

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบ

50

Psychological Factors Affecting Creativity in Fashion Design of Art Design Students

อ.อนัญญาวัลย์ วัฒนະนงพงษ์

สาขาวิชาแฟชั่นดีไซน์ คณะศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยรังสิต

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาแฟชั่นดีไซน์ ได้แก่ แรงจูงใจ ค่านิยม การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม และบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ (2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ และ (3) เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษา ศิลปะการออกแบบ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-4 ของมหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปีการศึกษา 2553 จำนวน 150 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ค่าความเที่ยงของแบบวัดแต่ละด้าน คือ .7570 .6207 .7493 .8202 .6902 .9062 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และค่าถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า

1. นักศึกษาศิลปะการออกแบบ มีปัจจัยทางจิตวิทยา แฟชั่นดีไซน์ ได้แก่ แรงจูงใจ ค่านิยม การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม และบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ใน ระดับดีมาก
2. ปัจจัยทางจิตวิทยาแฟชั่นดีไซน์ คือ แรงจูงใจ การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม และบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความคิดสร้างสรรค์ด้าน แฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ส่วน ค่านิยมทางแฟชั่นดีไซน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของ นักศึกษาศิลปะการออกแบบ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3. ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแฟชั่นดีไซน์ทั้ง 5 ปัจจัยร่วมกันทำนายความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบได้ร้อยละ 46.1 โดยปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือ ความสามารถทางสังคม และแรงจูงใจ และปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้จากสื่อและค่านิยม ส่วนปัจจัยบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ ไม่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์

คำสำคัญ: ปัจจัยทางจิตวิทยา ความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ นักศึกษาศิลปะการออกแบบ

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the psychological factors in fashion design: motivations, values and perceptions of the media, the social skills, and creative personality (2) to study relationship between the psychological factors on the creativity in terms of fashion design, and (3) to study the psychological factors that affect creativity in terms of fashion design of the student.

The subjects of the study were 150 first-fourth year students of Rangsit University, Srinakarinwirot University and Kasam Bundit University in the academic year 2553, recruited through the technique of stratified random sampling. The instruments used were questionnaires and the data were statistically analyzed by percentage, means, standard deviation, Pearson Correlation, and Multiple Regression Analysis.

The results of the study were as follows:

1. The students expressed their perceptions in terms of psychological factors: motivation, values, perception of the media, the social skills, and creative personality at the high level.

2. The psychological factors regarding motivation, the media, the social skills, and creative personality positively correlated with the students' creativity at the statistical significance level of 0.01. On the other hand, the students' values in terms of insignificantly correlated with their creativity.

3. Psychological factors in five domains predicted the creativity of the students at 46.1%. Two factors that significantly affect the students' creativity at the level of 0.01 were social skills and motivation. Statistically significant at the 0.05 level are two factors, namely the recognition of the media and values. And the two factors that significantly affect the students' creativity at the level of 0.05 were values and perceptions of the media. The domain of creative personality did not affect the students' creativity in terms of fashion design.

Keywords: psychological factors, creativity of fashion design, fashion design of art design student

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแต่งกายเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งสะท้อนภาพความเป็นไปของแต่ละยุคแต่ละสมัย หากมองย้อนไปในอดีตในยุคที่การเดินทางเป็นเรื่องยากลำบากและใช้เวลานาน ทำให้ชนแต่ละชาติ แต่ละหมู่อยู่กับที่ในอาณาบริเวณของตนเอง สร้างสรรค์วัฒนธรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการกินอยู่ ความเชื่อ การแต่งกาย เกิดขึ้นอย่างมีเอกลักษณ์ชัดเจน ด้วยปัจจัยแวดล้อมที่ต่างกันไป เวลาผ่านไปจนถึงปัจจุบัน ยุคที่เทคโนโลยี การคมนาคม และการสื่อสารถูกพัฒนาจนก้าวหน้า ก่อให้เกิดระบบเครือข่ายเชื่อมโยงโลกนี้ให้มีความเป็นหนึ่งเดียว ส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ของทุกชาติในโลกไปด้วย เกิดการถ่ายเท แลกเปลี่ยน ผสมผสานทางวัฒนธรรมต่างๆ ให้มีรูปแบบเดียวกันไปทั่วโลก (Global Culture) รวมถึงเกิดมีสินค้าที่ผู้คนทั่วโลกบริโภคเหมือนกัน (Global Brand) มีผลให้ความเป็นตัวเองของคนในยุคปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นชนชาติใดมีวัฒนธรรมสองด้านซ้อนอยู่ในตัวเอง ด้านหนึ่งคือ การมีบทบาทร่วมกระแสวัฒนธรรมโลก เช่น การรับการแต่งกายหรือแฟชั่นแนว Global Brand มาปรับใช้ในชีวิต

ประจำวัน ขณะเดียวกันในอีกด้านหนึ่ง ทุกคนก็ยังมีความเป็นมาในแง่วัฒนธรรมแห่งชาติอย่างเช่นคนไทยก็เป็นชนชาติหนึ่ง ซึ่งมีการแต่งกายเฉพาะตัวที่น่าภูมิใจ และควรรักษาไว้มิให้สูญหาย (Elle Fashion, 2550: 155)

ปัจจุบัน "แฟชั่น" นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย จนกลบคำว่า "เครื่องแต่งกายประเพณี" หรือคำว่า "เครื่องแต่งกาย" หรือคำว่า "เครื่องนุ่งห่ม" คำว่า "แฟชั่น" โดยความจริงหมายถึงรสนิยมร่วมของหมู่คนในช่วงเวลาๆ หนึ่ง ถึงอย่างไรก็ตาม แฟชั่นจะเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมเหมือนกัน แต่คำนี้ก็ไม่ได้จำกัดอยู่แต่เรื่องเครื่องนุ่งห่ม สิ่งอื่น ๆ ในชีวิตสมัยใหม่ เช่น รถยนต์ บ้าน เครื่องเรือน สไตลว์วรรณกรรม สปา หรือการนวดฝ่าเท้า ก็เป็นแฟชั่นเหมือนกัน เครื่องแต่งกายแฟชั่นยังเป็นลักษณะของเครื่องแต่งกายตะวันตก โดยเฉพาะหมายถึงเครื่องแต่งกายในทวีปยุโรป และในสหรัฐอเมริกา นับตั้งแต่ยุคกลาง

แพชชั่นเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารที่เรียกว่า "อวัจนภาษา" หรือ "Non - Verbal Communication" ทั้งนี้เพราะแพชชั่น หรือสิ่งที่ถูกนำเสนอผ่านเครื่องแต่งกายหรือผลผลิตทางแพชชั่นประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า เครื่องประดับ การแต่งหน้า ทำผม การใช้สีเนื้อผ้า การจัดแสดง หรือแม้แต่เรือนร่างของมนุษย์ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นการแสดงออกทางอวัจนภาษาที่สามารถสื่อความหมายได้ อีกทั้งแพชชั่นยังเป็นการประกอบกันขึ้นของวัฒนธรรมที่เกิดจากการบูรณาการ ศิลปะ ความบันเทิง ธุรกิจ ความเชื่อ และคุณค่าที่ถูกแบ่งปันความหมายร่วมกันภายในกลุ่มสังคมขนาดใหญ่ จนสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ดังนั้น การศึกษาและวิเคราะห์ระบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแพชชั่นภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ในฐานะที่แพชชั่นซึ่งเป็นตัวแทนของปรากฏการณ์ที่สะท้อนวิถีจักร และการดำรงอยู่ของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่สื่อสารมวลชนมีอัตราความเร็วในการแพร่กระจายงานแพชชั่นได้อย่างรวดเร็วกว่าในระยะเวลาที่ผ่านมา จึงเป็นการเติมเต็มช่องว่างและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของการวิเคราะห์แพชชั่นภายใต้ทฤษฎีต่างๆ ที่ครอบคลุมทุกบริบทแห่งสังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (กฤษณิกร เจริญกุลศล, 2549)

ศิลปะและการออกแบบ คือ ศาสตร์ซึ่งเกิดจากการบูรณาการอย่างละเอียดอ่อนระหว่างศิลปะและเทคโนโลยี อันเป็นผลของกระบวนการพัฒนาทางด้านความคิดสร้างสรรค์ของมนุษยชาติ เพื่อสร้างสิ่งแวดล้อม อันเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตทั้งด้านกายภาพและจิตใจ อีกทั้งเป็นเครื่องบ่งบอกถึงวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของผู้คนในแต่ละยุคสมัย (คู่มือการศึกษามหาวิทยาลัยรังสิต, 2551-2552: 319)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่มีอยู่ในตัวคนทุกคน ซึ่งสามารถส่งเสริมคุณลักษณะนั้นให้พัฒนาสูงขึ้นได้ ความคิดสร้างสรรค์จะแสดงถึงลักษณะความสามารถทางความคิด คนที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้นก็จะมีลักษณะที่เป็นผู้มีความรู้สึกไวต่อปัญหา มองเห็นการณโกล มีความเป็นตัวเอง มีความคิดหลายแง่มุม และมีความสามารถในการเปลี่ยนแปลง ความคิดอย่างคล่องแคล่ว (Anastasi, 1985 : 65)

ในฐานะที่ผู้วิจัยปฏิบัติงานสอนเกี่ยวกับการออกแบบที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ ได้สังเกตนักศึกษาพบว่า มีปัจจัยหลายๆ ประการที่ทำให้นักศึกษามีความคิดสร้างสรรค์แตกต่างกัน นักศึกษาบางคนมีประสบการณ์ในการประกวดออกแบบแพชชั่น ทำให้มีความคิดสร้างสรรค์ผลงานที่โดดเด่นในการเรียน บางคนมีความคิดสร้างสรรค์จากประสบการณ์ทำงานนอกเวลา เช่น การรับงานอิสระของการออกแบบเสื้อผ้า หรืองานที่เกี่ยวข้องกับสายอาชีพทางด้านแพชชั่น บางคนมีความคิดสร้างสรรค์จากการค้นคว้าด้วยตนเอง และมีความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากบุคลิกภาพ

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบ



วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา คือ แรงจูงใจ ค่านิยม การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม และบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ ของนักศึกษา ศิลปะการออกแบบ
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยา คือ แรงจูงใจ ค่านิยม การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม และบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ กับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษา ศิลปะการออกแบบ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา คือ แรงจูงใจ ค่านิยม การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษา ศิลปะการออกแบบ

นิยามศัพท์และนิยามปฏิบัติการ

1. **ความคิดสร้างสรรค์** หมายถึง ความสามารถทางสมองในการคิดหลายทิศทาง โดยการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของความคิดเดิมหรือความคิดที่แตกต่าง และจัดระเบียบของความคิดออกมาในรูปแบบใหม่ เป็นความคิดแปลกๆ หลายทิศทาง เกิดเป็นผลผลิต หรือแนวทางในการแก้ปัญหาที่ต่างไปจากเดิม
2. **แฟชั่นดีไซน์** หมายถึง การออกแบบเสื้อผ้าที่มีความใหม่ทันสมัย ผลงานเป็นที่นิยมในช่วงเวลานั้นๆ โดยมีเรื่องความงาม วัฒนธรรม เทคโนโลยี วัสดุ สิ่งแวดล้อม การสร้างแบบการตัดเย็บ การจัดจำหน่าย ทฤษฎีทางศิลปะ การพัฒนาความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล และการแสดงออกที่มีอิสรภาพซึ่งได้มาจากการค้นคว้า ทดลองและวิเคราะห์

3. ความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์

หมายถึง ความคิดในการออกแบบเสื้อผ้าให้มีความแปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์ มีเทคนิค และวิธีการที่แปลกใหม่ มีความเป็นตัวของตัวเอง ออกแบบประดิษฐ์คิดค้น นำเสนอการเลือกใช้วัสดุ พัฒนาความรู้ สนใจสิ่งแปลกใหม่รอบตัว ประยุกต์ หรือเป็นแรงบันดาลใจในการผลิตผลงาน สามารถแสดงออกได้อย่างมีอิสระและมีมุมมองที่หลากหลาย

4. ปัจจัยทางจิตวิทยา หมายถึง สิ่ง

กำหนดจากภายในและภายนอกตัวบุคคลที่มีผลต่อการกระทำ หรือการแสดงออกของนักศึกษาแฟชั่นดีไซน์ ประกอบด้วย แรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ทางด้านแฟชั่นดีไซน์ แต่ละปัจจัยมีความหมายดังนี้

4.1 แรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์

หมายถึง ความต้องการแสดงพฤติกรรม การออกแบบเสื้อผ้าที่ทันสมัย การได้แสดงออกความเป็นเอกลักษณ์ของตนในรูปแบบของเสื้อผ้า แรงจูงใจจากสื่อ แรงจูงใจรายได้ และเป็นผู้นำกระแสความนิยม

4.2 ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์

หมายถึง กระบวนการทางความคิดทางตัวเองประกอบของเสื้อผ้า และการแต่งตัวที่เป็นตัวกำหนด ตัดสินชี้มาให้ปฏิบัติตามกาลเทศะหรือความนิยม แรงกระตุ้นเพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานทางด้านแฟชั่น ตลอดจนเสริมสร้างทัศนคติ ความสนใจ และความตั้งใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ ซึ่งนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยม

4.3 การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์

หมายถึง กระบวนการในการเลือกรับ การจัดระเบียบ และการแปลความหมายของสื่อทางด้านแฟชั่น ได้แก่ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ (Social Network) หนังสือนิตยสาร งานแฟชั่นโชว์ การแต่งกายของบุคคล การเดินชมหน้าร้านค้าเสื้อผ้า

4.4 ความสามารถทางสังคมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ หมายถึง ลักษณะประจำตัวของนักศึกษาในการทำกิจกรรมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ได้สำเร็จ ได้แก่ การเข้าร่วมประกวดออกแบบเสื้อผ้า แลกเปลี่ยนความคิดในสังคม การได้รับรางวัล ชื่อเสียง การควบคุมวางแผนงานแฟชั่นโชว์ ผู้วิจารณ์ทางด้านแฟชั่นทางสื่อ เป็นนักการตลาดของวงการแฟชั่น สร้างแบรนด์ของตนเอง การทำงานด้านแฟชั่นในองค์กรต่างๆ ทางด้านแฟชั่น

4.5 บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ หมายถึง ลักษณะความชอบทางด้านแฟชั่นดีไซน์ พรสวรรค์เฉพาะด้านตั้งแต่ยังเด็ก ได้แก่ แต่งตัวตุ๊กตา วาดรูปเด็กผู้หญิง สนใจด้านแฟชั่นเป็นพิเศษ จินตนาการ สนใจแฟชั่น คิดวิเคราะห์ การแต่งตัวของตนและผู้อื่น มีเอกลักษณ์สามารถดัดแปลง พลิกแพลง ผสมผสานเฉพาะลักษณะเฉพาะพิเศษ



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาศิลปะการออกแบบ สาขาแฟชั่นดีไซน์ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ปีพ.ศ.2553 จำนวน 240 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาศิลปะการออกแบบ สาขาแฟชั่นดีไซน์ จากมหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต จำนวน 150 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ

2. ตัวแปรที่ใช้ศึกษา

ตัวแปรต้น เป็นปัจจัยทางจิตวิทยา ประกอบด้วย

- 2.1 แรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์
- 2.2 ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์
- 2.3 การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์
- 2.4 ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์
- 2.5 บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์

ตัวแปรตาม คือ ความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์



3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถามและแบบวัด ดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษามหาวิทยาลัย ใช้เป็นแบบเลือกตอบเพียง 1 คำตอบ และแบบเติมคำในช่องว่าง

2. แบบวัดแรงจูงใจทางด้านแพชชั่นดีไซน์ จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

3. แบบวัดค่านิยมทางด้านแพชชั่นดีไซน์ จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

4. แบบวัดการรับรู้จากสื่อด้านแพชชั่นดีไซน์ จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

5. แบบวัดความสามารถทางสังคมทางด้านแพชชั่นดีไซน์ วิชาชีพจำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

6. แบบวัดบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ จำนวน 9 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

7. แบบวัดความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยได้นำแบบแบบสอบถามไปแจกให้นิสิตมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร ด้วยตนเองและขอความร่วมมือในการกรอกข้อมูลและรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

2. ติดต่อขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ถึงหัวหน้าภาควิชาแพชชั่นดีไซน์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูล

3. นำแบบวัดที่ใช้ในการวิจัยไปเก็บข้อมูลกับนักศึกษาที่กำหนดเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 170 คน

4. นำแบบวัดที่ได้รับกลับคืนมาตรวจสอบ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ตามลำดับดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percent) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ชั้นปีการศึกษา เพศ มหาวิทยาลัย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจทางด้านแพชชั่นดีไซน์ ค่านิยมทางด้านแพชชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแพชชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแพชชั่นดีไซน์ บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ และความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐาน 2.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์กับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ว่า มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันหรือไม่สัมพันธ์กันมากนักน้อยเพียงใด

2.2 ค่าถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการร่วมกันทำนายของปัจจัยด้านแรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์



สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 ผลการศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านแฟชั่นดีไซน์ และความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ มีดังนี้

(1) นักศึกษามีแรงจูงใจด้านแฟชั่นดีไซน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{\chi} = 3.88$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า แรงจูงใจเกี่ยวกับความชอบในการแต่งตัวให้ดูสวยงามมีเอกลักษณ์ของตัวเองอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\chi} = 4.32$) และแรงจูงใจเกี่ยวกับการขอบดูและเลียนแบบการแต่งตัวของคุณแม่ตั้งแต่เด็ก โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{\chi} = 3.12$) อยู่ในระดับปานกลาง

(2) นักศึกษามีค่านิยมด้านแฟชั่นดีไซน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{\chi} = 3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษาเลือกเรียนสาขาแฟชั่นดีไซน์เพราะมีความชอบและความสนใจส่วนตัว อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\chi} = 4.52$) และค่านิยมที่เกิดจากการเห็นเพื่อนหรือญาติเรียนแฟชั่นแล้วตนเองต้องการเอาอย่างอยู่ในระดับน้อยโดยเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{\chi} = 2.34$)

(3) นักศึกษามีการรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{\chi} = 4.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า สื่อทำให้นักศึกษารู้จักดีไซน์เนอร์ต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{\chi} = 4.48$) อยู่ในระดับมาก และการรับรู้ข่าวสารแฟชั่นทางเคเบิลทีวีอยู่ในระดับปานกลาง โดยเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{\chi} = 3.49$)

(4) นักศึกษามีความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.43$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษาอธิบายโครงสร้างแบบตัดของเสื้อผ้าและการทำรายละเอียดต่างๆ กับทีมงานช่างตัดได้อย่างถูกต้องโดยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 3.90$) และความสามารถในการรับงานอิสระเป็นครั้งคราว จากบริษัทสินค้าแฟชั่นอยู่ในระดับปานกลางเป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 2.94$)

(5) นักศึกษามีบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษาชอบแสดงผลงานการออกแบบให้คนอื่นรับรู้อีกด้วย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.27$) อยู่ในระดับมาก และนักศึกษามีความสามารถออกแบบพื้นผิวผ้าให้มีความแปลกใหม่ได้อยู่ในระดับมากเช่นกัน แต่เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 3.90$)

(6) ความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักศึกษาใช้ความคิดของตัวเอง ในการออกแบบเสื้อผ้าอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x} = 4.56$) และนักศึกษามีการออกแบบประดิษฐ์คิดค้น เช่น การแต่งผิวผ้า การพิมพ์ผ้า ฯลฯ อยู่เสมออยู่ในระดับมาก เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x} = 4.00$)

(7) พบว่าความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบ พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ ($\bar{x} = 4.31$) โดยมีความคิดสร้างสรรค์แบบมีเอกลักษณ์อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.45 ส่วนความคิดสร้างสรรค์แบบการทดลอง มีค่าเฉลี่ยรวมน้อยที่สุดเท่ากับ 4.00

1.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .420 - .611 ส่วนค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

1.3 ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านแฟชั่นดีไซน์ ทั้ง 5 ปัจจัยร่วมกันทำนายความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบได้ร้อยละ 46.1 โดยปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือ ความสามารถทางสังคม และแรงจูงใจ และปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ การรับรู้จากสื่อและค่านิยม ส่วนปัจจัยบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ ไม่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์



2. อภิปรายผลการวิจัย

2.1 ปัจจัยแรงจูงใจด้านแพชชันดิไซน์ พบว่าอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.88 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังที่ ทอส และ คาร์โรลล์ (Tois and Carroll 1982: 837) กล่าวถึงแรงขับของแต่ละบุคคล เป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรม โดยเฉพาะที่เกิดขึ้นในการทำงาน หรือการกระทำที่บุคคลจะทำงานให้สำเร็จตามความปรารถนาที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยพยายามแข่งขันกับเกณฑ์มาตรฐานอันดีเลิศ ความปรารถนาที่จะเป็นที่ยอมรับของคนอื่น ต้องการเป็นที่นิยมชมชอบของคนอื่น ต้องการมีเกียรติยศชื่อเสียงในสังคม แสดงว่านักศึกษาที่มีแรงจูงใจในการชอบการแต่งตัวให้ดูสวยงามมีเอกลักษณ์ ซึ่งหมายถึง ความมั่นใจในการแสดงออก ความชอบในการแต่งตัว ซึ่งการชอบแต่งตัวของนักศึกษาในแต่ละคนนั้น จะแสดงออกต่างกัน เกิดจากประสบการณ์ การพบแรงบันดาลใจทางด้านแพชชันที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ซึ่งแรงบันดาลใจของนักศึกษา นอกจากด้านการแต่งตัวแล้ว นักศึกษาชอบที่จะเรียนรู้สิ่งแวดล้อมรอบตัว เพื่อแสวงหาความแปลกใหม่ เพื่อเป็นผู้นำเทรนด์แฟชั่น และก่อให้เกิดความมีชื่อเสียงทางด้านแฟชั่นต่อไป

2.2 ปัจจัยค่านิยมด้านแพชชันดิไซน์ พบว่าอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.48 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ดังที่ โรคิช (Rokeach, 1968) ให้นิยามค่านิยมว่าเป็นความเชื่อที่แต่ละบุคคล ยึดถือว่าควรปฏิบัติอย่างไร สิ่งใดมีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่า เป็นมาตรฐานในการตัดสินใจว่าสิ่งอะไรดีหรืออะไรไม่ดี ซึ่งโทมัส (Thomas, 1986) มีความเห็นคล้ายกับโรคิช ที่นิยามค่านิยมว่าเป็นความเชื่อ

ของบุคคลเกี่ยวกับความดี/ความเลว ความปรารถนา/ความไม่ปรารถนา นักศึกษามีค่านิยมในการเลือกเรียนด้านแพชชันดิไซน์ เพราะเป็นความเชื่อที่นักศึกษาให้คุณค่าด้านการเรียนในศาสตร์นี้ มีความชอบและความสนใจส่วนตัวและคิดว่าทำธุรกิจแพชชันจะเป็นจุดเด่นในสังคม ชอบการออกแบบเสื้อผ้า ชอบการแต่งตัว และคิดว่าจะเป็นอาชีพที่มั่นคงได้ในอนาคต

2.3 ปัจจัยการรับรู้จากสื่อด้านแพชชันดิไซน์ พบว่าอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังที่ทฤษฎีการรับรู้ที่ว่า การรับรู้เป็นพื้นฐานการเรียนรู้ที่สำคัญของบุคคล เพราะการตอบสนองพฤติกรรมใดๆ จะขึ้นอยู่กับ การรับรู้จากสภาพแวดล้อมของตน และความสามารถในการแปลความหมายของสภาพนั้นๆ ดังนั้น การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยการรับรู้และสิ่งเร้าที่มีประสิทธิภาพ แสดงว่านักศึกษาใช้การรับรู้จากสื่อต่างๆ ในการทำงานด้านแพชชัน เช่น การรับรู้ข่าวสารทางเคเบิลทีวีทาง Social Network และสื่อยังทำให้นักศึกษารู้จักความก้าวหน้าในสายอาชีพและรู้จักผู้คนต่างๆ และอิทธิพลในการนำเสนอของสื่อเป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น และตอบสนองการทำงานได้ดี

2.4 ปัจจัยความสามารถทางด้านแพชชันดิไซน์ พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.43 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ดังที่ Sternberg และคณะ (1981) กล่าวว่า ความสามารถในการแก้ปัญหา (Problem Solving Ability) ด้วยหลักเกณฑ์ที่มีเหตุผล มีความคิดที่แสดงความสามารถในเชิง

ภาษา การติดต่อสื่อสารด้วยคำพูด และวาจา มีความสนใจผู้อื่น และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ แสดงว่านักศึกษาจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นไม่สามารถทำงานคนเดียวได้ เพราะการทำงานด้านแฟชั่นเป็นการทำงานที่พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันในสังคม นักศึกษาต้องรู้จักแลกเปลี่ยนความคิดกับผู้มีประสบการณ์ รู้จักเตรียมดำเนินการในการทำตลาดเสื้อผ้าและสามารถอธิบายโครงสร้างแบบตัดเสื้อผ้าและการทำรายละเอียดต่างๆ กับช่างตัดได้อย่างถูกต้อง

2.5 ปัจจัยบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ดังที่ Torrance (1962 : 81 - 82) และ Wright (1998 : 69) กล่าวว่า คนที่มีความคิดสร้างสรรค์สูง เป็นคนที่มีความคิดที่แปลกแตกต่างไปจากคนอื่น มีผลงานที่ไม่ซ้ำแบบใคร ผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์จะไม่ชอบบรรยายกาศที่ซ้ำซากของห้องเรียน มีความสามารถในการประยุกต์ มีการตอบสนองที่แสดงออกถึงความคิดริเริ่ม มีความยืดหยุ่น สนใจที่จะมีประสบการณ์สิ่งต่างๆ และสังเคราะห์สิ่งที่ได้พบเห็นรวมกับความรู้สึภายในซีให้เห็นว่าลักษณะบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาแฟชั่นดีไซน์ เป็นผู้ที่มีความเป็นตัวของตัวเองและรู้จักตัวเองตั้งแต่เด็ก ชอบที่จะเสาะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ สามารถคิดประดิษฐ์หรือดัดแปลงให้งานออกมามีความแปลกใหม่และแตกต่างจากเดิมได้

2.6 ความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ซึ่งหมายความว่า ความคิดในการออกแบบเสื้อผ้าให้มีความแปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์ มีเทคนิคและวิธีการที่แปลกใหม่ มีความเป็นตัวของตัวเอง เป็นนักออกแบบประดิษฐ์คิดค้น โดยนำเสนอการเลือกใช้วัสดุ มีการพัฒนาความรู้และสนใจสิ่งแปลกใหม่รอบตัว เพื่อนำมาประยุกต์หรือเป็นแรงบันดาลใจในการผลิตผลงาน สามารถแสดงออกได้อย่างมีอิสระภาพ และมีมุมมองที่หลากหลาย เพราะฉะนั้นนักศึกษาจะต้องเป็นคนที่มีความคิดของตัวเองในการออกแบบงาน มีการวางแผน และกล้าที่จะนำเสนอเทคนิควิธีการที่แปลกใหม่ไม่เหมือนใคร พร้อมทั้งสามารถออกแบบจากต้นแบบ แบบตัดได้หลากหลายและเป็นคนที่มีความรอบรู้ในงานด้านแฟชั่นอย่างลึกซึ้ง

2.7 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบคือ แรงจูงใจ การรับรู้จากสื่อ ความสามารถทางสังคม บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งแสดงว่านักศึกษาสาขาแฟชั่นดีไซน์ มีความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์อยู่ในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับ อัญชญ์ สันติไชยกุล (2547) ที่ศึกษาการดำเนินชีวิต การรับรู้ตนเองในวัยรุ่น แฟชั่นวัยรุ่น จิตวิทยาวัยรุ่น การแพร่กระจายนวัตกรรมพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต และการรับรู้เกี่ยวกับตนเองของวัยรุ่น มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

2.8 ปัจจัยทางจิตวิทยาทั้ง 5 ปัจจัย ร่วมกันทำนายความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบได้ร้อยละ 46.1 แรงจูงใจทางด้านแพชชั่นดีไซน์ กับความสามารถ ทางสังคมด้านแพชชั่นดีไซน์ ส่งผลต่อความคิด สร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์การ ถดถอยพหุคูณมากที่สุด คือ ความสามารถทาง สังคมด้านแพชชั่นดีไซน์ เท่ากับ .92 รองลงมาคือ แรงจูงใจทางด้านแพชชั่นดีไซน์ เท่ากับ .79

ส่วนตัวแปรปัจจัย การรับรู้จากสื่อด้าน แพชชั่นดีไซน์กับค่านิยมทางด้านแพชชั่นดีไซน์ ส่งผล ต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่นดีไซน์ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่มีค่าสัม- ประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณเท่ากับ .252 และ .160 ตามลำดับ

ส่วนบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแพชชั่น ดีไซน์ ไม่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแพชชั่น ดีไซน์ ซึ่งสอดคล้องกับ Davis (1983) ผู้รวบรวม แนวคิดเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของนักจิต- วิทยา กล่าวถึงทฤษฎีที่มีความสอดคล้องกัน ดังนี้

1. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิง พฤติกรรมนิยม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวคิด เกี่ยวกับเรื่องความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นพฤติกรรม ที่เกิดการเรียนรู้โดยเน้นที่ความสำคัญของการ เสริมแรงการตอบสนองที่ถูกตองกับสิ่งเร้าเฉพาะ หรือสถานการณ์ นอกจากนี้ยังได้เป็นความสัมพันธ์ ทางปัญญา คือการโยงความสัมพันธ์จากสิ่งเร้า หนึ่งไปยังสิ่งต่างๆ ทำให้เกิดความคิดใหม่หรือ สิ่งใหม่เกิดขึ้น

2. ทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงมนุษย์

นิยาม นักจิตวิทยาในกลุ่มนี้มีแนวคิดว่าความคิด สร้างสรรค์เป็นสิ่งที่มนุษย์มีติดตัวมาแต่กำเนิด ผู้ที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ได้คือ ผู้มีสัจจการแห่งตน คือ รู้จักตนเอง พอใจตนเอง และใช้ตนเองเต็มตามศักยภาพของตน มนุษย์จะ สามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์ของตนออกมา ได้อย่างเต็มที่นั้น ขึ้นอยู่กับการสร้างสภาวะหรือ บรรยากาศที่เอื้ออำนวย ได้กล่าวถึงบรรยากาศที่ สำคัญในการสร้างสรรค์ว่าประกอบด้วย ความ ปลอดภัยในเชิงจิตวิทยา ความมั่นคงทางจิตใจ ความปรารถนาที่จะเล่นกับความคิด การเปิดกว้าง ที่จะยอมรับประสบการณ์ใหม่

3. ทฤษฎี AUTA (The model AUTA)

ทฤษฎีนี้เป็นรูปแบบของการพัฒนาความคิด สร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในตัวบุคคล โดยมีแนวคิดว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้น มีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและ สามารถพัฒนาให้สูงขึ้นได้ การพัฒนาความคิด สร้างสรรค์ตามรูปแบบ AUTA ประกอบด้วย

3.1 การตระหนัก (Awareness) คือ ตระหนักถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ ที่มีต่อตนเอง สังคม ทั้งในปัจจุบันและอนาคตและ ตระหนักถึงความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในตนเอง ด้วย

3.2 ความเข้าใจ (Understanding) คือ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องราวต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์

3.3 เทคนิควิธี (Techniques) คือ การ รู้เทคนิควิธีในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ทั้ง เป็นเทคนิคส่วนบุคคลและเทคนิคที่เป็นมาตรฐาน

3.4 การตระหนักในความจริงของสิ่งต่างๆ (Actualization) คือ การรู้จักหรือตระหนักในตนเอง พอใจในตนเอง และพยายามใช้ตนเองอย่างเต็มศักยภาพ รวมทั้งการเปิดกว้างรับประสบการณ์ต่างๆ โดยมีการปรับตัวได้อย่างเหมาะสม การตระหนักถึงเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน การผลิตผลงานด้วยตนเองและการมีความคิดยืดหยุ่นเข้ากับทุกรูปแบบของชีวิต

3. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

3.1 ปัจจัยแรงจูงใจด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรเสริมสร้างให้มีการรับรู้ความสามารถของตน โดยจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างแรงจูงใจเพื่อปรับปรุงการเรียนการสอน เนื้อหาการสอนบรรยายภาค ในการเรียน มีการจัดการเรียนการสอนโดยให้นักศึกษาไปดูงานต่างประเทศ สร้างองค์ความรู้ในการเรียนให้เกิดแก่นักศึกษา ปรับปรุงสถานที่เรียน สิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะความพร้อมในการปฏิบัติงานการเรียนการสอนของนักศึกษาศิลปะการออกแบบสาขาแฟชั่นดีไซน์สูงขึ้น

3.2 ปัจจัยค่านิยมด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรเสริมสร้างในด้านความคิดสร้างสรรค์ค่านิยมของแฟชั่นดีไซน์เพื่อที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมได้ โดยให้นักศึกษาและคณาจารย์ด้านแฟชั่นดีไซน์ได้มีการร่วมพัฒนาการออกแบบด้านผลิตภัณฑ์ด้านแฟชั่นให้กับองค์กรของรัฐบาล เพื่อให้ผลงานด้านแฟชั่นนั้นมีคุณค่าและเป็นที่ยอมรับ

ต้องการในตลาดมากขึ้น และควรส่งเสริมค่านิยมให้ทำงานด้านแฟชั่นในทางที่ดีในเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเชื่อมโยงเรื่องเศรษฐกิจพอเพียง การรักษาสິงแวดล้อม การนำสิ่งของที่เหลือใช้มากลับมาใช้ใหม่ เป็นต้น

3.3 ปัจจัยการรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรเสริมสร้างการเลือกรับสื่อในเชิงสร้างสรรค์ในด้านแฟชั่นดีไซน์ เพื่อให้สอดคล้องและนำไปประยุกต์ใช้กับการเรียนแต่ละรายวิชา โดยควรสร้างสื่อทาง Social Network ภายในห้องเรียน สื่อจากหนังสือ นิตยสารต่างประเทศ มีห้องสมุดภายในสาขาวิชาแฟชั่นดีไซน์ เพื่อให้นักศึกษาเข้าถึงบรรยากาศจริง และมีข้อมูลในการเรียนที่ดีมากขึ้น

3.4 ปัจจัยความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบ ควรเสริมสร้างให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมด้านการประกวดออกแบบเสื้อผ้าอย่างสม่ำเสมอ ส่งเสริมด้านการอธิบายโครงสร้างแบบตัดของเสื้อผ้าให้ถูกต้องกับทีมงานช่าง ให้นักศึกษารับงานอิสระเป็นครั้งคราวจากบริษัทแฟชั่น และให้นักศึกษารู้อัจฉกิจงานแสดงผลงานแฟชั่นโชว์ด้วยตัวของนักศึกษา เพิ่มความพร้อมในการทำงานในสายอาชีพจริง



3.5 ปัจจัยทางบุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษา ศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเสริมสร้างให้นักศึกษามีความเชื่อมั่นในตัวเอง ในการนำเสนอผลงานของตัวเองให้ผู้อื่นได้รับรู้ รู้จักเสาะแสวงหาสิ่งแปลกใหม่รอบตัว ส่งเสริมความคิดจินตนาการของนักศึกษากระตุ้นความอยากรู้อยากเห็น การคิดวิเคราะห์ ให้มีความแปลกแตกต่างมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง

3.6 ความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบโดยรวมอยู่ในระดับมาก ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบควรเสริมสร้างให้นักศึกษาร่างสรรค์ผลงานให้แปลกแตกต่าง มีเอกลักษณ์มีเทคนิค และวิธีการที่แปลกใหม่ ให้เป็นนักออกแบบประดิษฐ์คิดค้นโดยการเลือกใช้วัสดุเพื่อให้มีการพัฒนาความรู้และความสนใจสิ่งแปลกใหม่รอบตัว เพื่อเพิ่มความพร้อมในการปฏิบัติงานการเรียนการสอนของนักศึกษาศิลปะการออกแบบสาขาแฟชั่นดีไซน์ให้สูงขึ้น

3.7 จากผลการวิจัยความสัมพันธ์ พบว่าแรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ บุคลิกภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบของมหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสาธมิตร และมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตอย่างเด่นชัดทั้ง 3 มหาวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญของด้านแรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ บุคลิก-

ภาพเชิงสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ โดยเชิญผู้มีความรู้มีทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านแฟชั่นมาให้ความรู้และฝึกปฏิบัติแก่นักศึกษา

3.8 จากผลการวิจัยปัจจัยที่ส่งผล พบว่าแรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ เป็นตัวแปรที่มีความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบของมหาวิทยาลัยรังสิต ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร และของมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิตอย่างเด่นชัดทั้ง 3 มหาวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญแรงจูงใจทางด้านแฟชั่นดีไซน์ ค่านิยมทางด้านแฟชั่นดีไซน์ การรับรู้จากสื่อด้านแฟชั่นดีไซน์ ความสามารถทางสังคมด้านแฟชั่นดีไซน์ ควรจะจัดระบบการเรียนการสอน บรรยากาศภายในชั้นเรียน สื่อการสอน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับการส่งเสริมปัจจัยเหล่านั้น ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น พร้อมทั้งผลักดัน การส่งเสริม การเข้าประกวดออกแบบเสื้อผ้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนทักษะการออกแบบแก่นักศึกษา



4. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

4.1 ควรศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบ เนื่องจากอาจมีปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ ของนักศึกษาศิลปะการออกแบบ เช่น งานวิจัยเชิงคุณภาพ วิจัยระหว่างตัวแปร 2 ตัว ร่วมกัน ทำวิจัยกับกลุ่มปี 1 และปี 2 หรือ ปี 3 และ ปี 4 โดยจัดทำแบบสอบถามให้เป็นกลาง วิจัยเปรียบเทียบ เนื่องจากอาจมีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ด้านแฟชั่นดีไซน์ของนักศึกษาศิลปะออกแบบ

4.2 ควรทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างอื่น ที่มีลักษณะการปฏิบัติในลักษณะเดียวกัน และ สภาพแวดล้อมใกล้เคียงกันเพื่อหาแนวทางในการ ปฏิบัติต่อไป



บรรณานุกรม

- คู่มือการศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต, 2551-2552.
- ล้วน สายยศ, อังคณา สายยศ. (2542). *การวัดด้านจิตพิสัย*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- Anastasi. (1985). *American Journal of Pathology*. Vol. 128, No. 3, September 1987 : 65.
- Davis, K. & Newstrom, J. W. (1983). *Human behavior at work: Organizational behavior*. 8th ed. New York: McGraw-Hill.
- Elle Fashion, 2550 : (นิตยสารแฟชั่น, No. 158. 2550:155).
- Ruggiero, Vincent Ryan. (1984). *The Art of Thinking*. New York : Harper & Row.
- Rokeach, M. (1968). *The Natural of Human Value*. New york : Free Press.
- Sternberg. (1981). *Occupational Therapy: Practice Skills for Physical*.
- Tois and Carroll. (1982). *Dictionary of Management*. จาก <http://www.google.com>
สืบค้นเมื่อเดือนมีนาคม 2551
- Thomas, C.P. (1976). "Using Research in Teaching." *The Arithmetic Teacher*. 23 :
137-141 ; February.
- Torrance. Palue E. (1962). *Creative Learning and Teaching*. New York : Book Mead
Company.
- Wright, Shell. (1998). *Creativity, Motivation, and 'Defiant Behavior : Young
Addle scents' perceptions Of A Middle School Experience*. Abstracts. 3 : 59.