

อิทธิพลของคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน:
บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่องของการรับรู้ความสามารถแห่งตน
เชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา

รับบทความ: 22 ตุลาคม 2564

แก้ไขบทความ: 16 ธันวาคม 2564

ตอบรับบทความ: 11 เมษายน 2565

พรรณวดี เจียมศิริ¹ และทัศนีย์ ทอมกลิ่น²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน และ (2) ศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่องของการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้เป็นพนักงานประจำขององค์การเอกชน จำนวน 308 คนที่ได้ปฏิบัติการในองค์การเอกชนในประเทศไทยอย่างน้อย 1 ปี ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (Cronbach's alpha) ตั้งแต่ .66 ถึง .90 การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficient) ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical multiple regression analysis) และวิธีการบูตสเตรป (Bootstrap method) ในการทดสอบสมมติฐานและบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป Process macro ของ Hayes (2013) แบบจำลองที่ 6 (Model 6) โดยผลการศึกษานี้พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางอ้อมแบบบางส่วนต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Partial mediation effect) เมื่อส่งผ่านการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง

คำสำคัญ: คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา ความคิดสร้างสรรค์

¹ หน่วยงานผู้แต่ง: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 โทรศัพท์ 053 943 232 อีเมล Pannawadee_ch@cmu.ac.th

² หน่วยงานผู้แต่ง: ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50200 โทรศัพท์ 053 943 232 อีเมล Tassanee.h@cmu.ac.th

Influence of Curiosity Characteristics on Employees Creativity: A Serial Mediation Analysis with Creative Self-Efficacy and Psychological Safety

Received: October 22, 2021

Pannawadee Chiamsiri¹ and Tassanee Homklin²

Revised: December 16, 2021

Accepted: April 11, 2022

Abstract

The purposes of this study were to investigate (1) the relationships between curiosity characteristics, creative self-efficacy, psychological safety and creativity of employees and (2) the serial mediating roles of creative self-efficacy and psychological safety in the relationships between curiosity characteristics and creativity of employees. The samples of this study were 308 employees of the private organizations in Thailand who have worked for at least one year. The reliabilities of the scales (Cronbach's alpha) were from .66 to .90. This research used Pearson correlation coefficient to study the relationships between variables and used hierarchical multiple regression analysis and bootstrap method to test the hypotheses and the mediation effect in the model 6 of process macro of Hayes (2013). This study found that curiosity characteristics had the partial mediation effect on employees' creativity significantly when having the creative self-efficacy and the psychological safety as continuous mediators.

Keywords: Curiosity characteristics, Creative self-efficacy, Psychological safety, Creativity

¹ **Affiliation:** Department of Psychology, Faculty of Humanities, Chiang Mai University.

239, Huay Kaew Rd., Suthep, Muang, Chiang Mai, 50200 Tel. 053 943 232 Email. Pannawadee_ch@cmu.ac.th

² **Affiliation:** Department of Psychology, Faculty of Humanities, Chiang Mai University.

239, Huay Kaew Rd., Suthep, Muang, Chiang Mai, 50200 Tel. 053 943 232 Email. Tassanee.h@cmu.ac.th

บทนำ (Introduction)

บุคลากรที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในยุคนี้ต้องเป็นบุคลากรที่มีความพร้อมทั้งทักษะความรู้และทักษะในการทำงาน (Hard skills) ซึ่งเป็นทักษะความรู้ที่บุคคลเรียนรู้และฝึกฝนจากหลักสูตรหรือการอบรม และทักษะทางอารมณ์และสังคม (Soft skills) ซึ่งเป็นทักษะที่เกี่ยวข้องกับความฉลาดทางอารมณ์ วิธีการคิดเชิงวิพากษ์ ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสาร การปรับตัว การทำงานเป็นทีมและการเข้าสังคม ซึ่งทักษะเหล่านี้มีความสำคัญสำหรับการทำงานของพนักงาน (Adecco, 2017) โดย Adecco (2017) จัดให้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหนึ่งใน 10 อันดับแรกของทักษะทางอารมณ์และสังคม และการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์มีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง (VUCA environment) (Horstmeyer, 2020) นอกจากนี้ ธุรกิจที่ลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์จะมีข้อได้เปรียบและช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เช่น ช่วยให้มีการพัฒนานวัตกรรมเกิดขึ้นในอัตราที่เร็วขึ้น ผู้บริโภคมีความพึงพอใจสูงขึ้นและกลุ่มลูกค้าได้รับประสบการณ์การบริการที่มีคุณภาพดีขึ้น ธุรกิจสามารถประสบความสำเร็จด้านผลประกอบการ พนักงานมีอัตราการผลิตรายงานที่เพิ่มขึ้นและมีความสุขมากขึ้น (Adobe, 2016) อย่างไรก็ตาม รายงานวิจัยของ Adobe (2016) พบว่า มีเพียงประมาณร้อยละ 40 ของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่าตนเองมีความคิดสร้างสรรค์ และประมาณร้อยละ 31 เท่านั้นที่รู้สึกว่าคุณสมบัติสามารถใช้ศักยภาพการสร้างสรรค์ของตน ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้นำองค์กรต้องเข้าใจปัจจัยที่เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์เพื่อทำให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ เช่น การปรับปรุงกระบวนการทำงานและกลยุทธ์ให้ก้าวทันกับสถานการณ์ปัจจุบัน การสร้างนวัตกรรมและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางธุรกิจขององค์กร (Caniëls & Rietzschel, 2015)

ความคิดสร้างสรรค์มีประโยชน์อย่างมากเมื่อองค์กรต้องเผชิญกับอุปสรรคในการดำเนินการและการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันโดยเฉพาะวิธีการดำเนินงานแบบเดิมไม่สามารถช่วยได้อีกต่อไป บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ทำงานร่วมกันด้วยความคิดสร้างสรรค์จะสามารถผลิตความคิดที่แปลกใหม่และเป็นประโยชน์ (Amabile & Pratt, 2016) ซึ่งการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต้องอาศัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อมขององค์กร โดยปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยทำให้ความคิดสร้างสรรค์เกิดขึ้น คือ ความสงสัยใคร่รู้ซึ่งเป็นคุณลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ (Kidd & Hayden, 2015) และบุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ (Curiosity characteristics) จะเกิดความสงสัยใคร่รู้บ่อยกว่าและอยู่ภายใต้สภาวะของความสงสัยใคร่รู้เป็นระยะเวลานานกว่า (Kashdan & Roberts, 2004) และจะรู้สึกทึ่งและประหลาดใจเมื่อพบสิ่งใหม่ สามารถจดจำกับสิ่งที่สนใจได้เป็นเวลานาน ยอมรับสิ่งที่มีความขัดแย้งและความตึงเครียดได้ รู้สึกเต็มใจที่ได้พบกับสิ่งใหม่ๆ ทุกวัน (Karwowski, 2012) คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้จึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในกระบวนการสร้างสรรค์เพราะบุคคลที่มี

คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีแรงจูงใจในการสำรวจและทำความเข้าใจสิ่งที่ยู่อรอบตัวอย่างสม่ำเสมอ (Kashdan & Roberts, 2004) ทำให้กระบวนการทำงานได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้นอย่างสร้างสรรค์และมีนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้น (Caniëls & Rietzschel, 2015)

ในขณะที่บุคคลอยู่ในกระบวนการคิดสร้างสรรค์ บุคคลต้องพร้อมที่จะลองผิดลองถูก เรียนรู้ และฝึกทักษะจนเกิดความชำนาญจนก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในความสามารถของตนด้านความคิดสร้างสรรค์ในที่สุด (Tierney & Farmer, 2011) เมื่อบุคคลมีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เป็นแรงขับเคลื่อนจากภายในตนเองที่อยากเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ (Hardy et al., 2017) และสามารถหาคำตอบให้กับสิ่งที่ตนสงสัยได้ บุคคลจะรับรู้ความสามารถของตนเองเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะหากเป็นคำตอบที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ ทำให้บุคคลมีระดับการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์มากขึ้นเรื่อยๆ อันนำไปสู่การหาทางออกเพื่อแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์และสม่ำเสมอ (Karwowski, 2012; Puente-Diaz & Cavazos-Arroyo, 2018) บุคคลสามารถกำกับตนเองและจัดการกับอารมณ์ของตนได้ดีขึ้น (Bandura, 1997) ส่งผลให้บุคคลมีความมั่นคงทางอารมณ์และรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Edmondson & Mogelof, 2005) และสามารถใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์ในงานที่มีลักษณะเชิงสร้างสรรค์ด้วยความมั่นใจมากขึ้น (Beghetto & Karwowski, 2017) นอกจากนี้บรรยากาศของการทำงานที่พนักงานรับรู้ได้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาจะทำให้พนักงานกล้าคิด กล้าทำ ใช้ความสงสัยใคร่รู้ในการทำงานและพัฒนาดตนเองอย่างต่อเนื่องอันนำไปสู่การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในที่สุด (Edmondson, 2018; Silvia, 2008) ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาสนับสนุนให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานเชิงรุก (Plomp et al., 2019) มีพฤติกรรมการแบ่งปันความรู้ (Kessel et al., 2012) และเรียนรู้จากความล้มเหลวที่เกิดขึ้น (Kim et al., 2020) พนักงานรู้สึกปลอดภัยและกล้าเสี่ยงที่จะแสดงความคิดเห็นแตกต่างอย่างตรงไปตรงมาเพื่อประสิทธิผลในงาน (Edmondson, 2018) ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นบรรยากาศของการทำงานที่เอื้ออำนวยให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ การเรียนรู้สิ่งใหม่และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อองค์กรมีการตั้งมาตรฐานการทำงานที่สูงควบคู่ไปกับการมีความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Edmondson, 2018)

ถึงแม้ว่าองค์กรเห็นความสำคัญของคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ แต่ในทางปฏิบัติหลายองค์การไม่ได้สนับสนุนให้พนักงานแสดงคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้อย่างเต็มที่ (Horstmeyer, 2020) นอกจากนี้การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทของตัวแปรสื่อของตัวแปรอื่นๆ ที่ทำให้คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์ยังคงมีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมาก (Hardy, et al., 2017) การที่องค์กรหรือผู้นำสนับสนุนให้พนักงานแสดงความสงสัยใคร่รู้ หรือสนับสนุนให้พนักงานพัฒนาการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และทักษะความคิดสร้างสรรค์ (Amabile & Pratt, 2016; Slåtten, 2014) และสนับสนุนบรรยากาศของการทำงานที่พนักงานแสดงความคิดเห็นแตกต่างอย่างตรงไปตรงมาเพื่อประสิทธิผลในงาน (Edmondson, 2018) ส่งผลดีต่อระดับการรับรู้

ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาของพนักงาน (Huang et al., 2016; Newman et al., 2017) พนักงานได้รับการเสริมแรงเชิงบวกในการแสดงพฤติกรรมสงสัยใคร่รู้ และความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น (Kashdan & Roberts, 2004; Tett et al., 2013)

การศึกษาครั้งนี้สนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานผ่านการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง โดยผลการวิจัยจะช่วยให้องค์การทราบถึงปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เพื่อให้องค์การมีแนวทางในการคัดเลือกพนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ วางแผนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ของพนักงาน และสนับสนุนให้เกิดความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาในบรรยากาศของการทำงานเพื่อให้พนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้กล้าแสดงศักยภาพในการคิดสร้างสรรค์มากขึ้น องค์การมีนวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์และกระบวนการทำงานใหม่ ๆ และมีความสำเร็จทางธุรกิจ

วัตถุประสงค์ (Objectives)

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา

1. อิทธิพลของคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน
2. บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่องของการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

แนวคิดหลักที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การค้นพบมุมมอง ความคิด และแนวทางที่ต่างจากเดิมทำให้มีแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่แปลกใหม่และสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้จริงในการทำงาน (Amabile & Pratt, 2016; Treffinger, 1995) โดยบุคลิกภาพส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Mehta & Dahl, 2019) ซึ่งแรงจูงใจภายในที่มีต่องาน (Intrinsic motivation) และแรงจูงใจภายนอกที่ทำงานประสานกัน (Synergistic extrinsic motivation) ทักษะความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องกับงาน (Skills in task the task domain) รูปแบบการรู้คิด (Cognitive styles) รูปแบบการรับรู้ (Perceptive styles) และทักษะการคิด (Thinking skills) ที่ทำให้เกิดมุมมองใหม่ในการเข้าใจปัญหา (Amabile & Pratt, 2016) ส่งผลให้เกิดกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่งที่เป็นวงจรก้าวหน้าวนกลับเข้าไปซ้ำมา (Progress loop) เมื่อบุคคลรับรู้ได้ว่างานที่ตนเองทำนั้นมีความหมายต่อตนเองและเป็นประโยชน์ต่อ

ส่วนรวม (Meaningful work) ส่งผลต่ออารมณ์ของตนเอง (Affect) บุคคลมีการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่ง ทำให้บุคคลรับรู้ถึงความสามารถแห่งตน (Self-efficacy) และยังคงรักษาระดับแรงจูงใจของตน เนื่องจากแรงจูงใจเป็นสภาวะที่มีการปรับเปลี่ยนตลอดเวลา (Amabile & Pratt, 2016; Bandura, 1997) ทั้งนี้ขั้นตอนการเกิดความคิดสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นตามลำดับ (Amabile & Pratt, 2016) โดยบรรยากาศของการทำงานที่ท้าทายและสนับสนุนให้พนักงานแสดงความคิดสร้างสรรค์จะส่งผลให้พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อการแสดงความคิดสร้างสรรค์ (Kim, 2019) พนักงานพัฒนาทักษะการคิดอย่างวิจารณ์ญาณ (Critical thinking) และเชื่อว่าตนเองสามารถพัฒนาทักษะการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้ (Treffinger, 1995) และเนื่องจากบุคคลมีการคิดเชิงสร้างสรรค์มีความยืดหยุ่นในการรู้คิด (Cognitive flexibility) และการเปิดรับแนวคิดใหม่ (Openness) (McCrae, 1987) จึงกล้าแสดงความคิดเห็นที่แปลกใหม่อย่างอิสระและตรงไปตรงมา (Edmondson, 2018) สามารถกำกับตนเองและจัดการกับอารมณ์เมื่อพบกับอุปสรรค (Ivcevic & Nusbaum, 2017) สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยช่วยพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และมีอิทธิพลต่อองค์ประกอบย่อยของความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคล (Amabile & Pratt, 2016)

คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เป็นลักษณะบุคลิกภาพส่วนตัวที่มีอิทธิพลต่อโอกาสของการเกิดความคิดสงสัยใคร่รู้ได้บ่อยครั้ง (Chang & Shih, 2018) ซึ่งบุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มักจะมีสภาวะอารมณ์เชิงบวกเป็นแรงจูงใจในการแสดงความคิดสงสัยใคร่รู้ (Kashdan & Roberts, 2004) และความคิดสงสัยใคร่รู้ทำหน้าที่เป็นแรงจูงใจภายใน (Intrinsic motivation) ที่ส่งผลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ (Amabile & Pratt, 2016) คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มี 5 องค์ประกอบหลัก (Kashdan et al., 2020) ได้แก่ ด้านการสำรวจด้วยความสุข (Joyous exploration) เป็นการที่บุคคลสำรวจสิ่งรอบตัวด้วยความสุขสนุกสนาน ด้านความไวและความหุ่มเห่ในการแก้ไขปัญหา (Deprivation sensitivity) เป็นการที่บุคคลรับรู้และหุ่มเห่กำลังในการเรียนรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองยังไม่มีรู้ในการแก้ไขปัญหา ด้านความทนทานต่อความเครียด (Stress tolerance) เป็นอุปนิสัยส่วนบุคคลที่บุคคลใช้ในการจัดการกับความกระวนกระวายใจที่เกิดขึ้นเมื่อตนเองเผชิญกับสิ่งแปลกใหม่ ด้านความสงสัยใคร่รู้ทางสังคม (Social curiosity) เป็นการที่บุคคลสงสัยใคร่รู้เกี่ยวกับบุคคลอื่นๆ ซึ่งโดยปกติความสนใจอยากรู้เกี่ยวกับสิ่งที่พบเจอมากขึ้นจะเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลทำการประเมินสิ่งที่พบเจอแล้วพบว่าสิ่งนั้นมีความแปลกใหม่และซับซ้อน (Novelty-complexity) และตนเองมีความสามารถในการทำความเข้าใจในสิ่งที่แปลกใหม่ซับซ้อนและคลุ้มเคลือนั้นได้ (Coping potential) ซึ่งกระบวนการประเมินสิ่งที่พบ (Appraisals) สามารถมีอิทธิพลต่อความรู้สึกสนใจที่บุคคลมีต่อสิ่งที่พบ (Silvia, 2008) เมื่อบุคคลรู้สึกมั่นใจว่าบุคคลจะได้รับการตอบสนองที่น่าพึงพอใจเมื่อบุคคลมีความสงสัยใคร่รู้ บุคคลจะได้รับแรงเสริมเชิงบวกให้แสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มากขึ้น (Kashdan et al., 2020; Tett et al., 2013)

การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การที่บุคคลแสดงความเชื่อมั่นของตนในการปฏิบัติงานความคิดสร้างสรรค์ (Kong et al., 2019) และมีความมั่นใจในการจัดการกับงานที่ต้องใช้การคิดสร้างสรรค์ (Qiang et al., 2020) โดยแนวทางการพัฒนาการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวเนื่องกับปัจจัยด้านประสบการณ์การฝึกปฏิบัติจนเกิดความชำนาญ (Mastery experience) การสังเกตแบบอย่างจากบุคคล (Vicarious experience) การได้รับคำพูดจูงใจและกำลังใจจากบุคคลอื่น (Verbal and social persuasion) และภาวะทางร่างกายและทางอารมณ์ (Physical and emotional states) เช่นเดียวกับแนวทางการพัฒนาการรับรู้ความสามารถแห่งตน (Self-efficacy; Bandura, 1997; Puente-Díaz, 2015) ในขณะที่บุคคลกำลังคิดหาทางออกจากปัญหาหลายๆ ทาง เพื่อทำให้ผลลัพธ์เสร็จสมบูรณ์ บุคคลมีการกำกับตนเองโดยปรับเปลี่ยนการวางกลยุทธ์ใหม่ๆ ความคาดหวัง วิธีการ และเป้าหมายของงาน รวมทั้งรักษาและประคับประคองตนเองโดยมีการวางแผนและการบริหาร การจัดการกับอารมณ์ และความพยายามอย่างไม่ลดละเมื่อพบกับอุปสรรค เพื่อความสำเร็จของงาน (Ivcevic & Nusbaum, 2017) บุคคลได้สะสมประสบการณ์ของการทำงานเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านมาในอดีต มีทักษะและความชำนาญในงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น จึงเกิดความมั่นใจมากขึ้นว่าตนจะสามารถทำให้งานเชิงสร้างสรรค์สำเร็จได้ในปัจจุบัน (Beghetto & Karwowski, 2017) และรับรู้ได้ว่าบุคคลสามารถทำให้ความคิดสร้างสรรค์เกิดเป็นรูปธรรมมากขึ้น (Amabile & Pratt, 2016)

นอกจากนี้ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา คือ ความเชื่อว่าจะองค์การหรือที่ทำงานเป็นพื้นที่ปลอดภัยที่บุคคลสามารถยอมรับความผิดพลาดในการทำงานและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับงานได้อย่างอิสระและตรงไปตรงมา โดยไม่ต้องกลัวว่าจะถูกทำให้รู้สึกอับอายหรือได้รับการปฏิเสธ (Edmondson & Mogelof, 2006) ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นสภาวะการรู้คิด (Cognitive state) ซึ่งพนักงานที่มีบุคลิกภาพส่วนบุคคลต่างกันจะรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาแตกต่างกัน (Frazier et al., 2017) และรูปแบบการรู้คิดมีผลต่อการรับรู้ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาของบุคคล (Post, 2012) และกระบวนการคิดสร้างสรรค์เช่นกัน (Amabile & Pratt, 2016; Edmondson, 2018) ในขณะที่บุคคลที่มีความหวั่นไหวทางอารมณ์ไม่สามารถเปิดรับกับความไม่แน่นอน (Bajcar & Babiak, 2020) บุคคลที่มีความมั่นคงทางอารมณ์ (Emotional stabilities) และการเปิดรับต่อประสบการณ์ (Openness to experience) จะรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Frazier et al., 2017) โดยบุคคลมักจะสังเกตและประเมินสถานการณ์จากสิ่งแวดล้อมและพฤติกรรมของบุคคลอื่นๆ เพื่อให้บุคคลรับรู้ถึงบรรทัดฐานทางสังคม (Salancik & Pfeffer, 1978) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการที่บุคคลจะตัดสินใจแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะส่วนบุคคล (Tett & Burnett, 2003) การพัฒนาความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา เริ่มจากการที่บุคคลรับรู้ว่าคุณได้รับการยอมรับให้เป็นสมาชิกคนหนึ่งของทีมงาน (Inclusion safety) บุคคลมีความต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับการสนับสนุนใน

การมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ (Learner safety) มีส่วนร่วมและมีอิสรภาพในการสร้างหรือเพิ่มคุณค่าในงาน (Contributor safety) และสามารถเสนอแนวทางใหม่ๆ อย่างตรงไปตรงมาที่อาจจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อสิ่งที่ดีขึ้นจากสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (Status quo) หรือที่เรียกว่า Challenger safety (Clark, 2020) เมื่อบุคคลมีความมั่นใจในความสามารถเชิงสร้างสรรค์ของตน (Beghetto & Karwowski, 2017) บุคคลสามารถจัดการกับอารมณ์ของตนและมีความมั่นคงทางอารมณ์มากขึ้น (Ivcevic & Nusbaum, 2017) ส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Frazier et al., 2017) และเมื่อพนักงานที่มีความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยามีความไว้วางใจและให้ความเคารพซึ่งกันและกัน กล้าแสดงความคิดเห็นหรือถามคำถามอย่างตรงไปตรงมา และเปิดรับความคิดเห็นจากมุมมองที่แตกต่าง (Edmondson, 2018) โดยมีการสื่อสารและแบ่งปันความรู้ให้แกกันและกัน (Clark, 2020) ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกมีชีวิตชีวาและมีส่วนร่วมในงานที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น (Amabile & Pratt, 2016)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ การศึกษาของ Kashdan et al. (2020) พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (Innovative behavior) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hardy et al. (2017) ที่พบว่าคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่ (Epistemic trait curiosity) สามารถทำนายความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ การศึกษาของ Karwowski (2012) พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้บุคคลเชื่อในความสามารถเชิงสร้างสรรค์ของตนเอง (Creative self-efficacy) โดยบุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มองความท้าทายเป็นโอกาสในการพัฒนาความสามารถและเพิ่มทักษะใหม่ๆ ของตนอย่างสม่ำเสมอ และชอบความรู้สึกตื่นเต้นเวลาที่บุคคลมีประสบการณ์หรือสิ่งใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Puente-Diaz and Cavazos-Arroyo (2018) ทำให้สามารถตั้งสมมติฐานที่ 1 ได้ดังนี้ คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา พบว่า การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์มีบทบาทของการเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างวิธีคิดที่เปลี่ยนแปลงได้เชิงสร้างสรรค์ (Malleable creative mindsets) และการค้นพบทางแก้ไขปัญหาอย่างมีคุณภาพและแปลกใหม่ (Solution quality and originality; Royston & Reiter-Palmon, 2017) และความสัมพันธ์ระหว่างความฝักใฝ่เรียนรู้ของบุคคล (Learning orientation) และงานนวัตกรรม (Innovative activities; Slåtten, 2014) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยตัวแปรทั้งสองตัวนี้เป็นตัวแปรพื้นฐานที่สามารถพัฒนาเชื่อมโยงกับคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ซึ่งเป็นความปรารถนาในการสำรวจ

และเรียนรู้ในสิ่งที่บุคคลสนใจ แม้ว่าบุคคลต้องเผชิญกับสิ่งที่แปลกใหม่และความไม่แน่นอน (Karwowski, 2012; Kashdan, et al., 2020) ทำให้สามารถตั้งสมมติฐานที่ 2 ได้ดังนี้ การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์มีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน นอกจากนี้ งานของ Post (2012) ยังพบอีกว่า รูปแบบการคิดตามลำดับขั้น (Sequential thinking style) ทำให้พฤติกรรมเชิงนวัตกรรมลดลงเมื่อระดับความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสื่อที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งรูปแบบการรู้คิดสามารถสังเกตได้จากภาษาพูดและภาษากายที่บุคคลแสดงออกมา (Martin, 1998) และรูปแบบการคิดตามลำดับขั้นมีลักษณะพฤติกรรมคล้ายกับรูปแบบการคิดวิเคราะห์ (Critical thinking) ที่บุคคลใช้ในการสร้างสรรค์เชิงวิทยาศาสตร์ (Qiang et al., 2020) ดังนั้น บุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้อาจจะแสดงพฤติกรรมการคิดตามลำดับขั้นออกมา (Hardy, et al., 2017; Post, 2012) นำไปสู่การตั้งสมมติฐานที่ 3 ได้ดังนี้ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

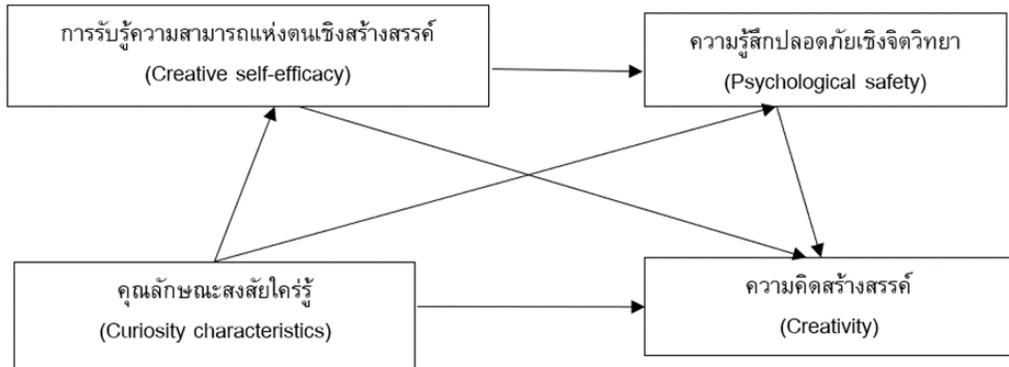
สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวกับบทบาทและความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา การศึกษาของ Lee et al. (2020) พบว่า ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาและการเรียนรู้จากความล้มเหลวมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ถึงแม้ว่านักวิจัยจะพบว่า ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยามีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในนวัตกรรมเมื่อมีการเรียนรู้จากความล้มเหลวและการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์เป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง (Lee et al., 2020) อย่างไรก็ตาม บุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถแห่งตนสามารถรับมือกับความเครียดในงานและไม่กล่าวโทษบุคคลอื่นหรือสถานการณ์เมื่อเกิดความผิดพลาด (Heslin & Klehe, 2006) ส่งผลดีต่อทัศนคติและพฤติกรรมที่ดีของการทำงาน รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงานในทีม (Newman et al., 2017) ทำให้รับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาได้ดีขึ้น (Frazier et al., 2017) ทั้งนี้องค์ประกอบส่วนบุคคลที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ ทักษะในงาน และรูปแบบการรู้คิด การรับรู้และวิถีคิด มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการเกิดความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นตามลำดับ และความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่งและมีวงจรความก้าวหน้าที่วนกลับซ้ำไปมา (Progress loop; Amabile & Pratt, 2016) โดยบุคคลสามารถพัฒนาความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์เมื่อบุคคลมีความเชื่อว่าตนเพิ่มขีดความสามารถของตนให้มากขึ้นได้จากประสบการณ์ใหม่ บุคคลสามารถรวบรวมทักษะที่มี และตัดสินใจเลือกใช้ความสามารถของตนเพื่อนำไปใช้ในงาน (Bandura, 1997) ซึ่งการที่บุคคลได้รับข้อมูลสะท้อนกลับเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานมีส่วนช่วยให้บุคคลพัฒนาการรับรู้ความสามารถแห่งตน (Self-efficacy; Bandura, 1988; Lippke, 2017) ทั้งนี้การพัฒนาการรับรู้ความสามารถแห่งตนมีองค์ประกอบของลักษณะพฤติกรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับความสามารถในการปรับตัวในสายอาชีพ (Career adaptability; Chui, et al.,

2020; Savickas, 1997) โดยงานวิจัยของ Gong et al. (2020) พบว่า เมื่อบุคคลมีความสามารถในการปรับตัวในสายอาชีพ (Career adaptability) ได้ทำงานในสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีการให้ข้อมูลสะท้อนกลับ (Feedback environment) ส่งผลให้บุคคลรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาในการทำงานมากขึ้น ดังนั้น การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์อาจจะสามารถทำนายความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาได้ด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Chen et al. (2020) ยังพบอีกว่า ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาและความผูกพันในกระบวนการเชิงสร้างสรรค์ (Creative process engagement) มีบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่องอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำแบบให้มีส่วนร่วม (Participative leadership) และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ซึ่งบุคลิกภาพส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Mehta & Dahl, 2019) โดยบุคคลที่แสดงภาวะผู้นำแบบให้มีส่วนร่วมมีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมในการทำงาน และเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างเพื่อการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Halaychik, 2016) ซึ่งมีองค์ประกอบของลักษณะพฤติกรรมที่สามารถเชื่อมโยงกับคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ เนื่องจากบุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีความสามารถในการปรับตัวเชิงความคิด ในขณะที่บุคคลใคร่ครวญและตัดสินใจจากหลายมุมมอง บุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีความเห็นอกเห็นใจและรับรู้หลากหลายสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วในขณะที่ปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ (Horstmeyer, 2020) ในระหว่างที่บุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ได้สะสมประสบการณ์การทำงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ จนกระทั่งมีการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ บุคคลสามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเอง มีความมั่นคงทางอารมณ์และการเปิดรับต่อประสบการณ์มากขึ้น (Ivcevic & Nusbaum, 2017) และเมื่อบุคคลได้แสดงความสามารถในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ จนกระทั่งสมาชิกคนอื่นๆ ในทีมงานเกิดความมั่นใจและการยอมรับในความสามารถของบุคคลมากขึ้น ส่งผลให้บุคคลรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยามากขึ้นด้วย (Clark, 2020; Halaychik, 2016) และบุคคลสามารถทำให้เกิดการนำความคิดสร้างสรรค์ไปใช้ในงานจริง (Agarwal & Farndale, 2017) ทำให้สามารถตั้งสมมติฐานที่ 4 ได้ดังนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยมีความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง

จากการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน โดยมีการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่องดังกล่าวข้างต้น ทำให้สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual framework)



ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การศึกษาครั้งนี้ผ่านการพิจารณารับรองจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เลขที่โครงการ coa no. 004/64 โดยกลุ่มตัวอย่างได้รับการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัย รวมถึงสิทธิในการยินยอมหรือยุติการเข้าร่วมการวิจัยเมื่อใดก็ได้ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยมีค่าตอบแทนแก่ผู้เข้าร่วมในโครงการวิจัยครั้งนี้ด้วยการสุ่มจับฉลากรางวัล จำนวน 2 รางวัล มูลค่ารางวัลละ 100 บาท ซึ่งจากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ ร้อยละ 98.38 และแบบสอบถามโดยตรง ร้อยละ 1.62 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นพนักงานประจำขององค์การเอกชน จำนวน 308 คนที่ได้ปฏิบัติการในองค์การอย่างน้อย 1 ปี และเนื่องจากความสงสัยใคร่รู้เป็นคุณลักษณะพื้นฐานของมนุษย์ (Kidd & Hayden, 2015) และพนักงานทุกคนสามารถพัฒนาความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการคิดอย่างสร้างสรรค์ให้เก่งขึ้นได้ (Treffinger, 1995) ดังนั้นเพื่อให้สามารถเห็นภาพรวมของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานในภาคเอกชน กลุ่มตัวอย่างการวิจัยนี้จึงประกอบด้วยหลากหลายขององค์การเอกชน ได้แก่ องค์การที่ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค องค์การที่ให้บริการด้านการเงิน และด้านการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นต้น โดยงานวิจัยนี้ใช้หลักการคำนวณอัตราส่วนจำนวนกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนค่าพารามิเตอร์ (N:q) ในการพิจารณาจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Kline, 2011) ซึ่งเท่ากับ 20:1 นอกจากนี้ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สถิติแบบ Hierarchical regression analysis จะใช้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 200 คนก็เพียงพอต่อการวิเคราะห์ (Kline, 2011) ดังนั้นจากหลักเกณฑ์ทั้งสองหลักเกณฑ์ งานวิจัยนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย

250 คนเพื่อลดโอกาสการมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เพียงพอในการวิจัยเนื่องจากความไม่สมบูรณ์ของข้อมูล โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1) แบบวัดความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ที่พัฒนาขึ้นโดย Zhou and George (2001) โดยข้อคำถามได้รับการแปลเป็นภาษาไทยเพื่อใช้ในการวิจัยของศุภรักษ์ พูเต็มวงศ์ (2561) ประกอบด้วยข้อคำถาม 13 ข้อ โดยมีมาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (Cronbach's alpha) เท่ากับ .90

2) แบบวัดคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ 5 มิติ (ฉบับปรับปรุง; Five-dimensional curiosity scale revised [5DCR]) พัฒนาโดย Kashdan et al. (2020) และถูกแปลเป็นภาษาไทยด้วยการแปลย้อนกลับ (Back translation) มี 24 ข้อคำถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม ด้านการสำรวจด้วยความสุข (Joyous exploration) 4 ข้อ ด้านความไวและความทู่เทในการแก้ไขปัญหา (Deprivation sensitivity) 4 ข้อ ด้านความทนทานต่อความเครียด (Stress tolerance) 4 ข้อ ด้านความสงสัยใคร่รู้ทางสังคม (Social curiosity) แบ่งเป็นความสงสัยใคร่รู้ทางสังคมแบบเปิดเผย (Overt social curiosity) 4 ข้อ และความสงสัยใคร่รู้แบบแอบแฝง (Covert social curiosity) 4 ข้อ และด้านการค้นหาด้วยความตื่นเต้น (Thrill seeking) 4 ข้อ โดยมีมาตรวัดแบบประเมินค่า 7 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่สอดคล้องกับตัวของฉัน) ถึง 7 (สอดคล้องกับตัวของฉันมากที่สุด) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (Cronbach's alpha) เท่ากับ .86

3) แบบวัดการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ (Creative self-efficacy scale) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแบบวัดการรับรู้ตัวตนเชิงสร้างสรรค์แบบสั้น (Short scale of creative self) ที่ถูกพัฒนาโดย Karwowski (2012) ประกอบด้วยคำถาม 6 ข้อ ซึ่งถูกแปลเป็นภาษาไทยด้วยการแปลย้อนกลับ (Back translation) โดยมีมาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่ใช่อย่างยิ่ง) ถึง 5 (ใช่อย่างยิ่ง) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (Cronbach's alpha) เท่ากับ .86

4) แบบวัดความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Psychological safety scale) ซึ่งถูกพัฒนาโดย Edmondson (1999) ประกอบด้วย 7 ข้อคำถามที่แปลเป็นภาษาไทยด้วยการแปลย้อนกลับ (Back translation) โดยมีมาตรวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ระดับ 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึง 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด (Cronbach's alpha) เท่ากับ .66

5) แบบสอบถามลักษณะส่วนบุคคลของผู้ร่วมตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยข้อคำถาม 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งงาน อายุงาน รายได้ต่อเดือน ประเภทธุรกิจขององค์กร และลักษณะงาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ (Correlational research) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปร และใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical multiple regression analysis) และวิธีการบูตสเตรป (Bootstrap method) ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการทดสอบบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อ

ผลการศึกษา (Findings)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ จำนวนทั้งหมด 308 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (70.50%, 29.20%) ช่วงอายุของกลุ่มตัวอย่าง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี (41.60%) ช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี (37.30%) และช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี (14.60%) เป็นต้น ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ปริญญาตรี (58.40%) ปริญญาโท (31.2%) และมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า (4.20%) เป็นต้น เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการมากที่สุด (55.50%) รองลงมาเป็นระดับผู้จัดการหรือหัวหน้างาน (43.20%) และตำแหน่งงานอื่นๆ (1.30%) กลุ่มตัวอย่างมีอายุงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี (34.10%) อายุงานระหว่าง 6-10 ปี (20.80%) อายุงานระหว่าง 11-15 ปี (18.50%) อายุงานระหว่าง 16-20 ปี (12.70%) และอายุงานมากกว่า 20 ปีขึ้นไป (14.00%) ตามลำดับ ลักษณะงานของกลุ่มตัวอย่าง 5 ลำดับแรก ได้แก่ ฝ่ายธุรการ/การบริหารทรัพยากรบุคคล (19.20%) ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและโปรแกรมเมอร์ (14.00%) ฝ่ายขาย (13.00%) ฝ่ายการเงินและการบัญชี (8.80%) และฝ่ายบริการลูกค้า/ลูกค้าสัมพันธ์ (8.40%) เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Bivariate relationship) ด้วยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานมีความสัมพันธ์ทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันตั้งแต่ .19 ถึง .49 ซึ่งมีรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ตัวแปร	CC	CSE	PS	C
คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้		.49**	.04	.45**
การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์			.19**	.55**
ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา				.22**
ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน				
Mean	4.30	3.73	3.60	4.00
SD	.79	.59	.55	.44

หมายเหตุ. ** $p < .01$, $n = 308$ CC = คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ CSE = การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ PS = ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา C = ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาคั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical multiple regression analysis) และวิธีการบูตสเตรป (Bootstrap method) ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย และการทดสอบบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อ ด้วย Process Macro ของ Hayes (2013) แบบจำลองที่ 6 (Model 6) โดยมีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เป็นตัวแปรต้น ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานเป็นตัวแปรตาม การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง

จากผลการวิเคราะห์ทางสถิติในตารางที่ 2 พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้สามารถอธิบายความแปรปรวนของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานได้ร้อยละ 36.00 และคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .14, 95% CI [.08, .19] จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 (ตารางที่ 2) นอกจากนี้ คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้สามารถอธิบายความแปรปรวนของการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ได้ร้อยละ 24.00 และคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางบวกต่อการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .36, 95% CI [.29, .43] อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ -.05, 95% CI [-.14, .04] (ตารางที่ 2) ในขณะที่การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์สามารถทำนายความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .21, 95% CI [.09, .33] ทั้งนี้การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาสามารถทำนายความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ .01 โดยมี

ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยเท่ากับ .30, 95% CI [.22, .38] และ .10, 95% CI [.03, .18] ตามลำดับ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยและช่วงความเชื่อมั่นของคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

ตัวแปร	การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ (CSE)				ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (PS)				ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน (C)			
	Coeff	SE	LLCI	ULCI	Coeff	SE	LLCI	ULCI	Coeff	SE	LLCI	ULCI
CC	.36***	.04	.29	.43	-.05	.04	-.14	.04	.14***	.03	.08	.19
CSE					.21***	.06	.09	.33	.30***	.04	.22	.38
PS									.10**	.04	.03	.18
ค่าคงที่	2.17***	.16	1.86	2.49	3.03***	.21	2.61	3.45	1.93***	.18	1.58	2.29
	R ² = .24				R ² = .04				R ² = .36			
	F (1, 306) = 97.77, p < .001				F (2, 305) = 6.40, p < .001				F (3, 304) = 56.58, p < .001			

p < .01 *p < .001 n = 308, Coeff. = ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย, SE = ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, CC = คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้, CSE = การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์, PS = ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา, C = ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน, LLCI = lower-level confidence interval, ULCI = upper-level confidence interval, Bootstrap sample size = 10,000

เนื่องจากผลการศึกษาที่ได้ ยอมรับสมมติฐานที่ 1 (ตารางที่ 2) ผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการบูตสเตรป (Bootstrap method) โดยกำหนดจำนวนการสุ่มตัวอย่างอย่างซ้ำทั้งสิ้น 10,000 ครั้ง เพื่อวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางอ้อมของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้กับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เมื่อมีการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง (ตารางที่ 3) แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้จะมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อผ่านการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วน โดยมีช่วงความเชื่อมั่นเท่ากับ .07 ถึง .15 ซึ่งเป็นช่วงของค่าที่ไม่คลุมศูนย์ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 (ตารางที่ 3) คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อมีความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อ เนื่องจากมีช่วงความเชื่อมั่นเท่ากับ -.02 ถึง .01 ซึ่งเป็นช่วงของค่าที่คลุมศูนย์ จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3 (ตารางที่ 3) ทั้งนี้เนื่องจาก คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ก็สามารถทำนายความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานได้โดยตรงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นเดียวกันโดยไม่ต้องผ่านตัวแปรสื่อ (ตารางที่ 2) คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

(ตารางที่ 2) และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาไม่มีบทบาทของการเป็นตัวแปรสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน (ตารางที่ 3) แต่ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (ตารางที่ 2) แม้ไม่ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย จึงสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้จะมีอิทธิพลทางอ้อมแบบบางส่วนต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Partial mediation effect) เมื่อส่งผ่านการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง โดยมีช่วงความเชื่อมั่นเท่ากับ .001 ถึง .02 ซึ่งเป็นช่วงของค่าที่ไม่คลุมศูนย์ ผลการศึกษาที่ได้จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ค่าอิทธิพลทางอ้อมของความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้กับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานโดยมีการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาเป็นตัวแปรสื่อ

	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
Total	.11	.02	.07	.16
Indirect 1 (CC -> CSE -> C)	.11	.02	.07	.15
Indirect 2 (CC -> PS -> C)	-.01	.01	-.02	.01
Indirect 3 (CC -> CSE -> PS -> C)	.01	.004	.001	.02

CC = คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้, CSE = การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์, PS = ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา, C = ความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน, SE = standard error, LLCI = lower-level confidence interval, ULCI = upper-level confidence interval, Bootstrap sample size = 10,000

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ (Discussion and Recommendation)

ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้สามารถทำนายความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ยอมรับสมมติฐานที่ 1 สามารถอธิบายได้ว่า บุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้อาจจะมิตักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kashdan et al. (2020) ที่พบว่าคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม (Innovative behavior) โดยการศึกษาในอดีตของ Hardy et al. (2017) ที่พบว่าคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เพื่อให้ได้องค์ความรู้ใหม่สามารถทำนายความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ไขปัญหาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยบุคคลมีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีความรู้สึกเชิงบวกเป็นแรงจูงใจภายในในการสำรวจสิ่งรอบตัวและเพิ่มทักษะความรู้ที่จำเป็นต่อการแก้ไขปัญหาอย่างต่อเนื่อง (Karwowski, 2012) บุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้สามารถปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม

(Horstmeyer, 2020) และสามารถคิดหาทางออกจากปัญหาหลายๆ ทาง (Treffinger, 1995) จึงทำให้เกิดแนวคิดสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง (Amabile & Pratt, 2016)

ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เมื่อส่งผ่านการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ที่เป็นตัวแปรสื่อแบบบางส่วน (ยอมรับสมมติฐานที่ 2) เนื่องจากบุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ฝึกฝนทักษะและลงมือปฏิบัติจริง จนเกิดความชำนาญ จึงเกิดการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์ และสามารถทำให้เกิดผลงานที่สร้างสรรค์ได้อย่างสม่ำเสมอ แต่คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อส่งผ่านความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสื่อ (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3) อธิบายได้ว่า ปัจจัยอื่นๆ ที่อยู่ในบริบทของการทำงานอาจจะมีอิทธิพลต่อการที่พนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้จะรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Edmondson, 2018) ส่งผลให้ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาไม่มีบทบาทการเป็นตัวแปรสื่อในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ถึงแม้ว่าพนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้จะมีการเปิดรับประสบการณ์ใหม่และมีความมั่นคงทางอารมณ์ที่อาจจะช่วยให้พนักงานรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยได้ดีขึ้น (Edmondson & Mogelof, 2005) แต่หากบริบทของการทำงานไม่ได้สนับสนุนให้พนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้เป็นตัวของตัวเอง ทำให้พนักงานไม่สามารถรับรู้ถึงความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา (Newman et al., 2017) จึงเลือกที่จะไม่แสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ของตนเอง (Tett & Guterman, 2000) และพนักงานไม่มีโอกาสในการพัฒนาและใช้ทักษะการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Treffinger, 1995) อย่างไรก็ตาม คุณลักษณะสงสัยใคร่รู้จึงมีอิทธิพลทางอ้อมแบบบางส่วนต่อความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Partial mediation effect) เมื่อส่งผ่านการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์และความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่เป็นตัวแปรสื่อต่อเนื่อง (ยอมรับสมมติฐานที่ 4) ซึ่งทำให้ตัวแปรต้นและตัวแปรสื่อสามารถร่วมกันทำนายตัวแปรตามได้ดียิ่งขึ้น อธิบายได้ว่า บุคคลที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้สามารถปรับตัวและคิดหาทางออกจากปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ และด้วยการที่บุคคลเชื่อว่าสามารถพัฒนาศักยภาพในการทำงานของตนเองให้ดีขึ้นได้ บุคคลจึงเลือกที่จะเผชิญกับความกดดันและความท้าทายในบรรยากาศของการทำงาน และยังคงฝึกฝนพัฒนาทักษะอย่างสม่ำเสมอ จนกระทั่งพนักงานเริ่มมีความมั่นใจว่าตนสามารถทำให้งานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้ผลลัพธ์ตรงตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ส่งผลให้พนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้รับรู้ถึงความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ปัจจัยเหล่านี้ช่วยให้บุคคลมีความมั่นคงทางอารมณ์มากขึ้น บุคคลสามารถรับมือกับความเครียดในงานได้ดีขึ้น และไม่กล่าวโทษสถานการณ์หรือเพื่อนร่วมงานในทีมเมื่อเกิดข้อผิดพลาด ทำให้ส่งผลที่ดีขึ้นต่อการรับรู้ความปลอดภัยเชิงจิตวิทยาในบรรยากาศของการทำงาน พนักงานกล้าแสดงความคิดที่สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงานได้ดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึง

ทำให้ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยามีบทบาทเป็นตัวแปรสื่อแบบต่อเนื่องต่อเนื่องต่อการรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน

บุคลิกภาพส่วนบุคคลและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Amabile & Pratt, 2016) และพนักงานทุกคนสามารถพัฒนาความสามารถในการแก้ไขปัญหาด้วยวิธีการคิดอย่างสร้างสรรค์ให้เก่งขึ้นได้ (Treffinger, 1995) ดังนั้น พนักงานจึงควรมุ่งมั่นพัฒนาความสงสัยใคร่รู้เพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้วยการสังเกตและเรียนรู้จากพนักงานคนอื่นๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นต้นแบบ พนักงานลงมือปฏิบัติจริงโดยเริ่มฝึกฝนทักษะในงานที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงก่อน นอกจากนี้ องค์กรควรเสริมสร้างแรงจูงใจเชิงบวกเมื่อพนักงานทำงานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะหัวหน้างานหรือผู้จัดการเพื่อให้พนักงานรับรู้ในความสามารถและศักยภาพในการทำงานของตนเอง รวมทั้งองค์กรควรเสริมสร้างบรรยากาศของการทำงานที่มีการสื่อสารและแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมเรียนรู้จากความล้มเหลว ทำให้พนักงานรู้สึกปลอดภัยที่จะถามคำถาม หรือแสดงความคิดเห็น ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานที่มีคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้แสดงพฤติกรรมสร้างสรรค์งานมากขึ้นตามไปด้วย

ข้อจำกัดและงานวิจัยในอนาคต (Limitation and Future Research)

การศึกษานี้มีกลุ่มตัวอย่างที่ประกอบด้วยพนักงานที่ทำงานในหลากหลายองค์กรเอกชนในประเทศไทย จึงมีบริบทของการทำงานที่แตกต่างกันของพนักงานในกลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นเพื่อควบคุมปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างในด้านบริบทของการทำงานที่อาจจะส่งผลต่อการรับรู้ความปลอดภัยเชิงจิตวิทยา การวิจัยในอนาคตอาจจะศึกษาบทบาทของความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาของพนักงานกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานในองค์กรเดียวกัน และควรมีการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาอีกครั้ง โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานที่ทำงานในองค์กรเดียวกัน เนื่องจากค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่ใช้ในการศึกษานี้มีค่าน้อยกว่า .70 นอกจากนี้ การวิจัยในอนาคตควรศึกษาเกี่ยวกับอุปสรรคสำคัญที่ทำให้พนักงานไม่สามารถแสดงคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ในองค์กร เพื่อองค์กรจะได้พบแนวทางในการสนับสนุนคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ของพนักงานให้เพิ่มมากขึ้น เช่น อิทธิพลของความแตกต่างเชิงวัฒนธรรมด้านการเหลื่อมล้ำของอำนาจและความเป็นกลุ่มนิยมที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความปลอดภัยเชิงจิตวิทยากับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน และความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้กับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน เป็นต้น และศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับอิทธิพลของรูปแบบการคิดตามลำดับขั้นที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้และความคิดสร้างสรรค์เมื่อส่งผ่านความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยาที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรสื่อ รวมถึงอิทธิพลของคุณลักษณะสงสัยใคร่รู้ การรับรู้ความสามารถแห่งตนเชิง

สร้างสรรค์ ความรู้สึกปลอดภัยเชิงจิตวิทยา และความคิดสร้างสรรค์ที่มีต่อภาวะผู้นำแบบให้มีส่วนร่วม (Participative leadership) การปรับแต่งงาน (Job crafting) และความผูกพันต่องาน หรือต่อสุขภาพของประชากรในช่วงวัยต่างๆ ในบริบทของสังคมไทย

เอกสารอ้างอิง (References)

- ศุภรักษ์ พุฒีมวงค์ (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับ ผู้ใต้บังคับบัญชาและความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน: บทบาทการเป็นตัวแปรสื่อของการ เสริมสร้างอำนาจเชิงจิตใจและแรงจูงใจภายใน* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต ไม้ได้ ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Adecco Group Thailand. (2017). *The importance of soft skills in a digital world*. Retrieved from <https://www.adecco.com.au/media/adecco-au/client/pdf/The-Importance-of-Soft-Skills-in-the-Digital-Age.pdf>
- Adobe. (2016). *State of create: 2016*. Retrieved from https://www.adobe.com/content/dam/acom/en/max/pdfs/AdobeStateofCreate_2016_Report_Final.pdf
- Agarwal, P., & Farndale, E. (2017). High-performance work systems and creativity implementation: the role of psychological capital and psychological safety. *Human Resource Management Journal*, 27(3), 440-458. <https://doi.org/10.1111/1748-8583.12148>
- Amabile, T. M., & Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157-183. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
- Bajcar, B., & Babiak, J. (2020). Neuroticism and cyberchondria: The mediating role of intolerance of uncertainty and defensive pessimism. *Personality and Individual Differences*, 162, 110006. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110006>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman and Company
- Bandura, A. (1988). Organisational applications of social cognitive theory. *Australian Journal of management*, 13(2), 275-302. <https://doi.org/10.1177/031289628801300210>
- Beghetto, R. A., & Karwowski, M. (2017). Toward untangling creative self-beliefs. In M. Karwowski & J. C. Kaufman (Eds.), *The creative self: Effect of beliefs, self-efficacy, mindset, and identity* (pp. 3–22). Elsevier Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809790-8.00001-7>

- Caniëls, M. C., & Rietzschel, E. F. (2015). Organizing creativity: Creativity and innovation under constraints. *Creativity and Innovation Management*, 24(2), 184-196. <https://doi.org/10.1111/caim.12123>
- Carmeli, A., & Gittell, J. H. (2009). High-quality relationships, psychological safety, and learning from failures in work organizations. *Journal of Organizational Behavior*, 30(6), 709-729. <https://doi.org/10.1002/job.565>
- Chang, Y. Y., & Shih, H. Y. (2018). Work curiosity: A new lens for understanding employee creativity. *Human Resource Management Review*, 29(4), 100672. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2018.10.005>
- Chen, L., Wadei, K. A., Bai, S., & Liu, J. (2020). Participative leadership and employee creativity: A sequential mediation model of psychological safety and creative process engagement. *Leadership & Organization Development Journal*, 41(6), 741-759. <https://doi.org/10.1108/LODJ-07-2019-0319>
- Choi, S. B., Ullah, S. M., & Kang, S. W. (2021). Proactive personality and creative performance: Mediating roles of creative self-efficacy and moderated mediation role of psychological safety. *Sustainability*, 13(22), 12517. <https://doi.org/10.3390/su132212517>
- Chui, H., Li, H., & Ngo, H. Y. (2020). Linking protean career orientation with career optimism: Career adaptability and career decision self-efficacy as mediators. *Journal of Career Development*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/0894845320912526>
- Clark, T. R. (2020). *The 4 stages of psychological safety: Defining the path to inclusion and innovation*. Berrett-Koehler Publishers.
- Edmondson, A. C. (2018). *The fearless organization: Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth*. John Wiley & Sons.
- Edmondson, A., & Mogelof, J. P. (2005). Explaining psychological safety in innovation teams. In L. Thompson & H. Choi (Eds.), *Creativity and innovation in organizational teams* (pp. 109–136). Lawrence Erlbaum Associates.
- Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 350-383. <https://doi.org/10.2307/2666999>

- Frazier, M. L., Fainshmidt, S., Klinger, R. L., Pezeshkan, A., & Vracheva, V. (2017). Psychological safety: A meta-analytic review and extension. *Personnel Psychology, 70*(1), 113-165. <https://doi.org/10.1111/peps.12183>
- Gong, Z., Yang, J., Gilal, F. G., Van Swol, L. M., & Yin, K. (2020). Repairing police psychological safety: The role of career adaptability, feedback environment, and goal-self concordance based on the conservation of resources theory. *Sage open, 10*(2), 1-11. <https://doi.org/10.1177/2158244020919510>
- Halaychik, C. (2016). *Lessons in library leadership: A primer for library managers and unit leaders*. Chandos Publishing.
- Hardy III, J. H., Ness, A. M., & Mecca, J. (2017). Outside the box: Epistemic curiosity as a predictor of creative problem solving and creative performance. *Personality and Individual Differences, 104*, 230-237. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.08.004>
- Heslin, P. A., & Klehe, U. C. (2006). Self-efficacy. In S. G. Rogelberg (Ed.), *Encyclopedia of Industrial/Organizational Psychology, 2*, 705-708. https://www.researchgate.net/publication/228210952_Self-efficacy
- Hong, J., Ye, J., & Fan, J. (2019). STEM in fashion design: The roles of creative self-efficacy and epistemic curiosity in creative performance. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education, 15*(9), em1742. <https://doi.org/10.29333/ejmste/108455>
- Horstmeyer, A. (2020). The generative role of curiosity in soft skills development for contemporary VUCA environments. *Journal of Organizational Change Management, 33*(5), 737-751. <https://doi.org/10.1108/JOCM-08-2019-0250>
- Huang, L., Krasikova, D. V., & Liu, D. (2016). I can do it, so can you: The role of leader creative self-efficacy in facilitating follower creativity. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 132*, 49-62. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2015.12.002>
- Ivcevic, Z., & Nusbaum, E. C. (2017). From having an idea to doing something with it: Self-regulation for creativity. In M. Karwowski & J. C. Kaufman (Eds.). *The creative self* (pp. 343-365). Academic Press. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809790-8.00020-0>

- Karwowski, M. (2012). Did curiosity kill the cat? Relationship between trait curiosity, creative self-efficacy and creative personal identity. *Europe's Journal of Psychology*, 8(4), 547-558. <https://doi.org/10.5964/ejop.v8i4.513>
- Kashdan, T. B., & Roberts, J. E. (2004). Trait and state curiosity in the genesis of intimacy: Differentiation from related constructs. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 792-816. <https://doi.org/10.1521/jscp.23.6.792.54800>
- Kashdan, T. B., Disabato, D. J., Goodman, F. R., & McKnight, P. E. (2020). The five-dimensional curiosity scale revised (5DCR): Briefer subscales while separating overt and covert social curiosity. *Personality and Individual Differences*, 157, 109836. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.109836>
- Kessel, M., Kratzer, J., & Schultz, C. (2012). Psychological safety, knowledge sharing, and creative performance in healthcare teams. *Creativity and Innovation Management*, 21(2), 147-157. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2012.00635.x>
- Kidd, C., & Hayden, B. Y. (2015). The psychology and neuroscience of curiosity. *Neuron*, 88(3), 449-460. <https://doi.org/10.1016/j.neuron.2015.09.010>
- Kim, K. H. (2019). Demystifying creativity: What creativity isn't and is?. *Roeper Review*, 41(2), 119-128. <https://doi.org/10.1080/02783193.2019.1585397>
- Kim, S., Lee, H., & Connerton, T. P. (2020). How psychological safety affects team performance: Mediating role of efficacy and learning behavior. *Frontiers in Psychology*, 11, 1581. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01581>
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). Guilford.
- Kong, M., Xu, H., Zhou, A., & Yuan, Y. (2019). Implicit followership theory to employee creativity: The roles of leader-member exchange, self-efficacy and intrinsic motivation. *Journal of Management & Organization*, 25(1), 81-95. <https://doi.org/10.1017/jmo.2017.18>
- Lee, K. H., Hyun, S. S., Park, H., & Kim, K. (2020). The antecedents and consequences of psychological safety in airline firms: Focusing on high-quality interpersonal relationships. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(7), 2187. <https://doi.org/10.3390/ijerph17072187>

- Lippke, S. (2017). Self-efficacy theory. In V. Zeigler-Hill & T. Shackelford (Eds.), *Encyclopedia of Personality and Individual Differences* (pp. 4722-4727). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24612-3_1167
- Martin, L. P. (1998). The cognitive-style inventory. *The Pfeiffer Library*, 8(2). Retrieved from <http://home.snu.edu/~jsmith/library/body/v08.pdf>
- McCrae, R. R. (1987). Creativity, divergent thinking, and openness to experience. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(6), 1258-1265. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.52.6.1258>
- Mehta, R., & Dahl, D. W. (2019). Creativity: Past, present, and future. *Consumer Psychology Review*, 2(1), 30-49. <https://doi.org/10.1002/arcp.1044>
- Newman, A., Donohue, R., & Eva, N. (2017). Psychological safety: A systematic review of the literature. *Human Resource Management Review*, 27(3), 521-535. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2017.01.001>
- Plomp, J., Tims, M., Khapova, S. N., Jansen, P. G., & Bakker, A. B. (2019). Psychological safety, job crafting, and employability: A comparison between permanent and temporary workers. *Frontiers in psychology*, 10, 974. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00974>
- Puente-Díaz, R. (2015). Creative self-efficacy: An exploration of its antecedents, consequences, and applied implications. *The Journal of Psychology*, 150(2), 175-195. <https://doi.org/10.1080/00223980.2015.1051498>
- Puente-Díaz, R., & Cavazos-Arroyo, J. (2018). An exploration of some antecedents and consequences of creative self-efficacy among college students. *The Journal of Creative Behavior*, 52(3), 256-266. <https://doi.org/10.1002/jocb.149>
- Qiang, R., Han, Q., Guo, Y., Bai, J., & Karwowski, M. (2020). Critical thinking disposition and scientific creativity: The mediating role of creative self-efficacy. *The Journal of Creative Behavior*, 54(1), 90-99. <https://doi.org/10.1002/jocb.347>
- Royston, R., & Reiter-Palmon, R. (2017). Creative self-efficacy as mediator between creative mindsets and creative problem-solving. *The Journal of Creative Behavior*, 53(4), 472-481. <https://doi.org/10.1002/jocb.226>

- Salancik, G. R., & Pfeffer, J. (1978). Social information-processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23, 224-253. <https://doi.org/10.2307/2392563>
- Savickas, M. L. (1997). Career adaptability: An integrative construct for life-span, life-space theory. *The Career Development Quarterly*, 45, 247-259. <https://doi.org/10.1002/j.2161-0045.1997.tb00469.x>
- Silvia, P. J. (2008). Appraisal components and emotion traits: Examining the appraisal basis of trait curiosity. *Cognition and Emotion*, 22(1), 94-113. <https://doi.org/10.1080/02699930701298481>
- Slåtten, T. (2014). Determinants and effects of employee's creative self-efficacy on innovative activities. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 6(4), 326-347. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-03-2013-0013>
- Tett, R. P., & Burnett, D. D. (2003). A personality trait-based interactionist model of job performance. *Journal of Applied Psychology*, 88, 500-517. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.3.500>
- Tett, R. P., & Guterman, A. H. (2000). Situation trait relevance, trait, expression, and cross-situational consistency: Testing a principle of trait activation. *Journal of Research in Personality*, 34, 397-423. <https://doi.org/10.1006/jrpe.2000.2292>
- Tett, R. P., Simonet, D. V., Walser, B., & Brown, C. (2013). Trait activation theory: Applications, developments, and implications for person-workplace fit. *Handbook of personality at work*, 71-100. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/281390264_Trait_activation_theory_Applications_developments_and_implications_for_person-workplace_fit/stats
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 277. <https://doi.org/10.1037/a0020952>
- Treffinger, D. J. (1995). Creative problem solving: Overview and educational implications. *Education Psychological Review*, 7, 301-312. <https://doi.org/10.1007/BF02213375>
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44, 682-696. <https://doi.org/10.5465/3069410>