



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”
ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา
Phanomwan College of Technology
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันกำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวัน “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้
ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- | | |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมมทัตต์ นรารัตน์วันชัย | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันดีโกมล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 5. ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง |
| 6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม | มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ |

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|-------------------------------|
| 1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงศ์ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร | มหาวิทยาลัยรามคำแหง |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ วิไลนุช | มหาวิทยาลัยหอการค้า |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- | | |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล | ข้าราชการบำนาญ |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 10. รองศาสตราจารย์ นัยดา สวัสดิพงษ์ | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 11. รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวรรณ | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทร์ทิพย์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประไพธำรี ธนารักษ์ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภากร ภิญโญฉัตรจินดา | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิดิมา พลัปลี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลัปลี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทรงพร หาญสันติ | มหาวิทยาลัยเกษตร |
| 23. อาจารย์ ดร.วราพร อารยะพันธ์ | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุวีลินนนท์ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ | มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสสถิต | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์ | มหาวิทยาลัยบูรพา |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ | มหาวิทยาลัยนเรศวร |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์ | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์ | มหาวิทยาลัยแม่โจ้ |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกียรติทอง | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธชชัย ทองมา | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา | บริษัท อ่าพลฟุตส์ โพรเซสซิง จำกัด |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์ | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลีอมงคล | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

**กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าทำมือของผู้ประกอบการในตลาดซีเคด้า
อำเภอ ห้วยหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์**
**CREATIVE PROCESS TO PRODUCT DEVELOPMENT OF ENTREPRENEUR
HANDMADE IN CICADA MARKET AT HUNHIN PRACHUAPKHIRIKHAN**

ญาณิศา โกษะ *ศิริชัย ดีเลิศ **

YANISA KOSA SIRICHAJ DEELERS**

บทคัดย่อ

การศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าทำมือของผู้ประกอบการในตลาดซีเคด้า อำเภอ ห้วยหิน จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการคิดสร้างสรรค์และปัจจัยที่มีผลต่อสินค้าทำมือของผู้ประกอบการในการสร้างรูปแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าในตลาดซีเคด้า (cicada) ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ผู้ประกอบการสินค้าทำมือในตลาดซีเคด้า จำนวน 10 คน

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสินค้าทำมือในตลาดซีเคด้าแบ่งได้เป็น 4 ประเภทคือ เจ้าของธุรกิจ, พัฒนาสินค้ามาจากของสะสม, ต่อยอดธุรกิจครอบครัว, ร้านสินค้าปลีกทำมือ กระบวนการสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้แก่ 1.) แรงบันดาลใจจากความสนใจส่วนบุคคล 2.) การสร้างสินค้าจากแนวคิดของสิ่งที่สนใจ 3.) การทดสอบตลาดของสินค้าทำมือ 4.) การปรับเปลี่ยนสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภค 5.) การสร้างความโดดเด่นที่ต่างจากเอกลักษณ์เดิม ซึ่งสิ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือเอกลักษณ์, มีคุณภาพ, และความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ

คำสำคัญ : กระบวนการสร้างสรรค์, สินค้าทำมือ, การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

The study of handmade products of the vendors in Cicada market, HuaHin, Prachuapkhirikhan was the Qualitative research. The objective of this research was to study the thought process of handmade products and the factors affecting the products model and products development and products improvement in cicada market. This research was done by interview 10 vendors by using Depth Interview

From the study, there were 4 categories of vendors. These vendors were business owners, product developers who created the product from their own collections, family business and handmade products retailers. All handmade products were created from 1) their own inspiration, 2) their own interests, 3) market test of handmade products, 4) customer needs, and 5) the uniqueness of the products. The success of this business was from the uniqueness of the products, quality and the loyalty of the vendors

Key word: Creative process, Handmade, Product development

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** ดร. ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



บทนำ

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นวิธีคิดเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้าและสร้างรายได้เปรียบเหนือคู่แข่งรวมถึงการสร้างความแตกต่างให้มีความน่าสนใจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ (ปีเตอร์ ฟิตส์ ,2555) ประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย มี 4 ประเภท คือ 1.) ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น เช่น ศิลปะหัตถกรรมและงานฝีมือ งานจักสาน ถักทอเครื่องประดับ โลหะมีค่า รวมถึงที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด เป็นต้น 2.) ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของศิลปะ เช่น งานศิลปะ การแสดง วัตถุโบราณ เป็นต้น 3.) ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตรายการสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนส่วนใหญ่ เช่น งานสื่อสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียงทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ งานโทรทัศน์ เป็นต้น 4.) ประเภทงานสร้างสรรค์ เป็นกลุ่มที่นำเสนอสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น การออกแบบแฟชั่น งานโฆษณา งานสถาปัตยกรรม เป็นต้น (เกียรตินาคินทร์, 2553)

ผู้ประกอบการธุรกิจมีความสำคัญในการพัฒนาธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ซึ่งมาจากการฝีมือ จากทุนความคิด ทุนวัฒนธรรม และปรับเปลี่ยนตามกระแสนิยมทั้งนี้ผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ (creative entrepreneur) คือ บุคคลที่มีบทบาทอย่างมากต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในรูปแบบนี้เพราะกลุ่มคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนที่สร้างหรือนำเอาแนวคิดสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาก่อนให้เกิดเป็นสินค้าเพื่อสร้างรายได้และการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Howkins,2001) โดย ความคิดสร้างสรรค์นำไปสู่ความคิดริเริ่มในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ หากมองไปโดยรอบจะพบว่าสินค้าหลายชนิด อาทิ เสื้อผ้า อาหาร รองเท้า นาฬิกา เครื่องประดับ เพอร์นิเจอร์ ฯลฯ ผู้บริโภคไม่ได้ซื้อสินค้าเหล่านี้เพียงเพื่อประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น ด้วยเหตุผลเพราะความสวยงามของรูปลักษณะการออกแบบ ซึ่งเท่ากับการมองหาความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่ในตัวสินค้า หรือกล่าวได้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ให้กับสินค้า (ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์ ,2546)

ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์ผลิตผลหรือสิ่งแปลก ใหม่ ที่ไม่รู้จักมาก่อน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเกิดจากการรวบรวมความรู้ ที่ได้รับจาก



ประสบการณ์แล้วเชื่อมโยงกับสถานการณ์ใหม่ ๆ (Torrance, 1962)

ตลาดซิคเคด้า (cicada) อำเภอหัวหินก็เป็นตลาดหนึ่งที่เป็นพื้นที่เปิดแนวคิด ใช้งาน แสดงศิลปะ ขายผลิตภัณฑ์แปลกด้วยความคิดสร้างสรรค์ ในบรรยากาศตลาดนัด ขายกันกับพื้น วางกับดิน เปิดทุกวันหยุด ศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ เท่านั้น ทุกวันนี้เป็นแหล่งรวมพลของคนรักศิลปะก็ว่าได้ มีทั้งงานแสดงศิลปะ ทั้งภาพเขียน และประติมากรรม และที่สอดคล้องกับยุคปัจจุบันคือสินค้าสร้างสรรค์ที่เกิดจากแรงบันดาลใจความคิดสร้างสรรค์จำนวนมาก หลายคนมาเปิดร้าน และทำกันให้เห็นตรงหน้า คงใช้คำจำกัดความได้อีกแบบว่า "ตลาดแห่งนี้ไม่มีของปลอม" ไม่มีของเลียนแบบ ทุกชิ้นที่นำมาขาย ล้วนแต่คัดมาแล้วว่า ทำจริง น่ารักจริง (บริษัท ศศิอำไพ ลี เซอร์ บิซิเนส จำกัด, 2558)

กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตสินค้าทำมือ ว่าเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการที่ต้องการแสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ และเอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์สินค้าทำมือ ที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน

จากความสำคัญดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในตลาด

ซิคเคด้า (cicada) เชิงสร้างสรรค์ บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์นอกจากมีความคิดใหม่แล้วแต่จะต้องพยายามคิดและบูรณาการองค์ความรู้เพื่อให้ได้ผลงานที่ออกมาดียิ่งขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ประเภทอื่นต่อไป

วัตถุประสงค์

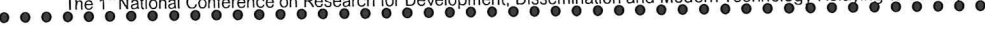
1. เพื่อศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการสร้างรูปแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าในตลาดซิคเคด้า (cicada)

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการขายสินค้าประเภททำมือในตลาดซิคเคด้า (cicada) แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยในอดีตหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ ของผู้ประกอบการในตลาดสินค้าเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษามีประโยชน์โดยตรงกับผู้ประกอบการที่ต้องการสร้างรายได้ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่อาจได้จากการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน หรือการช่างสังเกต เพื่อเป็นการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำความรู้จากแนวคิดเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลงานบรรลุตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีทั้งการออกแบบเพื่อสร้างขึ้นมาใหม่หรือให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งจากของเดิม โดยความสำคัญของการออกแบบนั้นเป็นกระบวนการเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตประสบผลสำเร็จโดยแนวคิดการออกแบบในการวิจัยดังกล่าวจึงได้นำประเด็นที่แตกต่างกันของนักวิชาการที่ได้ให้คำนิยามไว้คือการออกแบบในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การพยายามปรับปรุงแก้ไขปัญหาเดิมและสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่เพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ด้วยกระบวนการความรู้ต่างๆมาใช้ในปริมาณที่เท่ากันในขณะเดียวกันควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการผู้บริโภคด้วยเพื่อให้ทราบความต้องการการผลิตที่แท้จริง (สวรส เกตุสุวรรณ, 2543)

ความคิดสร้างสรรค์คือ ปรากฏการณ์ที่บุคคลสร้างสรรค์"สิ่งใหม่" อาทิ ผลผลิต การแก้ปัญหา นวัตกรรม หรืองานศิลปะ ฯลฯ ซึ่งมีคุณค่า การจะตีความเกี่ยวกับ"ความใหม่" ขึ้นอยู่กับผู้สร้างสรรค์หรือสังคม หรือที่สิ่งใหม่นั้นเกิดขึ้น การประเมินคุณค่าก็ในทำนองเดียวกัน คุณสมบัติที่มักใช้ในการตีความ

"ความใหม่" (เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์ ,2556) ประกอบด้วย

1. สิ่งประดิษฐ์ที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน
 2. สิ่งประดิษฐ์ที่อาจปรากฏอยู่ที่อื่น แต่มีผู้สร้างสรรค์ขึ้นใหม่โดยอิสระ
 3. การคิดวิธีดำเนินการใหม่
 4. ปรับกระบวนการผลิตเข้าสู่ตลาดที่แตกต่างออกไป
 5. คิดวิธีการใหม่ในการแก้ไขปัญหา
 6. เปลี่ยนแนวคิดที่แตกต่างจากผู้อื่น
- กระบวนการคิดสร้างสรรค์ แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1.) ขั้นเตรียม (Period of Perparation) เป็นขั้นที่พยายามรวบรวมข้อเท็จจริง เรื่องราวและแนวคิดต่าง ๆ ที่มีอยู่เข้าด้วยกัน เพื่อหาความกระจ่างของปัญหา ประเมินผลถึงวิธีการที่จะใช้แก้ปัญหา 2.) ขั้นเพาะความรู้ (Period of Incubation) ระยะเวลาผู้คิดต้องใช้ความคิดอย่างหนัก เพื่อนำความรู้ที่รวบรวมไว้แต่แรกเข้าประสมกลมกลืนเข้าเป็นร่องรอย และครุ่นคิดอยู่นั้นจิตใต้สำนึก (UnconsciousMind) ก็มีส่วนเกี่ยวข้องด้วย 3.) ขั้นเกิดความคิด (Period of Illumination) เป็นระยะที่เกิดการหยั่งรู้ ตระหนักถึงคำตอบที่สำคัญและจำเป็นสำหรับการแก้ปัญหานั้น 4.) ขั้นพิสูจน์ (Period of Verification) เป็นการเก็บรวบรวมความรู้ที่ได้จากการหยั่งรู้แล้ว





ทดสอบว่าสิ่งนั้นสามารถแก้ปัญหาได้หรือไม่ และสรุปเป็นเกณฑ์ต่อไป (Wallas, 1962)

Howkins (2009) ได้ เสน อ กระบวนการสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน เป็นส่วนผสมระหว่างความฝันกับการวิเคราะห์ การหยั่งรู้ที่เกิดขึ้นในใจ และการคำนวณแบบง่าย ๆ ซึ่งย่อตามอักษรตัวหน้าออกมาเป็นคำว่า RIDER ประกอบด้วย การทบทวน (Review) กระบวนการตรวจสอบคลังของสิ่งต่าง ๆ ว่ามีอะไรน่าสนใจ สร้างความเชื่อมโยงระหว่างส่วนต่าง ๆ ถ้ามว่านั่นอะไร และทำไม การทบทวนเป็นการประมวลเรื่องวัตถุดิบ (ซึ่งนักเศรษฐศาสตร์เรียกว่า “ปัจจัยการผลิต”) รวมทั้งคุณลักษณะในจิตใจของเรา มันครอบคลุมทั้งความคิดและวัตถุ การบ่มเพาะ (Incubation) การปล่อยให้ความคิดจัดเรียงตัวเอง ผู้สร้างสรรค์ต้องรู้ว่าควรบ่มเพาะเมื่อไร รวมถึงมีทรัพยากร (เงิน เวลา และอื่น ๆ) มากพอสำหรับการบ่มเพาะ ความฝัน (Dreams) การฟุ้งไปโดยจิตไร้สำนึก เป็นการสำรวจและทดสอบความเชื่อ สัญลักษณ์อำนาจวิเศษ และเรื่องราวต่าง ๆ ฟรานซิส เบคอน เรียกว่า “การล่องลอย” ปล่อยให้จิตของเราเปิดกว้างต่ออิทธิพลภายนอกและพลังงาน ความตื่นเต้น (Excitement) ฮอร์โมนกระตุ้นซึ่งขับเคลื่อนการก้าวกระโดดของการหยั่งรู้ที่เกิดขึ้นในจิตใจและการเคลื่อนที่ได้

ด้านข้างที่ผ่านการคำนวณมาครึ่ง ๆ กลาง ๆ คล้ายกับสิ่งที่คาร์ล ยุง เรียกว่า “ความตึงเครียดทางอารมณ์ขั้นสูง” ปลดปล่อยความคิดให้ล่องลอยไปเพื่อตั้งคำถามว่า “จะเป็นอย่างไรถ้า...” โดยไม่ต้องตั้งข้อสงสัยก่อนเลยว่าคำตอบที่ออกมาจะสมเหตุสมผลหรือหลุดโลกเพียงใด คือจงอย่ามองก่อนกระโดด การตรวจสอบความเป็นไปได้จริง (Reality checks) วิเคราะห์จุดที่เราอยู่ ย้อนไปตรวจสอบปัญหาและค้นหาคำตอบที่เป็นไปได้ ความเข้มงวดกวดขันและการเลือกช่วงเวลาของการตรวจสอบเหล่านี้ รวมถึงการดูว่าเราต้องเข้มงวดกับมันเพียงไรจำต้องอาศัยการจัดการอย่างพิถีพิถัน (ฮาวกินส์, 2552)

แนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ ทำได้หลายรูปแบบ อาทิ

1. การร่วมมือกับธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญต่างกัน (Business Networking) เช่น กรณี รายการ SME ดีแตก ที่เป็นความร่วมมือกับบริษัทผลิตเกมโชว์กับธนาคารกสิกรไทย วิธีการนี้เสมือน การติดต่อพันธุกรรม ร่วมเอา DNA ข้อดีของแต่ละฝ่ายมาสนับสนุนกัน จนเกิดเป็นสินค้าและบริการ ที่ใหม่ แตกต่าง และสร้างสรรค์ 2. กลยุทธ์น่านน้ำสีฟ้า (Blue Ocean Strategy) เป็น แนวคิด ที่ มา จาก นักวิชาการสองคนชื่อ W. Chan Kim และ Renee Mauborgne ผู้ซึ่งค้นพบแนวคิดในการ



หารูปแบบของสินค้าและบริการ ใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงตลาดเดิมที่มีการแข่งขันสูง ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในการหาตลาดใหม่ไว้ คู่แข่งขัน โดยใช้กลยุทธ์ที่น่าสับสนอย่างตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ เช่น ไวน์ Yellow Tail, Body Shop, circus du soleil, Nintendo Wii และ ฟาร์มโชคชัย 3. วิธีคิดแบบนอกกรอบ และไม่ยึดติดรูปแบบเดิม (Lateral Thinking) เช่น การมองประโยชน์ ของที่หนีบกระดาษ ทำหน้า หรือเป็นได้มากกว่าที่หนีบกระดาษ (ผลปรากฏว่ามีผู้บอกประโยชน์ได้ มากกว่า 40 อย่างในใช้เรียนหนึ่ง) การมองนอกกรอบทำให้เราได้สินค้าใหม่ ๆ อาทิ หัวชุดเจาะแบบ รากบัว ที่รีดผ้าไอน้ำแบบไม่ใช้กระดานรีด เป็นต้น 4. แนวคิด การมีส่วนร่วม ต่อ สังคม และ สิ่งแวดล้อมขององค์กร(Cooperate Social Responsibility) เมื่อธุรกิจมองแนวทางการผลิตสินค้าและบริการกว้างขึ้นกว่าแค่สร้างกำไรให้กับ องค์กร โอกาสใหม่ๆทางธุรกิจที่ธุรกิจก็จะกว้างขึ้นตาม การพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆเชิง สร้างสรรค์เพื่อสังคมและ สิ่งแวดล้อมจึงเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน เช่น วัสดุก่อสร้างประหยัด พลังงาน รถยนต์ พลังงานทางเลือก และซากอัตรโนมิติเพื่อผู้พิการ 5. การผสมผสาน ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์(Arts Culture and History) ก็เป็นอีก แนวทางหนึ่งในการน าคุณค่าด้านจิต

วิญญาณและความเชื่อ มาสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและ บริการได้ด้วยอย่างเช่น ตลาดน้ำร้อยปีมีผู้หลงไหลท่องเที่ยวจำนวนมากมาก ด้วยความเป็น เอกลักษณะมีประวัติความเป็นมา และคุณค่าเชิงวัฒนธรรม การลงทุนก็ใช้เงินเพียงน้อยนิดหาก เทียบกับการลงทุนของห้างสรรพสินค้าดังๆ 6. การน าเทคโนโลยีมาสนับสนุน สินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ เป็นอีกแนวทางหนึ่งใน บางครั้งอาจไม่ต้องลงทุนมากแต่สามารถสร้างประสบการณ์และความแตกต่างของสินค้าได้เป็น อย่างดีเช่น พิพิธภัณฑ์ที่นำระบบสื่อดิจิทัลเข้ามาผสมผสาน ห้องสมุดTCDC และหุ่นยนต์น้องดินสอ เป็นต้น (วราภรณ์ สามโกเศศ , 2553)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการนั้น ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของชุมชนต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้บางส่วน ดังต่อไปนี้

การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกล้านนา เพื่อศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวนานาชาติสำหรับ SMEs ในภาคเหนือตอนบน ศึกษาพฤติกรรมและการเลือกซื้อของที่ระลึกของ SMEs ของนักท่องเที่ยว



นานาชาติ วิเคราะห์และพัฒนารูปแบบสินค้าของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวนานาชาติ ผลการวิจัยพบว่าสินค้าของที่ระลึกที่มีจำหน่ายตามแหล่งท่องเที่ยววันมีกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นคนไทยและชาวต่างประเทศ ซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีรสนิยม ความชอบ ความพึงพอใจในสินค้าแตกต่างกัน ส่วนหนึ่งเกินจากพื้นฐานครอบครัว สังคม วัฒนธรรม ความเชื่อและค่านิยมที่ไม่เหมือนกัน จึงส่งผลให้สินค้าที่ความต้องการซื้อมีความแตกต่างกันดังนั้นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวจึงเป็นประเด็นสำคัญในการทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อมากขึ้น (คมสันต์ สุริยะ, 2550)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เมื่อสังเกตและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหลักครบแล้ว ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมาตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) คือแหล่งที่มาของข้อมูลในประเภทของสินค้าทำมีประเภทต่าง ๆ พร้อม

ศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยเพิ่มเติม การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่เช่นวิธีการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ หมายถึง ถ้าข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ (สุภาวงศ์ จันทวานิช 2552)

2. วิเคราะห์เนื้อหา ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยถอดบทสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการ และจำแนกตามแนวคิดด้านการประกอบธุรกิจ และกระบวนการสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และจำแนกข้อมูลเป็นหมวดหมู่ และสิ่งที่ค้นพบ

3. วิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล เพื่อวิเคราะห์ และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ตีความ และสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เห็น

4. สรุปผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบของการพรรณนาความดังประเด็นต่อไปนี ที่มาของการทำธุรกิจ ลักษณะของผู้ประกอบการ กระบวนการสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ อุปสรรคในการทำธุรกิจความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ



ผลการวิจัย

ในการศึกษากระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าทำมือของผู้ประกอบการในตลาดซีเคด้า อำเภอหัวหิน ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลแบบ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกต โดยมีการตั้งแนวคำถาม ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปผลวิจัยได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์สินค้าทำมือในตลาดซีเคด้า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าทำมือมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ จากความสนใจในตัวสินค้าทั้งของเล่น ของสะสม ของตกแต่งบ้าน หรือ งานอดิเรก และเพิ่มมูลค่าโดยการนำสิ่งที่สนใจมาสร้างรายได้ให้กับตนเอง ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ประกอบการขายสินค้าในตลาดซีเคด้า จำนวน 10 ร้าน ซึ่งแต่ละร้านจะเป็นสินค้าต่างประเภทกัน และสามารถจำแนกประเภทร้านได้ดังนี้

เครื่องประดับ ได้แก่ ร้านกำไลข้อมือ จากหนังแท้ ร้านนาฬิกาสายหนัง

ของตกแต่งบ้าน ได้แก่ ร้านกระถางไม้ Handmade ร้านหมอนอิงพิมพ์ลายอาหารไทย

ของเล่นของสะสม ได้แก่ ร้านรถของเล่นไม้ ร้านงานประดิษฐ์ D.I.Y ปืนไม้ ร้านตุ๊กตาสุนัขปั้นขนาดเล็กในขวดโหลของใช้ใน

ชีวิตประจำวัน ได้แก่ ร้าน กระเป๋า กล้วยไทยจากยางพารา ร้านกระเป๋าตากล้องไม้ก๊อก เสื่อยัดจากงานวาดเส้น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สินค้าทำมือของผู้ประกอบการในตลาดซีเคด้า อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์ ด้วยการใช้วิจัยเชิงคุณภาพ ในครั้งนี้สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

สินค้าทำมือหรือที่บุคคลทั่วไปรู้จักกันในชื่อสินค้า handmade ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจประเภทสินค้าทำมือได้มีการเจริญเติบโตขึ้นเป็นอย่างมากอาจจะเป็นเพราะด้วยความที่สินค้าทำมือซึ่งมีลักษณะโดดเด่นมีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครซึ่งนั่นก็คือการนำความชอบหรือของสะสมมาประยุกต์ดัดแปลงเพื่อทำให้เป็นสินค้าจนสามารถนำไปประกอบเป็นธุรกิจได้ เมื่อผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด พบว่าปัจจัยที่มีความโดดเด่นมากที่สุดคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความโดดเด่นและสภาพแวดล้อมในการแข่งขันทางการตลาดเนื่องจากสินค้ามีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร ทำให้มีคู่แข่งชั้นมีน้อย ทำให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่ในตลาดได้อย่างยั่งยืน อัน



เนื่องมาจากการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผู้ประกอบการมีกระบวนการคิดสร้างสรรค์ดังนี้
1.) แรงแบบดั้งเดิมซึ่งมาจากความชอบส่วนตัว, งานอดิเรก, ทำให้ต้องมีการศึกษา ค้นคว้าเพื่อนำแนวคิดต่างๆมาพัฒนาเพื่อสร้างสินค้าแบบใหม่ๆ 2.) การสร้างสินค้าจากแนวคิดของสิ่งที่สนใจ 3.) ทดสอบตลาดของสินค้าทำมือ โดยการนำสินค้าออกมาขาย และวิเคราะห์, ตอบรับและฟังความคิดเห็นผู้บริโภค เมื่อผู้ตอบรับที่ดี ผู้ประกอบการก็มีการเพิ่มจำนวนสินค้าให้มากขึ้น ตามความต้องการผู้บริโภค 4.) ปรับเปลี่ยนสินค้าตามความต้องการของผู้บริโภคแต่ยังคงเอกลักษณ์ของสินค้า และสร้างความหลากหลายในตัวสินค้า 5.) การสร้างความโดดเด่นจากเอกลักษณ์เดิม แต่จะมีการเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้ต่างจากเดิมอย่างเห็นได้ชัด ถ้าผู้ประกอบการด้านสินค้าทำมือต้องการสร้างความโดดเด่นของตัวสินค้า ควรจะดำเนินการตามขั้นตอนดังกล่าว ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ในด้านต่างๆ

- 1. ความสามารถในการอธิบายรายละเอียดของกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ สินค้าทำมือมีรายละเอียด

ค่อนข้างมาก จำเป็นต้องนำผู้ที่มีความรู้โดยตรงมาอธิบาย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้นและตรงประเด็นที่สุด

- 2. ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาสินค้าต่อไป ด้วยการสร้างแรงบันดาลใจใหม่ๆให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ และทำให้ดีที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1. ในการศึกษาครั้งต่อไป ผู้วิจัยควรศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มขึ้น รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง การติดตามข้อมูลข่าวสารให้ทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อจะได้ข้อเท็จจริง
- 2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างอาจน้อยเกินไป ครอบคลุมถึงช่วงเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ที่สามารถรวบรวมข้อมูลได้ ซึ่งมีผลกระทบต่อการวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรง

บรรณานุกรม

เกียรตินาคินทร์, ศ. (2553) **ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative Capital for Creative Economy.** กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม
 The 1st National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

คมสันต์ สุริยะ (2550) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
 ของที่ระลึกล้านนา (ทุนอุดหนุนการ
 วิจัยสำนักงานคณะกรรมการการวิจัย
 แห่งชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์ (2546) ความคิด
 สร้างสรรค์ Creative Thinking พิมพ์
 ครั้งที่1 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย

ปีเตอร์ ฟิคส์ (2555) ไอเดียอัจฉริยะแปลมา
 จากcreative Genius แปลโดย วัฒนา
 มานะวิบูลย์ กรุงเทพเนชั่นบุ๊คส์2555
 พิมพ์ครั้งแรก มิถุนายน2555

เพ็ญนิดา ไชยสายัณห์ (2556) ความคิด
 สร้างสรรค์ (creative Thinking)
 นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ
 พิเศษ ศูนย์อนามัยที่6 ขอนแก่น

วรากรณ์ สามโกเศศ (2553) เอกสาร
 ประกอบการบรรยาย เศรษฐกิจ
 สร้างสรรค์จันทบุรี , 7 พฤษภาคม
 2553 จัดพิมพ์โดยสำนักงานคลัง
 จังหวัดจันทบุรี

สวเรศ เกตุสุวรรณ(2543) ไม้เิงการออกแบบ
 ผลิตภัณฑ์ ,(กรุงเทพมหานคร:
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

สุภางค์ จันทวานิช (2552) การวิเคราะห์
 ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

(พิมพ์ครั้งที่9) กรุงเทพมหานคร
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย

ฮาวกินส์,จอห์น (2552) เศรษฐกิจ
 สร้างสรรค์: เขามั่งคั่งจากความคิด
 กันอย่างไร แปลจาก The Creative
 Economy: How People Make
 Money Form Ideas by John
 Howkins แปลโดย คุณกร วาณิชชย์
 วิรุฬห์ กรุงเทพ อมรินทร์พริ้นติ้ง
 แอนด์พับลิชชิ่ง

John Howkins (2001) "The creative
 Economy: How people make
 money from ideas

.Torrance, E.P. and R.E. Myers. (1962).
 Creative Learning and Teaching.
 New York : Good,Mead and
 Company.

Wallas,G (1962) The Art of Thought. New
 Youk: Harcourt Brace C.

บริษัทศศิอำไพลิเชอร์ปิซิเนสจำกัด (2559)
 ข้อมูลตลาดช็อคเคต้า ค้นเมื่อวันที่ 20
 กุมภาพันธ์ 2559 จาก
<http://www.sadoodta.com/info/cicada-market>