให้ท่านตามความเหมาะสม (Mean = 3.86) ได้
รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านรับทราบ วิสัยทัศน์ และ พันธกิจ
ของสถาบันของท่านอย่างชัดเจน และท่านคิดว่าลักษณะการ
เรียนการสอนของท่านสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสถาบันของ
ท่าน (Mean = 3.81)

2.2)การสนับสนุนด้านบรรยากาศแบบสร้างสรรค์ ได้
รับการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.30) ด้านที่ได้รับ
การประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านรู้สึกสบายใจในการนำเสนอข้อคิด
เห็นของท่านในห้องเรียน (Mean = 4.71) ได้รับการประเมินต่ำ
สุดคือ ท่านรู้สึกยอรับได้ ในสถานการณ์ที่คลุมเครือ ไม่ชัดเจน
(Mean = 3.81)

3.การสนับสนุนจากสังคม(Social support)ประกอบ
ไปด้วย การสนับสนุนเป็นรูปธรรม การสนับสนุนในรูปแบบของ
ความรู้คือการให้ความรู้ และการสนับสนุนทางอารมณ์และความเป็น
เพื่อนมนุษย์ พบว่า

3.1)การสนับสนุนเป็นรูปธรรม ได้รับการประเมินอยู่
ในระดับมาก (Mean = 3.82) โดย ทั้งประเด็น ท่านมีความรู้สึก
ว่ามีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมทางด้านการศึกษามากเพียงพอ และ
ท่านมักได้รับคำชื่นชมจากสังคมในการได้เข้าร่วมการกิจกรรมที่
มีการจัดขึ้น ได้รับการประเมินเท่ากัน

3.2) การสนับสนุนในรูปแบบของความรู้คือการให้ความ
รู้ ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.79) ด้านที่
ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านมีการเสนอความคิดเห็นให้แก่
เพื่อนในสังคมออนไลน์ (Mean = 4.89) ได้รับการประเมินต่ำสุด
คือ ท่านหาความรู้โดยการค้นคว้าหรือแลกเปลี่ยนความรู้ในสังคม
ออนไลน์อยู่เสมอ (Mean = 4.70)

3.3) การสนับสนุนทางอารมณ์และความเป็นเพื่อน
มนุษย์ ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 3.84) ด้าน
ที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านมีความรู้สึกได้รับการยอมรับ

รับในความคิดเห็นของท่านจากสังคมรอบข้าง (Mean = 3.85) ได้รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านรู้สึกได้ว่าได้รับกำลังใจจากสังคมรอบข้างอยู่เสมอ (Mean = 3.83)

4.การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ (Corporate support) ประกอบไปด้วย ประสบการณ์ทำงาน (Work experience) การได้รับข่าวสาร (Information)และ การแลกเปลี่ยนความรู้ (Knowledge Transformation)ผลการวิจัย พบว่าการสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.60) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ด้าน ท่านได้รับความรู้ใหม่จากประสบการณ์การทำงานร่วมกับองค์การธุรกิจ (Mean = 4.67)ได้รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านได้มีการแลกเปลี่ยนความรู้กับสมาชิกขององค์การธุรกิจ และสมาชิกขององค์การวิสาหกิจชุมชนที่ท่านเข้าไปร่วมโครงการ (Mean = 4.49)

5.ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative thinking) ประกอบไปด้วย มิตินความคิดทางปัญญา (Intellectual thinking) และ มิตินความคิดเชิงอารมณ์ (Emotional thinking) พบว่า

5.1) มิตินความคิดทางปัญญาได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.10) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านนำความรู้ต่างๆมาปรับใช้ในการแก้ปัญหาในการทำงานเสมอ (Mean = 4.22)ได้รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านมีความสามารถที่จะบอกเหตุผลของรายละเอียดเกี่ยวกับคำตอบและเชื่อมโยงความสัมพันธ์สิ่งต่างๆได้อย่างถูกต้อง (Mean = 3.98)

5.2) มิตินความคิดเชิงอารมณ์ ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.10) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านเป็นคนที่ชอบเสนอแนะหา สนใจใฝ่เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ(Mean = 4.36) ได้รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านรู้สึกท้อแท้เมื่อได้แก้ปัญหาหรือมีโจทย์ที่ยากๆ (Mean = 3.76)

6) การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ(Creative potential in business)ประกอบไปด้วย การเกิดแนวทางการแก้ไข ปัญหา (The occurrence of solutions) และ การเกิดความคิดเชิงนวัตกรรม (The creation of innovative thinking) พบว่า

6.1) การเกิดความคิดเชิงนวัตกรรม ได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.12) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านรู้สึกมั่นใจที่จะเสนอแนวความคิดใหม่ๆต่อเพื่อน หรือ อาจารย์ (Mean = 4.29) ได้รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านรู้สึกว่ามีความสามารถพิเศษในการมองเห็นแนวคิดใหม่ๆในอนาคต (Mean = 3.87)

6.2) การเกิดแนวทางการแก้ไขปัญหามีได้รับการประเมินอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.23) ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านมีความมั่นใจว่าท่านมีทักษะ ความสามารถในการทำงานที่ได้รับมอบหมายได้เป็นอย่างดี (Mean = 4.28)ได้รับการประเมินต่ำสุดคือ ท่านมีความมั่นใจในความสามารถของท่านในการแก้ไขปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ (Mean = 4.20)

ซึ่งเสนอไว้ในตารางที่ 2 และ 3 ดังนี้

ตารางที่ 2

ระดับความคิดเห็นของแรงสนับสนุน

รายการ	$\bar{x}$	SD	ระดับการประเมิน
การสนับสนุนด้านภาวะผู้นำแบบครอบครัว	4.02	0.27	มาก
การสนับสนุนด้านทรัพยากร	4.27	0.45	มาก
การสนับสนุนด้านกลยุทธ์	3.83	0.36	มาก
การสนับสนุนด้านบรรยากาศแบบสร้างสรรค์	4.30	0.35	มาก
การสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม	3.82	0.38	มาก
การสนับสนุนด้านการให้ความรู้	4.79	0.41	มากที่สุด
การสนับสนุนทางอารมณ์และความเป็นเพื่อนมนุษย์	3.84	0.38	มาก
การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ	4.60	0.49	มากที่สุด

ตารางที่ 3
ระดับความคิดเห็นด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์

รายการ	$\bar{x}$	SD	ระดับการประเมิน
มิติความคิดทางปัญญา	4.10	0.26	มาก
มิติความคิดทางอารมณ์	4.10	0.32	มาก
การเกิดความคิดเชิงนวัตกรรม	4.12	0.33	มาก
การเกิดแนวทางการแก้ไขปัญหา	4.23	0.41	มาก

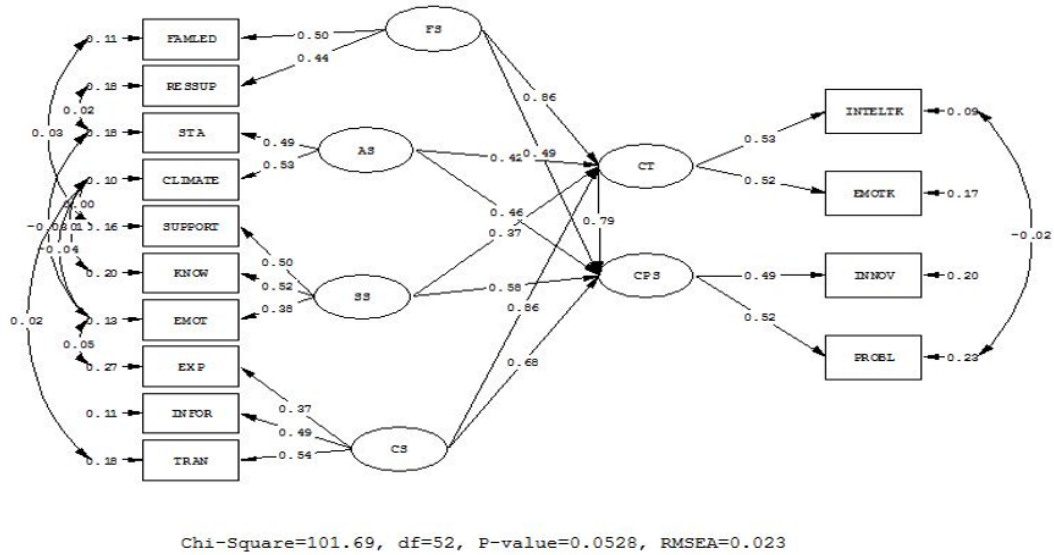
สมมติฐานที่ 2 ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (creative thinking) (Creative potential in business) ส่งผลต่อการสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ซึ่งเสนอไว้ในตารางที่ 4 5 และ 6 ดังนี้

ตารางที่ 4
ผลการทดสอบค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแบบ

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	101.69	-
df	-	52	-
p-value	$p > 0.05$	0.053	-
χ^2/df	$\lambda^2/df < 2$	1.961	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	0.91	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.023	ผ่านเกณฑ์

ภาพที่ 2

โมเดลการทดสอบค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแบบ



ตารางที่ 5

ผลการทดสอบค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแบบ

สถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	101.69	-
df	-	52	-
p-value	p>0.05	0.053	-
χ^2/df	$\lambda^2/df < 2$	1.961	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.99	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.94	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	0.91	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.023	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 6

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรเชิงสาเหตุ (Antecedents)	ตัวแปรผล (Consequences)					
	Creative thinking ความคิดเชิงสร้างสรรค์			Creative potential in Business การสร้างสรรค์ศักยภาพทางสร้างสรรค์		
	(R ² =0.89)			ธุรกิจ (R ² =0.86)		
				DE	IE	TE
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
Family Support การสนับสนุนจากครอบครัว	0.86** (3.97)	-	0.86** (3.97)	0.49** (3.33)	0.34** (3.27)	0.52** (3.40)
Academic Support การสนับสนุนจากโรงเรียน	0.42** (2.51)	-	0.42** (2.51)	0.46** (3.43)	0.16* (2.48)	0.63** (3.61)
Social Support การสนับสนุนจากสังคม	0.37** (2.42)	-	0.37** (2.42)	0.58** (3.30)	0.14* (2.26)	0.71** (4.06)
Corporate support การสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ	0.86** (4.27)	-	0.86** (4.27)	0.68** (3.85)	0.34** (3.14)	0.83** (4.13)
Creative thinking ความคิดเชิงสร้างสรรค์				0.79** (4.44)	-	0.79** (4.44)
* sig <.05 **sig<.01 (ค่าในวงเล็บคือ t-value)						

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างสรรค์ศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.83) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.79) การสนับสนุนจากสังคม (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71) การสนับสนุนจากโรงเรียน (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.63) และ การสนับสนุนจากครอบครัว (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.52) ตามลำดับ ตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรการสร้างสรรค์ศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจได้ร้อยละ 86 ในขณะที่ ตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.86) การสนับสนุนจากครอบครัว (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.86) การสนับสนุนจากโรงเรียน (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.42) และ การสนับสนุนจากสังคม (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.37) ตามลำดับ ตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ได้ร้อยละ 89

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาถึงอิทธิพลการสนับสนุนจากครอบครัว การสนับสนุนจากสถานศึกษา การสนับสนุนจากสังคม การสนับสนุนจากองค์กร ที่ส่งผ่านความคิดเชิงสร้างสรรค์ ไปสู่ การสร้างสรรค์ศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ผลจากการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า การสร้างสรรค์ศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.83) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.79) การสนับสนุนจากสังคม (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.71) การสนับสนุนจากสถานศึกษา (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.63) และ การสนับสนุนจากครอบครัว (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.52)ตาม ลำดับ ตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ตัวแปรการสร้างสรรค์ศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ได้ร้อยละ 86

ในขณะที่ ตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.86) การสนับสนุนจากครอบครัว (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.86)

การสนับสนุนจากสถานศึกษา (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.42) และการสนับสนุนจากสังคม (ขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.37) ตามลำดับตัวแปรในตัวแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ได้ร้อยละ 89

อภิปรายผล

1. การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ได้รับอิทธิพลรวมจาก การสนับสนุนจาก

1.1) องค์การธุรกิจ ส่งผลต่อ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ทั้งนี้เพราะ การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ มีผลต่อ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ในฐานะที่ ก่อให้เกิดการรับรู้ได้ถึงได้รับการสนับสนุนจากองค์การธุรกิจในด้านการแบ่งปันหรือ การแลกเปลี่ยนความรู้จากประสบการณ์ตรงจากการทำงาน องค์การธุรกิจถือเป็นแหล่งการศึกษาตลอดชีวิตให้กับพนักงาน และในโลกยุคใหม่จะพบว่า การร่วมมือของสถาบันการศึกษาและการสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ มีมากขึ้น เพราะต้องการบัณฑิตนักปฏิบัติที่ทำงานได้จริง หลักฐานที่เห็นได้ชัดเกิดจาก งานวิจัยของ Wilson (2012) ได้เสนอว่า องค์การธุรกิจในประเทศอังกฤษได้ให้ความสำคัญกับการร่วมมือกับทางสถาบันการศึกษาในการผลิตนักศึกษาที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเข้าสู่องค์การธุรกิจ ช่วยให้องค์การธุรกิจต่างๆมีการสร้างนวัตกรรม เพื่อให้้องค์การนั้นมีผลประกอบการที่ดีอย่างยั่งยืน ความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างสถาบันการศึกษา และองค์การธุรกิจโดยผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ (knowledge exchange activity) รูปแบบของกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างองค์การธุรกิจและสถาบันการศึกษา เช่น การที่ผู้บริหารองค์การธุรกิจมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์การทำงานให้แก่ นักศึกษา ซึ่งจะเป็นความรู้ใหม่นอกเหนือจากการเรียนรู้จากอาจารย์ในมหาวิทยาลัยหรือตำรา ทำให้นักศึกษาได้มีมุมมองใหม่ๆเกิดขึ้น ซึ่งChanner (2013) ได้เสนอความคิดใหม่ ๆ เพื่อนำมาสร้างนวัตกรรม มักเกิดขึ้นจากการร่วมมือกันระหว่างองค์การธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน จะเกิดแนวทางการดำเนินงาน ความคิดเห็น กระบวนการทำงาน ตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหาที่ใหม่ๆจากการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

1.2) ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลต่อ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ทั้งนี้เพราะทั้งนี้ความคิด

สร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถทางสมองที่สามารถที่จะคิดได้หลากหลายแนวทาง หรือแบบอนกนัย ที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือประยุกต์การทำงานให้แตกต่างจากเดิม (Walberg 1988) ซึ่งงานวิจัยของ Besancon, Lubart, and Barbot (2013) และ Lubart, Zenasni, and Barbot (2013) ได้ผลสรุปตรงกันว่า การที่เด็กมีความคิดทางสติปัญญา (intellectual thinking) และมีความคิดเชิงอารมณ์ (emotional thinking) จะก้าวไปสู่การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจในอนาคตจะสามารถที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้สังคม โดยผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ จะมีความสามารถในแนวทางการแก้ไขปัญหา และความคิดเชิงนวัตกรรม อย่างต่อเนื่อง

1.3) การสนับสนุนจากสังคม ส่งผลต่อ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ซึ่งผลงานวิจัย ของ Shi (2004) ที่เสนอว่า ว่าการมีความคิดสร้างสรรค์เป็นผลมาจากการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลกับปัจจัยทางบริบท (contextual factor) ซึ่งประกอบด้วย สิ่งแวดล้อมครอบครัว (family environment) สิ่งแวดล้อมทางการศึกษา (educational environment) และ สิ่งแวดล้อมทางสังคม (social environment) ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนรู้ เห็นคุณค่าคุณค่าทางความคิดสร้างสรรค์ และสามารถแสดงออกในเชิงพฤติกรรม

1.4) การสนับสนุนจากสถานศึกษา ส่งผลต่อ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ทั้งนี้เพราะ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ต้องเกิดจาก การสนับสนุนจากสถานศึกษา ในการกำหนดกลยุทธ์และสร้างบรรยากาศ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ Bruce Weinber cited in Coltan Scrivner and Dario Maestripiieri (2018) ที่เสนอว่า การสร้างบรรยากาศหรือการสนับสนุนจากองค์การเพื่อให้พนักงานขององค์การมีความคิดสร้างสรรค์นั้นอาจจะประสบผลสำเร็จไม่ได้เท่าที่คาดหวังหรือจากการลงทุนไปทั้งนี้เพราะคนเหล่านั้นเลยช่วงวัยที่เหมาะสมในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ไปแล้วจากผลการทดลองที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ดังนั้นการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่ความคิดสร้างสรรค์จึงควรดำเนินการตั้งแต่วัยเด็ก จนถึง ก่อนวัยทำงาน

1.5) การสนับสนุนจากครอบครัว ส่งผลต่อ การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ซึ่ง Teufel-Shone, Staten, Irwin, Rawiel, Brovo, and Waykayuta (2005)

เสนอว่า สนับสนุนจากครอบครัว คือ การที่สมาชิกในครอบครัวสามารถแสดงความรู้สึกของตนเองได้อย่างเป็นอิสระ สมาชิกในครอบครัวจะมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน มีความสนิทสนม กลมเกลียว แสดงให้เห็นถึงความรัก ความเข้าใจซึ่งกันและกัน จากที่อธิบายในข้างต้นสามารถนำมาขยายความในการศึกษาครั้งนี้สรุปได้ว่า การสนับสนุนจากครอบครัว คือ การรับรู้ต่อการได้รับการช่วยเหลือจากผู้ปกครองและสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ การยอมรับในความคิดเห็น การรับรู้ถึงการสร้างบรรยากาศในครอบครัวที่สนับสนุนการเสนอความคิดเห็นและ ตัดสินใจ รวมทั้งการสนับสนุนทางการเงินเพื่ออำนวยความสะดวกในกิจกรรมต่าง ๆ มีเวลาในการสนทนา หรือมีกิจกรรมร่วมกันภายในครอบครัว รวมทั้งมีการให้คำปรึกษา ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ในขณะที่ Adams et al. (1996) เสนอว่าการสนับสนุนของครอบครัวว่าประกอบด้วยการสนับสนุน 2 ด้าน ได้แก่ การสนับสนุนในสิ่งที่จำเป็นต้องไม่ได้ และการสนับสนุนในสิ่งที่จำเป็นต้องได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ให้เกิดขึ้นได้ ในงานวิจัยของ Weisberg (1999) เสนอว่าความรู้จะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ โดยที่ความรู้มีอยู่สองลักษณะคือ (1) ความรู้ที่ฝังอยู่ภายใน (tacit knowledge) เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ การที่ผู้ปกครองมีความพร้อมด้านการเงินในการสนับสนุนให้นักศึกษาได้ร่วมทำกิจกรรมของมหาวิทยาลัยเช่นการศึกษาดูงาน หรือการแข่งขันทางวิชาการ จะทำให้นักศึกษามีการเรียนรู้จากประสบการณ์เหล่านี้มาเพิ่มพูนความรู้ และ (2) ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) จะเป็นความรู้ที่อยู่ในรูปแบบที่เป็นทางการ เป็นลายลักษณ์อักษร ง่ายต่อการถ่ายทอด แบ่งปัน เช่น หนังสือ วารสาร สื่อวิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต เป็นการอำนวยความสะดวกในการค้นคว้าศึกษา แสวงหาความรู้ใหม่ๆ (knowledge creation and acquisition) จากทรัพยากรสื่อและสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต สื่อสังคม เหล่านี้แล้ว ก็จะช่วยทำให้เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยนความรู้ และเกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ทำให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ในการสร้างนวัตกรรมขึ้นมา ดังนั้น เป็นหน้าที่หลักของสถาบันครอบครัว ซึ่งเป็นด่านแรกที่จะสร้างให้เกิดขึ้น

2. ตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ได้รับอิทธิพลรวมจาก

2.1) การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจ ความสำคัญต่อ ตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะ ความร่วมมือ

ระหว่างองค์การธุรกิจกับสถาบันการศึกษาสามารถเป็นได้แบบการให้หรือแบ่งปันองค์ความรู้ที่มาจากประสบการณ์ตรง (Tacit Knowledge) การได้รับการสนับสนุนจากองค์การธุรกิจในการแบ่งปันความรู้ซึ่งมาจากประสบการณ์การทำงาน เป็นการส่งมอบองค์ความรู้จากการปฏิบัติจริงนำมาถ่ายทอด หรือแลกเปลี่ยนให้นักศึกษา ทำให้เกิดมุมมองใหม่ๆ จากงานวิจัยของ Mina & Probert, 2012 พบว่าการที่องค์การธุรกิจมีความร่วมมือกับทางสถานศึกษา และผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมในการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านกระบวนการปฏิบัติงานจริง จะมีการบูรณาการความรู้ต่างๆ เข้าด้วยกัน ทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ๆ ในการผลิตสินค้า หรือบริการ ตลอดจนแนวทางการแก้ปัญหา จนเกิดนวัตกรรมขึ้นในองค์การ ทำให้องค์การเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Murmann (2006) ที่พบว่าองค์การธุรกิจได้มีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในท้องถิ่นนั้นๆ ในการทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนความรู้กัน จะช่วยให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะที่องค์การธุรกิจต้องการ

2.2) การสนับสนุนจากครอบครัว มีความสำคัญต่อตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งงานวิจัยของ Blankfeld and Holahan (1996) กล่าวว่า การสนับสนุนจากครอบครัว หมายถึง การที่สมาชิกในครอบครัวมีการสนับสนุนเกื้อกูลกันอย่างแน่นแฟ้น รวมทั้งมีการแสดงออกทางความคิด ความรู้สึกอย่างเปิดเผย ทำให้สมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และก่อให้เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่ความคิดสร้างสรรค์ต้องได้ฐานรากจากความรู้ นอกจากนี้ Alborzi (2012) ได้เสนอว่าเป็นบทบาทของผู้ปกครองที่ใช้ภาวะผู้นำเต็มรูปแบบ ซึ่งมีความเชื่อหรือทัศนคติ และแนวทางปฏิบัติ โดยที่ผู้ปกครองมีการเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงความคิดเห็นส่วนตัวของเด็ก มีการยอมรับฟังความคิดเห็น บรรยากาศภายในบ้านอบอุ่นมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันภายในครอบครัว ผู้ปกครองมีการพูดคุยบวกลงเป็นการให้กำลังใจว่าสิ่งที่เด็กตั้งเป้าหมายนั้นสามารถบรรลุได้ และพยายามให้เด็กได้สร้างสมมติฐานใหม่เพื่อให้ได้ทำในแนวทางใหม่ ๆ จะทำให้เด็กมีความมั่นใจในตนเอง และจะสร้างสิ่งใหม่ ๆ หรือหาแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหา จะช่วยทำให้เด็กมีการคิดนอกกรอบ สามารถแก้ปัญหาได้ดี เกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์

2.3) การสนับสนุนจากสถานศึกษา ความสำคัญต่อตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ ซึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Papa (2010) ที่เสนอว่าการส่งเสริมการเรียนรู้ที่เป็น ลักษณะความคิดสร้างสรรค์ให้แก่เด็ก จุดเริ่มต้นเกิดที่สถาบันการศึกษา โดยสถาบันที่มีประสิทธิภาพจะต้องพิจารณาถึงความสำคัญของภูมิทัศน์การศึกษา (educational landscape) ที่สามารถส่งเสริมความสามารถ ในการใช้ความรู้ การสื่อสาร รวบรวม วิเคราะห์ สร้างสิ่งใหม่ ๆ และสามารถแก้ปัญหาใหม่ ๆ ได้ เพราะฉะนั้นถ้านักศึกษาได้รับการสนับสนุนที่เหมาะสมจากทางสถาบัน-การศึกษา จะทำให้นักศึกษาเป็นคนที่มีความคิดเชิงสร้างสรรค์ได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cropley (2006) พบว่า สถานศึกษา ซึ่งเป็นองค์การที่มีอิทธิพลต่อการสร้างทัศนคติ ค่านิยม เป้าหมาย การจูงใจ ทักษะการคิดแบบพิเศษ ความรู้ที่เหมาะสม ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในตัวนักศึกษา นอกจากนี้ งานวิจัยของ Wilson (2012) ยังสนับสนุนอีกว่า สถาบันการศึกษาเป็นองค์การที่สำคัญในการผลิตบุคลากรที่มีทักษะในด้านความคิดสร้างสรรค์ เพื่อช่วยให้องค์กรธุรกิจต่าง ๆ มีการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์การมีผลประกอบการที่ดีอย่างยั่งยืน

2.4) การสนับสนุนจากสังคม ตัวแปรความคิดเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้เพราะ สภาพทางสังคมก่อให้เกิดวัฒนธรรมรวมของชาติ ก่อให้เกิดความเชื่อ ทัศนคติ และความเข้าใจในการดำเนินชีวิต ซึ่งจากการศึกษาของ Bandura (1997) เสนอ ความรู้ความสามารถในความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลใด ๆ นั้น เกิดขึ้นจากความเชื่อ (beliefs) ว่าตนเองมีศักยภาพในการที่จะแสดงออกในเชิงพฤติกรรมสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จได้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ส่วนผลการศึกษาของ Bruce G. Link, & Jo C. Phelan. (2001), Tierney and Farmer (2002) ได้ผลสรุปตรงกันว่านอกจากบุคคลนั้น ๆ จะมีศักยภาพ (capabilities) แล้วตนเองยังต้องคิดว่า “พฤติกรรมที่แสดงออกต้องมีโอกาสสูง (potentials) ที่จะประสบความสำเร็จ” และจะได้รับการตอบรับจากสังคมในเชิงบวก (positive reaction) และผลกระทบท้ายสุดต่อตนเอง คือ การยอมรับคุณค่าในตัวเอง (self-esteem) จากเหตุผลที่กล่าวแล้วอาจสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดหรือไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์ อาจสรุปได้ว่าการที่เด็กจะเกิด “การรับรู้ความสามารถของตนเอง” (self-efficacy)

เด็กต้องได้รับแรงกระตุ้นจากสังคมในส่วนทรัพยากรสนับสนุนของตนเองมีความรู้และคาดหวังว่าการนำความรู้ไปแสดงออกต้องได้รับความสำเร็จสูงตามที่สังคมคาดหวัง ปัจจัยในตัวเด็กที่จะเกิดความรู้จนสามารถเกิดเป็นความคิดสร้างสรรค์นั้นมาจาก กระบวนการของครอบครัว สถานศึกษา และสังคมในมิติทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ดังนั้น ถ้าวัฒนธรรมในส่วนใดที่จะส่งผลเชิงลบต่อการสร้างให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ก็จำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ของคนในสังคม การปรับวัฒนธรรมในทุกระดับให้เป็น “วัฒนธรรมบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์” (culture-based creativity) จะส่งผลให้บุคลากรในทุกภาคส่วนเกิดความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างนวัตกรรมได้ และทำให้ประเทศสามารถใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยกประเทศออกจากกับดักของรายได้ปานกลาง (middle income trap) การรับรู้การสนับสนุนจากสังคม ทำให้บุคคลในสังคมมีความรู้สึกไม่โดดเดี่ยว ทำให้ผู้ได้รับมีการรับรู้และส่งผลต่อความพึงพอใจ และสิ่งที่ตามมาหลายประการ เช่น มีผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น สามารถสร้างปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขในขณะเดียวกันทำให้คนรอบข้างมีความสุขไปด้วย และสุดท้ายผลย้อนกลับที่สังคมที่มีความสุข (Duru Erdinç, 2017)

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1.การสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ ต่างต้องได้รับการสนับสนุนจากองค์การธุรกิจเป็นหัวใจหลัก จะเห็นได้ว่า การสนับสนุนจากองค์การธุรกิจมีอิทธิพลมากที่สุด ที่ส่งผลต่อ ความคิดเชิงสร้างสรรค์ และการสร้างศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจมากกว่าทุกปัจจัย ทั้งนี้เพราะการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในยุคใหม่ต้องเป็นความคิดสร้างสรรค์ในเชิงที่สามารถ “สร้างมูลค่า” ประกอบกับความ เป็นยุคโลกาภิวัตน์ ที่สังคมเชื่อมต่อถึงกัน ความคิดสร้างสรรค์ จึงถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการสร้าง “ความแตกต่าง” ซึ่งเป็นจุดขายใหม่ ในยุคที่สงครามเรื่องการ “ตัดราคา” มาถึงจุดอิ่มตัว การสร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดนวัตกรรมทางการค้า ซึ่งหน่วยงานทางธุรกิจเป็นหน่วยแรกที่ได้รับสัญญาณ และมีความพร้อมในการเพิ่มพูนให้กับทรัพยากรบุคคล ทั้งนี้เพราะ ความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของธุรกิจยุค

ใหม่ต้องอาศัยการขับเคลื่อนของคุณภาพของคนในองค์กร ดังนั้น จะพบว่า บริษัทขนาดใหญ่จึงได้สร้างสถาบันการศึกษา ที่จะขับเคลื่อนคนของตนไปยังอนาคตมากยิ่งขึ้น และสถาบันการศึกษาต้องมีการปรับตัวในการสร้างความร่วมมือให้การศึกษาคู่กับองค์กรธุรกิจ

2. เมื่อพิจารณาอย่างละเอียดจะพบว่า การจะพัฒนาการศึกษาศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ จะเริ่มจาก outside in กล่าวคืออาศัยอิทธิพลจากสังคม สถานศึกษา ไปหาครอบครัว ในขณะที่ การพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ จะเกิดจาก in-side out เริ่มจากการสนับสนุนของครอบครัว สถานศึกษา และสังคมตามลำดับ โดยการสนับสนุนจากองค์กรธุรกิจ เป็นแกนกลางในการพัฒนาทั้ง การศึกษาศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ และความคิดเชิงสร้างสรรค์ แสดงให้เห็นว่า แรงสนับสนุนของครอบครัว สถานศึกษา สังคม และองค์กรธุรกิจ ต่างก็มีผลต่อการศึกษาศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ แม้ว่าค่าอิทธิพลที่ส่งผลอาจจะแตกต่างกันตามบริบทสังคมยุคใหม่ แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่าทุกองค์ประกอบ ต่างก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน พ่อแม่ และผู้ปกครองในฐานะครูคนแรก และผู้ที่อยู่ใกล้กับตัวนักเรียนมากที่สุด ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ของเด็ก ทั้งนี้เพราะเด็กจะเรียนรู้ และเลียนแบบ ความคิดอ่าน ทักษะที่ปลูกฝังจากครอบครัวเป็นจุด เริ่มต้น หลังจากนั้น เด็กจะพัฒนาการเรียนรู้จาก สถาบันการศึกษา และสังคมไปตามลำดับ ในขณะที่พัฒนาการศึกษาศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ ซึ่งเป็นผลผลิต จะเกิดจากการหล่อหลอมที่ทวนกลับ เป็นการ บูรณาการที่เกิดจากการหล่อหลอมของ สังคม สถานศึกษา และครอบครัว โดยมีการสนับสนุนจากองค์กรเข้ามามีส่วนสำคัญ

3. เมื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาเข้าใจในองค์ประกอบ ของการพัฒนาการศึกษาศักยภาพทางสร้างสรรค์ธุรกิจ จะพบว่า การทำงานแบบต่างคนต่างทำ จะไม่สามารถพัฒนานักศึกษาได้อย่างเต็มที่ การพัฒนาคนในยุคปัจจุบัน

ต้องการความร่วมมือที่เข้มข้นของทุกภาคส่วน ในทิศทางเดียวกัน อนาคตของคนรุ่นใหม่ เกิดจากการร่วมแรงร่วมใจกันของ สังคม สถานศึกษา ครอบครัว และภาคธุรกิจ ที่จะต้องคอยส่งสัญญาณ และวางทิศทาง “คนในยุคปัจจุบัน” ให้เป็น “คนที่มีอนาคต”

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1.งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะการทำวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น ผู้ที่สนใจจะศึกษาแบบลงลึก อาจพัฒนาต่อยอดโดยศึกษาเป็นวิจัยเชิงคุณภาพ หรือการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ก็จะทำให้เกิดข้อค้นพบที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.ข้อจำกัดในการเก็บข้อมูล ซึ่งศึกษาเฉพาะตัว นักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งเข้าร่วมโครงการ ออมสินยุวพัฒน์รักษ์ถิ่น รวมถึงการไม่ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ คำนึงโอกาสทางสถิติ อาจทำให้ข้อสรุป ไม่สามารถอภิปรายไป ยังกลุ่มตัวอย่างอื่น ได้ ผู้ที่สนใจอาจทำการพัฒนา กระบวนการเก็บข้อมูลให้มีการกระจาย รวมถึงพัฒนาการสุ่มตัวอย่างแบบ คำนึงโอกาสทางสถิติในโอกาสต่อไป

3.การประเมินผล แรงสนับสนุนของครอบครัว สถานศึกษา สังคม และองค์กรธุรกิจ ในการสร้างเมล็ดพันธุ์ที่มีแนวคิดแบบสร้างสรรค์ เก็บข้อมูลเฉพาะนักศึกษา หากมีการประเมินในรูปแบบ 360 องศา คือ เก็บนักศึกษา ผู้ปกครอง ครู อาจารย์ นายจ้าง และนักวิชาการ ก็น่าจะได้ผลลัพธ์ที่มีความลุ่มลึกมากกว่าที่เป็นอยู่

4. การวิจัยครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจอาจจะมุ่งไปสู่ภาคธุรกิจมากขึ้นโดยเฉพาะผู้ประกอบการ ลูกจ้าง พนักงานในองค์กรโดยตรงและลุ่มลึกมากขึ้น เพราะการวิจัยในครั้งนี้จับประเด็นการเข้าสู่กระบวนการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อการเป็นทุนทรัพยากรมนุษย์รวมทั้งผู้ประกอบการในที่สุด ซึ่งเป็นเพียงบริบทในขั้นแรก

บรรณานุกรม

- Adams, G. A., King, L. A., & King, D. W. (1996). Relationships of job and family involvement, family social support, and work-family conflict with job and life satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 81(4), 411.
- Alborzi, M. (2012). The role of parenting beliefs and attitude to children's creative thinking creativity. *Psychological and Social Studies of Women*, 9(3), 7-24.
- Bellin, H. F., & Singer, D. G. (2006). *My magic story car: Video-based intervention to strengthen emergent literacy of at-risk preschoolers*. In D.G. Singer, R. M. Golinkoff, & K. Hirsh-Pasek, (Eds.), *Play=learning: How play motivates and enhances children's cognitive and social-emotional growth*. Oxford University Press.
- Bruce G. Link, & Jo C. Phelan. (2001). Conceptualizing Stigma. *Annual Review of Sociology*, 27(5), 363-385.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.
- Besançon, M., & Lubart, T. I. (2008). Differences in the development of creative competencies in children schooled in diverse learning environments. *Learning and Individual Differences*, 18(4), 381-389.
- Blankfeld, D. F., & Holahan, C. J. (1996). Family support, coping strategies, and depressive symptoms among mothers of children with diabetes. *Journal of Family Psychology*, 10(2), 173-179.
- Channer, J., Owens, P., & Lee, C.(2013). *Connecting and growing creative businesses through engagement with higher education institutions*. Arts & Humanities Research Council.
- Coltan Scrivner and Dario Maestripieri . (2018). Creativity Patterns in the Production of Scientific Theories and Literary Fiction," *KNOW: A Journal on the Formation of Knowledge*, 2(1), 137-154.
- Cropley A. (2006). In praise of convergent thinking. *Creativity Research Journal*, 18(3), 391-404.
- Duru Erdiñç, (2017). Procrastination, self-esteem, academic performance, and well-being: A moderated mediation model. *International Journal of Educational Psychology*, 6(2), 97.
- George Land. (1968). *Evidence that children become less creative over time (and how to fix it)*. Retrieved from. <https://www.ideatovalue.com/crea/nickskillicorn/2016/08/evidence-children-become-less-creative-time-fix/>
- James E. Johnson, James Christie, & Francis Wardle. (2005). *Play, Development and Early Education*. Retrieved from. <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Johnson-Play-Development-and-Early-Education/PGM155363.html?tab=overview>
- Krause, N. (1986). Social support, stress, and well-being. *Journal of Gerontology*, 41(4), 512-519.
- Lubart, T. I., Zenasni, F., & Barbot, B. (2013). Creative potential and its measurement. *International Journal of Talent Development and Creativity*, 1(2), 41-51.
- Martins E, & Terblanche, F. (2003). Building organizational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management* 6(1), 64-74.
- Mina, A. and Probert, J. (2012). Enhancing Collaboration, Creating Value: Business interaction with the UK research base in four sectors, London: Centre for Business Research at University of Cambridge and CIHE.
- Murmann, J. (2006) Knowledge and Competitive Advantage: The Co evolution of Firms, Technology, and National Institutions. Cambridge University Press: Cambridge.

- Papa, R. (2010). Technology leadership for school improvement: Thousand Oaks, CA: Sage.
- Taylor, S. E. (2011). Social support: A review. In M. S. Friedman (Ed.), *The handbook of health psychology* (pp. 189-214). Oxford University Press.
- Teufel-Shone, N. I., Staten, L. K., Irwin, S., Rawiel, U., Bravo, A. B., & Waykayuta, S. (2005). Family cohesion and conflict in an American Indian community. *American Journal of Health Behavior*, 29(5), 413-422.
- Tierney, P., & Farmer, S. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137-1148.
- Wang, P., & Rode, J. C. (2010). Transformational leadership and follower creativity: The moderating effects of identification with leader and organizational climate. *Human Relations*, 63(8), 1105-1128.
- Wilson, T., Sir (2012) A Review of Business-University Collaboration, HMSO, London
- Weisberg R. W. (1999). Creativity and knowledge: A challenge to theories. In: Sternberg, R.J. (Eds.), *Handbook of creativity* (P.226-250). Cambridge University Press.