

ปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลต่อความหุนตัวในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชน

บุญทริกา เอี่ยมคงศรี

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยากับความหุนตัวในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชน โดย 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในงาน สื่อสารมวลชน และบุคลิกภาพ กับความหุนตัวในภาวะวิกฤต ของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชน 2) ศึกษาความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชนและบุคลิกภาพ ที่ส่งผลต่อ ความหุนตัวในภาวะวิกฤต ของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชน

ประชากรเป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จำนวน 1,430 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ เป็นเจ้าหน้าที่สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 จำนวน 313 คน ที่ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) จากประชากร เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล แบบวัดปัจจัยทางจิตวิทยา 3 ฉบับ คือ แบบวัดความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชน แบบวัดความผูกพันต่อองค์กร และแบบวัดบุคลิกภาพ ส่วนแบบวัดตัวแปรตามคือแบบวัดความหุนตัวในภาวะวิกฤต สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชน ความผูกพันต่อองค์กร และบุคลิกภาพแบบเอ มีความสัมพันธ์กับความหุนตัวในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชน ความผูกพันต่อองค์กร และบุคลิกภาพแบบบีกับความหุนตัวในภาวะวิกฤต พบว่าปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชน และความผูกพันต่อองค์กร มีความสัมพันธ์กับความหุนตัวในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชนที่มีบุคลิกภาพแบบบีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยาบุคลิกภาพแบบบีไม่พบว่ามีสัมพันธ์กับความหุนตัวในภาวะวิกฤต

2. ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชน และบุคลิกภาพแบบเอ ส่งผลต่อความหุนตัวในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชนที่มีบุคลิกภาพแบบเอ ซึ่งปัจจัยทางจิตวิทยาดังกล่าว สามารถร่วมกันพยากรณ์ความหุนตัวในภาวะวิกฤตได้ร้อยละ 65.1 ส่วนปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความผูกพันต่อองค์กร ส่งผลต่อความหุนตัวในภาวะวิกฤตของเจ้าหน้าที่สื่อสารมวลชนที่มีบุคลิกภาพแบบบี ได้ร้อยละ 65.3

คำสำคัญ: ความหุนตัวในภาวะวิกฤต ปัจจัยทางจิตวิทยา : ความพึงพอใจในงานสื่อสารมวลชน ความผูกพันต่อองค์กร บุคลิกภาพ