

ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน
อย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง



ปริญญาานิพนธ์
ของ
แพรพิมพ์ สีลวานิช

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์
พฤษภาคม 2559

ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน
อย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

พฤษภาคม 2559

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน
อย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์
พฤษภาคม 2559

แพรพิมพ์ สีลาวานิช. (2559). ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม
การทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง.
ปริญญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชุดา
กิจธรรม

การวิจัยสหสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) เปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน 2) ศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะและปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง 3) ศึกษาอำนาจในการทำนายของกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะและกลุ่มปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงของพนักงานระดับปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จำนวน 369 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ ใช้การเก็บแบบสอบถามเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับทั้งหมด 7 ตอนที่มีความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .71 ถึง .88 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา วิเคราะห์ค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว วิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทาง และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย 2) มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนกับการมีแบบอย่างในการทำงานในกลุ่มพนักงานฝ่ายผลิตเพลง 3) มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจริยธรรมสื่อมวลชนกับสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารในกลุ่มเพศชาย และ 4) กลุ่มปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และกลุ่มสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้ร้อยละ 48.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

PSYCHOLOGICAL AND WORK ENVIRONMENT FACTORS RELATED
TO THE RESPONSIBLE WORK BEHAVIOR OF BEHIND-THE-SCENES
ENTERTAINMENT INDUSTRY EMPLOYEES



Presented in Partial Fulfillment of the Requirement of the
Master of Science Degree in Applied Behavioral Science Research
at Srinakharinwirot University
November 2016

Praepim Silavanich. (2016). *Psychological and work environment factors related to the responsible work behavior of behind-the-scenes entertainment industry employees*. Master's thesis M.Sc. (Applied Behavioral Science Research). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Asst. Prof. Dr.Vichuda Kijtorntam.

The purposes of this comparative correlational research were to 1) compare the responsible work behavior of behind-the-scenes entertainment employees with varied work experience and different job positions; 2) to study the interaction and effects of psychological characteristics and work situations on responsible work behavior; and 3) to predict the responsible work behavior in terms of the psychological characteristics and work situations of behind-the-scenes entertainment employees. The samples included three hundred and sixty nine behind-the-scenes entertainment employees, which was derived from stratified random sampling. The data were collected through seven questionnaires with a six-point rating scale, with reliability of .71 to .88. The data was analyzed descriptive statistics, t-test, two-ways analysis of variance and hierarchical multiple regression.

The research results were as follows 1) highly-experienced employees had more responsible work behaviors than less-experienced employees; 2) the interaction between future orientation and self control and role models at work affected the level of responsibility, work behaviors in a group of music producers; 3) the interaction between media ethics and sense of communication affected responsible work behaviors in groups of male employees; 4) the psychological characteristics (positive attitudes towards responsible work behavior, future orientation and self control and media ethics) and work situations (sense of communication, work socialization and role model at work) could predict the level of responsibility in the work behavior of behind-the-scenes entertainment employees, at 48.5%, with a statistically significant level of .05

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย
จาก
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ



ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์เล่มนี้จะประสบความสำเร็จได้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิชุดา กิจธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ ในการให้คำแนะนำ การให้ข้อคิดเห็นในการทำปริญญานิพนธ์ทุกขั้นตอนด้วยความปรารถนาดีและให้ความเอาใจใส่แก่ผู้วิจัยตลอดมา

รวมทั้งขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศรา พึ่งโพธิ์สม อาจารย์ ดร.ปิยรัฐ ธรรมพิทักษ์ อาจารย์ ดร. ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ และอาจารย์ บรรยงค์ สุวรรณผ่อง ที่ได้กรุณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย คอยให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ดร.ตรีทิพ บุญแยม และอาจารย์ ดร.ฐาศุภร์ จันประเสริฐ ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานและกรรมการสอบปากเปล่า ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ในการนำไปปรับปรุงแก้ไขที่ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณไว้เป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ ขอขอบพระคุณคณาจารย์สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ทุกท่าน ที่คอยอบรมสั่งสอนวิชาความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมศาสตร์ คอยเสริมสร้างจรรยาบรรณการเป็นนักวิจัยที่ดีให้กับผู้วิจัย และบุคลากรของสถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ทุกท่านที่คอยอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เป็นอย่างดีตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยศึกษาอยู่

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อนนิสิตปริญญาโท สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ รุ่น 12 พี่ๆ น้องๆ ปริญญาโททุกรุ่น รุ่นพี่ปริญญาโทควบเอก และรุ่นพี่ปริญญาเอกที่คอยสร้างเสียงหัวเราะ สร้างกำลังใจในเวลาที่ย่ำแย่ท้อแท้และหมดหวัง

ความดีใดๆ อันเกิดจากปริญญานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่...สองพนักงานปฏิบัติการ เบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่สร้างแรงบันดาลใจสำคัญในการจุดประกายความสนใจในด้านการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของการเป็นพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

แพรฟิมพ์ สีลวานิช

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย	1
ความมุ่งหมายของงานวิจัย	4
ความสำคัญของงานวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ส่วนที่ 1 องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนและธุรกิจบันเทิง	7
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการ เบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	23
ส่วนที่ 3 ปัจจัยจิตลักษณะกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของ พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	28
ส่วนที่ 4 สภาพแวดล้อมในงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	41
ส่วนที่ 5 ลักษณะทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	55
ส่วนที่ 6 กรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย	60
3 วิธีดำเนินการวิจัย	63
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	63
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64
การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง	70
การเก็บรวบรวมข้อมูล	70
การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	71
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	72
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	73
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง	73
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน	77

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	95
สรุปผลการวิจัย	97
สรุปและอภิปรายผลผลตามสมมติฐาน	97
ข้อเสนอแนะเพื่อการปฏิบัติ	108
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	109
บรรณานุกรม	110
ภาคผนวก	119
ภาคผนวก ก	120
ภาคผนวก ข	131
ภาคผนวก ค	133
ภาคผนวก ง	138
ประวัติย่อผู้วิจัย	140

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ยุคของความบันเทิงก่อนหน้าการกำเนิดสื่อมวลชน	17
2 เส้นทางพัฒนาการของอุตสาหกรรมบันเทิงร่วมสมัย	18
3 การเปรียบเทียบวัฒนธรรมบันเทิง 3 ประเภท	20
4 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	64
5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่จำแนกตามลักษณะทางชีวสังคม	74
6 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา	75
7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มต่ำกลุ่มสูงที่จำแนกตามปัจจัยจิตลักษณะและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน	76
8 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน	77
9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามคู่ตัวแปรเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน	79
10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย	80
11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามตัวแปรลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงาน	82
12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จำแนกตามตัวแปรลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ..	83
13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานในกลุ่มฝ่ายผลิตเพลง	84
14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงเมื่อพิจารณาตามตัวแปรจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	87

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของ พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จำแนกตามตัวแปรจริยธรรม สื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย	88
16 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของ พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามจริยธรรม สื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารในกลุ่มเพศชาย	89
17 ข้อมูลเบื้องต้นในการทดสอบตามเงื่อนไข Multiple Regression	92
18 ผลการเปรียบเทียบปริมาณทำนายที่เพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการทำงานอย่างม ความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงด้วยชุด ทำนายปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย	93
19 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อ พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	134
20 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	134
21 ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	135
22 ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน	135
23 ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	136
24 ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน	136
25 ค่าอำนาจจำแนกแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน	137

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แผนผังการแสดงระดับเรื่องการสื่อสาร	9
2 ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจกับความบันเทิง	22
3 แบบจำลองการสื่อสารของเบอร์โล	44
4 แบบการสื่อสารของซิงกูล่า	45
5 กรอบแนวคิดการวิจัย	61
6 ปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมี แบบอย่างในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในฝ่ายผลิตเพลง	85
7 ปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการ สื่อสารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ในเพศชาย	90
8 ปฏิสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมี แบบอย่างในการทำงาน	101
9 ปฏิสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการ สื่อสาร	103
10 ผลการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	107

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของงานวิจัย

สังคมยุคปัจจุบันบทบาทของสื่อธุรกิจบันเทิงถือเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมอย่างมาก ในกระบวนการของการเป็นสื่อกลางการสื่อสารและการผลิตความบันเทิงรูปแบบต่างๆ สื่อบันเทิงจะแฝงไปด้วยการมีความรู้ความเป็นสาระอยู่ในตัวของชิ้นงานที่เสนอต่อบุคคลเสมอ ส่วนใหญ่สื่อธุรกิจบันเทิงจะอยู่ในรูปแบบของสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่อเพลง ที่สามารถจะกระจายเข้าสู่ตัวบุคคลได้ทุกระดับ ทุกเพศและทุกวัย (มาริษา สก๊อต. 2548: 1)

เมื่อกล่าวถึง “ความบันเทิง” เชื่อได้ว่าทุกคนจะนึกถึง ละคร ภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความสุข ความเพลิดเพลิน ความจรรโลงใจต่างๆ เพื่อผ่อนคลายความเครียดที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเรา แต่เมื่อการใช้ชีวิตประจำวันของตัวบุคคลประกอบไปด้วยปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาอย่างมากมาย ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาที่รุ่มร่ากันเข้ามาอย่างไม่ขาดสาย ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเมื่อเราประสบพบเจอกับปัญหาต่างๆ มากมายเข้ามาในแต่ละวัน ทุกคนย่อมมองหาสิ่งที่จะช่วยสร้างความบันเทิงต่อจิตใจและร่างกายเพื่อให้เกิดความผ่อนคลาย เมื่อใดที่สื่อบันเทิงเริ่มก้าวเข้ามาสู่ในภาวะที่มากจนเกินไป นั้นหมายถึงความเสื่อมสลายไปของสาระและความรู้ที่เป็นข้อเท็จจริง ความเป็นเหตุเป็นผลจะถูกกลบเกลื่อนไปด้วยความบันเทิง การที่สื่อจะเอาความรู้จริงไปสู่ประชาชนกลับถูกปิดกั้นจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในผลประโยชน์ (ก้องหมิง. 2549: ออนไลน์)

สื่อธุรกิจบันเทิงในประเทศไทยนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ในปีพ.ศ. 2555 คิดเป็นร้อยละ 1.24 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) มีการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยในปี 2556-2560 ร้อยละ 8.7 และมีมูลค่าทางการตลาดมากกว่า 229,445 ล้านบาท เมื่อพิจารณาแยกกลุ่มอุตสาหกรรมพบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุด คือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ อุตสาหกรรมดนตรี และในส่วนของกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการตลาดสูงสุด คือ อุตสาหกรรมแพร่ภาพและกระจายเสียง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ (การนิคมอุตสาหกรรม. 2557) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2557) ได้คาดการณ์ว่า สื่อธุรกิจบันเทิงในประเทศไทยที่ประกอบไปด้วยการแพร่ภาพและการกระจายเสียง ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ มีแนวโน้มที่จะขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการผลิตและแพร่ภาพกระจายเสียงทางโทรทัศน์ที่ได้รับปัจจัยเกื้อหนุนจากการก้าวเข้าสู่ยุคของทีวีดิจิตอล โดยจะส่งผลให้การตลาดที่ผลิตรายการโทรทัศน์มีมูลค่า 32,690-33,260 ล้านบาทและมีการขยายตัวถึงร้อยละ 14 - 16 จากปี 2556 แม้ว่ามูลค่าการตลาดของสื่อธุรกิจบันเทิงยังมีข้อจำกัดอยู่ที่การบริโภคภายในประเทศเป็นหลัก ในขณะที่ตัวกันนั้นสื่อธุรกิจบันเทิงไทยก็ได้รับกระแสการตอบรับที่ดีในต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนและประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งทั้งงานละคร

งานภาพยนตร์ และนักแสดงไทยต่างก็ได้รับกระแสนิยมเป็นอย่างดี การส่งออกด้านสื่อและความบันเทิงไทยไปยังประเทศจีนและประเทศในกลุ่มอาเซียนจึงยังมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีอย่างต่อเนื่อง ด้วยปัจจัยหนุนด้านความคล้อยคลึงทางวัฒนธรรม การเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติมากขึ้นของประเทศต่างๆ รวมไปถึงการพัฒนาเทคโนโลยีในการรับชมความบันเทิงผ่านระบบปฏิบัติการที่มีความหลากหลาย ผู้ประกอบการสื่อธุรกิจบันเทิงไทยสามารถสร้างรายได้ในรูปแบบของการขายเนื้อหาที่เสนอต่อผู้บริโภคและการรับผลิตรายการบันเทิง นอกจากนี้จะสร้างรายได้ที่เป็นเม็ดเงินเข้าสู่ประเทศแล้ว การเผยแพร่สื่อบันเทิงไทยในต่างประเทศสามารถเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย และยังมีข้อมูลรายงานจากโครงการศึกษาความเหมาะสมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมสื่อธุรกิจบันเทิง โดยนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ร่วมกับบริษัท ปัญญา คอนซัลแตนท์ จำกัด มีมูลค่าการตลาดมากกว่า 151,558 ล้านบาท

“สื่อบันเทิง” มักถูกมองว่า “ไร้สาระ” และไม่ได้รับความสนใจในแวดวงวิชาการ ทั้งๆ ที่บุคคลทั่วไปมีความชื่นชอบ ความเป็นมหาอำนาจของสื่อบันเทิงที่มีการขับเคลื่อนธุรกิจขนาดใหญ่ และเคลื่อนไหวความเป็นไปของความรู้สึคนึกคิดในสังคม ความบันเทิงในสังคมสมัยใหม่ คือ การสร้างสรรค์และผลิตความบันเทิงอย่างเป็นอุตสาหกรรม โดยที่ยุคก่อนอุตสาหกรรมนั้น การผลิตและสร้างสรรค์ความบันเทิงมักเป็นปัจเจกบุคคลหรือคนกลุ่มเล็กๆ (เรียกว่าศิลปิน) การเกิดแรงบันดาลใจทางศิลปะในการสร้างความเพลิดเพลินหรือเป็นกิจกรรมที่ชุมชนจะกระทำตามธรรมเนียมประเพณีที่เคยสืบทอดกันมา เช่น เพลงเกี่ยวข้าว เพลงเรือ เป็นต้น โดยเป้าหมายของกิจกรรมดังกล่าวก็เป็นไปด้วยความรื่นเริง สร้างความสามัคคีในชุมชน ประกอบพิธีกรรม ในส่วนของวิธีการดำเนินกิจกรรมนั้นมีลักษณะเป็นไปเองตามความสมัครใจไม่เข้มงวดมากถือเป็นการผลิตวัฒนธรรมอีกสังคมหนึ่ง แต่ทว่าในยุคอุตสาหกรรมนี้ที่เราเริ่มรู้จักกับอุตสาหกรรมความบันเทิง (Entertainment Industry) ที่มักหมายถึงอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง เริ่มตั้งแต่ภาพยนตร์ เพลง แผ่นเสียง เทป รายการวิทยุและโทรทัศน์ ที่มีเป้าหมายชัดเจนว่าเป็นสื่อบันเทิงที่สร้างความบันเทิงใจ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. 2545) นอกจากนี้สื่อธุรกิจบันเทิงยังไม่ได้รับความสนใจในเชิงการวิจัยมากนัก อาจเนื่องมาจากความยากในการเข้าถึงสิ่งที่จะศึกษา กล่าวคือ วิธีการที่ใช้ในการศึกษาองค์กรผู้ผลิตคงหลีกเลี่ยงไม่ได้กับการเข้าถึงบุคลากรในองค์กร แต่สภาพแห่งความเป็นจริงคืองานของสื่อบันเทิงนั้นเป็นงานที่ต้องแข่งขันกับเวลาอย่างมาก เช่น ชาวจะต้องทันเวลา ละครโทรทัศน์ต้องออกทุกคืน เรียกกันว่าเป็นวัฒนธรรมนาฬิกา (Clock-Culture) ดังนั้นจึงเป็นการยากในการทำวิจัยเกี่ยวกับองค์กรผู้ผลิตสื่อบันเทิง และการสร้างกำแพงป้องกันตัวเองของสื่อบันเทิงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งของความยากลำบากในการเข้าถึงนักสื่อบันเทิงเพื่อทำการศึกษาค้นคว้า คือ การที่สื่อบันเทิงมักสร้างกำแพงป้องกันตัวเองไม่ค่อยเปิดตัวให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ (โดยเฉพาะจากสถาบันวิชาการ) เนื่องจากการทำงานของสื่อนั้นต้องอาศัยรากฐานของความน่าเชื่อถือและการยอมรับจากประชาชนเป็นสำคัญ ดังนั้นแม้ว่าอาจจะมีความสนใจศึกษาเรื่ององค์กรผู้ผลิตสื่อบันเทิง แต่ก็ยังติดขัดอยู่ตรงที่ขาดทฤษฎีที่จะช่วยในการศึกษา (กาญจนา แก้วเทพ. 2547)

นอกจากนี้สื่อธุรกิจบันเทิงยังมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารไปสู่ประชาชน โดยข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นสามารถสร้างผลกระทบต่อความรู้ เจตคติ และพฤติกรรมของผู้นับสาร ตั้งแต่ปัจเจกบุคคลจนไปถึงการสร้างมติสาธารณะในระดับสังคม ในการดำเนินการด้านสื่อธุรกิจบันเทิงมีเงื่อนไขมากมายที่เข้ามามีส่วนกำกับหน้าที่ทั้งจริยธรรมวิชาชีพ ค่านิยมของผู้ชม ผู้ฟัง ผลประโยชน์ทางธุรกิจ และอื่นๆ หากองค์กรคำนึงถึงผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือผลประโยชน์อื่นๆ มากจนเกินไป การคำนึงถึงด้านจริยธรรมสื่อมวลชนในการประกอบอาชีพจะถูกลดความสำคัญลงด้วยเช่นกัน (สมสุข หินวิมาน และคณะ. 2557: 537) ท้ายที่สุดแล้วความรับผิดชอบในการทำงานของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจึงเป็นเรื่องที่ควรได้รับการพัฒนาอีกประการหนึ่ง เพราะการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในสื่อธุรกิจบันเทิงนั้นเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญและมีความจำเป็นอย่างมากในตัวของพนักงานระดับปฏิบัติการ เนื่องจากพนักงานที่มีการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ เมื่อต้องทำงานในตำแหน่งหรือหน้าที่ใดๆ ก็สามารถทำงานนั้นได้สำเร็จ มีความน่าเชื่อถือในงานและนำไปสู่ความสำเร็จในการทำงาน ดังนั้นการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและควรได้รับการพัฒนาเพื่อส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงาน การปฏิบัติตามบทบาทหน้าที่ต่อไป

การมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบหรือไม่นั้นได้ถูกอธิบายด้วยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวแปรภายในบุคคลหรือลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย การรับรู้ ทักษะ เจตคติ และตัวแปรภายนอกบุคคลหรือสภาพแวดล้อมในการทำงานประกอบด้วย สภาพแวดล้อมระดับใกล้ เช่น การทำงานของหัวหน้างาน ปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ลักษณะของงานที่ได้รับมอบหมาย สภาพแวดล้อมระดับกลาง เช่น ปรัชญา เป้าหมายขององค์กร สภาพแวดล้อมระดับไกล เช่น การแข่งขันในการตลาดของสังคม ระบบการเมืองและเศรษฐกิจในสังคม เป็นต้น (Albanese. 1981: 204) จากการศึกษางานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง พบว่างานวิจัยของมาริซา สก็อต (2548) ได้ศึกษาเรื่องจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญในการเกิดพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน คือ เจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน จากงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมาเป็นการศึกษาพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวเมื่อ 10 ปีก่อนจะมีความแตกต่างกับปัจจุบัน เนื่องจากช่องทางการรับชมรายการโทรทัศน์จะอยู่ในบริบทของฟรีทีวีและทีวีดาวเทียม แต่ในปัจจุบันวิวัฒนาการด้านการพัฒนาสื่อโทรทัศน์ได้มีมากขึ้นในบริบทของฟรีทีวี ทีวีดาวเทียม และทีวีดิจิตอลเพิ่มเข้ามาอีกด้วย ดังนั้นจึงควรมีการต่อยอดจากการวิจัยในอดีตกับสื่อธุรกิจแบบฟรีทีวี ทีวีดาวเทียม และทีวีดิจิตอล ทั้งนี้เพื่อให้มีความสมบูรณ์ในการศึกษาพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ด้วยสาเหตุข้างต้นที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาถึงปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงว่ามีปัจจัยใดบ้างที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน

อย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในพนักงานฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ พนักงานฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และพนักงานฝ่ายผลิตเพลง ทั้งปัจจัยจิตลักษณะและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานโดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังของสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ เนื่องจากบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่จะมีโครงสร้างองค์กรและโครงสร้างของการบริหารจัดการในระบบของพนักงานที่ชัดเจน การดำเนินการในการบริหารจัดการอย่างมีแบบแผน มีการฝึกอบรมของพนักงานได้อย่างชัดเจน และผลในการศึกษาครั้งนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาและแก้ไขพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบอาจจะไม่ใช่เพียงแค่พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่จะเป็นประโยชน์ให้กับพนักงานระดับปฏิบัติการหรือระดับผู้บริหารในองค์กรที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับสื่อธุรกิจบันเทิงต่อไป

ความมุ่งหมายของงานวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของกลุ่มตัวแปรปัจจัยจิตลักษณะและกลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมในงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ผลการวิจัยทราบถึงปัจจัยในตัวบุคคลและสภาพแวดล้อมในองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เพื่อส่งเสริมและพัฒนาความสามารถในการเสริมสร้างพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในกลุ่มพนักงานได้อย่างเหมาะสม
2. ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานบุคคล องค์กร และการพัฒนาบุคคล เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพิจารณารับพนักงานระดับปฏิบัติการต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ 3 บริษัท โดยพิจารณาจากขนาดของทุนในการประกอบการ ขนาดของรายได้และกำไร ขนาดของผลผลิต และขนาดของพนักงานในบริษัท (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547: 184) ในฝ่ายผลิตรายการ

โทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง จำนวน 2,000 คน (ข้อมูลประชากรจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลวันศุกร์ที่ 9 ตุลาคม 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ 3 บริษัทที่ปฏิบัติการอยู่ในฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง จำนวน 400 คน ได้จากวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Proportion Stratified Random Sampling)

ขอบเขตด้านตัวแปร

1. ตัวแปรอิสระ แบ่งเป็นดังนี้

1.1 ปัจจัยจิตลักษณะ

1.1.1 เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

1.1.2 ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน

1.1.3 จริยธรรมสื่อมวลชน

1.2 สภาพแวดล้อมในงาน

1.2.1 สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

1.2.2 การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน

1.2.3 การมีแบบอย่างในการทำงาน

1.3 ลักษณะทางชีวสังคม

1.3.1 เพศ

1.3.2 อายุ

1.3.3 การศึกษา

1.3.4 ประสบการณ์ในการทำงาน

1.3.5 ตำแหน่งงาน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

นิยามศัพท์เฉพาะ

สื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ หมายถึง บริษัทที่ผลิตงานเกี่ยวกับการให้ความบันเทิง เช่น ค่ายเพลง ภาพยนตร์ ละคร รายการโทรทัศน์ คลื่นวิทยุ โดยสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่จะพิจารณาจากขนาดของทุนในการประกอบการ ขนาดของรายได้และกำไร ขนาดของผลผลิต ขนาดของ

พนักงานในบริษัท และเป็นบริษัทธุรกิจบันเทิงที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ มีการขยายกิจการอย่างเติบโตและต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา

พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง หมายถึง บุคลากรระดับปฏิบัติงานในบริษัทสื่อธุรกิจบันเทิงที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศ มีการขยายกิจการอย่างเติบโตอย่างต่อเนื่องอยู่ตลอดเวลา แบ่งออกเป็น 3 ฝ่าย ได้แก่ พนักงานปฏิบัติการฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (สื่อโทรทัศน์) พนักงานปฏิบัติการฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (สื่อวิทยุ) และพนักงานปฏิบัติฝ่ายผลิตเพลง (สื่อเพลง)



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการรวบรวมเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยแบ่งเนื้อหา ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนและธุรกิจบันเทิง

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ส่วนที่ 3 ปัจจัยจิตลักษณะกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ส่วนที่ 4 สภาพแวดล้อมในงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ส่วนที่ 5 ลักษณะทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ส่วนที่ 6 กรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย

จากการรวบรวมและประมวลเอกสารงานวิจัยเพื่อให้ได้นิยามปฏิบัติการของตัวแปรดังกล่าวโดยมีเอกสารในการวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

ส่วนที่ 1 องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนและธุรกิจบันเทิง

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้อธิบายถึงการทำความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับองค์กรผู้ผลิตสื่อและธุรกิจบันเทิง ให้มีความเข้าใจความหมายเดียวกันในบริบทของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

ทันสตัลล์ (Tunstall. 1970: 140-144) นักวิชาการที่มีความสนใจในการศึกษาเรื่ององค์กรผู้ผลิตได้ตั้งข้อสังเกต 2 ประการในยุคก่อนหน้าที่จะมีการศึกษาองค์กรผู้ผลิตว่า เพราะเหตุใดนักวิชาการด้านสื่อมวลชนจึงสนใจที่จะศึกษาแต่เรื่องผลของสื่อ และเพราะเหตุใดนักวิชาการด้านสื่อมวลชนจึงสนใจที่จะศึกษาแต่เรื่องของผู้รับสารทั้ง ๆ ที่หากได้พิจารณาตามขั้นตอนและกระบวนการของการสื่อสารแล้วเรื่องของผู้รับสารและผลที่เกิดขึ้นแต่เป็นบทสรุปของเรื่องมากกว่าการเริ่มต้น เพราะเหตุใดจึงไม่ค่อยมีความสนใจที่จะตอบคำถามว่า เพราะเหตุใดหน้าตาของผลผลิตของสื่อมวลชนจึงออกมาเป็นเช่นนั้น แต่หากมีความสนใจในการตอบคำถามของประการหลังนั้นก็

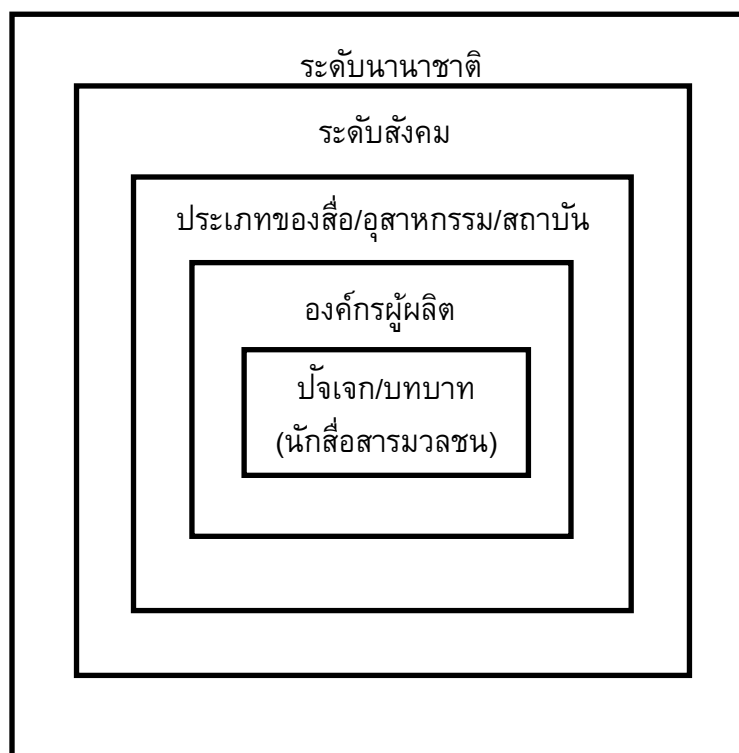
หมายความว่าเราจะต้องศึกษาค้นคว้าตอนต้นของเรื่อง คือ การทำงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อ ดังที่ทันสตอลล์ (Tunstall. 1970) ได้ใช้ความพยายามศึกษาค้นคว้าและพบว่าปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ของผู้ผลิต เช่น เป้าหมายและการจัดองค์กร กระบวนการผลิต ตัวบุคคลที่ทำงาน การฝึกอบรม บุคลากร ฯลฯ ปัจจัยเหล่านี้ต่างทำงานร่วมกันในการป้อนหน้าตาของสื่อออกมา

ต่อมาลาซาร์สเฟลด์ (Lazarsfeld. 1972) ได้ให้คำอธิบายว่า นอกเหนือจากปัจจัยเรื่องการลงทุนของแหล่งเงินทุนแล้ว (การวิจัยในสหรัฐฯ มักจะมีทิศทางที่เป็นไปตามความสนใจของแหล่งเงินทุน เช่น มูลนิธิองค์กรสื่อมวลชน มหาวิทยาลัย รัฐบาล ฯลฯ) สาเหตุที่ทำให้ไม่ค่อยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนนั้นอาจเนื่องมาจาก 1) ความยากง่ายในการเข้าถึงสิ่งที่จะศึกษา วิธีการวิจัยที่จะใช้ศึกษาองค์กรผู้ผลิต วิธีการหนึ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงไม่ได้ คือ การสัมภาษณ์บุคคลภายในองค์กร แต่ในสภาพความเป็นจริง คือ งานของสื่อมวลชนนั้นเป็นงานที่จะต้องแข่งขันกับเวลาอย่างมาก (เช่น ข่าวจะต้องทันเวลา ละครโทรทัศน์ต้องออกทุกคืน ที่เรียกกันว่าเป็นวัฒนธรรมนาฬิกา-Clock Culture) ดังนั้นจึงเป็นความยากของผู้วิจัยในการขอเวลาการทำงานของผู้นปฏิบัติงาน 2) การสร้างกำแพงป้องกันตัวเองของสื่อมวลชน อีกสาเหตุหนึ่งของความยากในการเข้าถึงนักสื่อมวลชนในการศึกษาวิจัย คือ การที่สื่อมวลชนมักสร้างกำแพงป้องกันตัวเองไม่ค่อยเปิดตัวให้มีการวิพากษ์วิจารณ์ (โดยเฉพาะจากสถาบันวิชาการ) เนื่องจากการทำงานของสื่อเหล่านั้นต้องอาศัยรากฐานของความน่าเชื่อถือได้และการยอมรับจากประชาชนเป็นสำคัญ

แมคควอล (Mcquail. 1994) ได้ช่วยสรุปปัจจัยที่เข้ามามีผลต่อการทำงานขององค์กรใช้เป็นกรอบของการค้นคว้าหาคำตอบข้างต้นในแต่ละองค์กรของสื่อมวลชนประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่คือ 1) องค์ประกอบภายในองค์กรแบ่งเป็นระบบย่อยๆ ได้ 3 ระบบ คือ เทคโนโลยี ระบบการบริหารจัดการ และบุคลากร 2) องค์ประกอบแวดล้อมขององค์กร เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนเป็นรูปแบบที่เป็นตัวเป็นตนของสถาบันสื่อมวลชน ซึ่งเป็นสถาบันสังคมย่อยๆ สถาบันหนึ่ง ดังนั้นการทำงานขององค์กรสื่อหนึ่งๆ ต้องเชื่อมโยงอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ระบบบริหารจัดการประกอบด้วย คู่แข่งขันองค์กรด้านข่าวสาร/ข้อมูล ผู้โฆษณา และเจ้าของ เทคโนโลยีประกอบด้วย ด้านการเมืองและกฎหมาย แรงกดดันด้านสังคม/การเมือง สถาบันสังคมต่างๆ และบุคลากรด้านสื่อประกอบด้วย ช่องทางเผยแพร่กระจายข่าวสาร ความสนใจและความต้องการของผู้รับข่าวสาร

ระดับของการวิเคราะห์องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

กาญจนา แก้วเทพ (2547) กล่าวว่า เนื่องจากองค์กรผู้ผลิตสื่อแต่ละองค์กรมีความจำเป็นต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนต่างๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งประเภทขององค์กรสื่อเองยังมียุทธวิธีที่หลากหลาย เช่น บริษัทสร้างภาพยนตร์ เจ้าของโรงหนัง เจ้าของโรงพิมพ์ สำนักพิมพ์ เจ้าของสถานีโทรทัศน์ กลุ่มผู้ผลิตละคร บริษัทผลิตเพลง ฯลฯ ดังนั้นในการวิเคราะห์ องค์กรผู้ผลิต โดยดีมิกซ์และคอยล์ (Dimmick; & Coil. 1882) ได้มีการเสนอให้ผู้วิเคราะห์จัดระดับของการวิเคราะห์ก่อน โดยได้นำเสนอระดับต่างๆ ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แผนผังแสดงระดับวิเคราะห์เรื่องการสื่อสาร กาญจนา แก้วเทพ (2547)

1) ระดับแรก คือ ตัวบุคคลที่ทำงานด้านสื่อ (Mass Communicator) ถึงแม้ว่าปักแจกบุคคลจะต้องเป็นพนักงาน/เจ้าหน้าที่ในองค์กร แต่ว่าพวกเขาสามารถจะมีอิสรเสรีภาพในตัวเองได้ ในการวิเคราะห์จึงถือว่าระดับนี้เป็นระดับแรก เกณฑ์ที่ใช้วิเคราะห์ในระดับปักแจกบุคคลนี้อาจได้แก่ บทบาท ภูมิหลังทางสังคม เจตคติบุคคล เพศ ศาสนา ฯลฯ 2) ระดับสอง คือ องค์กร การวิเคราะห์องค์กรนั้นมีหลายมิติเริ่มตั้งแต่การจัดแบ่งกลุ่ม/แผนกย่อยต่างๆ ภายในองค์กรหนึ่ง ความสัมพันธ์ภายในองค์กร ฯลฯ นอกจากนั้นยังอาจจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรผู้ผลิตนั้นกับองค์กรอื่นๆ หรือกับสถาบันอื่นๆ ในสังคม 3) ประเภทสื่อ/อุตสาหกรรม/สถาบัน มีระดับที่มีการรวมตัวสูงขึ้นมากกว่าระดับองค์กรเององค์กรเดียว เช่น การรวมตัวของสื่อประเภทเดียวกันเป็นสหพันธ์หรือสมาคม รวมทั้งการรวมตัวของสื่ออุตสาหกรรม (เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย) หรือเป็นระดับสถาบัน (เช่น สถาบันหนังสือพิมพ์) เกิดจากการรวมตัวของนักหนังสือพิมพ์จากหลายๆ องค์กร 4) ระดับสังคม ได้แก่ สถาบันที่มีขอบเขตในระดับสังคม เช่น รัฐบาลหรือหน่วยงานระดับชาติ (พรรคการเมือง) 5) ระดับข้ามชาติ/นานาชาติ เป็นองค์กรหรือหน่วยงานที่มีขอบเขตเกินระดับชาติ เช่น บริษัทโฆษณาส่วนใหญ่มักจะเป็นระดับข้ามชาติที่มีสาขาอยู่ในหลายประเทศหรืออาจจะเป็นหน่วยงานสากล (ยูเนสโก) เป็นต้น

องค์ประกอบขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน

กาญจนา แก้วเทพ (2547) กล่าวว่า องค์การของสื่อมวลชนมีลักษณะร่วมกับองค์กรทั่วไป ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ องค์ประกอบโดยทั่วไปขององค์กร เช่น ต้องมีเป้าหมาย โครงสร้าง การกิจ ระเบียบกฎเกณฑ์ ฯลฯ และองค์ประกอบที่เกี่ยวกับคนทำงาน เช่น พฤติกรรมการทำงาน บทบาทวิชาชีพ การรับรู้องค์กร ฯลฯ สามารถขยายลักษณะทั้งหมดเป็นปัจจัยย่อยๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์กรสื่อมวลชนจะได้องค์ประกอบขององค์กร คือ ธรรมชาติขององค์กร จุดมุ่งหมาย/เป้าหมายขององค์กร/ประเภทของเนื้อหาที่ผลิต การกิจของการจัดแบ่งงานกันทำ กลุ่มเป้าหมายคือใคร ประเภทของคนทำงาน และความสัมพันธ์ขององค์กรกับหน่วยงานของรัฐและส่วนอื่นๆ ของสังคม สามารถพิจารณารายละเอียดขององค์ประกอบย่อยได้ดังนี้

1. ธรรมชาติและขนาดขององค์กร เนื่องจากสื่อมวลชนประกอบด้วยสื่อหลายประเภท ดังนั้นองค์กรที่ทำงานกับสื่อจึงมีหลายประเภทด้วยกัน เช่น องค์กรสื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง โฆษณา ฯลฯ โดยสื่อแต่ละชนิดนั้นมีธรรมชาติที่แตกต่างกัน มีประวัติความเป็นมา มีหน้าที่และภาพลักษณ์ที่เฉพาะตัว ดังนั้นธรรมชาติขององค์กรที่ผลิตสื่อแต่ละชนิดจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย นอกจากธรรมชาติของสื่อแล้วขนาดขององค์กรยังเป็นตัวแปรที่สำคัญในการวิเคราะห์องค์กรเพราะขนาดขององค์กรจะเป็นตัวกำหนดลักษณะอื่นๆ ขององค์กรด้วย เช่น ถ้าเป็นองค์กรขนาดเล็ก ระบบความสัมพันธ์แบบครอบครัวและมีความใกล้ชิด แต่ถ้าเป็นองค์กรขนาดใหญ่ที่มีพนักงานประมาณ 2,000 คนก็จำเป็นต้องมีการจัดแบ่งระบบงานให้เป็นทางการมากขึ้น

2. จุดมุ่งหมาย/เป้าหมายในองค์กร สามารถแบ่งออกเป็น 3 ข้อคำถามหลักๆ คือ 1) เป้าหมายขององค์กรคืออะไร ทันสตอลล์ (Tunstall. 1970) เคยศึกษาจุดมุ่งหมายขององค์กรหนังสือพิมพ์โดยแบ่งประเภทจุดมุ่งหมายออกหลายๆ เป็น 2 เป้าหมายคือ หวังรายได้และหวังผลกำไรและเป้าหมายที่ไม่หวังผลรายได้และผลกำไร เนื่องจากเป้าหมายทั้ง 2 นั้นมีลักษณะขัดแย้งกันอยู่โดยธรรมชาติและเนื่องจากเป้าหมายขององค์กรนั้นอาจจะมีประกาศออกมาอย่างเปิดเผย เป็นที่รับรู้ทั่วกันกับเป้าหมายที่ซ่อนเร้นไม่ได้ประกาศออกมา ทันสตอลล์ (Tunstall. 1970) จึงได้วิเคราะห์ความขัดแย้งที่เกิดจากลักษณะที่มีเป้าหมายดังกล่าว 2) กลไกในการบรรลุเป้าหมาย สามารถแบ่งประเภทได้ดังนี้ กลไกที่มีลักษณะบังคับ ได้แก่ การออกกฎระเบียบอย่างเข้มงวด การออกคำสั่ง (ต้องทำงานตามเวลา ต้องแต่งเครื่องแบบ ห้ามพูดคุยในเวลาทำงาน ฯลฯ) โดยมีบทลงโทษกำกับอยู่ กลไกที่เอาอรรถประโยชน์เป็นเครื่องกำกับ ได้แก่ การใช้ผลประโยชน์ต่างๆ ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมเป็นเครื่องจูงใจ อาทิ การให้เบี้ยขยัน การให้ค่าล่วงเวลา การตัดเงินเดือน การเลื่อน/ลดตำแหน่ง เป็นต้น การสร้างบรรทัดฐานขึ้นมาเป็นกลไก เป็นกลไกทางอ้อมที่องค์กรพยายามสร้างบรรทัดฐานหรือมาตรฐานขององค์กรขึ้นมา เพื่อให้สมาชิกได้ปฏิบัติตามอย่างสมัครใจ เช่น การสร้างธรรมเนียมหรือประเพณีขององค์กรขึ้นมา ใช้กระบวนการถ่ายทอดหล่อหลอมสมาชิกขึ้นมาและวิธีการบรรลุเป้าหมายหลายอย่างในเวลาเดียวกัน โดยทั่วไปธรรมชาติขององค์กรสื่อมวลชนมักจะมีเป้าหมาย

หลาย ๆ อย่างในตัวเอง แต่ต้องประสบความสำเร็จทางธุรกิจด้วยหรือต้องตอบสนองค่านิยมหลาย ๆ ด้วยกัน

3. กลไกที่ใช้ในการปฏิบัติการ การดำเนินงานที่ใช้ภายในองค์กรสื่อสารมวลชนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย มีข้อเท็จจริงที่พึงตระหนักว่าในการกิจแต่ละชนิดจะมีวิธีการใช้กลไกแต่ละอย่างตกผลึกจนกลายเป็นความเข้าใจการทำงานขององค์กรนั้น ๆ ลักษณะเฉพาะตัวโดยรวมของสื่อมวลชน คือ การดำเนินภารกิจที่ต้องหาเงินกับเวลาภายในเนื้อหาที่จำกัด ดังนั้นจึงต้องมีกลไกและวิธีการใช้กลไกเฉพาะตัวขึ้นมา

4. กลุ่มเป้าหมาย โดยทั่วไปแล้วองค์กรแต่ละแห่งมักจะมีกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มบุคคลที่ได้รับประโยชน์จากองค์กร เช่น จำนวนผู้ชมภาพยนตร์จากองค์กรผู้สร้างภาพยนตร์ โดยกลุ่มเป้าหมายขององค์กรสื่อสารมวลชนแต่ละแห่งอาจประกอบด้วย ผู้รับสาร บริษัทลูกค้า หน่วยงานรัฐ ฯลฯ อย่างไรก็ตามการจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มเป็นอย่างไร กลไกในการดำเนินความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม รวมทั้งกลไกที่ใช้จัดการในกรณีที่เกิดความขัดแย้งระหว่างการตอบสนองความต้องการที่ขัดแย้งกันของกลุ่มเป้าหมายหลาย ๆ กลุ่ม เช่น ผู้ชมละครโทรทัศน์ไม่ชอบให้มีโฆษณาแทรกแต่ทางบริษัทโฆษณาต้องการให้มี เป็นต้น

5. การศึกษาบุคลากรในองค์กรสื่อสารมวลชนเป็นที่ได้รับความนิยมน้อย ประเด็นในการศึกษาบุคลากรสามารถดูได้จาก 1) มิติด้านการฝึกอบรมและแรงจูงใจในการทำงาน ได้แก่ การศึกษาว่าบุคลากรในองค์กรได้รับการฝึกอบรมด้านวิชาชีพมาจากแหล่งใดบ้างเป็นการเรียนรู้ด้านทฤษฎี (เช่น จากสถานศึกษา) หรือเป็นการค่อย ๆ เรียนรู้จากการปฏิบัติขึ้นมา นอกจากนั้นยังเป็นการวิเคราะห์เชิงประเมินผลถึงทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรมและอีกมิติหนึ่งคือ เรื่องความพึงพอใจในการทำงานที่ประกอบไปด้วยหลายมิติ เช่น ความมั่นคงในการทำงาน บรรยากาศในการทำงาน และความก้าวหน้าในการทำงาน 2) การบริการและการจัดการกับบุคลากร ในส่วนของรอสเอน (Rosten. 1973) ได้ศึกษาว่ากลไกที่ใช้ลดความขัดแย้งในการบริหารบุคลากรขององค์กรสื่อประกอบด้วย 3 กลไก คือ กลไกการควบคุม เช่น การออกกฎระเบียบห้ามมีการนินทาในองค์กร กลไกการอบรมบ่มเพาะ เช่น การประชุมใหญ่เป็นประจำ และกลไกการทำงานด้วยประเพณีขององค์กร ได้แก่ การสร้างระเบียบแบบแผนที่แน่นอนในการทำงานขององค์กรขึ้นมา เช่น เวลาประชุมแผนก พนักงานทุกคนมีสิทธิในการนำเสนอความคิดเห็นได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องอาวุโสหรือตำแหน่งงาน เป็นต้น 3) บุคลิกภาพและความสามารถของนักสื่อสารมวลชน ชูสตัน (Schudson. 1978) กล่าวว่าความสำเร็จของบุคลากรในวิชาชีพสื่อมวลชนนั้น โดยทั่วไปมีลักษณะขึ้น ๆ ลง ๆ ไม่สม่ำเสมอ เพราะต้องขึ้นต่อสนิมของตลาดที่ยากจะทำนายได้ การทำงานด้านสื่อจึงมีมิติทั้งศาสตร์และศิลป์ประกอบกัน จะเห็นได้จากคุณลักษณะหรือความสามารถที่คนที่ทำงานด้านสื่อควรจะมีนั้นจะประกอบด้วยคุณลักษณะ คือ รู้จักเรียกร้องความสนใจของสาธารณะได้ รู้จักรสนิยมของสาธารณะในแต่ละช่วงเวลา เป็นผู้ที่เข้าใจสิ่งที่ผู้อื่นสื่อสารมาและสามารถสื่อสารกลับไปได้ ต้องเข้าใจธุรกิจสื่อมวลชน และต้องมีความสามารถที่จะทำให้ตนเป็นที่ชื่นชอบได้ 4) การจัดแบ่งประเภทคนทำงาน

ตามลักษณะของงาน เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนมักประกอบด้วยงานหลายประเภท มีการจัดการแบ่งงานที่ทำงานออกเป็นหลายแผนกจึงมีคนที่ทำงานที่หลากหลายลักษณะ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

กาญจนา แก้วเทพ (2547: 154-161) ได้กล่าวถึงกลุ่มทฤษฎีใหญ่ๆ ในการวิเคราะห์องค์กรได้เป็น 3 ทฤษฎีคือ 1) Liberal-Pluralistic Approach กลุ่มทฤษฎีนี้จะถือว่าบรรดาผู้ปฏิบัติงานในองค์กรสื่อนั้นต่างมีเสรีภาพอย่างเต็มที่ ที่จะทำงานได้และลักษณะของสื่อในสังคมที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นด้านผู้ส่งสาร กลุ่มผู้รับสาร รวมไปถึงลักษณะเนื้อหาของสื่อ 2) Political-Economy Approach กลุ่มทฤษฎีนี้ได้มีความคิดเห็นตรงกันข้ามกับกลุ่มแรก เพราะมองเห็นว่าการทำงานของผู้ปฏิบัติงานสื่อนั้นล้วนต้องอยู่ภายใต้กรอบและข้อจำกัดต่างๆ เช่น ภายใต้การควบคุมของรัฐ ภายใต้อำนาจของธุรกิจ เป็นต้น 3) Actor-Based Perspective กลุ่มทฤษฎีสุดท้ายได้วิจารณ์ทฤษฎีสองกลุ่มแรกว่า ได้ทำการศึกษาโดยไม่ค่อยคิดพิจารณาความซับซ้อนของความเป็นจริงด้วยกันทั้งคู่ เพราะในความเป็นจริงจะไม่มีองค์กรใดที่จะมีสภาพเหมือนที่ทฤษฎีทั้งสองกล่าวไว้โดยสิ้นเชิง ดังนั้นในกลุ่มนี้จึงเสนอการวิเคราะห์องค์กรควรจะต้องพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการสร้างผลงานที่เกิดจากการปฏิบัติการของกลุ่มต่างในองค์กร อาจจะกล่าวได้ว่าการเลือกทั้ง 3 กลุ่มทฤษฎีไปใช้วิเคราะห์นั้น ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่เป็นความจริงขององค์กร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ภายในองค์กร

กาญจนา แก้วเทพ (2547: 161-165) ได้สรุปการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ภายในองค์กรดังนี้ ความขัดแย้งพื้นฐานภายในองค์กรจากธรรมชาติขององค์กรสื่อมวลชนนั้นได้กำหนดลักษณะที่มีความขัดแย้งฝังอยู่ในเนื้อหาขององค์กรเอง เนื่องจากองค์กรสื่อมวลชนมีธรรมชาติที่ประกอบไปด้วยลักษณะ 2 อย่างที่ขัดแย้งในตัวเอง เช่น องค์กรสื่อมวลชนเป็นองค์กรลูกผสมระหว่างระบบธุรกิจกับระบบบริการสาธารณะทำให้เป้าหมายสองอย่างที่ขัดแย้งกันเป็นตัวนำมาซึ่งความคลั่งไคล้ไม่ลงตัวในการปฏิบัติงานอยู่ตลอดเวลา หรือในอีกแง่มุมหนึ่งระบบการผลิตขององค์กรสื่อ จะมีลักษณะเป็นระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่มีการแบ่งงานกันอย่างชัดเจน แต่ต้องทำงานประสานกันอย่างเป็นทีมมีระบบและขั้นตอนที่แน่นอน มีการทำงานแบบงานประจำต้องควบคุมให้มีผลผลิตในเวลาที่กำหนดและมีลักษณะตอบสนองและเอาใจตลาด อีกด้านหนึ่งองค์กรเช่นนี้จะเรียกร้องปัจเจกบุคคลมีความคิดริเริ่ม มีผลงานที่สร้างสรรค์แปลกใหม่เสมอ ลักษณะทั้งสองอย่างเป็นธรรมชาติที่มีความขัดแย้งกันแต่ได้มาอยู่ร่วมกันในองค์กรสื่อ

โดยทั่วไปบทบาทและเป้าหมายขององค์กรสื่อมวลชนนั้นมักจะมี ความขัดแย้ง เนื่องจาก การมีหลายบทบาทและเป้าหมายคือ เป้าหมายทางธุรกิจ จากธรรมชาติขององค์กรสื่อในยุคอุตสาหกรรมต้องมีลักษณะเป็นธุรกิจอยู่ด้วยส่วนหนึ่ง ดังนั้นการที่จะดำรงอยู่ได้ในระบบนี้จำเป็นต้องประสบ

ความสำเร็จทางธุรกิจให้ได้ด้วย ต่อมาคือเป้าหมายขององค์กรในฐานะองค์กรๆ หนึ่งที่ต้องดำเนินงานอยู่ภายใต้การกดดันของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การขึ้นลงของตลาด นโยบายของรัฐ รสนิยมของผู้อ่าน การปรับตัวของกลุ่มแข่งขัน ฯลฯ องค์กรสื่อทุกองค์กรจึงต้องมีเป้าหมายนโยบายทิศทาง และวิธีปฏิบัติของตัวเอง เช่น ขยายตัวหรือรักษขนาดเดิมเอาไว้ ทุ่มทุนหรือประหยัด เป็นต้น ภายใต้เงื่อนไขของสังคมที่ขาดความยุติธรรม สื่อมวลชนมักมีความขัดแย้งมากกว่าจะทำหน้าที่รายงานข่าวโดยเล่นบทบาทที่เป็นกลางหรือจะเข้าข้างฝ่ายผู้เสียเปรียบโดยเล่นบทบาทที่เป็นธรรม

ต่อมาเอลเลียต (Elliot. 1979) ได้ศึกษากรณีตัวอย่างความขัดแย้งภายในองค์กรว่าอาจจะเกิดขึ้นระหว่างคู่ตรงกันข้าม เช่น ระหว่างวัฒนธรรมระดับสูงกับวัฒนธรรมระดับล่าง (ของพนักงานต่างระดับชั้น) ระหว่างมาตรฐานทางวิชาชีพกับการตัดสินใจในทางธุรกิจ เช่น การออกแบบโฆษณาที่ฝ่ายสร้างสรรค์ผลงานบอกว่าดีมากแต่ลูกค้าไม่ชอบ ระหว่างความต้องการที่จะทำงานโดยควบคุมโดยอาศัยกฎระเบียบ ระหว่างการใช้แรงจูงใจที่เกิดมาจากภายใต้จิตสำนึกของคนทำงาน (การทำงานที่รัก) กับการใช้แรงจูงใจจากภายนอก (ขึ้นเงินเดือน เลื่อนตำแหน่ง) และระหว่างการทำงานตามเป้าหมายของตนเอง (ทีมสร้างที่ต้องการให้มีคุณภาพ) กับการตอบสนองความต้องการของผู้ชม และสุดท้ายกลไกจัดการกับความขัดแย้งจากลักษณะความขัดแย้งภายในหลายประการ โดยทั่วไปองค์กรสื่อมวลชนมักจะใช้การแก้ไขปัญหา คือ 1) พยายามลดค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด เช่น การนำเทคโนโลยีมาแทนแรงงานคน ความคุ้มค่าที่จ่ายในการทำข่าวการทำงานให้ประหยัดเวลาและอุปกรณ์ ฯลฯ 2) พยายามลดความขัดแย้งให้มันน้อยที่สุดหรือไม่ขยายความขัดแย้ง เช่น การโยกย้ายพนักงานที่ไม่ถูกกันให้อยู่คนละแผนก ทั้งนี้เนื่องจากการทำงานด้านสื่อมวลชนต้องอาศัยการทำงานที่เป็นทีม 3) ต้องรักษาความต่อเนื่องในการทำงานเอาไว้ เพราะความเสียหายของงานสื่อสารมวลชนคือ การไม่สามารถสร้างผลผลิตงานให้ตรงตามเวลาได้ 4) ต้องแสวงหาหาวิกฤติขึ้นมาป้องกันตัวเองได้ตลอดเวลา เช่น การผลิตรายการโทรทัศน์จะต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้าหลังจากที่วางแผนคิดหลักของรายการเอาไว้แล้ว

สำหรับความขัดแย้งภายในองค์กรที่เกิดขึ้นระหว่างศักยภาพและบทบาทที่สร้างสรรค์ปัจเจกบุคคลในด้านหนึ่งกับวิธีการทำงานให้เป็นมาตรฐานและระเบียบข้อบังคับอย่างเป็นทางการที่เป็นความจำเป็นขององค์กร (โดยเฉพาะองค์กรที่มีขนาดใหญ่) ในอีกด้านหนึ่งผลการวิจัยหลายชิ้นได้มีการสรุปที่มีความใกล้เคียงกันว่า หากในแต่ละหน่วยงานหรือในแต่ละองค์กรต่างได้พยายามสร้างสรรค์รูปแบบกลางๆ ขึ้นมาระหว่างปลายขั้วทั้งสองข้างนั้น เช่น บริษัทเพลงขนาดใหญ่ อาจเปิดโอกาสให้ศิลปินบางคนเปิดบริษัทลูกขึ้นมาโดยจะช่วยเหลือดูแลด้านการตลาดให้ แต่จะปล่อยให้ศิลปินในเรื่องของการผลิต

การทำงานท่ามกลางการแข่งขัน

กาญจนา แก้วเทพ (2547: 167-168) อธิบายว่า สภาพความเป็นจริงโดยทั่วไปองค์กรสื่อมวลชนคือ ต้องทำงานท่ามกลางคู่แข่งคนอื่น ๆ ที่เป็นปัจจัยผลักดันให้แต่ละองค์กรต้องมีการ

ปรับตัวหรือมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา การดำเนินการผลิตรายการจะเปลี่ยนจากวิธีการที่มีผู้ผลิตเพียงคนเดียวมาเป็นทีมผู้ผลิตงาน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความหลากหลายในการสร้างสรรค์และเครื่องมืออีกชนิดหนึ่งที่ถูกคิดขึ้นมาใช้อย่างมากคือ ศิลปะแห่งการจัดผังรายการ เนื่องจากเวลาและพื้นที่เป็นทรัพยากรที่มีค่าสูงสุดของสื่อมวลชน ดังนั้นในการแข่งขันเราจึงได้พบปรากฏการณ์ของศิลปะแห่งการจัดผังรายการเพื่อเอาชนะคู่แข่งชั้น ผลจากการวิจัยพฤติกรรมการรับชมรายการโทรทัศน์มักจะให้ผลที่มีความใกล้เคียงกันว่า มีรายการบางประเภทที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้มากกว่าบางรายการส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบของรายการประเภทบันเทิง เช่น ละคร เกมโชว์ ที่มีความน่าสนใจกว่ารายการสารคดีหรือข่าวการเมือง อย่างไรก็ตามรายการข่าวและสารคดีนั้นก็ยังมีความคนดู แต่มักมาจากแรงจูงใจในฐานะของการเป็นพลของประเทศ ในฐานะที่เป็นผู้ที่มีการศึกษาควรจะดูรายการเหล่านี้ จากข้อเท็จจริงดังกล่าวจึงทำให้เกิดแนวโน้มประการหนึ่ง คือ การสร้างระหว่างสาระและบันเทิงเข้าด้วยกัน

ธุรกิจบันเทิง

ความบันเทิง (entertainment) ความหมายแรกทีบุคคลส่วนใหญ่รับรู้กันว่าบันเทิงเป็นความไร้สาระ บันเทิงเป็นเรื่องเบาๆ สนุกสนานหรือบันเทิงเป็นเรื่องของอารมณ์ ไม่มีแก่นสารหรือสาระสำคัญใดๆ มีข้อเท็จจริงประการหนึ่งเกี่ยวกับความบันเทิงคือ แม้ว่าจะเป็นเรื่องไร้สาระไร้สาระและดูไม่เห็นแก่นสาร แต่ความบันเทิงกลับเป็นธุรกิจขนาดใหญ่และมีเม็ดเงินมหาศาลไหลเวียนผ่านอุตสาหกรรมนี้ ธุรกิจบันเทิงมีความครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจเพลง/ดนตรี ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจละคร/ละครเวที ธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น ถึงแม้จะมีความแตกต่างหลากหลาย แต่ส่วนหนึ่งของธุรกิจเหล่านี้มีคุณลักษณะร่วมกันคือ การเป็นพื้นที่การสื่อสารในการผลิตความบันเทิงป้อนสู่สาธารณชน และก่อให้เกิดรายรับ/รายจ่ายขนาดใหญ่ของผู้คนที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการผลิตและการบริโภคสินค้าบันเทิง (สมสุข หินวิมาน. 2558: 516-517)

สมสุข หินวิมาน (2558: 517-518) ได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับความสนใจเบื้องต้นของธุรกิจบันเทิง 4 ประการคือ 1) ธุรกิจบันเทิงเป็นธุรกิจที่มีความใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันของผู้คน โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจบันเทิงได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตเวลาว่างของสังคมสมัยใหม่ เช่น การดูหนัง ฟังเพลง ท่องเที่ยวหรือการจับจ่ายใช้สอยในวันหยุด 2) ธุรกิจบันเทิงเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วมากควบคู่กับการขยายตัวของสังคมแห่งการบริโภค ทุกวันนี้ธุรกิจบันเทิงยังมีการขยายตัวอย่างมากในระดับโลกดังตัวอย่างของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมบันเทิงแนวประชานิยมของอเมริกาและชาติตะวันตกหรือการหลั่งไหลเข้ามาของคลื่นวัฒนธรรมบันเทิงเกาหลี 3) ธุรกิจบันเทิงหนึ่งๆ จะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับธุรกิจบันเทิงชนิดอื่น แม้แต่เชื่อมโยงกับธุรกิจสินค้าและบริการอื่นๆ เช่น ธุรกิจละคร/หนัง/ภาพยนตร์/ซีรีส์โทรทัศน์เพียงพูนั่น ได้ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจบันเทิงท่องเที่ยว เช่น การเยี่ยมชมสตูดิโอยูนิเวอร์แซล (Universal) หรือส่งผลต่อการเติบโตของสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเกาะนามิ เมื่อธุรกิจท่องเที่ยวสตูดิโอภาพยนตร์และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ขยายตัว

จะส่งผลสืบเนื่องต่อธุรกิจชนิดอื่นตามมา เช่น ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการบิน ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจสินค้าของที่ระลึก ฯลฯ และ 4) ธุรกิจบันเทิงเกี่ยวพันกับมิติต่างๆ ทุกด้านในสังคมทั้งการเมือง (การขยายตัวของธุรกิจดาราดำเนินมาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการรณรงค์ทางการเมือง) ทางเศรษฐกิจ (ความบันเทิงเป็นที่มาของรายได้หลักทางเศรษฐกิจในหลายๆ ประเทศ) ทางเทคโนโลยี (การขยายตัวของธุรกิจเกมผ่านเทคโนโลยีสื่อออนไลน์) ทางสังคม/วัฒนธรรม (ธุรกิจกีฬาแต่ละชนิดจะสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของผู้คนที่แตกต่างกันไป) ทางสื่อสาร (ไม่เพียงแต่การสื่อสารจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้ธุรกิจบันเทิงขยายตัวสู่มวลชนในวงกว้าง แต่ธุรกิจบันเทิงยังส่งผลกลับกันที่เอื้อให้ธุรกิจสื่อต่างๆ พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว)

แซร์ และคิง (Shay Sayre; & Cynthia King. 2003) ได้สรุปคุณลักษณะสำคัญเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง 6 ประการ ดังนี้ 1) ธุรกิจบันเทิงมักสร้างสรรค์โดยผู้เชี่ยวชาญและมีอาชีพที่ส่วนใหญ่ทำงานเป็นทีม เช่น ธุรกิจเพลงผลิตขึ้นโดยกลุ่มมีอาชีพหลายกลุ่ม ตั้งแต่ทีมนักแต่งเพลง ทีมออกแบบเสียง ทีมผู้ฝึกร้อง ทีมโปรดิวซ์ ทีมผู้ออกแบบท่าเต้น ทีมครีเอทีฟผู้ผลิตมิวสิกวิดีโอ ฯลฯ 2) สินค้าธุรกิจบันเทิงเป็นผลผลิตจากวัตถุดิบต่างๆ มากมายที่หลายฝ่ายร่วมสร้างสรรค์ผลงาน 3) แม้จะผลิตโดยคนจำนวนมาก แต่อำนาจการควบคุมการผลิตธุรกิจบันเทิงมักมาจากปัจเจกบุคคลหรือผู้ที่เป็ศูนย์กลางตัดสินใจไม่กี่คน เช่น ผู้กำกับ ผู้เขียนบท ผู้อำนวยการสร้าง เจ้าของบทประพันธ์ เจ้าของทุน เจ้าของค่าย เป็นต้น 4) สินค้าบันเทิงมักมีลักษณะเป็นโครงข่ายระบบสัญลักษณ์ที่ถูกจัดวาง สร้างขึ้น และปรุงแต่ง เพื่อให้ตราตรึงในประสบการณ์ของผู้รับสาร เช่น ธุรกิจกีฬาที่เป็นมหกรรมระดับโลกจะต้องสร้างสรรค์พิธีเปิดอย่างยิ่งใหญ่ติดตรึงในความทรงจำของผู้ชม 5) สินค้าบันเทิงจำนวนมากต้องอาศัยเทคโนโลยีต่างๆ ที่เอื้อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลสูงสุดในเชิงการตลาด เช่น การลงทุนด้านเทคโนโลยีแสงสีเสียงฉากเพื่อผลิตคอนเสิร์ตแต่ละงาน และ 6) กลยุทธ์การโปรโมชันทางการตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ผู้รับสารได้รู้จักสินค้านั้นล่วงหน้าก่อนจะตัดสินใจเลือกซื้อแบบจริงๆ เช่น การประชาสัมพันธ์บวงสรวงเปิดกล่องละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์

บทบาทหน้าที่ของความบันเทิง

สตีเฟนสัน (Stephenson. 1967) สังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมนั้นมวลชนมีแนวโน้มจะถูกบีบคั้นจากสภาวะกดดันต่างๆ มากมาย เช่น สภาวะการทำงานที่เข้มงวดในระบบ สภาวะแปลกแยกระหว่างมนุษย์ด้วยกัน หน้าที่ของสื่อในการให้ความบันเทิงถือเป็นหน้าที่หลักและเอื้อให้ธุรกิจจำนวนมากผลิตสารประเภทบันเทิงป้อนออกมาบริโภคผู้คนในระบบอย่างเป็นล่ำเป็นสัน ทั้งนี้สตีเฟนสันได้ตั้งข้อสังเกตว่าการทำหน้าที่ของสื่อบันเทิงจะส่งผลสำคัญ 2 ด้านได้แก่ ด้านการทำหน้าที่ของสื่อบันเทิงเพื่อรักษาระบบหมายคามตั้งแต่การทำหน้าที่ของความบันเทิงเพื่ออบรมปลูกฝังผู้คนให้เป็นคนดีของระบบ (ใช้เพื่อสั่งสอนศีลธรรมจรรยา) ไปถึงการที่ระบบทุนนิยมได้จัดสรรรูปแบบความบันเทิงหลากหลายในช่วงเวลาว่างให้มวลชน เช่น กิจกรรมช่วงสัปดาห์เพื่อให้คนในระบบได้มีจังหวะ

เวลาพักก่อนที่จะกลับมาทำงานให้กลับระบบอีกครั้ง และอีกด้านหนึ่งสื่อบันเทิงยังมีมิติของการทำหน้าที่เขย่าภาวะปกติของสังคมหรือตั้งคำถามวิพากษ์วิจารณ์ระบบสังคม ในด้านนี้การทำหน้าที่ของสื่อบันเทิงมักมีลักษณะซ่อนเร้นมากกว่าหรือใช้การสื่อสารความหมายโดยนัยเป็นหลัก

นอกจากสตีเฟนสันแล้วหากพิจารณาออกไปให้กว้างขึ้น สื่อบันเทิงถือได้ว่ามีบทบาทหน้าที่อีกหลายมุม กาญจนา แก้วเทพ (2545) ได้รวบรวมการทำหน้าที่เด่นๆ ของสื่อบันเทิงต่อปัจเจกบุคคลและสังคมเอาไว้ดังนี้ หน้าที่ของการละเล่นในสังคม สื่อบันเทิงสมัยใหม่ทำหน้าที่สำคัญประการแรกในการสืบทอดวัฒนธรรมการละเล่นที่มีแต่เดิมในสังคม หากพิจารณาในแง่นี้ความบันเทิงในฐานะการละเล่นจะมีบทบาทย่อยๆ อีกหลายด้านไม่ว่าจะเป็นการเป็นกระຈະສະຫ້ອນค่านิยม/เจตคติของคนในสังคม การเป็นกลไกควบคุมทางสังคมหรือการทำหน้าที่ปลดปล่อยทางจิตใจ หน้าที่การครอบงำอุดมการณ์ กล่าวโดย ทฤษฎีของสำนักแฟรงก์เฟิร์ต (The Frankfurt School) พบว่า อุตสาหกรรมมีหน้าที่สำคัญประการหนึ่งคือ การครอบงำอุดมการณ์/จิตสำนึกของมวลชน ทำให้มวลชนกลายเป็นปัจเจกบุคคลที่เชื่อของระบบทุนนิยม เช่น อุตสาหกรรมเพลงทุนนิยมที่มีแนวโน้มผลิตออกมามากมายล้วนเป็นเพลงในแนวเดียวกัน เพราะฉะนั้นเมื่อมวลชนเสพเพลงแบบนี้เข้าไปบ่อยๆ ผู้บริโภคจะมีแนวโน้มหัวอ่อนและไม่มีทัศนะเชิงวิพากษ์ที่แยกแยะความแตกต่างระหว่างงานเพลงศิลปะกับงานเพลงสมัยนิยมที่ผลิตซ้ำขนาดใหญ่ หน้าที่หลุมหลบภัยทางจิตใจ หมายความว่าเมื่อมวลชนเผชิญปัญหาต่างๆ รอบตัว สื่อบันเทิงจะเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้ผู้คนใช้เพื่อหลบเลี่ยงปัญหาดังกล่าว แม้จะเกิดขึ้นเพียงชั่วคราว เช่น ดูหนัง ฟังเพลง นั่นเป็นกลไกที่ทำให้บุคคลหลบหนีจากภาวะแปลกแยกได้ หน้าที่ประหนึ่งสถาบันศาสนาที่เคยมีมาในอดีตในอดีตสถาบันศาสนาเคยทำหน้าที่หลักๆ หลายอย่างในสังคม จนมาถึงในปัจจุบันการทำหน้าที่ดังกล่าวไม่ได้หายไป แต่มีบรรดาสื่อบันเทิงเข้ามาช่วยทำหน้าที่เหล่านี้ควบคู่กับสถาบันศาสนา เช่น ในสื่อบันเทิงอย่างละครโทรทัศน์ที่จะมีการแยกบทบาทของตัวละครฝ่ายดีฝ่ายไม่ดีอย่างชัดเจน จะให้บทเรียนแก่ผู้รับสารว่าท้ายที่สุดแล้วคุณธรรมความดีย่อมชนะความชั่วร้ายทั้งปวง หน้าที่ในการสร้างยูโทเปีย (utopia) หมายถึง บทบาทของสื่อบันเทิงที่จะสร้างจินตนาการถึงโลกที่ดีกว่า/สูงส่งกว่าที่เป็นอยู่ หากสถานการณ์ในชีวิตจริงไม่สามารถแก้ไขปัญหาบางอย่างได้ การจินตนาการผ่านสื่อบันเทิงจะเติมเต็มด้วยการจำลองโลกที่ผู้คนปรารถนาหรือใฝ่ฝันเข้าทดแทน หน้าที่ทดแทนอารมณ์ที่ขาดหาย สภาพชีวิตปัจจุบันที่การพัฒนาอารมณ์ชีวิตของมนุษย์ถูกมองข้าม และระบอบทุนนิยมมีแนวโน้มทำให้อารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์เราราบเรียบเกินไป สื่อบันเทิงจึงถูกวางบทบาทหน้าที่ให้เข้ามาทดแทนอารมณ์ที่ซ้ำซาก รวมถึงเอื้อให้มนุษย์เกิดจังหวะการบริหารอารมณ์ขึ้นในพื้นที่ของชีวิตประจำวัน เช่น สื่อบันเทิงกีฬาในสังคมสมัยใหม่ที่ช่วยให้ผู้ชมเกิดอารมณ์ซัดสุดในทุกด้าน (เศร้าที่สุด ลุ้นที่สุด ดีใจที่สุด เสียใจที่สุด)

แซร์ และคิง (Shay Sayre; & Cynthia King. 2003) ได้รวบรวมพัฒนาการในแต่ละช่วงความบันเทิงก่อนยุคที่สื่อมวลชนจะเกิดขึ้นมา (pre-media entertainment) ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ช่วงยุคของความบันเทิงก่อนหน้าการกำเนิดของสื่อบroadcast

ศตวรรษ/ช่วงเวลา	ดินแดนที่ให้กำเนิด	นวัตกรรมความบันเทิงที่เกิดขึ้น
5,000 ปีก่อนคริสตกาล	เอเชียไมเนอร์	เครื่องดนตรี
3,000 ปีก่อนคริสตกาล	จีน	เกมเสี่ยงโชค/ลอตโต้ (keno)
2,000 ปีก่อนคริสตกาล	ญี่ปุ่น	เกมหมากกระดาน
ศตวรรษที่ 1-3	โรม	เกมแข่งม้า
	กรีก	การแข่งขันโอลิมปิก
	อิตาลี	ละครสังสนศีลธรรม
	ยุโรป	การเดินทางท่องเที่ยว
	อิตาลี	หมากรุก
ศตวรรษที่ 11	สเปน, อิตาลี	การขับลำตราบุตร
ศตวรรษที่ 13	สเปน	การเล่นไพ่
ศตวรรษที่ 16	อังกฤษ	โรงละคร ละครใบ้
	อิตาลี	การชิงรางวัลลอตเตอรี่
	ฝรั่งเศส	การแสดงตลก
ศตวรรษที่ 17	อังกฤษ	หุ่นกระบอก
	อังกฤษ	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติแห่งแรก
ศตวรรษที่ 18	อเมริกา	บิลเลียด เกมเศรษฐี
	อังกฤษ	การเล่นละครครั้งแรกของนักแสดงหญิง
	อเมริกา	ละครสัตว์
	ฝรั่งเศส	ตัวตลก
	อเมริกา	คณะนักร้องเสียงประสาน

ที่มา: Shay Sayre; & Cynthia King. (2003). *Entertainment & Society: Audiences, Trend, and Impacts*. P.10.

เมื่อระบบอุตสาหกรรมเติบโตขึ้นความบันเทิงก็ได้รับการผลิตขนาดใหญ่จนกลายเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงที่ทำหน้าที่เติมเต็มช่วงเวลาวางให้กับผู้คนระบบทุนนิยม เช่น ผู้คนจะทำงานในวันธรรมดา แต่เมื่อพอถึงวันหยุดระบบทุนนิยมจะจัดสรรเวลาให้ในการพักผ่อน (ท่องเที่ยว เล่นกีฬา) นอกจากนี้การที่อุตสาหกรรมบันเทิงต่างๆ เกิดการขยายตัวขึ้นมากในปัจจุบันเนื่องมาจากการพัฒนาที่ก้าวหน้าของสื่อบroadcastและสื่อใหม่ๆ ด้วย แซร์ (Sayre. 2008) ได้สรุปการพัฒนาของอุตสาหกรรมที่เข้ามามีบทบาทต่อความก้าวหน้าในธุรกิจบันเทิงโดยเฉพาะกรณีของอเมริกาดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 เส้นทางพัฒนาการของอุตสาหกรรมบันเทิงร่วมสมัย

ทศวรรษ	เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
1930	- การประดิษฐ์คิดค้นวิทยุ FM - หน่วยงาน FCC เข้ามามีอำนาจควบคุมเนื้อหาการกระจายเสียงในสหรัฐอเมริกา - การให้บริการโทรศัพท์ถือกำเนิดขึ้นสามเครือข่าย
1940	- คอมพิวเตอร์ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อใช้งานในระบบธุรกิจ โดยการใช้ระบบบันทึกข้อมูลลงแผ่นไวนิลแบบ 331/3 rpm - ระบบเคเบิลทีวีถูกใช้งานในครัวเป็นครั้งแรก
1950	- สวนสนุกดิสนีย์แลนด์เปิดตัวที่เมือง Anaheim รัฐ California - ดาวเทียมดวงแรกของโซเวียตถูกยิงขึ้นสู่อวกาศเพื่อใช้ในการโทรคมนาคม
1960	- พระราชบัญญัติออกอากาศรายการกีฬาผ่านสภาคองเกรส - วิทยุระบบ FM ได้รับความนิยมอย่างมาก ในขณะที่คลื่น AM ปรับตัวเสนอเนื้อหาข่าวและรายการสนทนาเป็นหลัก
1970	- สวนสนุกดิสนีย์แลนด์เปิดตัวที่เมือง Orlando รัฐ Florida - ระบบ microprocessors ได้นำมาใช้กับคอมพิวเตอร์ขนาดเล็กเป็นครั้งแรก - HBO เริ่มการแพร่ภาพออกอากาศทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม - สื่อโฮมวิดีโอเกมเริ่มเผยแพร่เป็นครั้งแรก - เมือง Atlantic City รับรองให้กาสิโนและการเล่นพนันถูกต้องตามกฎหมาย - อุปกรณ์บันทึกวีดีโอเทประบบ Betamax ถูกใช้เป็นครั้งแรก - เครือข่าย CNN เริ่มออกการข่าว 24 ชั่วโมง
1980	- เครื่องเล่นคอมแพ็คดิสก์ได้รับการผลิตขึ้นสำหรับใช้งานส่วนบุคคล - สตูดิโอเพลง Mirage เปิดตัวที่ Las Vegas และทำให้ธุรกิจบันทึกเสียงเติบโต
1990	- บริษัท New Corporation แพร่ภาพรายการโทรทัศน์ไปทั่วโลก - ระบบอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมแพร่หลายพร้อมกับการพัฒนาระบบสืบค้นข้อมูลสารสนเทศอย่างจริงจัง - การยกเลิกเกี่ยวกับระบบโทรคมนาคมส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ธุรกิจนี้มากขึ้น

ตาราง 2 (ต่อ)

ทศวรรษ	เหตุการณ์ที่เกิดขึ้น
2000	- แผ่นบันทึกภาพระบบดิจิทัลเป็นที่นิยมแพร่หลายในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และเพลง - เกิดการควบรวมกันของธุรกิจโฆษณาและธุรกิจบันเทิง - การเกิดขึ้นของบล็อกมีเนื้อหาที่ผู้รับสารสร้างเองได้รับการเผยแพร่มากขึ้นในสื่ออินเทอร์เน็ต - การออกแบบความบันเทิงโดยมีธีมกำหนด เป็นที่นิยมในธุรกิจห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร โรงแรม และสวนสนุก - เทคโนโลยีเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิธีการสื่อสารของผู้คน วิธีความบันเทิงร่วมสมัย และวิธีการควบคุมเนื้อหาสารผ่านสื่อ

ที่มา: Sayre. (2008). *Entertainment Marketing & Communication: Selling Branded Performance, People, and Place*. P.8.

พัฒนาการความบันเทิงในสังคมไทย

สุจิตต์ วงษ์เทศ (2551) ได้ทำการสำรวจวัฒนธรรมการเล่นของไทยและให้ข้อสังเกตว่าสังคมไทยยุคดึกดำบรรพ์จัดอยู่ในลักษณะของสังคมแบบเผ่าพันธุ์ที่ผู้คนอยู่กระจัดกระจายเป็นหมู่เหล่าหรือเป็นกลุ่มๆ โดยในแต่ละกลุ่มจะมีการพัฒนาการทางสังคมในวิถีของตนเอง ด้วยการร้องรำทำเพลงและความบันเทิงถือเป็นเพียงการละเล่นไม่ใช่การแสดงแบบในยุคปัจจุบัน เพราะฉะนั้นผู้ที่ทำการสื่อสารจึงมีแต่ผู้เล่นและผู้ร่วมการละเล่นไม่ใช่ความสัมพันธ์แบบผู้แสดง/ศิลปินกับผู้ชม ขณะเดียวกันการละเล่นบันเทิงยุคแรกๆ ไม่ได้มีเพียงความสนุกหรือคลายเครียดเพียงอย่างเดียว แต่ผู้คนในสังคมแบบเผ่าพันธุ์มีวัตถุประสงค์ในการจัดการละเล่นเพื่อความอุดมสมบูรณ์หรือสะท้อนให้เห็นถึงความมั่งคั่งและความมั่นคงทั้งในแง่ของส่วนบุคคลและส่วนรวมของชุมชน เมื่อเข้าสู่ยุคสังคมแบบชาวนาที่เป็นสังคมอยู่กึ่งกลางระหว่างสังคมเผ่าพันธุ์กับสังคมเมือง สังคมแบบชาวนาเริ่มเปิดรับรูปแบบวัฒนธรรมภายนอกเข้ามาประสมประสานกับวัฒนธรรมสร้างสรรค์ดั้งเดิมมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับแผนการละเล่น ร้องรำทำเพลง ดนตรี และความบันเทิงจากต่างประเทศ ความบันเทิงในยุคนี้ถูกใช้เป็นเครื่องหมายจำแนกสถานภาพทางชนชั้นระหว่างชนชั้นปกครอง (มูลนาย) เป็นเจ้าของประเพณีหลวง กับชนชั้นที่ถูกปกครอง (บ่าว/ไพร่/ข้าทาสบริวาร) เป็นเจ้าของประเพณีราษฎร์ที่มีศูนย์กลางอยู่ที่วัด จนกระทั่งเข้าสู่อุตสาหกรรมบันเทิงในปัจจุบัน ที่ความบันเทิงกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่เติบโตมากับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสื่อมากมายที่ผลิตสัญญาณต่างๆ ป้อนสื่อมวลชน ในขณะเดียวกันภายใต้ระบบอุตสาหกรรมบันเทิงทุกชน

ชั้นในสังคมมีแนวโน้มที่จะกลายมาเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคความบันเทิงด้วยกัน (สมสุข หินวิมาน. 2538: 534)

การเปรียบเทียบลักษณะวัฒนธรรมบันเทิงสามรูปแบบ

สมสุข หินวิมาน (2558: 534-536) อธิบายว่าความบันเทิงในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมชนิดหนึ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นสามารถจำแนกวัฒนธรรมบันเทิงได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ 1) ความบันเทิงที่เป็นวัฒนธรรมชั้นสูง ได้แก่ ความบันเทิงที่เป็นศิลปะราชสำนักของชนชั้นสูง เช่น เพลงคลาสสิก การแสดงโขน การเห่เรือ ฯลฯ 2) ความบันเทิงที่เป็นวัฒนธรรมพื้นบ้าน หรือความบันเทิงที่ผลิตเพื่อประโยชน์ใช้สอยโดยคนในแต่ละท้องถิ่น เช่น สื่อการแสดงพื้นบ้าน ประเพณีบันเทิงท้องถิ่น ฯลฯ 3) ความบันเทิงที่เป็นวัฒนธรรมสื่อบุคคลหรือความบันเทิงที่มุ่งรับใช้การตลาด คือ ธุรกิจบันเทิงร่วมสมัยต่างๆ ทั้งนี้หากจะจำแนกให้เห็นความแตกต่างวัฒนธรรมบันเทิงทั้ง 3 ประเภทให้เห็นอย่างชัดเจนอาจสรุปได้ดังนี้

ตาราง 3 การเปรียบเทียบวัฒนธรรมบันเทิงทั้ง 3 ประเภท

เกณฑ์	วัฒนธรรมบันเทิงชั้นสูง	วัฒนธรรมบันเทิงพื้นบ้าน	วัฒนธรรมบันเทิงแบบมวลชน
ระดับและประเภทของความเป็นสถาบัน	เป็นที่ยอมรับจากองค์กรทางสังคมที่เป็นทางการและถูกใช้เพื่อรักษาคุณค่าชนชั้นสูง	ในอดีตอาจถูกมองข้าม แต่ในปัจจุบันเริ่มมีการอนุรักษ์ปกป้องจากทางการ	เป็นเรื่องของสื่อและการตลาด
ประเภทขององค์กรผู้ผลิต	ไม่มีการจัดตั้งแบบเป็นระบบ/เน้นการผลิตเพียงขึ้นเดียว/ทำเพื่อกลุ่มคนพิเศษเฉพาะในสังคม	มีการผลิตซ้ำแต่เหมือนกัน/ทำตามประเพณี/ทำด้วยมือ/ออกแบบตามแต่ละท้องถิ่น/ตลาดไม่ใช่เรื่องสำคัญ	ผลิตขนาดใหญ่/การวางแผนทำงานเป็นระบบ/ใช้เทคโนโลยีระดับสูง
เนื้อหา/ความหมาย	ลุ่มลึก/เน้นความเป็นอมตะ	ไม่ได้คำนึงถึงความหมายที่ชัดเจน/อาจทำขึ้นมาใช้ในพิธีกรรม/ไม่มีความเป็นสากล แต่คงทนยืนยาม	ฉาบฉวย/ไม่ลุ่มลึก/เอาใจตลาด/มีความเป็นสากล/อยู่ชั่วคราวช่วยยาม

ตาราง 3 (ต่อ)

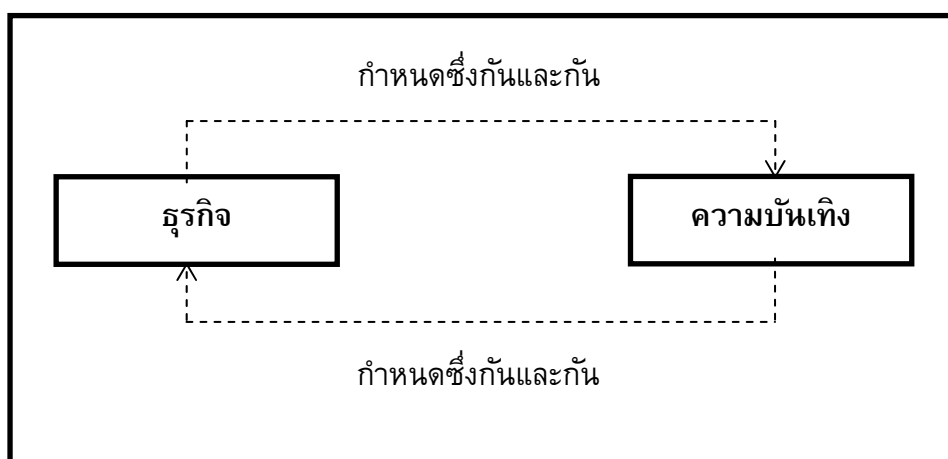
เกณฑ์	วัฒนธรรมบันเทิง ชั้นสูง	วัฒนธรรมบันเทิง พื้นบ้าน	วัฒนธรรมบันเทิง แบบมวลชน
ผู้รับสาร/ ผู้บริโภค	เป็นกลุ่มเล็กๆ แต่ได้รับการศึกษาอบรมหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญ	เป็นกลุ่มเล็กๆ เฉพาะท้องถิ่นท้องถิ่น	จำนวนมาก/มวลชน
เป้าหมายของ การใช้/ผลลัพธ์ที่ เกิดขึ้น	เพื่อสุนทรีย์/ยกระดับจิตใจ/สร้างประสบการณ์ที่ลุ่มลึก/เพื่อความมีชื่อเสียง	เพื่อประโยชน์ใช้สอย/เพื่อสร้างความต่อเนื่องของประเพณี/เพื่อสร้างความสามัคคีในท้องถิ่น	เพื่อเสนอความพอใจในปัจจุบัน/ใช้เพื่อหลบหนีไปจากโลกความจริงของชีวิตประจำวัน

ที่มา: สมสุข หินวิมาน. (2558). *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*. หน้า 535.

จากตาราง 3 จะเห็นได้ว่าความบันเทิงเป็นวัฒนธรรมชั้นสูงมักมีเป้าหมายหลักเชิงสุนทรีย์ เน้นการผลิตเพื่อความประณีตสวยงามและยกระดับจิตใจของผู้เสพ ในขณะที่ความบันเทิงแบบท้องถิ่นพื้นบ้านจะมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์ใช้สอย มีการสื่อสารให้เห็นอัตลักษณ์ที่ต่างกันในแต่ละท้องถิ่น ในส่วนกรณีของวัฒนธรรมความบันเทิงแบบสื่อมวลชนมีแนวโน้มจะถูกผลิตเพื่อการค้าหรือทำกำไร เพราะฉะนั้นวัฒนธรรมบันเทิงแบบหลังจึงมีการผลิตเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เป็นล่ำเป็นสัน เพื่อสนองต่ออุปสงค์สูงสุดให้กับผู้บริโภคเฉพาะกรณีของธุรกิจบันเทิง (สมสุข หินวิมาน. 2558: 536)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจกับบันเทิง

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 20 เป็นต้นมาความบันเทิงได้รับการผลิตแบบอุตสาหกรรมขนาดใหญ่อย่างต่อเนื่อง ความเป็นธุรกิจ/พาณิชย์กับความบันเทิงนั้นไม่เคยแยกออกจากกัน แต่มีลักษณะความสัมพันธ์แบบซึ่งกันและกันอย่างแนบแน่น ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 แสดงความสัมพันธ์แบบซึ่งกันและกันระหว่างธุรกิจกับความบันเทิง

ที่มา: สมสุข หินวิมาน. (2558). *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*. หน้า 537.

จากภาพประกอบ 2 จะเป็นได้ว่าในแง่หนึ่งอุตสาหกรรมบันเทิงเติบโตขึ้นมาได้ต้องอาศัยกลยุทธ์เชิงธุรกิจการตลาดเข้ามาจัดการ เช่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมกีฬาที่เติบโตขึ้นอย่างมากเพราะภาคธุรกิจได้เข้ามาร่วมกันบรรดามีทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดกิจกรรมพิเศษ (บุรุษเชิญชวนท่องเที่ยว) มีการซื้อขายตัวบุคคลากร (การเปิดตลาดนักเตะ) ฯลฯ ในอีกแง่หนึ่งเมื่อภาคอุตสาหกรรมบันเทิงขยายตัวขึ้นจนกลายเป็นช่องทางให้ธุรกิจการค้า/บริการประเภทอื่นๆ ใช้สื่อสารกับผู้บริโภคสินค้าของตนเช่น การโฆษณาสินค้าหลากหลายผ่านพื้นที่การชมกีฬา เสื้อผ้าและรองเท้านักกีฬา รวมไปถึงการเติบโตของธุรกิจบันเทิงบางประเภทที่มีส่วนทำให้ธุรกิจชนิดอื่นได้ขยายตัวตาม เช่น โรงแรม การท่องเที่ยว สายการบิน ร้านอาหาร ฯลฯ (สมสุข หินวิมาน. 2558: 537-538)

การวิเคราะห์ลักษณะความบันเทิงผ่านสื่อมวลชน

สมสุข หินวิมาน. (2558: 538-539) ได้พิจารณาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชน (และสื่อใหม่) กับสื่อธุรกิจบันเทิงพบว่า เมื่ออุตสาหกรรมสื่อเติบโตความบันเทิงได้เข้ามาผนวกรวมกับโลกของสื่อมากขึ้นและส่งผลตามมาหลายประการดังนี้ 1) สื่อมวลชนเผยแพร่ให้ธุรกิจบันเทิงเป็นที่รับรู้ในวงกว้างมากขึ้นและในบางครั้งการรับรู้ความบันเทิงผ่านสื่อเหล่านั้น อาจมาก่อนประสบการณ์ที่สัมผัสจากของจริงได้เช่นกัน อาทิ สื่อรณรงค์การท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ หนังสือแนะนำเที่ยว/ไกด์บุ๊ก รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ที่ประกอบสร้างภาพของแหล่งท่องเที่ยวและชีวิตผู้คนในสถานที่นั้นเพื่อดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวมาสัมผัส แต่ภาพที่เห็นผ่านสื่อกับของจริงนั้นอาจไม่จำเป็นต้องเหมือนกันเสมอไป 2) สื่อมวลชนทำให้การเสพความบันเทิงเกิดขึ้นในพื้นที่ครัวเรือนมากขึ้น ในขณะที่

ที่ความบันเทิงบางชนิดอาจต้องใช้การเสพพื้นที่นอกบ้าน เช่น ดูหนัง ท่องเที่ยว ดูคอนเสิร์ต การเติบโตของสื่อมวลชน/สื่อใหม่ทำให้ความบันเทิงหลายชนิดเข้ามาให้เสพกันถึงบ้าน เช่น วิดีโอเกม วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ และปรากฏการณ์นี้ทำให้สมาชิกในครัวเรือนมีประสบการณ์ที่กว้างไกลมากขึ้น 3) สื่อมวลชนสร้างให้เกิดสังคมแห่งการเป็นผู้ชม ก็ยี่ เดอบอร์ด (สมสุข หินวิมาน. 2558; อ้างอิงจาก Guy Debord. 1995) นักวิชาการชาวฝรั่งเศสอธิบายว่า ในปัจจุบันมนุษย์มีแนวโน้มจะอยู่ในสังคมแห่งการเป็นผู้ชมหรือสังคมที่มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ถูกเชื่อมโยงเข้าหากันผ่านตัวกลางที่เป็นสื่อต่างๆ และสื่อมวลชนจะมีสถานะเป็นเพียงผู้ชมที่ถูกตัดขาดออกจากวิธีการผลิต แม้แต่ในกิจกรรมของวัฒนธรรมบันเทิง เช่น ผู้ชมกีฬาทางโทรทัศน์ที่ได้แต่ดูภาพกีฬาที่คนอื่นเล่น โดยมีผู้บรรยายพากย์เสียงเล่าเรื่องเพราะฉะนั้นสื่อมวลชนจึงมีแนวโน้มการเป็นผู้เสพ/บริโภคความบันเทิงมากขึ้น ในขณะที่ผู้เล่น/ผลิตความบันเทิงน้อยลง 4) ในโลกของสื่อเทคโนโลยีกลายเป็นตัวแปรสำคัญที่เข้ามาควบคุมธุรกิจบันเทิง (สมสุข หินวิมาน. 2558; อ้างอิงจาก Marshall McLuhan) พบว่า ทุกครั้งที่เกิดความเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีที่เป็นพลังทางการผลิตของสื่อวิธีการสื่อสารในกิจกรรมบันเทิงของมนุษย์จะเปลี่ยนตาม 5) การเติบโตของสื่อมวลชนส่งผลในการสร้างความบันเทิงแบบโลกโลกาภิวัตน์ เพราะระบบสื่อสารมวลชนและสื่อสารผ่านสื่อใหม่มีการวางโครงข่ายเชื่อมโยงกันทั่วโลก ดังนั้นความบันเทิงที่ถ่ายทอดผ่านโครงข่ายการสื่อสารดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเป็นความบันเทิงแบบโลกาภิวัตน์/ข้ามพรมแดน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

พฤติกรรมการทำงานของบุคคลเป็นปัจจัยหนึ่งของอีกหลายปัจจัยที่ประกอบเข้าเป็นองค์การ เพื่อดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งให้บรรลุผลสำเร็จไปตามที่ตั้งใจไว้ เพราะพฤติกรรมการทำงานของบุคคลนั้นจะมีผลกระทบต่อการประสิทธิภาพและประสิทธิผลกล่าวคือ ความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การย่อมขึ้นอยู่กับพฤติกรรมในการทำงานของตัวบุคคลด้วย ดังนั้นองค์กรหรือหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จจะต้องได้รับความร่วมมืออย่างจริงจังจากพนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กร การใช้ความรู้ความสามารถของตนเองที่มีอยู่อย่างเต็มที่และการที่จะทำให้พนักงานมีพฤติกรรมการทำงานได้เป็นอย่างดีมีความเหมาะสมนั้น หัวหน้างานขององค์กรจะต้องมีความเข้าใจในพฤติกรรมการทำงานของตัวพนักงานด้วยเช่นกัน (ประทีป จินวี; และคณะ. 2542: 1)

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มีผู้ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงานไว้เช่น อัลบานเนส (Albanese. 1981) ให้ความหมายว่าคือ พฤติกรรมและการกระทำของพนักงานที่จะส่งผลถึงความสำเร็จต่องานโดยตรง พฤติกรรมนั้นยังรวมไปถึงการแสดงออกของพนักงานที่มีต่อสิ่งแวดล้อมในสังคมที่เขาปฏิบัติอยู่เช่น การมีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน การเข้าร่วมรับการอบรม เป็นต้น ต่อมาเสนาะ ตีแยว (2532: 338) กล่าวว่าพฤติกรรมการทำงานเป็นสภาพทางใจที่สะท้อนให้เห็นถึงการทำงานของคนเป็นความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรมของคนต่อการทำงาน เช่น

อารมณ์ ความตั้งใจ ความหวัง ความกระตือรือร้น เป็นสภาพอย่างหนึ่งของจิตใจที่เกิดขึ้นจากภายในตัวบุคคลหรือกลุ่มคน แต่มีอิทธิพลภายนอกบังคับเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมในการทำงานโดยมีผลโดยตรงต่อเป้าหมายในการทำงานของคนและการทำงานขององค์กร ในส่วนของเบญจวรรณ โทประเสริฐ (2551: 4) กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงานของพนักงานปฏิบัติการหมายถึง การที่พนักงานได้ปฏิบัติงานตามขั้นตอนของการทำงานที่ได้รับมอบหมายให้เสร็จโดยเร็ว โดยสามารถทำงานได้ผลผลิตและคุณภาพตามการผลิตของบริษัทได้อย่างถูกต้องและตรงตามเวลารวมถึงพนักงานมีส่วนร่วมในการปรับปรุงและพัฒนาวิธีการปฏิบัติงานในองค์กร จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 30) กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงานหมายถึง การกระทำต่างๆ ของบุคคลากรที่แสดงออกมาทางความคิดและความรู้สึก เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าหรือตอบโต้ในสิ่งใดสิ่งหนึ่งขณะปฏิบัติงานซึ่งการประพฤติปฏิบัติ การกระทำหรือการแสดงออกในกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลจะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการปฏิบัติงานไม่ว่าการกระทำจะทำโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม อาจเกิดขึ้นภายนอกบุคคล เมื่อกระทำแล้วผู้อื่นสามารถสังเกตได้หรือการกระทำที่เกิดขึ้นภายในใจของมนุษย์ โดยที่ผู้อื่นไม่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาเปล่าแต่มีเครื่องมือต่างๆ ที่จะสามารถเป็นตัวช่วยในการตรวจสอบได้ในขณะที่บุคคลปฏิบัติงาน

จากแนวคิดพฤติกรรมการทำงานของอัลบานีส (Albanese. 1981) ได้อธิบายพฤติกรรมการทำงาน (job performance behavior) โดยที่พฤติกรรมการทำงานนั้นเป็นผลที่ได้มาจากองค์ประกอบ 2 อย่าง คือ ลักษณะส่วนบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยคุณลักษณะทั้ง 2 ประการนี้จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงาน ตัวแปรทางด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล คือ เจตคติเป็นสภาพทางจิตของบุคคลที่ก่อให้เกิดความรู้สึกอยากที่จะทำงานหรือชอบงานที่จะทำงานนั้นๆ และตัวแปรด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานประกอบด้วย 1) สภาพแวดล้อมระดับใกล้ เช่น สภาพในการทำงาน หัวหน้างาน ความสัมพันธ์ของเพื่อนร่วมงาน งานที่ได้รับมอบหมาย 2) สภาพแวดล้อมระดับกลาง เช่น เป้าหมายและจุดประสงค์ขององค์กร ปรัชญาและประเพณีของผู้บริหารองค์กร และ 3) สภาพแวดล้อมระดับไกล เช่น สภาพการแข่งขันในสังคม เศรษฐกิจและระบบการเมืองในสังคม เป็นต้น ทั้งนี้แนวคิดด้านพฤติกรรมการทำงานของอัลบานีส (Albanese. 1981) สามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการทำงานนั้นจะถูกกำหนดโดยลักษณะของบุคคลและสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยลักษณะส่วนบุคคลในที่นี้สามารถเปรียบเทียบกับจิตลักษณะในตัวบุคคล ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยได้มีการนำตัวแปรที่สำคัญและมีผู้ได้ทำการศึกษามีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรมการทำงานด้านต่างๆ เช่น มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547) ศึกษาพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบโดยมีตัวแปรการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน เจตคติต่อการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบ ต่อมาจุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553) ศึกษาพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบโดยมีตัวแปร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบ

และสุจิตา พานิชกิจโกศล (2556) ศึกษาพฤติกรรมความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานโดยมีตัวแปร เจตคติในการป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย ลักษณะมุ่งอนาคตและความมุ่งมั่น การถ่ายทอดทาง สังคมในการทำงานส่งผลต่อพฤติกรรมความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน จากการทบทวนเอกสาร และงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานแบบทั่วไปและพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความ รับผิดชอบ ได้พบตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความ รับผิดชอบ สามารถนำมากำหนดเป็นปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานได้ดังนี้ ปัจจัยจิต ลักษณะ คือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ความมุ่งมั่น ส่วน สภาพแวดล้อมในงาน คือ การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน การมีแบบอย่างในการทำงาน

จากการศึกษางานวิจัยได้มีผู้ให้ความหมายของความรับผิดชอบไว้โดย ฟลิปโป (Flippo. 1966: 122) สรุปความหมายของความรับผิดชอบว่า เป็นความผูกพันที่จะปฏิบัติหน้าที่ให้สำเร็จ ล่วงไปได้และความสำเร็จนี้มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัย 3 อย่างคือ พันธะผูกพัน หน้าที่การงาน และ วัตถุประสงค์ กูด (Good. 1973: 498) อธิบายถึงความหมายของความรับผิดชอบว่า ความ รับผิดชอบเป็นภาระหน้าที่ที่แต่ละคนครองอยู่ ซึ่งบุคคลจะรับไม่ว่าจะเป็นงานทั่วไปที่ได้รับ มอบหมายหรืองานในหน้าที่จะต้องทำให้บรรลุความสำเร็จ ถูกต้อง มีประสิทธิภาพและมีความ ซื่อสัตย์ต่อหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ทำอย่างเต็มความสามารถสอดคล้องกับความมุ่งหมาย ต้อง ยอมรับทั้งความผิดพลาดและความสำเร็จสามารถเชื่อถือในเรื่องการปฏิบัติภาระหน้าที่ ส่วนของ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2531) ได้ให้ความหมายของความรับผิดชอบว่า เป็นการยอม ตามผลที่ดีหรือไม่ดีในกิจการที่ได้กระทำไป ต่อมามาริษา สก๊อต (2548: 11) สรุปได้ว่า เป็นการ กระทำของบุคคลที่แสดงถึงความเอาใจใส่ จดจ่อ และรับเป็นภาระหน้าที่ของตนเอง มีความมุ่งมั่น ตั้งใจปฏิบัติหน้าที่การงานให้บรรลุสำเร็จตามความมุ่งหมาย ยอมรับผลการกระทำของตนเองและ ยอมรับปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้นด้วยความมานะพากเพียรไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรค ใดๆ จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 35) ให้ความหมายของความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานว่าเป็น การที่บุคคลจะแสดงออกถึงการกระทำหน้าที่ของตนและงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความเอาใจใส่ มี ความละเอียดรอบคอบ มีการวางแผน มีความขยันหมั่นเพียร มีความอดทนและกระตือรือร้นในการ แก้ปัญหา ตรงต่อเวลา เคารพในความคิดเห็นที่แตกต่าง ยอมรับผลของการกระทำไม่ว่าจะเป็นผลดี หรือผลเสีย พร้อมทั้งจะปรับปรุงแก้ไขงานของตนเองให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ วางไว้ และสุจิตา พานิชกิจโกศลกุล (2556: 12) ได้กล่าวว่า ความรับผิดชอบในการปฏิบัติงาน หมายถึง ความรับผิดชอบที่บุคคลแสดงออกถึงการกระทำหน้าที่ของตนและงานที่ได้รับมอบหมายด้วย ความเอาใจใส่ ความละเอียดรอบคอบ มีการวางแผน มีความขยันหมั่นเพียร อดทนและกระตือรือร้น ในการแก้ปัญหา ตรงต่อเวลา ไม่ละเลย ทอดทิ้งหรือหลีกเลี่ยงจนกว่างานจะแล้วเสร็จ ยอมรับผลของ การกระทำไม่ว่าจะเป็นผลดีหรือผลเสียพยายามทำหน้าที่ต่างๆ อย่างเต็มความสามารถ

โดยความรับผิดชอบสามารถแบ่งได้หลายประเภทอาทิ ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความ รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ความรับผิดชอบต่อองค์กร เป็นต้น และได้มีผู้ กล่าวถึงประเภทของความรับผิดชอบไว้แตกต่างกันดังเช่น พนิดา ธนวัฒนากุล (2547: 8) แบ่งความ

รับผิดชอบได้ 2 ด้าน คือ 1) ความรับผิดชอบต่อตนเอง หมายถึง การที่พนักงานจะกระทำหรือแสดงออกถึงการพยายามหาความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน มีความตั้งใจ เอาใจใส่ อดทนต่อปัญหาและอุปสรรค ไม่ละเลยทอดทิ้งงานหรือหลีกเลี่ยงจนกว่างานจะแล้วเสร็จ รวมถึงการวางแผนในการทำงานและยอมรับผลของการกระทำของตนเองที่เกิดขึ้นทั้งในด้านที่เป็นผลดีหรือผลเสีย

2) ความรับผิดชอบต่อองค์กร หมายถึง การที่พนักงานทำงานโดยตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ที่รับผิดชอบ ตลอดจนความรับผิดชอบที่ได้รับการมอบหมาย มีความตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยยึดมั่นตามระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่งและข้อกำหนดต่างๆ ขององค์กรรวมถึงเป็นผู้ใช้และรักษาทรัพย์สินขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ไม่นำมาใช้เพื่อประโยชน์ส่วนบุคคลรักษาข้อมูลความลับขององค์กร ในส่วนของมยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547: 14-15) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อเป็น 2 ด้านคือ 1) ความรับผิดชอบต่อตนเอง หมายถึง ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีการกระทำหรือ/และได้มีการแสดงออกถึงความพยายามศึกษาหาความรู้ที่เกี่ยวกับการปฏิบัติงาน มีความเอาใจใส่ ตั้งใจ อดทน ต่ออุปสรรคการไม่ทอดทิ้งละเลยหรือหลีกเลี่ยงจนกว่างานจะเสร็จ รู้จักวางแผนในการปฏิบัติงานอย่างมีจุดหมายหมายปรับปรุงและพัฒนางานให้ดีขึ้น มีการยอมรับในผลของการกระทำของตนเองที่จะเกิดขึ้นทั้งด้านบวกและด้านลบ 2) ความรับผิดชอบต่อองค์กร หมายถึง ประสิทธิภาพของเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่กระทำหรือ/และแสดงออกถึงการทำงานมีความตระหนักถึงบทบาทหน้าที่ตามความรับผิดชอบ มีความตั้งใจในการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ยึดมั่นตามข้อบังคับ ระเบียบ คำสั่งและข้อกำหนดต่างๆ ในองค์กร ไม่นำไปใช้เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัว มีการรักษาความลับของข้อมูลลูกค้า แผนธุรกิจ ข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร และมาริสา สก๊อต (2548: 11-12) ได้แบ่งความรับผิดชอบออกเป็น 2 ลักษณะคือ 1) ความรับผิดชอบต่อตนเอง เป็นการรับผิดชอบต่อหน้าที่และรับผิดชอบต่อการกระทำของตนเอง ผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่มาก ถือว่างานที่ได้รับมอบหมายมาปฏิบัติจะเป็นงานที่มีความสำคัญจะละเลยในงานไม่ได้ต้องทำหน้าที่ของตนเองให้ดีที่สุดการปฏิบัติตามกฎระเบียบต่างๆ ที่วางไว้อย่างเคร่งครัดผู้ที่มีความรับผิดชอบอยู่ในตนเองจะยอมรับผลที่ออกมาทั้งในแง่บวกและแง่ลบ พร้อมทั้งจะนำข้อผิดพลาดมาแก้ไขในการทำงานครั้งต่อไป 2) ความรับผิดชอบต่อส่วนรวมหรือสังคม เป็นความรับผิดชอบที่จะต้องเกิดขึ้นกับพลเมืองในประเทศเป็นการคิดก่อนทำเสมอว่าการกระทำของตนเองนั้นจะส่งผลกระทบทำให้เกิดผลเสียต่อคนอื่นได้ ไม่ถือเอาความสะดวกสบาย ความพอใจในตนเอง โดยไม่คำนึงถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นกับผู้อื่นหรือส่วนรวมในสังคม

พฤติกรรมการทำงานอย่างมีรับผิดชอบจึงเป็นคุณลักษณะพื้นฐานอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากของบุคคลที่ใช้ในการดำเนินชีวิตในสังคม ผู้ที่มีความรับผิดชอบเป็นผู้ที่รู้จักภาระหน้าที่ในการทำงานหรือดำเนินการตามภาระหน้าที่ให้เกิดผลลัพธ์มากที่สุด โดยบุคคลเหล่านี้จะประสบความสำเร็จในการทำงาน ความรับผิดชอบจึงเป็นคุณลักษณะทางจริยธรรมอีกอย่างหนึ่งของบุคคลที่แสดงออกถึงความมีวุฒิภาวะด้านอุปนิสัยและเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงชีวิตในสังคม เพราะบุคคลแต่ละบุคคลจะมีบทบาทและหน้าที่ที่จะต้องรับผิดชอบอย่าง

มากมาย ถ้าทุกคนมีความรับผิดชอบในบทบาทของตนเองเป็นอย่างดีก็ย่อมทำให้สังคมนั้นมีความเจริญรุ่งเรืองและประเทศก็จะมีการพัฒนาไปได้ด้วยดี (จุฑารัตน์ กิตติเชมากร. 2553: 32; อ้างอิงจาก; ละม้ายมาศ ศรีทนต์; และจรรยา สุวรรณทัต. 2510: 112)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบี่ยงกลิ้งสื่อธุรกิจบันเทิงหมายถึง ความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายด้วยความพากเพียร มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ยอมรับผลของการกระทำในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานด้วยความเต็มใจ มีความพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น มีสำนึกในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายทั้งต่อตนเอง ส่วนรวมสังคม และองค์กร โดยไม่ย่อท้อต่อปัญหาใดๆ

การวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

จากการศึกษาการวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ได้มีผู้สร้างแบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบไว้ เช่น มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547: 39-40) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย โดยแบ่งพฤติกรรมความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อได้ 2 ด้าน คือ 1) ความรับผิดชอบต่อตนเอง 2) ความรับผิดชอบต่อองค์กร โดยแบบสอบถามนี้ถูกสร้างขึ้นจากนิยามปฏิบัติการ ประกอบด้วยประโยคคำถามจำนวน 24 ข้อ มีมาตรประเมินค่า 6 หน่วยตั้งแต่ จริงที่สุด จนถึง ไม่จริงที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .92 มาริษา สก๊อต (2548: 65) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ได้สร้างแบบสอบขึ้นเองจากการประมวลเอกสาร จำนวน 20 ข้อ มีมาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) โดยแต่ละข้อมีมาตรประเมินรวมค่า 6 หน่วยตั้งแต่ จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .80 จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 127-128) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สร้างข้อคำถามขึ้นเองในข้อคำถามมีลักษณะของประโยคคำถามจำนวน 18 ข้อ ประกอบด้วยมาตรประมาณค่า 6 ระดับจาก ไม่จริงที่สุด ถึง จริงที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .91 และโสธยา คงดิษ (2555: 55) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ แบ่งความรับผิดชอบต่อสังคม 3 ด้าน คือ 1) ด้านความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค 2) ด้านการร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม 3) ด้านการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม โดยข้อคำถามถูกสร้างขึ้นจากนิยามปฏิบัติการ จำนวน 29 ข้อ เป็นแบบมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .94

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “ทำบ่อยที่สุด” ถึง “ไม่ทำเลย”

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องพบว่างานวิจัยของพินดา ธนวัฒนากุล (2547) ที่ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานช่างพบว่า ตัวแปรสถานการณ์ทางสังคม ได้แก่ การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอย่างเป็นการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบ ส่วนตัวแปรการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอย่างไม่เป็นทางการ เหตุผลเชิงจริยธรรม และเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ต่อมามาริษา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานพบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน สามารถทำนายพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้ร้อยละ 44 และโสธยา คงดิษฐ์ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม พบว่า เจตคติต่อสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบในด้านรวมและกลุ่มย่อยเฉพาะพนักงานที่มีระยะเวลาปฏิบัติงานมาก ($P < .05$)

การศึกษานี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงหมายถึง ความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ด้วยความพากเพียร มีความละเอียดรอบคอบในการทำงานเพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ยอมรับผลของการกระทำในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานด้วยความเต็มใจ มีความพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น มีสำนึกในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายทั้งต่อตนเองส่วนรวมสังคม และองค์กรโดยไม่ย่อท้อต่อปัญหาใดๆ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “ทำบ่อยที่สุด” ถึง “ไม่ทำเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างรับผิดชอบน้อย

ส่วนที่ 3 ปัจจัยจิตลักษณะกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

การศึกษานี้ปัจจัยจิตลักษณะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จากแนวคิดของอัลบานเนส (Albanese. 1981) ได้

กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางจิตลักษณะมีความสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมการทำงาน โดยปัจจัยจิตลักษณะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิดจากสื่อมวลชนและพฤติกรรมศาสตร์พบว่า เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชนมีความสัมพันธ์เชิงเหตุต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบโดยมีรายละเอียดดังนี้

เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

เจตคติ (Attitude) แปลว่า โน้มเอียงอย่างเหมาะสม (รวิวรรณ อังคนุรักษ์พันธ์. 2533: 3) บางครั้งอาจจะใช้คำว่า “ท่าที” เจตคติที่ดีกับพฤติกรรมนั้นจะส่งผลซึ่งกันและกันคือ เจตคติที่ดีมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลและในขณะเดียวกันการแสดงพฤติกรรมของบุคคลก็ส่งผลต่อเจตคติของบุคคลด้วยเช่นกัน สุชาติ นิภานันท์ (2548: 114) อธิบายว่า เจตคตินั้นมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมในทางจิตวิทยาสามารถพิจารณาได้ว่า เจตคติของบุคคลเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในแนวทางที่แน่นอนและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย เพราะเจตคติมีความเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพ การรับรู้ของบุคคล เจตคติจึงเป็นอีกหนึ่งสัญญาณเตือนถึงปัญหาที่กำลังจะเกิดขึ้น ในการเกิดเจตคติไม่ได้มีมาในตัวบุคคลตั้งแต่กำเนิดแต่ค่อยๆ เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลจากประสบการณ์ การเรียนรู้ในชีวิตของบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นกระบวนการอันซับซ้อน สิ่งที่มีอิทธิพลต่อเจตคติสามารถเป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมอยู่ใกล้หรืออยู่ไกลของบุคคลนั้นได้ การเกิดเจตคติมีได้หลายทางไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคล การศึกษา การอบรมสั่งสอน การเลียนแบบ กระบวนการในการเรียนรู้ทางสังคม (จันทร์สุภาวศ์ ไวยฤทธิ์. 2555: 34)

จากการประมวลเอกสารทั้งในและต่างประเทศพบว่าได้มีผู้ให้ความหมายของเจตคติไว้ เช่น เฮอร์สโตน (Thurstone. 1964: 49) ที่กล่าวว่า เจตคติเป็นตัวแปรทางจิตชนิดหนึ่งที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยง่ายเนื่องจากเป็นความโน้มเอียงทางจิตภายใน จะแสดงออกให้เห็นเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งและยังรวมไปถึงความชอบ ไม่ชอบ ความคิดเห็น ความลำเอียง ความเชื่อมั่นต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และความรู้สึก ในส่วนของกู๊ด (Good. 1973: 59) ได้ให้ความหมายของเจตคติไว้ว่า เป็นการจูงใจหรือความโน้มเอียงของบุคคลที่ตอบสนองต่อสถานการณ์หรือวัตถุโดยจะมีเรื่องของอารมณ์และความรู้สึกเข้ามาประเภทหนึ่งของบุคคลอยู่ในรูปแบบของความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกนี้เกิดจากความรู้เชิงประมาณค่าของตัวบุคคลที่เกี่ยวกับสิ่งนั้นว่าสิ่งเหล่านั้นมีประโยชน์หรือมีโทษมากน้อยเพียงใด จึงทำให้เกิดความพอใจหรือไม่พอใจและความพร้อมที่จะกระทำต่อสิ่งนั้นในทางที่สอดคล้องกับความรู้สึกของตนเองต่อสิ่งนั้น ดังนั้นบุคคลสามารถมีเจตคติต่อสิ่งต่างๆ มากมายแม้กระทั่งเจตคติต่อตนเองหรือเจตคติต่อการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ในส่วนของงามตา วนิทานนท์ (2534: 215) กล่าวว่า เจตคติเป็นจิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคล เกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าที่เกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อย

เพียงใด จึงทำให้มีความโน้มเอียงไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่างๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบรวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือขัดขวางทำลาย เป็นต้น

เจตคติในตัวบุคคลมีองค์ประกอบที่แสดงถึงความหมายที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอยู่ 3 องค์ประกอบ (งามตา วนิหนานนท์. 2537: 198-200) คือ 1) องค์ประกอบทางการรู้คิด (Cognitive component) หมายถึง เจตคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งนั้นจะต้องประกอบด้วยความรู้หรือความเชื่อที่บุคคลมีเกี่ยวกับเป้าหมายของเจตคติ (attitude object) ที่อาจเป็นวัตถุ บุคคลหรือเหตุการณ์เป็นอันดับแรกและเป็นความรู้สึกที่มีทิศทาง ประกอบกันคือทางที่ว่าสิ่งนั้นดีเลว มีคุณหรือมีโทษ มากน้อยเพียงใด เป็นความรู้หรือความเชื่อที่ใช้ประกอบสิ่งนั้นได้ 2) องค์ประกอบทางความรู้สึก (Affective component) หมายถึง เจตคติที่มีลักษณะที่สำคัญคือ ภาพลักษณ์ของบุคคลเกี่ยวกับวัตถุทางเจตคตินั้น เช่นเดียวกับองค์ประกอบแรก ความรู้สึกของบุคคลก็จะมีทิศทางด้วยหมายถึง ความชอบความไม่ชอบสิ่งหนึ่งหรือความพอใจไม่พอใจสิ่งหนึ่ง องค์ประกอบนี้ของเจตคติต่อสิ่งหนึ่งของบุคคลจะสอดคล้องกับทิศทางขององค์ประกอบแรกด้วย กล่าวคือ ถ้าบุคคลเชื่อว่าสิ่งใดมีประโยชน์ บุคคลก็จะชอบและพอใจสิ่งนั้นในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลเชื่อว่าสิ่งนั้นเลวหรือมีโทษ บุคคลก็จะไม่ชอบไม่พอใจสิ่งนั้น 3) องค์ประกอบทางการพร้อมกระทำ (Action tendency component) เมื่อบุคคลมีความรู้เชิงประเมินค่าและมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบในสิ่งนั้นแล้วสิ่งที่สอดคล้องกันที่ตามมาคือ ความพร้อมที่จะกระทำการให้สอดคล้องกับความรู้สึกของตนต่อสิ่งนั้นด้วย จะเห็นได้ว่าองค์ประกอบของเจตคติทั้ง 3 องค์ประกอบนั้นจะมีความต่อเนื่องกันตามลำดับอย่างเป็นกระบวนการ จากความรู้เชิงประเมินค่า ความรู้สึก และการมุ่งกระทำ ดังนั้นบุคคลที่จะมีเจตคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นจะต้องประกอบด้วยลักษณะทั้ง 3 ประการเสมอ (ศักดิ์นา บุญเปี่ยม. 2533: 12)

นอกจากนี้ (ดวงเดือน พันธมนาวิน. 2524: 5-9) ได้กล่าวไว้ว่าจาก 3 องค์ประกอบที่สำคัญดังกล่าวเจตคดียังมีลักษณะที่สำคัญอีก 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) มีทิศทาง (Direction) คือ เจตคติจะมีทิศทางไปในทางบวกหรือทางลบ บุคคลนั้นจะรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่ดีหรือเลว รู้สึกชอบพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งนั้น พร้อมทั้งจะให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือพร้อมที่จะขัดขวางและทำลายในสิ่งๆ นั้น และ 2) ปริมาณ (Magnitude) คือ ความเข้มข้นของเจตคติที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลอาจจะมีเจตคติต่อสิ่งหนึ่งอย่างรุนแรงมากและมีเจตคติต่ออีกสิ่งหนึ่งเพียงเบาบาง แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับความสำคัญของสิ่งนั้นหรือมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลกับสิ่งนั้น และบริพ (สาธิต ฤทธิ์เลิศชัย. 2548: 27 อ้างอิงจาก Brief. 1998: 15-17) ยังแจกแจงทิศทางของเจตคติเป็น 2 ทิศทาง คือ เจตคติในทางบวก (Positive Attitude) หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกชอบหรือพอใจในสิ่งใดๆ และในส่วนของเจตคติในทางลบ (Negative Attitude) หมายถึง การที่บุคคลรู้สึกไม่ชอบหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดๆ บุคคลจะมีเจตคติทางบวกและทางลบนั้นบุคคลจะมีพฤติกรรมหรือการกระทำที่ตอบสนองต่อเจตคติที่แตกต่างกันด้วย จากข้อความข้างต้นที่กล่าวถึงเจตคติจะพบว่า เจตคติมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ถ้าบุคคลมีเจตคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งบุคคลจะแสดงออกถึงพฤติกรรมที่ดีต่อสิ่งนั้น นั่นคือ บุคคลที่มีเจตคติที่ดีต่อการ

ทำงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกันในการทำงานจะทำให้เกิดความพอใจในการทำงานอีกทั้งยังส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบด้วยเช่นกัน

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ให้ความหมายของเจตคติที่ดีต่อทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ หมายถึง การรู้สึกดี ความรู้สึก และการพร้อมกระทำให้การปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อการทำงาน ทราบว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์หรือให้โทษ รู้สึกพอใจไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบในการทำงาน และมีความพร้อมที่จะกระทำหรือหลีกเลี่ยงที่จะทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

การวัดเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับเจตคติ พบว่าในงานวิจัยของศักดิ์ชัย นิธิฤทธิ์ (2532) ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อสภาพการทำงาน 2 ด้านมีข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ ประกอบด้วยด้านของความรู้และความพึงพอใจของครูที่มีต่อการทำงานในหน้าที่ครูผู้สอน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .56 ในส่วนของมยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547: 47-48) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินค้าเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบเพื่อวัดความรู้เชิงประเมินค่า ความรู้สึกพอใจ และความพร้อมที่จะกระทำ โดยแบบวัดมีลักษณะเป็นข้อคำถามประกอบด้วยมาตราประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” จำนวน 17 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .92 ต่อมารัชชชัย ศรีพรงาม (2547) ได้สร้างแบบวัดเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัย ประกอบด้วยเนื้อหาที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ชอบ/ไม่ชอบ ต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัย รวมไปถึงความคิดเห็นต่อประโยชน์และโทษของการแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัยและพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัย ด้วยการวัดมาตราประเมินค่า 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” จำนวน 15 ข้อโดยมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .82 ในส่วนของ พนิดา ธนวัฒนากุล (2547) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความความรับผิดชอบ โดยได้ดัดแปลงจากแบบวัดเจตคติต่อการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของพงศ์วัช วิวังสุ (2546) ประกอบด้วยประโยคคำถาม 10 ข้อ มีมาตราประเมินค่า 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” มีค่าความเชื่อมั่นแบบวัดทั้งฉบับเท่ากับ .82 ต่อมามาริษา สก๊อต (2548: 54) ได้สร้างแบบวัดเจตคติต่อการทำงานขึ้นเอง ลักษณะแบบวัดเป็นข้อคำถามทางบวกและทางลบรวม 15 ข้อ มีมาตราประเมินค่ารวม 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .78 และโสธยา คงดิษ (2555: 56) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงาน 3 ด้านคือ ด้านความรู้เชิงประเมินค่า ด้านความพร้อมที่จะกระทำ และด้านความรู้สึก แบบสอบถามถูกสร้างจากนิยามปฏิบัติการจำนวน 18 ข้อ มีมาตราประเมินค่ารวม 6 ระดับ ตั้งแต่ จริงที่สุด ถึง ไม่จริงเลย มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .92

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ ประกอบด้วย การรู้จัก ความรู้สึก และการพร้อมกระทำ มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อแบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากงานวิจัยของอภิรดี โสภางค์ (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ เจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ในสังกัดกองคลังหรือสำนักงานการคลังทั้งหมด 326 คนพบว่า ผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมซื่อสัตย์ในงานสูงกว่าผู้ที่มีเจตคติต่อการทำงานต่ำ ผลรายงานนี้พบในกลุ่มรวมและยังพบอีกว่า เจตคติที่ดีต่อการทำงานสูงเป็นตัวทำนายที่สำคัญลำดับที่ 1 ต่อมา มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ.ธนาคารกรุงไทยพบว่า เจ้าหน้าที่ที่มีเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าจะมีพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบต่อลูกค้าสูงกว่า เจ้าหน้าที่ที่มีเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบต่อลูกค้ามีน้อยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ในส่วนของมาริษา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูงเพิ่มมากขึ้น จะมีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ต่อมาอ้อมเดือน สดมณี และอุษา ศรีจินดารัตน์ (2549: 58-59) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมและความสุขทางใจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของครูในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นครูประถมศึกษาจำนวน 235 คนและครูมัธยมศึกษาจำนวน 320 คนพบว่า ครูที่มีเจตคติต่อการปฏิบัติการศึกษาสูงมีพฤติกรรมการทำงานตามแนวทางการปฏิบัติการศึกษาดีกว่าครูที่มีเจตคติต่อการปฏิบัติการศึกษาต่ำ โดยตัวแปรเจตคติต่อการปฏิบัติการศึกษาเป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่ 1 ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานของครูตามแนวทางการปฏิบัติการศึกษาทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย 18 กลุ่ม และโสรยา คงดิษ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์พบว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการคาดการณ์ว่าเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมสามารถอธิบาย ทำนายกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคมได้เช่นกัน จากผลของ

งานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ สามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบเป็นลำดับต้นๆ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ หมายถึง การรู้จักคิด ความรู้สึก และการพร้อมกระทำการในการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อการทำงาน ทราบว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์หรือให้โทษ รู้สึกพอใจไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบในการทำงาน และมีความพร้อมที่จะกระทำหรือหลีกเลี่ยงที่จะทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ และผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ ประกอบด้วย การรู้จักคิด ความรู้สึก และการพร้อมกระทำการ มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงน้อย

ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน (Future orientation and Self control) คือ ลักษณะทางจิตของบุคคลประเภทหนึ่ง เป็นลักษณะที่สามารถจะบังคับตนเองให้รอรับผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คาดการณ์ผลดีผลเสียของการกระทำที่จะได้รับในอนาคตได้ ลักษณะมุ่งอนาคตเป็นการรู้จักนึกถึงอนาคตที่ยาวไกล เล็งเห็นผลดีและผลเสียที่จะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งในเวลาอันใกล้หรือไกลที่จะเกิดกับตนเองและสังคมในอนาคต ฉะนั้นบุคคลจะต้องสามารถบังคับตนเองให้มีความอดได้รอได้มีความควบคุมตนเองได้ การควบคุมตนจึงรวมถึงความสามารถของบุคคลที่จะกระทำหรือไม่กระทำในบางอย่างที่ต้องใช้ความอดทนที่สามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้อย่างมีปริมาณและคุณภาพที่เหมาะสมเป็นเวลานานมากพอที่จะนำไปสู่ผลสำเร็จที่ต้องการในอนาคตได้ (Mischel. 1974)

โดยลักษณะมุ่งอนาคต (Future orientation) เคย์ (Kay. 1975) เชื่อว่าบ่อเกิดของลักษณะมุ่งอนาคตของบุคคลขึ้นอยู่กับความมั่นคงทางสังคมของบุคคลและต้องเคยได้รับประสบการณ์ที่ว่าสิ่งที่ต้องรอคอยนั้นรับรู้ได้จริงๆ ในที่สุด นอกจากนี้การที่เคยประสบความสำเร็จต่างๆ ในชีวิตเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ช่วยให้บุคคลมีลักษณะมุ่งอนาคต เกิดความมานะพยายามทำในสิ่งต่างๆ เพราะมีความหวังว่าจะทำได้สำเร็จเหมือนที่เคยประสบมา ในส่วนของมิเชล (Mischel. 1974: 287) ได้กล่าวถึงลักษณะมุ่งอนาคตว่าเป็น การรู้จักคิดถึงอนาคตที่ยาวไกลออกไป เล็งเห็นผลดีและผลเสียที่จะเกิดขึ้นทั้งใกล้และไกลอันจะเกิดกับตนเองและสังคมในอนาคต ดังนั้นบุคคลจะสามารถบังคับตนเองให้มีความอดได้รอได้หรือควบคุมตนเอง การควบคุมตนจึงรวมถึงความสามารถของบุคคลที่จะอดทนหรือกระทำการบางสิ่งที่ต้องใช้ความอดทน มีการเสียสละและสามารถกระทำพฤติกรรมนั้นได้อย่างดี

มีความเหมาะสมเป็นเวลานานที่จะนำไปสู่ผลในอนาคตได้ มีความสอดคล้องกับดวงเดือน พันธุมนาวัน (2537: 86-87) ที่กล่าวว่า ลักษณะมุ่งอนาคตเป็นความสามารถในการคาดการณ์ไกลในอนาคตได้ว่าจะมีอะไรเกิดขึ้นทั้งผลดีและผลเสีย เล็งเห็นความสำคัญของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตนั้น โดยการที่บุคคลจะคิดได้ว่าอะไรที่จะเกิดขึ้นในอนาคตรวมไปถึงความเข้าใจมองเห็นเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้อย่างทะลุปรุโปร่งและตรงกับความเป็นจริง เนื่องจากบางคนคาดการณ์ว่าจะเกิดอะไรขึ้นแต่ไม่ยอมรับกับความเป็นจริง โดยเฉพาะเรื่องที่ไม่เป็นผลดีกับตนเองหรือในบางคนมองไม่เห็นว่าการกระทำของตนเองจะส่งผลเช่นไรในอนาคต สำหรับบุคคลที่มีการมุ่งอนาคตสูงและความสามารถที่จะควบคุมตนเองได้จะมี 4 คุณลักษณะ คือ 1) สามารถคาดการณ์ไกลเห็นความสำคัญของอนาคตและตัดสินใจเลือกอย่างเหมาะสม 2) หาแนวทางแก้ปัญหา วางแผนดำเนินงานเพื่อเป้าหมายในอนาคต 3) รู้จักการอดใจได้อย่างเหมาะสม 4) สามารถลงโทษและให้รางวัลตนเองได้อย่างมีความเหมาะสม (ดวงเดือน พันธุมนาวัน. 2531) และในส่วนของ การควบคุมตน (Self control) ประกอบด้วยลักษณะทางจิตคือ การมองเห็นความสำคัญของประโยชน์ที่มีมาในอดีตมากกว่าประโยชน์ปัจจุบัน การเลือกที่แสดงพฤติกรรมที่อดใจได้และเชื่อว่าการกระทำของตนเองจะส่งผลดีตามที่ตนต้องการได้นั้นคือการมีผลที่สืบเนื่องมาจากการมุ่งอนาคต นอกจากนั้นความสามารถควบคุมตนยังมีความเกี่ยวข้องกับการไม่หวังผลจากภายนอก แต่เป็นการที่บุคคลให้รางวัลกับตนเอง การลงโทษตนเอง โดยรางวัลที่ให้แก่ตนเองจะอยู่ในรูปแบบของความพอใจความภาคภูมิใจในตนเอง ส่วนเรื่องของการลงโทษตนเองคือ การเกิดความไม่สบายใจในตนเองความวิตกกังวลใจและละอายใจ (ดวงเดือน พันธุมนาวัน. 2543: 92-93) ทั้งนี้ดวงเดือน พันธุมนาวัน (2547: 7-8) ได้กล่าวเพิ่มเติมว่าการควบคุมตนสามารถเรียกได้ทั่วไปว่า “วินัยในตนเอง” เป็นการบังคับ ปรับปรุงตนเอง หรือการจัดระเบียบพฤติกรรมบางชนิดของตัวเองเพื่อเป้าหมายของการสร้างพฤติกรรมที่น่าปรารถนา และการที่บุคคลจะมีลักษณะด้านควบคุมตนสูงจะส่งผลให้บุคคลนั้นมีการทำงานอย่างขยันขันแข็งในปัจจุบันเพื่อรับผลดีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

จิตลักษณะสองประเภทนี้ควรจะต้องได้รับการพัฒนาไปด้วยกัน จึงจะเกิดพฤติกรรมที่ต้องการ รวมไปถึงการปรับตัวเป็นคนดี การเห็นคุณค่าในตนเองพร้อมในการรับผิดชอบต่อสิ่งต่างๆ อาทิ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ เพราะจากลักษณะมุ่งอนาคตเป็นส่วนต้นของการเกิดพฤติกรรมและควบคุมตนหรือการมีวินัยในตนเองเป็นส่วนปลายของพฤติกรรม ในการเกิดปรากฏการณ์ที่ควบคู่กันคือ การมีลักษณะมุ่งอนาคตจะนำมาก่อนจากนั้นบุคคลจะต้องเกิดการควบคุมตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ จนประสบความสำเร็จในการทำงานและเวลาที่ได้กำหนดไว้ (ดวงเดือน พันธุมนาวัน. 2537: 86) และลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนนี้ยังมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการทำงานเป็นอย่างมากคือ ถ้าแต่ละขั้นตอนของการทำงานนั้นจะมีผลต่อความสำเร็จหรือความก้าวหน้าของบุคคลในอนาคต ความสำเร็จในแต่ละขั้นจะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลพยายามทำงานในขั้นต่อไปให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและในขณะเดียวกันความล้มเหลวของการทำงานในขั้นต้น ก็จะทำให้บุคคลไม่สามารถทำงานในขั้นต่อไปได้ การมุ่งอนาคตนี้มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลากหลายชนิด ทั้งพฤติกรรมส่วนตัวเช่น

พฤติกรรมการอดออม พฤติกรรมซื่อสัตย์ พฤติกรรมรับผิดชอบ และพฤติกรรมช่วยเหลือผู้อื่น (ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และเพ็ญแข ประจักษ์ปัจฉิม. 2520)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความหมายของลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน หมายถึง การมีความตระหนักรู้ถึงความสามารถในการทำงานของตนเอง มีการวางแผนด้วยความรับผิดชอบต่อทุกครั้งก่อนลงมือทำงาน และสามารถควบคุมตนเองได้จากการแสดงกริยาที่ไม่เหมาะสมกับเพื่อนร่วมงานเพื่อนานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

การวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน

ในงานวิจัยของ มาริษา สก๊อต (2548) ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ ได้นำแบบสอบถามลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน ที่ได้มีการปรับปรุงมาจากดวงเดือน พันธุมนาวิน และงามตา วรินทร์านนท์ (2536) จำนวน 16 ข้อ เป็นแบบสอบถามตามมาตรประเมินรวมค่า (Rating Scale) โดยมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) แต่ละข้อมีมาตรประเมินค่ารวม 6 หน่วย ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” และมีค่าสัมประสิทธิ์แบบแอลฟาเท่ากับ .86 และมยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547: 42) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าอย่างมีความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารไทย ได้สร้างแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมาจากแบบวัดของ บุญรับ ศักดิ์มณี. (2532) ประกอบด้วยประโยคคำถาม 20 ข้อ โดยเลือกคำถามที่ตรงกับนิยามเชิงปฏิบัติการมา 17 ข้อ มีมาตรประเมินค่าตั้งแต่ จริงที่สุด ถึง ไม่จริงที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .94

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนของมาริษา สก๊อต. (2548) เนื่องจากแบบวัดนี้มีความใกล้เคียงกับงานของผู้วิจัยและได้นำมาปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการมีจำนวน 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน พบงานวิจัยของบุญรับ ศักดิ์มณี (2532: 141-143) ได้ศึกษาการเสริมสร้างทางจิตลักษณะเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการที่บรรจุใหม่ สังกัดหน่วยงานต่างๆ ในกรุงเทพมหานครโดยการคัดเลือกให้ข้าราชการบรรจุใหม่ฝึกอบรมลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตนทั้งชายและหญิงทั้งหมด 120 คน เป็นระยะเวลาในการฝึกอบรม 3 เดือน เพื่อวัดผลที่ดีต่อจิตใจและพฤติกรรมพบว่า กลุ่มข้าราชการที่มีรายได้น้อยและมีสภาพการทำงานที่ไม่น่าพอใจได้รับผลดีต่อพฤติกรรมจากการได้รับการฝึกควบคุมตนเองมากที่สุด และในการฝึกมุ่งอนาคตส่งผลถึงจิตใจและพฤติกรรมมากที่สุดต่อกลุ่มข้าราชการที่นำความรู้ไปใช้ในการทำงานได้มากสรุปได้ว่า การฝึกลักษณะมุ่งอนาคตและการ

ควบคุมตนเองส่งผลต่อจิตใจและพฤติกรรมในการทำงานแบบมุ่งอนาคตและควบคุมตนเองได้ โดยผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานแบบมุ่งอนาคตและควบคุมตนเองได้จะมีลักษณะการทำงาน ประกอบด้วย การทำงานที่ไม่คล้อยตามผู้อื่นไปในทางเสื่อมเสีย ทำตามทีพุด และทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วยความตั้งใจและความอดทน ในส่วนของงานวิจัยของวิริตี ปานศิลา (2542: 98) ได้ศึกษาความเกี่ยวข้องของจิตลักษณะกับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณะสุขระดับตำบลในภาคเหนือของไทย ทั้งหมด 636 คน พบว่าพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการที่เป็นบุคลากรสาธารณะสุขโดยรวมมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองและสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณะสุขโดยรวมได้ร้อยละ 11 ต่อมา มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทยพบว่า ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมาริษา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ พบว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานมากกว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองในกลุ่มรวมต่ำ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการคาดการณ์ว่าลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตนเองจะสามารถอธิบายทำนายกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน จากผลของงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่า ลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตนเอง สามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานเป็นลำดับต้นๆ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงมีการคาดการณ์ว่าลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตนเอง จะทำนายและอธิบายการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเอง หมายถึง การมีความตระหนักรู้ถึงความสามารถในการทำงานของตนเอง มีการวางแผนด้วยความรับผิดชอบทุกครั้งก่อนลงมือทำงาน และสามารถควบคุมตนเองได้จากการแสดงกริยาที่ไม่เหมาะสมกับเพื่อนร่วมงานเพื่อนร่วมงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองของมาริษา สก๊อต. (2548) เนื่องจากแบบวัดนี้มีความใกล้เคียงกับงานของผู้วิจัยและได้นำมาปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการมีจำนวน 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองน้อย

จริยธรรมสื่อมวลชนกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

จริยธรรมสื่อมวลชน (Ethics of mass communication) เป็นเรื่องของความเข้าใจและเคารพในบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบที่สื่อมวลชนที่มีต่อตนเองและสังคม ไม่ใช่เรื่องของการท่องจำแต่เป็นเรื่องของการเข้าใจ ยอมรับ จริยใจที่จะเคารพสัญญาและปฏิบัติได้ (พิศิษฐ์ ชาวลาธวัช. 2546: 326-327) ในขณะที่ศูนย์กฎหมายและนโยบายสื่อสารมวลชน (2554: 205) ได้ให้ความหมายของจริยธรรมว่า เป็นกฎเกณฑ์แห่งข้อบังคับปฏิบัติที่ควบคุมบุคคลหรือผู้ประกอบการวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่ง อาจจะกำหนดขึ้นเป็นมาตรฐานแห่งพฤติกรรมว่าจะต้องปฏิบัติอย่างไรบ้าง ในการดำเนินประกอบวิชาชีพนั้นๆ สุทธิติ ชัตติยะ (2556: 166) กล่าวว่าจริยธรรมสื่อมวลชนหมายถึง ความประพฤติที่เหมาะสมที่ควรอันเป็นความถูกต้องที่มีกฎเกณฑ์ของสื่อมวลชนตามแต่ละประเภทของงาน โดยต่างฝ่ายต่างต้องมีจริยธรรมของตนเอง ดังนั้นจริยธรรมไม่ใช่ “กฎหมาย” เพราะจริยธรรมอยู่สูงกว่ากฎหมาย กฎหมายเป็นเพียงข้อบังคับขั้นต่ำเท่านั้น ความประพฤติบางอย่างผิดจริยธรรมแต่ไม่ผิดกฎหมาย แม้กฎหมายจะพัฒนาจากคุณค่าทางจริยธรรมของสังคม แต่กฎหมายเป็นเพียงการตัดสินและบังคับพฤติกรรมทางสังคมเท่านั้น ในขณะที่จริยธรรมเป็นหลักปฏิบัติตามความสมัครใจอาศัยการพิจารณาไตร่ตรองจากส่วนลึกในจิตใจและเป็นหลักเกณฑ์ที่สื่อมวลชนใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจชี้วัด ความถูกต้องทางวิชาชีพการสร้างมาตรฐานในกลุ่มวิชาชีพเพื่อในการควบคุมตรวจสอบกันเองของสื่อมวลชน (ศูนย์ศึกษากฎหมายและนโยบายสื่อมวลชน. 2554: 134-135) ดังนั้นจริยธรรมสื่อมวลชนจึงหมายถึง ธรรมที่เป็นข้อประพฤติปฏิบัติของสื่อมวลชน (สมสุข หินวิมาน; และคณะ. 2557: 358)

นักวิชาการทางด้านสื่อสารมวลชนได้จัดตั้งองค์กรวิชาชีพและกำหนดจริยธรรมแห่งวิชาชีพขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแนวทางการควบคุมกันเอง สิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชนจึงต้องเป็นเรื่องที่จะพิจารณาควบคู่กับบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม โดยมีองค์กรวิชาชีพและจริยธรรมวิชาชีพของสื่อมวลชนเป็นหน่วยงานที่มากำกับสิทธิและเสรีภาพเบื้องต้น การแสดงความรับผิดชอบของสื่อมวลชนและความสำคัญของจริยธรรมกับบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนจึงประกอบด้วย 1) ความรับผิดชอบสื่อมวลชนมีหน้าที่หลักสำคัญในการนำเสนอข่าวสาร ความรู้ ข้อคิดเห็น ความบันเทิงและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่างๆสู่ประชาชน การยึดหลักจริยธรรมจะทำให้สื่อมวลชนมีหลักประกันความประพฤติให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้อื่น สื่อมวลชนที่มีความรับผิดชอบต่อคนนอกจากจะได้รับการถ่ายทอดข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่สาธารณะชนแล้ว ยังจะเป็นผู้ที่ทำหน้าที่พิทักษ์สังคมจากอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นในสังคม 2) สิทธิและเสรีภาพ จริยธรรมคือหลักประกันสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน เมื่อสื่อมวลชนปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างถูกต้อง จึงไม่สามารถอ้างได้ถึงเหตุผลในการคุกคามหรือละเมิดสิทธิและเสรีภาพของสื่อมวลชนเช่นเดียวกัน 3) สังคมสมานฉันท์ การยึดหลักจริยธรรมของสังคมจะนำไปสู่การสร้างสังคมสมานฉันท์ที่มีความสุขและมีความเอื้ออาทร สื่อมวลชนสามารถทำหน้าที่เป็นกระบอกเสียงให้กับทุกฝ่ายหลักจริยธรรมจะช่วยคลี่คลายปัญหาความขัดแย้งในสังคม 4) ความจริงที่แท้หน้าที่ของสื่อมวลชนสัมพันธ์กับความ

รับผิดชอบทางจริยธรรม คือ การแสวงหาและรายงานข่าวสารอย่างถูกต้อง สื่อมวลชนจะไม่รายงานข่าวที่บิดเบือนไปจากความจริงไม่ว่าด้วยเงื่อนไขของความรู้อคติ ลำเอียง เพราะสื่อมวลชนมีหลักการของจริยธรรมที่คอยค้ำจุนรักษาความจริงเอาไว้ จะช่วยทำหน้าที่เป็นกระจกเงาส่องสะท้อนข้อเท็จจริงจากความหลากหลายของสังคม 5) ความยุติธรรม หลักความยุติธรรมมีความสัมพันธ์กับหลักจริยธรรมสื่อมวลชนกล่าวคือ ข่าวที่ยุติธรรมต้องมีความครบถ้วนไม่ทิ้งประเด็นสำคัญที่อาจส่งผลกระทบไม่เลือกข้าง แต่ต้องสร้างความสมดุลในเนื้อหาของข่าวสารไม่สร้างความเข้าใจผิดบิดเบือน ชี้นำ มีความซื่อสัตย์ต่อผู้รับข่าวสาร 6) หลักมนุษยธรรมคือ มโนสำนึกที่ทำให้สื่อมวลชนใช้ในการไตร่ตรองอย่างรอบคอบในการทำงานทุกขั้นตอนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร โดยจะไม่กระทำการใดๆ เพื่อสร้างความทุกข์ทรมานให้กับผู้อื่นไม่ว่าจะเป็นแหล่งข่าวหรือผู้ถูกกระทำทั้งทางตรงและทางอ้อม หลักมนุษยธรรมนี้จะเชื่อมโยงไปสู่สิทธิขั้นพื้นฐานของแต่ละบุคคลในฐานะของความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกัน (สุทธิ ขัตติยะ. 2556: 169-170)

สมคิด บางโม (2551: 137) อธิบายว่า จริยธรรมของสื่อมวลชนนั้นจะมีความครอบคลุมการสื่อสารมวลชนทั้งหมดสามารถจำแนกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) องค์การธุรกิจหมายถึง วัตถุประสงค์ วิสัยทัศน์ เป้าหมาย ขององค์กรหรือบริษัทโดยจะต้องยึดจริยธรรมเป็นหลักเพื่อการแสวงหาผลกำไรสูงสุดของธุรกิจสื่อสารมวลชนและต้องไม่ขัดต่อคุณธรรมไม่มีการทำลายคู่แข่ง ไม่ประกอบธุรกิจที่ทำให้สังคมเสื่อม 2) บุคลากรที่เกี่ยวกับสื่อสารมวลชนได้แก่ ผู้ถือหุ้นและเจ้าของสื่อมวลชนผู้ที่จำหน่ายวัตถุดิบให้กับคู่แข่ง ผู้จำหน่ายสินค้า บุคลากรจะต้องมีจริยธรรมในการประกอบอาชีพนอกจากนี้ยังมีผู้เกี่ยวข้องอื่นๆ อีก ได้แก่ ชุมชนท้องถิ่น รัฐบาล และสภาพแวดล้อมระดับประเทศ 3) การดำเนินการหรือการจัดการหมายถึง การวางแผน การสั่งการ การใช้อำนาจในการต่อรอง การตัดสินใจ การขจัดปัญหาต่างๆ การบริหารจัดการในองค์กรสื่อสารมวลชนและนอกองค์กรต้องใช้จริยธรรมเป็นเครื่องกำกับ 4) กิจกรรมดำเนินการ ได้แก่ กิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการเช่น การนำเสนอข่าว การผลิต การโฆษณา การบริการ กิจกรรมด้านการเงินและบัญชี การแข่งขัน การบริหารบุคคลและอื่นๆ จะต้องปฏิบัติไปอย่างมีจริยธรรมและเมื่อนำจริยธรรมมาปรับใช้กับธุรกิจสื่อสารมวลชนสามารถแบ่งจริยธรรมออกเป็น 2 ระดับดังนี้ 1) ระดับองค์กรได้แก่ จริยธรรมผู้บริหารหรือผู้ถือหุ้น ซึ่งเป็นผู้กำหนดทิศทางและนโยบายขององค์กรธุรกิจสื่อสารมวลชน เช่น บริษัทสร้างภาพยนตร์ บริษัทวิทยุโทรทัศน์ เป็นต้น จะต้องใช้จริยธรรมระดับสูง เพราะต้องมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคลจำนวนมากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ต้องบริหารจัดการองค์กรให้ได้กำไรซึ่งจะมีโอกาสกระทบต่อสังคมได้มากทำให้ผู้อื่นได้รับความเดือดร้อนเป็นปัญหาต่อสังคมอย่างมากจึงทำให้เกิดปัญหาทางจริยธรรมได้มากเช่นเดียวกัน 2) ระดับบุคคล (จริยธรรมระดับพนักงานหรือสื่อมวลชน) โดยส่วนใหญ่พนักงานจะทำหน้าที่เฉพาะด้านที่ตนได้รับมอบหมายจึงทำให้เกิดการทำงานที่ดีและมีความรับผิดชอบมากที่สุด เพื่อการนำเสนอข่าวสารที่สมบูรณ์ (สมคิด บางโม. 2551: 149)

จริยธรรมของสื่อสารมวลชนหรือในวิชาชีพต่างๆ จะต้องยึดหลักคุณธรรมหรือคุณงามความดีเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพทั้งหัวหน้างานและพนักงาน จริยธรรมสื่อมวลชนจึงมี

องค์ประกอบดังนี้ 1) ความซื่อสัตย์คือ การดำเนินการอย่างมีความตรงไปตรงมา มีความตรงต่อความเป็นจริง เช่น ความซื่อสัตย์ต่อองค์กร ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ความซื่อสัตย์ต่อแหล่งข่าว รายงานข่าวหรือเสนอข้อมูลตามความเป็นจริง ไม่แต่งเติมข่าวสารข้อมูลหรือสร้างข่าวขึ้นมาเอง ไม่คัดลอกบทความของผู้อื่น ซื่อสัตย์ต่ออาชีพและไม่รับของขวัญ เป็นต้น 2) ความรับผิดชอบคือ การปฏิบัติอย่างละเอียดรอบคอบ ยอมรับผลการกระทำของตนรับผิดชอบต่อการนำเสนอข่าวไม่ใส่ความผู้อื่น ผลิตสิ่งพิมพ์หรืองานที่มีคุณภาพ ไม่ประกอบอาชีพที่ทำให้สังคมเสื่อม เช่น พิมพ์สิ่งพิมพ์อนาจาร ภาพอนาจาร ออกจำหน่าย ไม่นำเสนอข่าวที่เป็นพิษภัย สร้างปัญหาให้แก่สังคม เป็นต้น ความรับผิดชอบเป็นคุณภาพที่สำคัญยิ่งสำหรับอาชีพสื่อสารมวลชน หากเป็นเจ้าของธุรกิจหรือนายทุนขององค์กรสื่อสารมวลชนจะต้องดูแลทุกข์สุขของพนักงานปฏิบัติตามกฎหมายของบ้านเมือง 3) ความเสียสละคือ การละความเห็นแก่ตัว การแบ่งปันให้ผู้อื่น เช่น การเสียสละให้แก่องค์กร เสนอข่าวการตัดไม้ทำลายป่า ช่วยเหลือพนักงานตามความเหมาะสม ลงข่าวลูกจ้างที่ถูกเอารัดเอาเปรียบเสมอ มีการบริจาคเงินให้แก่สาธารณกุศลต่างๆ ความเสียสละเป็นคุณธรรมที่ใช้ไม่มากนัก แต่เมื่อใช้แล้วจะทำให้ภาพลักษณ์สื่อสารมวลชนหรือองค์กรสื่อสารมวลชนเป็นที่ยอมรับของสังคมมากขึ้น 4) ความยุติธรรมคือ การปฏิบัติหน้าที่อย่างเที่ยงธรรม ตรงต่อความเป็นจริงไม่ลำเอียง ไม่โจมตีรัฐบาลหรือฝ่ายตรงข้ามโดยปราศจากเหตุผล ไม่นำเสนอข่าวสารด้วยความลำเอียง วิวาทษ์วิจารณ์ด้วยความเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบพนักงานหรือเลิกจ้างงานโดยไม่เป็นธรรม ไม่กลั่นแกล้งทำลายคู่แข่ง 5) ความอดทนคือ ความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะกระทำหรือไม่กระทำอย่างเข้มแข็งเช่น มีความอดทนอดกลั้นต่อผลประโยชน์ที่ไม่ถูกต้อง มีความขยันในการทำงานเกาะติดข่าวสารด้วยความอดทน อดทนต่อการแสวงหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม อดทนต่อความลำบากในการประกอบวิชาชีพ อดทนต่อความล้มเหลวของการประกอบการ ไม่เลิกกิจการง่ายๆ อดทนต่อจริยธรรมที่ใช้ในเชิงสื่อสารมวลชน ส่วนใหญ่นั้นจะเป็นเรื่องของตนเองไม่มีผลต่อผู้อื่นมากนัก 6) ความกตัญญูคือ ความสำนึกขอบคุณในการอุปการะช่วยเหลือของผู้อื่นที่มีต่อเราเช่น การเห็นคุณค่าของพนักงานที่ทำงานมานาน เห็นคุณค่าของแหล่งเสนอข่าวคนดีของสังคม เห็นคุณค่าของประเทศชาติ วิวาทษ์วิจารณ์ให้สติแก่สังคม ผลิตผลงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ให้รางวัลแก่สื่อมวลชนดีเด่น เป็นต้น เมื่อพิจารณาองค์ประกอบทุกด้านแล้วจะเห็นได้ว่า องค์ประกอบของจริยธรรมสื่อสารมวลชนที่สำคัญมากได้แก่ ความซื่อสัตย์ ความรับผิดชอบ ความยุติธรรม รองลงมาคือ ความเสียสละ ความอดทน และความกตัญญู หากสื่อมวลชนและนักธุรกิจสื่อสารมวลชนสามารถใช้จริยธรรมได้ทุกด้านย่อมเป็นสิ่งที่ดีให้แก่ผู้นั้นและมีคุณค่าเป็นที่ยอมรับนิยมยกย่องของสังคม (สมคิด บางโม. 2551: 138)

การแสดงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนนอกจากเกิดขึ้นโดยจิตสำนึกของนักวิชาชีพแต่ละคนแล้ว ยังเกิดขึ้นจากชุมชนของนักวิชาการที่รวมตัวกันเป็นองค์กรวิชาชีพและกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับจริยธรรมมาเป็นบรรทัดฐานของความรับผิดชอบต่อ ท้ายที่สุดแล้วความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนจึงเกิดจากบริบทของสังคมวัฒนธรรมที่มีความตื่นตัวในการสอดส่องการทำหน้าที่และการใช้สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2547: 158-159) ดังนั้นจริยธรรมสื่อมวลชนจึง

มีความสำคัญต่องานสื่อมวลชนเป็นอย่างยิ่ง เพราะจริยธรรมเป็นเครื่องนำทางในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนให้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความดีงาม เพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชนและเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม อีกทั้งยังเป็นตัวกำกับความประพฤติของบุคคลในวิชาชีพสื่อมวลชนให้มีความตั้งมั่นอยู่ในแนวทางที่สุจริต ถูกต้องดีงาม การเสริมสร้างจริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากต่องานสื่อมวลชน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2549: 5-10)

ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของจริยธรรมสื่อมวลชนจึงหมายถึง การทำงานด้วยความซื่อสัตย์ ทราบว่าสิ่งใดควรนำเสนอหรือไม่ควรนำเสนอไม่ ปฏิบัติงานอย่างเข้าใจ ยอมรับ มีความจริงใจและเคารพต่อบทบาทหน้าที่ที่ปฏิบัติ

การวัดจริยธรรมสื่อมวลชน

จากการศึกษาและค้นคว้างานวิจัยพบว่า ชัยกฤษณ์ ศรีปักษา (2544) ได้ทำการวัดความตระหนักในจริยธรรมแห่งวิชาชีพในองค์กรหนังสือพิมพ์ โดยทำการวัดแบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความตระหนักเกี่ยวกับจริยธรรมแห่งวิชาชีพนักหนังสือพิมพ์ โดยทำการวัดการรับทราบและความตระหนักเข้าใจความหมายหรือเนื้อหาของจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ (Realization/ Understanding) ที่ประกอบด้วยหลักของการพูดความจริง หลักของความยุติธรรม หลักของเสรีภาพ และหลักของผู้พิทักษ์สาธารณะของหนังสือพิมพ์ที่สังกัดอยู่ในการแต่ละแห่ง 2) ความรู้สึกของผู้ที่ประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์ที่มีต่อจริยธรรมในวิชาชีพ คือ การวัดความมีศรัทธาในจริยธรรมในวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ประกอบด้วย หลักของการพูดความจริง หลักของความยุติธรรม หลักของมนุษยธรรม และหลักของผู้พิทักษ์สาธารณะ และนำหลักจริยธรรมในวิชาชีพหนังสือพิมพ์ใช้ยึดเป็นหลักประจำใจเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน และ 3) ความพร้อมที่จะกระทำตามหลักจรรยาบรรณ คือ การยอมรับปฏิบัติตามจริยธรรมในวิชาชีพของนักหนังสือพิมพ์ นอกจากนี้ ปัญชลี พึ่งพิศ (2548: 33) ได้ทำการวัดความตระหนักต่อจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเองและวัดใน 2 องค์ประกอบคือ 1) ความรู้เชิงประเมินค่า 2) การคำนึงถึงความสำคัญขอบจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยมีเนื้อหาประกอบไปด้วย 1) ความรับผิดชอบในการนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 2) นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์และมีความเหมาะสมกับประชาชนในแต่ละกลุ่ม

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชนขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยพบตัวอย่างงานวิจัยของมารีซา สก็อต (2548: 92) ที่ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของ ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเหตุผลเชิงจริยธรรมสูงจะเป็นผู้ที่ มีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานมากกว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .001 ในส่วนของกฤษฎัท แสนทวี (2555) ได้ศึกษาบทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวการเมือง ของสื่อมวลชนไทยในกรุงเทพมหานครจำนวน 431 คน พบว่าจริยธรรมสื่อมวลชนส่งผลทางบวกกับ บทบาทหน้าที่ในการนำเสนอข่าวการเมือง จากการศึกษาพบว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อ คุณธรรม จริยธรรมและยึดมั่นในวิชาชีพนั้นๆ ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่ช่วยในการพัฒนา จริยธรรมของสื่อต่อไป

ผู้วิจัยจึงได้มีการคาดการณ์ว่าจริยธรรมสื่อมวลชนจะสามารถอธิบาย ทำนายกับพฤติกรรม การทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน จากผลของงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่า จริยธรรมสื่อมวลชน สามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานเป็นลำดับต้นๆ และมีความสัมพันธ์ เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงมีการคาดการณ์ว่า จริยธรรมสื่อมวลชนจะทำนายและอธิบายการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของจริยธรรมสื่อมวลชน หมายถึง การทำงาน ด้วยความซื่อสัตย์ ทรามว่าสิ่งใดควรนำเสนอหรือไม่ควรนำเสนอไม่ ปฏิบัติงานอย่างเข้าใจ ยอมรับ มีความจริงใจและเคารพต่อบทบาทหน้าที่ที่ปฏิบัติ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดจริยธรรม สื่อมวลชนขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิ เคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่า แสดงว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรม สื่อมวลชนมาก

ส่วนที่ 4 สภาพแวดล้อมในงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความ รับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จากแนวคิดของอัลบาเนส (Albanese. 1981) ได้กล่าวไว้ว่า ปัจจัยทางสภาพแวดล้อมมีความสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้เกิดพฤติกรรม การทำงาน โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบใน ครั้งนี้ประกอบด้วย สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน การมี แบบอย่างในการทำงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สุนทรียภาพแห่งการสื่อสารกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร (Sense of communication) คือ ความงามในเชิงการสื่อสาร โดยเป็นผลของการถ่ายทอดการแสดงออกของมนุษย์เพื่อเป็นการสื่อสารให้สังคมได้รับรู้ (दनัย จันท์เจ้านาย, 2552) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้ความหมายของสุนทรียภาพว่า เป็นความเข้าใจและความรู้สึกของแต่ละบุคคล ต่อมาบริษัทการสื่อสารแห่งประเทศไทย โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) หรือ CAT (2552) ได้สร้างโฆษณาชุดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร โดนให้แนวคิดที่สุนทรียภาพแห่งการสื่อสารเป็นการสร้างการรับรู้และเจตคติที่ดีให้กับกลุ่มเป้าหมาย และสำนักนายกรัฐมนตรี (2557) กล่าวว่า เป็นการสนทนาร่วมกันทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น เน้นทักษะการฟัง ไม่ด่วนสรุป ไม่จำเป็นต้องหาข้อยุติ เป็นการเสริมสร้างบุคลากรในด้านพฤติกรรมเข้าใจตนเองและผู้อื่น ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารระหว่างกันภายในหน่วยงาน สุนทรียภาพเป็นความรู้สึกที่เกิดจากการสร้างสรรค์จึงเป็นสภาพการณ์และความสัมพันธ์ของอารมณ์และจิตใจที่มีต่อการรับรู้ของแต่ละบุคคล

กิตติมา สุรสนธิ (2542: 1) ให้ความหมายของการสื่อสารว่า การสื่อสารเป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกัน เกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารซึ่งทั้งสองฝ่ายมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารที่สอดคล้องต้องกันการสื่อสารจึงจะประสบผลสำเร็จ ไฮเบลล์ และเวเวอร์ (ไฮบเอ็ลล์ หิรัญรัตน์, 2542: 8 อ้างอิงจาก Hybels & Weaver, 1995) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารเป็นกระบวนการที่นำข่าวสารจากข้อมูลระหว่างบุคคลเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีต่อกัน นอกจากนี้แลมบ์ แฮร์และแม็คคาเนียล (Lamb; Hair & McDaniel, 1992: 424) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การติดต่อสื่อสาร คือ กระบวนการแลกเปลี่ยนความหมายหรือสร้างความหมายร่วมกันของบุคคลโดยมีการอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เข้าใจตรงกันโดยทั่วไปเป็นสื่อกลางที่บุคคลสร้างความหมายร่วมกันเพื่อแสดงความคิด ข้อเท็จจริง และทัศนคติ

ความสำคัญหลักๆ ของการสื่อสารที่ส่งผลต่อมนุษย์ 5 ประการคือ 1) ความสำคัญต่อการเป็นสังคมคือ จากการที่มนุษย์เราเป็นสัตว์สังคมที่ต้องอยู่รวมกันเป็นกลุ่มตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชนเมือง เผ่าพันธุ์ ประเทศรวมไปถึงสังคมโลก การที่บุคคลจะอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุขจะต้องมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน การสื่อสารจึงมีบทบาทที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ป้องกันความขัดแย้งต่างๆ สร้างสรรค์วัฒนธรรมประเพณีและทำหน้าที่สืบทอดให้คงอยู่ ดังนั้นการสื่อสารจึงเป็นสายใยของสังคมที่ช่วยประสานหน่วยย่อยต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน 2) ความสำคัญต่อชีวิตประจำวันคือ การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น จึงต้องมีการสื่อสารเพื่อทำความเข้าใจในลักษณะต่างอยู่ตลอดเวลา เช่น เราพูด เราฟัง เราดู เราอ่าน เราแสดง สัญลักษณ์หรืออาการต่างๆ เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นในชีวิตประจำวันเราจึงมีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารด้วยตลอดเวลาอาจจะเป็นในฐานะของผู้ส่งสารหรือผู้รับสารก็ได้ 3) ความสำคัญด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจ คือ การประกอบการด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจต่างๆ ต้องทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจกับทุกฝ่ายทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเป็นการ

ส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยการสื่อสารนั้นจะถูกนำมาใช้ในรูปแบบที่หลากหลายเช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การแถลงข่าวแถลงนโยบาย จดหมายเวียน ฯลฯ เพราะเป้าหมายของธุรกิจคือการเจริญเติบโต ผลกำไร การที่จะบรรลุวัตถุประสงค์นี้ได้จะต้องได้รับการยอมรับและการให้การสนับสนุนทั้งจากภายในคือ พนักงาน และภายนอกได้แก่ ผู้ค้าส่งค้าปลีก แหล่งวัตถุดิบ สิ่งสำคัญคือ ลูกค้านี่รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วย 4) ความสำคัญต่อการปกครอง คือ ไม่ว่าการปกครองในระบบใดๆ สิ่งที่ผู้ปกครองในแต่ละรัฐต้องการคือความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสังคมในรัฐ ความร่วมมือ ความเข้าใจในเกณฑ์ บทบาท หน้าที่ของตนเองที่เป็นประชาชน ความรู้ ความต้องและตรงกันจะนำไปสู่ความสงบเรียบร้อย ก่อให้เกิดการพัฒนาด้านอื่นๆตามมา ดังนั้นเมื่อประชาชนมีความพึงพอใจในการทำงานจะนำไปสู่ความสงบสุขของสังคมโดยรวมต่อไป 5) ความสำคัญต่อการเมืองระหว่างประเทศ ในแต่ละประเทศและแต่ละสังคมไม่ได้อาศัยอยู่อย่างโดดเดี่ยวจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการติดต่อสื่อสารสร้างสัมพันธ์กับประเทศอื่นๆ เพื่อความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน ไม่มีการรุกราน มีความร่วมมือกันและรู้ถึงความเป็นประชาธิปไตย นอกจากนี้การสื่อสารยังมีความสำคัญต่อบุคคลในการสื่อสารสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ทำให้เข้าใจในบทบาทของตนเอง เข้าใจผู้อื่น และเข้าใจโลกที่อยู่รอบๆ ตัว (ซีตาภา สุขพลา. 2546: 3-4)

เดวิด เค เบอร์โล (David K. Berlo. 1960) ได้อธิบายแบบจำลองกระบวนการในการสื่อสารที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายในชื่อ SMCR Model (David K. Berlo. 1960: 4-7) มีองค์ประกอบทั้งหมด 4 ประการคือ Source (ผู้ส่งสาร) Message (สาร) Channel (สื่อ) และ Receiver (ผู้รับสาร) ผู้ที่ทำหน้าที่ส่งสารและผู้เข้ารหัสสารสามารถเป็นคนๆ เดียวกันได้คือ ผู้ส่งสารและในทำนองเดียวกันผู้ที่ทำหน้าที่ถอดรหัสสารและรับสารก็สามารถเป็นคนๆ เดียวกันได้คือ ผู้รับสารสามารถอธิบายแบบจำลองดังภาพประกอบ 3

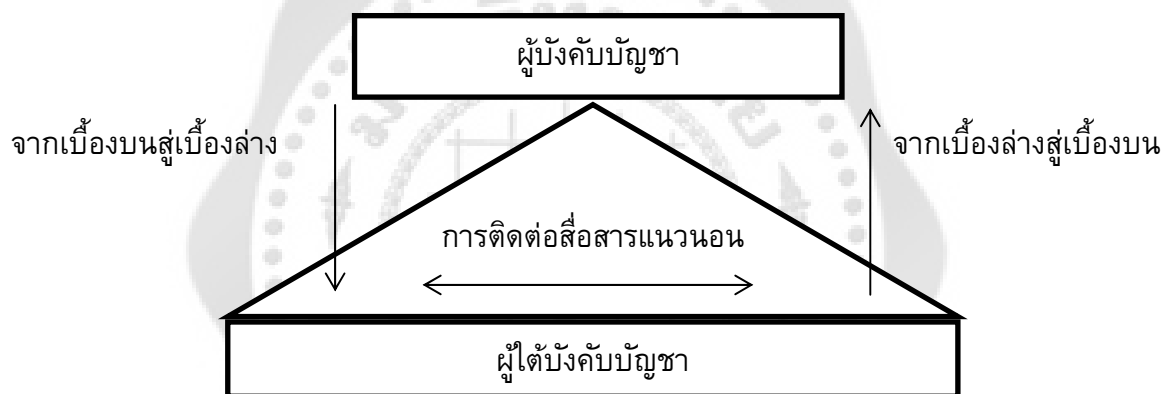
S	M	C	R
ผู้ส่งสาร	ข่าวสาร/สาร	ช่องทาง	ผู้รับสาร
ทักษะของการสื่อสาร (communication skill)	โครงสร้าง (Element structure)	การส่ง (Sensory)	ทักษะของการสื่อสาร (communication skill)
เจตคติ (attitudes)	เนื้อหา (Content)	การเห็น (Seeing)	เจตคติ (attitudes)
ความรู้ (knowledge)	การนำเสนอ (Content)	การได้ยิน (Hearing)	ความรู้ (knowledge)
ระบบสังคม (Social system)	การนำเสนอสาร (Treatment)	การสัมผัส (Touching)	ระบบสังคม (Social system)
วัฒนธรรม (Culture)	รหัส (Code)	การดมกลิ่น (Smelling)	วัฒนธรรม (Culture)
		การลิ้มรส (Tasting)	
 Feed Back			

ภาพประกอบ 3 SMCR Model แบบจำลองการติดต่อสื่อสารของเบอร์โล (Berlo. 1960)

แบบจำลองของเบอร์โลได้สร้างขึ้นเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของมนุษย์ในเรื่องการสื่อสารมีองค์ประกอบพื้นฐาน 4 ประการได้แก่ ผู้ส่งสาร ข่าวสาร/สาร ช่องทางและผู้รับสาร โดยแต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญต่อการสื่อสาร เพราะถ้าขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไป การสื่อสารก็จะไม่เกิดขึ้น และมีคุณสมบัติ 5 ด้านด้วยกันคือ ทักษะของการสื่อสาร เจตคติ ความรู้ ระบบสังคมและระบบวัฒนธรรม ในกระบวนการสื่อสารใดๆ ก็ตามการสื่อสารจะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพได้ ต่อเมื่อผู้ส่งสารได้พัฒนาตนเองให้เป็นผู้ที่มีทักษะในการสื่อสารได้แก่ การเป็นผู้ฟัง ผู้อ่าน ตลอดจนการเป็นผู้ที่สามารถคิดและแปลความหมายได้ การมีเจตคติที่ดีต่อผู้รับต่อเรื่องที่สื่อสารสามารถแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อผู้รับสารทั้งนี้เพื่อให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมาย (ศุภลภ โอวรารค์. 2548: 20)

ซิกูลา (Sikula. 1976: 100-101) กล่าวถึงช่องทางของการสื่อสารว่าการสื่อสารสามารถจำแนกลักษณะออกเป็น 3 ทิศทาง คือ 1) การสื่อสารจากบนลงล่าง (Downward communication) เป็นการเดินทางของการสื่อความหมายและการบังคับบัญชาจากบนลงมาข้างล่าง การสื่อความหมายมักได้แก่ คำสั่ง การวางนโยบาย ระเบียบการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน การประชุมเพื่อแจ้งให้ทราบ เป็นต้น การสื่อสารแบบนี้มักจะเป็นลายลักษณ์อักษร การประชุม หรือการพบส่วนตัว การสื่อสารแบบนี้จะได้ผลถ้าเป็นการให้ข้อเท็จจริงโดยไม่มีการขัดแย้ง 2) การสื่อสารจากล่างขึ้นบน

(Upward communication) การสื่อความหมายแบบนี้มักจะเป็นการตอบสนองของการสื่อสารความหมาย เช่น การร้องทุกข์ การเสนอความคิดเห็น การประชุมกลุ่ม การชี้แจง การกรอกข้อมูลต่างๆ ผู้นำที่ดีควรจะส่งเสริมการสื่อสารความหมายแบบนี้ เพราะเป็นการส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นการสื่อสารประเภทนี้ค่อนข้างทำได้ยากมากและมักจะถูกกละเลยหรือมองข้ามเสมอ 3) การสื่อสารแนวนอน (Horizontal communication) การสื่อสารแบบนี้ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารอยู่ในระดับเดียวกัน มักจะเป็นการปรึกษาหารือกัน ในกรณีการสื่อสารแบบแนวนอนจะเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับตำแหน่งหรือส่วนต่างๆ ในการประสานงานหรือทำงานกันลักษณะเป็นกลุ่มที่อยู่ในระดับเดียวกันกับการปฏิบัติงานบางอย่าง เช่น ตำแหน่งต่างๆ ที่อยู่ในแผนกผลิตจะต้องทำงานเกี่ยวกับแผนกอื่นในระดับเดียวกัน ปัญหาที่สำคัญอีกอย่างของการสื่อสารแนวนอนคือ การสื่อสารในระดับนี้อาจจะก่อให้เกิดปัญหาในแง่ของการใช้อำนาจหน้าที่แบบเผด็จการของผู้บริหารที่อยู่เบื้องบนได้ การสื่อสารทั้ง 3 แบบนี้สามารถอธิบายได้จากภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 แบบการสื่อสารของซิกูลา (Sikula. 1976)

นอกจากนี้ (เกรียงศักดิ์ ราชโคตร. 2552: 133-134) ได้จำแนกวิธีการสื่อสารออกเป็น 2 แบบ คือ 1) การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ (Formal Communication) เป็นการติดต่อที่มีระเบียบแบบแผน มีขั้นตอน โดยผ่านระเบียบข้อบังคับของโครงสร้าง การบริหารขององค์กร โดยอาจจะเป็นการสื่อสารจากบนลงล่าง จากล่างขึ้นบนหรือในระดับเดียวกันก็ได้ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการนี้จะมีเงื่อนไขที่สอดคล้องกับอำนาจหน้าที่ของผู้ส่งและผู้รับสารคือ การติดต่อสื่อสารนั้นต้องสร้างความเข้าใจที่ดีและถูกต้องแก่ผู้รับข่าวสาร ข่าวสารที่ส่งออกไปจะต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร การติดต่อสื่อสารนั้นควรสอดคล้องกับความสนใจของผู้รับข่าวสาร และผู้รับข่าวสารสามารถปฏิบัติหรือยอมรับข่าวสารนั้นได้ทั้งทางจิตใจและร่างกาย การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการจะประสบผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพได้ก็ต่อเมื่อผู้บริหารมีความรอบรู้ เชี่ยวชาญชำนาญในการติดต่อสื่อสารและระบบการบริหารองค์กรที่แตกต่างกันย่อมมีผลต่อการติดต่อสื่อสารด้วย 2) การติดต่อสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ (Informal Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลในองค์กรตามกลุ่มสังคม หรือความชอบพอโดยตรงอาศัยจากความสนิทคุ้นเคย

การแนะนำจากเพื่อนฝูง การรู้จักกันโดยส่วนตัว ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับโครงสร้างของการบริหารองค์กร ลักษณะเป็นการพบปะ พูดคุย สนทนา การระบายความทุกข์หรือการขอคำปรึกษา ประสิทธิภาพของการสื่อสารจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การยอมรับและทำความเข้าใจในความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในกลุ่มที่ไม่เป็นทางการด้วยกัน

สุนทรียภาพเกิดขึ้นและพัฒนาได้กับทุกเพศทุกวัย ทุกช่วงเวลา จะทำให้เกิดทักษะการสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้เกิดขึ้นได้โดยง่ายและกลายเป็นสุนทรียภาพของตนในที่สุด (กฤษมณฑ์ วัฒนาณรงค์. 2556) และสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการประกอบกิจการด้านอุตสาหกรรมและธุรกิจบันเทิงที่ต้องทำการสื่อสารเพื่อให้เกิดความเข้าใจกับทุกฝ่ายทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร การส่งเสริมเพื่อการขยายตัวของธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม สุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจึงถูกนำมาใช้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การประชาสัมพันธ์ การแถลงข่าวและนโยบาย การส่งจดหมายข่าว การโฆษณา ฯลฯ เพราะเป้าหมายของธุรกิจบันเทิงคือการเจริญเติบโต มีผลกำไร เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์และการได้รับการยอมรับในสังคมทั้งภายในคือพนักงาน และภายนอกคือ ลูกค้าหรือหน่วยงานต่างๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความหมายของสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจึงหมายถึง การใช้ภาษาการสื่อสารในการทำงานและใช้ถ้อยคำในการสื่อสารอย่างสุภาพ มีความเป็นเหตุเป็นผลของการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจในเนื้อหาและการปฏิบัติงานจะไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

การวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจากการศึกษาและค้นคว้า ยังไม่พบว่ามีแบบวัดสุนทรียภาพที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงโดยตรง แต่พบงานวิจัยที่มีบริบทใกล้เคียงโดยรายละเอียดดังนี้ สุนีย์ กำลังเดช (2529: 47-48) ได้ศึกษาการติดต่อสื่อสารในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ตามทัศนะของผู้บริการและอาจารย์ ได้สร้างแบบวัดขึ้นเองโดยอาศัยแบบสอบถามของนคร ดังคะพิภพ (2525: 90-98) เป็นแบบสอบถามประมาณค่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .97 นิยม สุวรรณะ (2541: 77-79) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารของมนุษย์สัมพันธ์ของผู้บริหาร โรงเรียนมัธยมศึกษา กรมสามัญศึกษา จังหวัดราชบุรี ได้สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรม การติดต่อสื่อสารของผู้บริหารโรงเรียน 2 แบบ คือ การติดต่อสื่อสารแบบเป็นทางการ การติดต่อสื่อสารไม่เป็นทางการประกอบด้วยประโยคคำถามจำนวน 41 ข้อ มีมาตรประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .92 วิชัย ครุฑธัญญ์ (2543: 66-68) ได้ศึกษาปัญหาทางการติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมมัธยม จังหวัดตราด ได้สร้างแบบสอบถามตามองค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสาร 4 ด้านคือ ด้านผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านช่องทางหรือสื่อและด้านผู้รับสาร ประกอบด้วยข้อคำถาม 70 ข้อ โดยมีข้อคำถามในด้านผู้ส่งสาร 25 ข้อ ด้านสาร 15 ข้อ ด้าน

ช่องทางหรือสื่อ 11 ข้อและด้านผู้รับสาร 21 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ มากที่สุด ถึง น้อยที่สุด ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .96

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะสร้างแบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจากนิยามปฏิบัติการ มีจำนวน 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจากการศึกษาและค้นคว้ายังไม่พบว่าม้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทนี้ แต่พบงานวิจัยที่มีบริบทใกล้เคียงโดยรายละเอียดคือ สุนีย์ กำลังเดช (2529: 135) ได้ศึกษาการติดต่อสื่อสารในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒตามทัศนะของผู้บริการและอาจารย์พบว่า การติดต่อสื่อสารมีความสำคัญตามทัศนะของผู้บริการและอาจารย์ ต่อมาวิชัย ครุฑอรุณ (2543: 98-99) ได้ศึกษาปัญหาทางการติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมมัธยมจังหวัดตราดพบว่า การติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมตามองค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสารทั้ง 4 ด้านมีความสำคัญโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และบงกชรัตน์ เกตุศรีพงษ์ (2547: 64-65) ได้ศึกษาการศึกษาสภาพการติดต่อสื่อสารภายในตามทัศนะของผู้บริการ อาจารย์ และบุคลากรสถาบันราชภัฏธนบุรีพบว่า การติดต่อสื่อสารมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการคาดการณ์ว่าสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจะสามารถอธิบาย ทำนายกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน ผู้วิจัยจึงมีการคาดการณ์ว่าสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจะทำนายและอธิบายการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบหมายถึง การใช้ภาษาการสื่อสารในการทำงานและใช้ถ้อยคำในการสื่อสารอย่างสุภาพ มีความเป็นเหตุเป็นผลของการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจในเนื้อหาและการปฏิบัติงานจะไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะสร้างแบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารจากนิยามปฏิบัติการ มีจำนวน 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงที่สุด” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารน้อย

การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน (Work socialization) เป็นการให้สมาชิกเกิดองค์ความรู้และมีทักษะในอาชีพนั้น รวมทั้งมีบุคลิกภาพตามบทบาทในการทำงาน มีเอกลักษณ์ ความยึดมั่นผูกพันในอาชีพ กระบวนการนี้รวมไปถึงการซึมซับวัฒนธรรมของอาชีพ บรรทัดฐาน ค่านิยม และจริยธรรมของอาชีพ รวมไปถึงการยกเลิกลักษณะบางอย่างทางสังคมที่เขามีอยู่และเกิดลักษณะบางอย่างทางสังคมที่ถูกยึดถือในอาชีพนั้นๆ (Stryker. 1978: 326) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ โคเฮน (Cohen. 1981: 14) ที่กล่าวว่า การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนที่ตัวบุคคลได้มาซึ่งความรู้ทักษะและสำนึกแห่งเอกลักษณ์ในอาชีพ โดยคุณลักษณะของสมาชิกในวิชาชีพนั้นๆ การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานยังรวมไปถึงการซึมซับเอาค่านิยมและบรรทัดฐานของกลุ่มที่เข้าสู่พฤติกรรม ในกระบวนการนี้โดยที่บุคคลจะมีการยกเลิกลักษณะบางอย่างทางสังคมที่มีอยู่ในวัฒนธรรมและเกิดลักษณะทางสังคมที่ถูกยึดถือโดยสมาชิกในอาชีพ ผลผลิตสุดท้ายของการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานคือ บุคคลที่สามารถผ่านกระบวนการนี้ทั้งความสามารถทางความคิดและมีการซึมซับเอาค่านิยม เจตคติที่เป็นสิ่งที่ต้องการในอาชีพและเป็นสิ่งที่คาดหวังของสาธารณะโดยรวม กระบวนการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากที่ทุกคนในองค์กรจะต้องมีการคำนึงถึง เนื่องจากในการผลิตสมาชิกของสังคมในองค์กรเพื่อมาทดแทนสมาชิกเดิมนับว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและเป็นหน้าที่สำคัญของสมาชิกในองค์กรที่จะต้องมีความร่วมมือร่วมใจช่วยกันทำหน้าที่นี้ให้มีความสมบูรณ์กล่าวว่า เมื่อสมาชิกใหม่เข้ามาแทนสมาชิกเดิม สมาชิกใหม่จะต้องได้รับการอบรมให้รู้จักถึงระเบียบทางสังคมหรือการถ่ายทอดทางสังคม และอีกนัยสำคัญหนึ่งคือ การที่สมาชิกเก่ามีหน้าที่ในการถ่ายทอดระเบียบแบบแผน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ให้กับสมาชิกใหม่ได้รู้จัก เพื่อที่จะพัฒนาปรับปรุงตนเองในการเข้าสู่อุปการเป็นสมาชิกที่สมบูรณ์คือ การผสมกลมกลืนกับแบบแผนที่มีอยู่ก่อนเป็นการต่อเนื่องทางสังคมองค์กรนั้นจะดำรงอยู่ต่อไปได้โดยมีสมาชิกสืบเนื่อง ทั้งนี้จะด้วยการผลิตขึ้นมาภายในหรือการได้รับเอามาจากภายนอกเพื่อนำมาถ่ายทอดความรู้พื้นฐานที่มีความจำเป็นต่อการดำรงสมาชิกขององค์กร (ดุสิตน้ำฝน. 2529) ในขณะที่การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจะมุ่งเน้นที่กระบวนการถ่ายทอดลักษณะทางสังคมในการทำงานที่เป็นกระบวนการในวัยผู้ใหญ่ มีการถ่ายทอดความรู้ในระดับสูงโดยมุ่งเน้นไปที่การสอนบทบาทในทักษะเฉพาะ (role-specific skill) มากกว่าค่านิยมโดยทั่วไป มีการฝึกปฏิบัติเพื่อให้เกิดทักษะ เอกลักษณ์ ความยึดมั่น และผูกพันตามบทบาทในอาชีพของตน เพื่อจูงใจให้บุคคลได้ดำเนินไปตามเป้าหมายของอาชีพในกระบวนการนี้รวมไปถึงการถ่ายทอดความคิดหรือความรู้สึกในอุดมคติมาใช้ในความเป็นจริงอีกด้วย (พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิพงษ์. 2532: 8)

การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจึงเป็นกระบวนการที่ปลูกฝังให้แก่พนักงานในองค์กร ได้เกิดการเรียนรู้ เข้าใจในวัฒนธรรม ค่านิยมการทำงาน เจตคติ ทักษะพฤติกรรมและบทบาทการทำงานในองค์กร เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานได้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และนโยบาย

ขององค์กร รวมไปถึงช่วยให้พนักงานสามารถปรับตัวในการทำงานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร กระบวนการในการเรียนรู้ตลอดชีวิตจะมีบทบาท มีความชัดเจนขึ้นอย่างต่อเนื่องไปพร้อมๆ กับชีวิตการทำงาน บุคลากรในองค์กรจะได้รับการถ่ายทอดตั้งแต่เมื่อเริ่มทำงาน เริ่มจากการเรียนรู้ทางวิชาการ ในอาชีพตามที่ตนเองรับผิดชอบจนมีทักษะสูงขึ้นจนสามารถกลายเป็นผู้นำในองค์กรได้ประกอบกับการได้รับการถ่ายทอดในการเรียนรู้ในวัฒนธรรมที่จะทำงานร่วมกัน (อังคินันท์ อินทรกำแหง. 2548)

เฟลด์แมน (Feldman. 1983: 170-174) ได้แจกแจงหน้าที่ของการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานขององค์กรโดยการพัฒนาพนักงานที่เข้าใหม่ไว้อย่างเด่นชัดว่า การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานประกอบด้วย 1) การพัฒนาในเรื่องของทักษะและความสามารถในการทำงานผ่านการคัดเลือก การประเมินผลงาน หรือการฝึกงาน 2) การก่อให้เกิดพฤติกรรมตามบทบาทที่มีความเหมาะสม ทั้งนี้อาจเกิดจากการกำหนดบทบาทโดยคนในกลุ่ม การมองของคนกลุ่มอื่นในองค์กรเดียวกันและการมองจากบุคคลภายนอกองค์กร 3) การช่วยให้มีการปรับตัวเข้ากับกลุ่มและบรรทัดฐาน (norms) ของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มหรือสมาชิกในกลุ่มเป็นตัวผลักดันให้เกิดการยอมรับและปฏิบัติตามกลุ่ม เพื่อไม่ให้เกิดการต่อต้าน แต่ในขณะเดียวกันนั้นกับกลุ่มที่ฟังและที่ปรึกษาเมื่อเกิดปัญหาใดๆ ขึ้น และ 4) การเรียนรู้ค่านิยมขององค์กร โดยหัวหน้างานและเพื่อร่วมงานคือ สื่อกลางที่จะทำให้ข้อมูล ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมขององค์กรแก่สมาชิกใหม่ อย่างไรก็ตามการเรียนรู้ค่านิยมจะขึ้นอยู่กับ การเปิดตัวรับข้อมูลข่าวสารการรับข่าวสารและการเลือกรับข่าวสารจากสมาชิกใหม่ยังขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของข่าวสารหรือแหล่งที่มาที่ได้รับด้วย และการเปลี่ยนแปลงค่านิยมนั้นเกิดจากการยอมรับไม่ใช่การยอมตามหรือคล้อยตามบรรทัดฐานของกลุ่ม ในขณะเดียวกันเฟลด์แมน (Feldman. 1983: 175) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานขององค์กรว่า 1) การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง โดยเริ่มตั้งแต่ก่อนที่บุคคลจะเข้าทำงาน (เช่น การได้ฟัง คำล่ำลือเกี่ยวกับองค์กร) แล้วค่อยๆ ดำเนินต่อไปในชีวิตของการทำงาน 2) การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานเป็นสื่อกลางของการเปลี่ยนแปลงเจตคติ ค่านิยม และพฤติกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานจึงทำให้เกิดภาพพจน์ใหม่ในตนเอง (Self image) และ 3) การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานเป็นกระบวนการ 2 ทางคือ มีความเกี่ยวข้องกันทั้งบุคคลและองค์กร (รวมไปถึงผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงานและหัวหน้าหรือลูกน้อง) คือ ต่างฝ่ายต่างต้องพึ่งพาซึ่งกันและกัน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยการเจรจาต่อรองในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานนั้นมีส่วนที่จะช่วยให้บุคคลเกิดความมั่นใจในการจัดการเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ตนรับผิดชอบ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความหมายของการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบหมายถึง การปลูกฝังในหน้าที่การทำงานของพนักงาน เกิดเรียนรู้ทำความเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร มีทักษะการเรียนรู้การผลิตสื่อบันเทิงต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานตามบทบาทหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบและมีความสอดคล้องกับนโยบายของ

องค์กร โดยการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอาจจะเป็นการถ่ายทอดแบบเป็นทางการ เช่น การอบรม และการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการ เช่น การแนะนำ บอกเล่า เป็นต้น

การวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน

จากการศึกษาการวัดการถ่ายทอดทางสังคมได้มีผู้สร้างแบบวัดไว้ วิริติ ปานศิลา (2542: 84-85) ได้ทำการศึกษาการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจิตลักษณะและการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณสุขระดับตำบล โดยกลุ่มตัวอย่างคือบุคลากรสาธารณสุขระดับตำบลในพื้นที่ภาคเหนือจำนวน 636 คน ได้สร้างแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานขึ้นเอง เพื่อวัดปริมาณการได้รับการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานตามบทบาทหน้าที่ 4 ด้าน คือ ด้านบริหาร ด้านบริการ ด้านวิชาการ และด้านการสนับสนุนพัฒนาชนบท โดยได้แบ่งการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานเป็นทางการจำนวน 36 ข้อ และการถ่ายทอดทางสังคมอย่างไม่เป็นทางการจำนวน 43 ข้อ โดยลักษณะของแบบวัดประกอบด้วยมาตรวัด 6 หน่วย ตั้งแต่มากที่สุด ถึง ไม่เคยเลย มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95 ต่อมาลักษมี ลูประสงค์. (2546: 65) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธิที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านการสื่อสารมาตรฐานสากลของประเทศไทย ด้านการจัดการและผลสัมฤทธิ์ของพนักงานภาครัฐของบุคคลทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักวิชาการศึกษา ทั้งหมด 274 คน โดยได้ทำการสร้างแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานขึ้นมาเองเพื่อมุ่งวัดความรู้และทักษะในอาชีพ รวมทั้งมีบุคลิกภาพตามบทบาทในการทำงาน มีเอกลักษณ์ มีความยึดมั่นผูกพันในอาชีพ ลักษณะของแบบวัดเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ มากที่สุด ถึง ไม่เคยเลย มีข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .95 ในส่วนของมยุรฉัตร สุขดำรงค์. (2547: 40-41) ได้สร้างแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยแบบวัดทั้ง 2 แบบวัดได้สร้างขึ้นตามนิยามปฏิบัติการ ประกอบด้วยประโยคคำถาม 14 ข้อ ใช้วิธีวัดแบบแบ่งกลุ่ม/แบ่งประเภทของคำตอบออกเป็น 2 ด้าน โดยมีคำตอบให้เลือก 4 คือ 1) การเรียนรู้จาก E-Learning/Internet 2) การฝึกอบรม/สัมมนา/จัดประชุม 3) ผู้บังคับบัญชา 4) เพื่อนร่วมงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .88 จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 119-120) ได้สร้างแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานที่ดัดแปลงมาจากแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานของลักษมี ลูประสงค์. (2546) มีลักษณะของประโยคคำถามจำนวน 9 ข้อ ประกอบด้วยมาตรประมาณค่า 6 ระดับ ตั้งแต่ ไม่จริงที่สุด ถึง จริงที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาฉบับทดลองใช้เท่ากับ .77 และฉบับจริงเท่ากับ .84

ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้นำแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมของลักษมี ลูประสงค์. (2546) มาปรับปรุงให้เข้ากับงานวิจัยของตนเองจำนวน 15 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” ผู้ที่ได้คะแนนสูงแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการถ่ายทอดทาง

สังคมในการทำงานสูงและผู้ที่ได้คะแนนรวมต่ำแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานต่ำ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและค้นคว้างานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานพบว่างานของวิริตี ปานศิลา (2542: 140) ได้ศึกษาการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน จิตลักษณะและการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณสุขระดับตำบล ในภาคเหนือของประเทศไทย จำนวน 636 คน พบว่า ตัวแปรการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณสุขได้เป็นอันดับแรก ต่อมาลักษ์มี ลุประสงค์ (2546: 91-93) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมและลักษณะทางบุคลิกที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานด้านการสื่อสารมาตรฐานสากลของประเทศไทย ด้านการจัดการและผลสัมฤทธิ์ของพนักงานภาครัฐของบุคคลทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือ นักวิชาการศึกษา ทั้งหมด 274 คน พบว่าการได้รับการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานร่วมกับการมีเจตคติที่ดีต่อการสื่อสารในการทำงาน จะมีพฤติกรรมการทำงานด้านการสื่อสารตามมาตรฐานสากลไทยและพบว่าการถ่ายทอดทางสังคมมีความสามารถในการทำนายเป็นลำดับที่ 4 ในส่วนของพนิดา ธนวัฒนากุล (2547: 58-61) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานในกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน) กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานช่างของบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด (มหาชน) จำนวน 123 คน พบว่าการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบไม่มีความแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปรพร้อมกันเช่น เหตุผลเชิงจริยธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการคาดการณ์ว่าการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจะสามารถอธิบายทำนายกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน จากผลของงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมา แสดงให้เห็นว่า การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานเป็นลำดับต้นๆ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้วิจัยจึงมีการคาดการณ์ว่าการถ่ายทอดทางสังคมในการทำนายและอธิบายการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ หมายถึง การปลูกฝังในหน้าที่การทำงานของพนักงาน เกิดเรียนรู้ทำความเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร มีทักษะการเรียนรู้การผลิตสื่อบันเทิงต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานตามบทบาทหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบและมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร โดยการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอาจจะเป็นการถ่ายทอดแบบเป็นทางการ เช่น

การอบรม และการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการ เช่น การแนะนำ บอกเล่า เป็นต้น โดยแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมผู้วิจัยได้นำแบบวัดของลักษณะมี ลุประสงค์ (2546) มาปรับปรุงให้เข้ากับงานวิจัยของตนเองจำนวน 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” ผู้ที่ได้คะแนนสูงแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานสูง และผู้ที่ได้คะแนนรวมต่ำแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานต่ำ

การมีแบบอย่างในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

การมีแบบอย่างในการทำงานอธิบายได้จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมที่สามารถอธิบายถึงวิธีการและกระบวนการที่บุคคลได้รับอิทธิพลจากสังคม ทำให้เกิดการยอมรับลักษณะและกฎเกณฑ์ทางสังคมมาเป็นลักษณะของตนโดยทฤษฎีนี้ได้ให้ความสำคัญแก่ลักษณะของสถานการณ์ที่จะเป็นเครื่องในการกระตุ้นให้บุคคลเกิดพฤติกรรมซ้ำๆ จนกลายเป็นนิสัยของบุคคลนั้นไปในที่สุด สิ่งที่จะกระตุ้นบุคคลทำพฤติกรรมต่างๆ ได้คือ การวาดหวังความพึงพอใจและการหลบหลีกความทุกข์ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และเพ็ญแข ประจักษ์ปัจฉิม. 2520: 11) จากทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมระบุว่า พฤติกรรมส่วนมากเกิดจากการเรียนรู้ โดยการเรียนรู้มี 2 รูปแบบ คือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงหรือการเรียนรู้จากผลของการกระทำและการเรียนรู้จากการสังเกตในเรื่องของการเห็นแบบอย่างเป็นการเรียนรู้จากการสังเกตเกิดจากการสังเกตตัวแบบ (Model) ว่าตัวแบบทำอะไร ทำอย่างไร เมื่อเกิดการสังเกตแล้วก็จะนำมาคิดว่าตนเองนั้นมีความสามารถกระทำพฤติกรรมใหม่ได้อย่างไร (อภินันท์ โสภางค์. 2547: 23)

จากทฤษฎีการเรียนรู้โดยมีตัวแบบ (Social cognitive learning theory) ของแบนดูรา (Bandura. 1997) ได้อธิบายกระบวนการเรียนรู้โดยมีตัวแบบไว้ 4 กระบวนการ ได้แก่ 1) การเอาใจใส่ (Attentional processes) เป็นการที่ผู้เลียนแบบมีความใส่ใจ สนใจ รับรู้ในการกระทำของตัวแบบเพื่อทำการเลียนแบบ 2) การเก็บจำ (Retention processes) เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากกระบวนการแรก กล่าวคือ เมื่อสนใจแล้วจะมีความสามารถในการจดจำการกระทำของตัวแบบได้มากน้อยเพียงใดในการเลียนแบบ 3) การแสดงออก (Production processes) เมื่อจดจำการกระทำของตัวแบบได้แล้ว แบบอย่างที่เราเห็นและเก็บจำไว้แล้ว จะเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามแสดงพฤติกรรมที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับตัวแบบ และ 4) สิ่งล่อใจและการจูงใจ (Incentive and motivation) คือ การที่ผู้เลียนแบบจากตัวแบบได้ทำให้เกิดความรู้สึกพอใจและเป็นการได้ชื่นชมตัวแบบไปพร้อมกัน ทำเสมือนการได้รับรางวัลทางอ้อม คือ รางวัลแก่จิตใจตนเองและเมื่อประสบความสำเร็จจะยิ่งมีความภูมิใจในตนเองมากขึ้นและกระบวนการเลียนแบบเป็นอีกกระบวนการในการขัดเกลาทางสังคมให้มีพฤติกรรมบางอย่างตามบุคคล ตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการเลียนแบบมี 2 ตัวแปรคือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแบบกับผู้เรียนแบบคือ การสนิทสนมคุ้นเคยเป็นหลักซึ่งผู้เรียนแบบจะให้ความสนใจต่อผลตอบแทนที่เป็นตัวแบบน้อยมาก 2) ผลตอบแทนที่เป็นตัวแบบ

ได้รับเมื่อแสดงพฤติกรรมนั้นออกไป ว่าตัวแบบได้รับผลอย่างไรมาตัดสินใจว่าจะมีการเลียนแบบหรือไม่ (ดวงเดือน พันธุมนาวิน. 2541: 105-106)

ในส่วนของ นีออน พินประดิษฐ์ และคณะ. (2546: 37) อธิบายไว้ว่า การมีตัวแบบเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม โดยก่อให้เกิด 1) การสอนพฤติกรรมใหม่ 2) การสอนกฎเกณฑ์หรือหลักการใหม่ อาจจะเป็นการบอกเล่าจากตัวแบบหรือการสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบจะจดจำและนำมารวมเป็นเกณฑ์หรือหลักการของตน 3) การสร้างความคิดหรือพฤติกรรมสร้างสรรค์ การได้เห็นตัวแบบไม่จำเป็นต้องทำให้ผู้ที่สังเกตมีความคิดหรือแสดงพฤติกรรมที่เหมือนตัวแบบราวกับพิมพ์เดียวกันเสมอไป แต่ผู้สังเกตอาจจะได้ความคิดจากการสังเกตออกมาเป็นความคิดหรือพฤติกรรมใหม่ได้ 4) การยับยั้งการกระทำ การได้เห็นผู้อื่นทำพฤติกรรมใดแล้วนำไปสู่ผลในทางลบ โดยผู้สังเกตส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้นตาม 5) ลดความหวั่นเกรงที่จะกระทำ การได้เห็นบุคคลอื่นกระทำพฤติกรรมที่ถูกห้ามโดยไม่ได้มีผลทางลบออกมาให้เห็น ก็จะมีแนวโน้มเป็นอย่างมากที่ผู้สังเกตจะทำตามตัวแบบ 6) การส่งเสริมการกระทำ การได้เห็นพฤติกรรมบางอย่างจากผู้อื่นที่ทำให้ผู้สังเกตมีแนวโน้มที่จะทำตามตัวแบบได้ 7) การเน้นสิ่งเร้าจากผู้สังเกตที่เห็นตัวแบบจากพฤติกรรมบางอย่างมีการรับรู้ ใส่ใจในสิ่งเร้าบางอย่างในสถานการณ์มากเป็นพิเศษ และ 8) การกระตุ้นอารมณ์ การได้เห็นแบบอย่างแสดงอารมณ์บางอย่างออกเป็นการกระตุ้นอารมณ์ของผู้สังเกต มักจะมีความไวต่อการตอบสนองทางอารมณ์ขึ้นด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงให้ความหมายของการมีแบบอย่างในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบหมายถึง การรับรู้การมีแบบอย่างในเรื่องของการทำงาน และความรับผิดชอบต่อหน้าของตนเองที่ปฏิบัติงานอยู่ แบบอย่างในการทำงานอาจจะมาจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานในหน่วยงานของตน โดยผู้เลียนแบบจะแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่ดี มีความสามารถในการทำงานต่างๆ และประสบผลสำเร็จในการทำงานได้ดี

การวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน

ในการวัดการมีแบบอย่างที่ดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานนีออน พินประดิษฐ์ และคณะ. (2546) ได้สร้างแบบวัดการเห็นตัวแบบที่ดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานจำนวน 10-20 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราประเมินค่า 6 ระดับจาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” โดยได้มีการดัดแปลงจากแบบวัดการเห็นแบบอย่างที่ดีของพงศธร เครียดขฤมาล (2537) มาปรับปรุงใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการตำรวจจำนวน 1,209 คน ลักษณะแบบวัดพฤติกรรมการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจและผลของการกระทำนั้นๆ ตามอุดมคติ 9 ข้อของตำรวจ ซึ่งข้าราชการตำรวจได้เห็นและพิจารณาของผลการกระทำนั้นๆ ว่ามีข้อดีหรือไม่ดีและนำมาปฏิบัติหน้าที่โดยมีข้อคำถามจำนวน 15 มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .76 ในส่วนของอภิรดี โสภางค์ (2547) ได้สร้างแบบวัดการเห็นตัวแบบที่ดีจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานขึ้นมาเอง นำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ของเทศบาลจำนวน 326 คนพบว่า การเห็นเพื่อนๆ

ทำงานในหน้าที่ได้ดีและประสบความสำเร็จทำให้คิดว่าสามารถทำได้เช่นกัน มีข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับจาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา .90 ต่อมาวิลาสลักษณ์ ชวัลลี และคณะ (2547) ได้สร้างแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงานขึ้นมาใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นข้าราชการและครูดีเด่นย้อนหลัง 5 ปีจำนวน 900 คน และเป็นข้าราชการทั่วไป 1,127 คน เป็นข้าราชการในระดับ 3-10 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงมหาดไทย ทั้งหมด 2,027 คน ลักษณะแบบวัดที่เกี่ยวกับการประเมินการสังเกตหรือการรับรู้ของบุคคลว่ามีบุคคลอื่นที่มีความสำคัญต่อตนได้ทำพฤติกรรมทั้งในด้านดีและไม่ดีในการปฏิบัติหน้าที่ข้าราชการมีข้อคำถามทั้งหมด 15 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับจาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา .89 และโสธยา คงดิษ (2555: 59) ได้สร้างแบบวัดการมีตัวแบบที่ดีโดยปรับปรุงข้อคำถามมาจาก วิลาสลักษณ์ ชวัลลี และคณะ (2547) จำนวน 15 ข้อ ลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตรประเมินค่า 6 ระดับจาก “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา .88

งานวิจัยครั้งนี้แบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงานโดยผู้วิจัยได้นำแบบวัดของ โสธยา คงดิษ. (2555) มาปรับปรุงให้เข้ากับงานวิจัยของตนเองจำนวน 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” ผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานต่ำน้อย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นืออน พิณประดิษฐ์ และคณะ. (2546) ได้ศึกษาเรื่องตัวแปรปัจจัยทางจิตสังคมและพฤติกรรมการทำงานในข้าราชการตำรวจสังกัดตำรวจภูธรภาค 4 จำนวน 1,209 คนพบว่า ผู้ที่มีแบบอย่างที่ดีจะมีพฤติกรรมการทำงานสูงกว่าผู้ที่มีแบบอย่างที่ดีน้อย นอกจากนี้ วิลาสลักษณ์ ชวัลลี และคณะ (2547) ได้ศึกษาข้าราชการในระดับ 3-10ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงมหาดไทย ทั้งหมด 2,027 คน พบว่า การเห็นตัวแบบที่ดีในการทำงานมีอิทธิพลกับการกระทำในสิ่งที่ถูกต้อง มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม .06 โดยการเห็นตัวแบบที่ดีในการทำงานร่วมกับเจตคติต่อพฤติกรรมตามค่านิยมสร้างสรรค์รวม ต่อมา อภินันท์ โสภางค์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ของเทศบาล จำนวน 326 คน พบว่าเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้มีการเห็นแบบอย่างจากเพื่อนร่วมงานมากจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมซื่อสัตย์ในงานสูงกว่าเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ที่มีการเห็นแบบอย่างจากเพื่อนร่วมงานน้อย ในส่วนของปิยวรรณ บุญเพ็ญ (2555) ได้ศึกษาค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐพบว่า การมีแบบอย่างที่ดีในการทำงานวิจัยมีความสัมพันธ์เฉพาะกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ และโสธยา คงดิษ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยทาง

จิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตภัณฑ์พบว่า การมีแบบอย่างที่ดีส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้มีการคาดการณ์ว่าการมีแบบอย่างในการทำงานจะสามารถอธิบาย ทำนาย กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน จากผลของงานวิจัยข้างต้นที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า การมีแบบอย่างในการทำงานสามารถในการทำนายพฤติกรรมการทำงานเป็นลำดับต้นๆ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ผู้วิจัยจึงมีการคาดการณ์ว่าการมีแบบอย่างในการทำนายและอธิบายการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบได้เช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงให้ความหมายของการมีแบบอย่างในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ หมายถึง การรับรู้การมีแบบอย่างในเรื่องของการทำงาน และ ความรับผิดชอบต่อน้ำของตนเองที่ปฏิบัติงานอยู่ แบบอย่างในการทำงานอาจจะมาจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานในหน่วยงานของตน โดยผู้เลียนแบบจะแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่ดี มีความสามารถในการทำงานต่างๆ และประสบผลสำเร็จในการทำงานได้ดี โดยแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน ผู้วิจัยได้นำแบบวัดของโสธยา คงดิษ (2555) มาปรับปรุงให้เข้ากับงานวิจัยของตนเองจำนวน 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” ถึง “ไม่จริงเลย” ผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานมากและผู้ที่ได้คะแนนรวมน้อยแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานน้อย

ส่วนที่ 5 ปัจจัยทางชีวสังคมกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

จากการประมวลเอกสารและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องผู้วิจัยพบว่าลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคลด้านชีวสังคมบางตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ และมีความสำคัญในฐานะตัวแปรที่ใช้จำแนกลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน

เพศกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

เพศเป็นปัจจัยทางชีวสังคมที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการทำงานที่แตกต่างกัน โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานที่แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลของปัจจัยด้านเพศที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงาน (วิริติ ปานศิลา. 2542; อ้างอิงจาก Danidl. 1986: 661A; Wilson; et. al. 1984; Williams. 1993. 3673-3674; ศักดิ์ชัย นิรัฐทวี. 2531: 59; อ้างอิงจาก Krasner; & Ullman. 1974: 342) ในงานวิจัยของ ญฐยา ลือชาภิตติกุล (2546) พบว่าพฤติกรรมการทำงานด้านบริการมีความแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547: 73) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย

พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อที่เป็นเพศชายร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบได้ร้อยละ 62.7 ส่วนเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่เป็นเพศหญิงสามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบได้ร้อยละ 60.9 และในงานของ จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553) ได้ศึกษาปัจจัยทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่าการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการทำงานด้านการมีส่วนร่วมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในกลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศหญิงและเพศชาย แต่กลุ่มบุคลากรที่เป็นเพศหญิงการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานจะมีอิทธิพลส่งผลทำให้มีพฤติกรรมการทำงานด้านการมีส่วนร่วมสูงกว่าเพศชาย

จากหลักฐานงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยจึงคาดได้ว่าตัวแปรเพศน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

อายุกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

อายุเป็นปัจจัยด้านหนึ่งที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากบุคคลในช่วงวัยต่างๆ จะมีประสบการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน (ทิพย์สุดา จันท์แจ่มหล้า. 2544: 52) อรรถพรณ ลือบุญธวัชชัย (2543) กล่าวว่า บุคคลมีพัฒนาการตามวัยที่เหมาะสมจะมีความสามารถในการปรับตัว มีความคิดริเริ่ม มีเหตุผล สุขุมรอบคอบ มีความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่เป็นอย่างดี ได้มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านอายุมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ เช่น รัชนี สังข์สุวรรณ (2547: 104) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบในการทำงานของข้าราชการนักริหารงานส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานครพบว่า อายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความรับผิดชอบในการทำงานของข้าราชการสำนักบริหารงานส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และในงานวิจัยของ จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 133) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒจำนวน 300 คน พบว่า พนักงานที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานด้านการมีส่วนร่วมมากกว่าพนักงานที่มีอายุน้อย

จากหลักฐานงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยจึงคาดได้ว่าตัวแปรอายุน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

การศึกษากับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

บุคคลที่มีการศึกษาสูงผ่านการเรียนรู้มามากย่อมมีวิจรณ์ญาณ มีความสามารถในการทำงานและลักษณะทางจิตที่พร้อมในการทำงานมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่ต่างกัน ผู้ที่มีการศึกษาสูงย่อมผ่านกาเรียนรู้มามากกว่า

ผู้ที่มีการศึกษต่ำ การศึกษาจึงเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น (วิริติ ปานศิลา. 2542: 32) ได้มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าการศึกษามีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบเช่น นีออน พินประดิษฐ์ และคณะ (2546) ได้ศึกษาตัวบ่งชี้ทางจิตสังคมกับพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการตำรวจสังกัดตำรวจภูธรภาค 4 โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้าราชการตำรวจ ผลการศึกษาพบว่าข้าราชการตำรวจที่มีการศึกษามากจะมีพฤติกรรมการทำงานทั่วไปมากกว่าข้าราชการตำรวจที่มีการศึกษาน้อยและวิลาสลักณ์ ชวาลลี และคณะ (2547) ได้ทำการศึกษาข้าราชการระดับ 3-10 ของกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงมหาดไทย ผลการศึกษาพบว่า ข้าราชการที่มีการศึกษาในระดับปริญญาโทมีพฤติกรรมตามค่านิยมสร้างสรรค์รวม พฤติกรรมค่านิยมสร้างสรรค์ด้านกล้ายืนหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงานมากกว่าข้าราชการที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรี

จากหลักฐานงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยจึงคาดได้ว่าตัวแปรการศึกษาน่าจะมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ประสบการณ์ในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

บุคคลที่มีความสามารถทำงานได้ดีจะเกิดจากการมีประสบการณ์ในการทำงาน โดยบุคคลนั้นอาจจะมีประสบการณ์ในการทำงานมาหลาย ๆ แห่ง บุคคลที่ผ่านการทำงานอาจจะได้รับประสบการณ์จากการทำงานไม่เท่าเทียมกัน ประสบการณ์ทำงานขึ้นอยู่กับอายุของบุคคล เนื่องจากบุคคลที่มีอายุมากก็จะมีประสบการณ์ทำงานมาก (จุฑารัตน์ กิตติเชมากร. 2553) ได้มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ทำงานมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบอาทิ มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547: 60) ที่ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย ที่ปฏิบัติงานในสำนักงานใหญ่ พบว่า เจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีอายุการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีอายุการทำงานน้อยคิดเป็นร้อยละการทํานายเท่ากับ 67.3 และ 55.1 ในส่วนของปีวรรณ บุญเพ็ญ (2550) ศึกษาเรื่องค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการใน สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ พบว่า บุคลากรที่มีอายุราชการมากมีประสิทธิภาพการทำงานวิจัยรวมทุกด้านสูงกว่าบุคลากรที่มีอายุราชการน้อย และสุกัญญา พูลเดช (2552: 64) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคจำนวน 479 คน พบว่า วิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคที่มีอายุงานมากมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรม

จากหลักฐานงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยจึงคาดได้ว่าตัวแปรประสบการณ์ในการทำงานน่าจะมี ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลัง สื่อบริการบ้านเท่ง

ตำแหน่งงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

ตำแหน่งงานเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการ ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบเนื่องจากกฎ ระเบียบ สิทธิต่างๆ ในแต่ละตำแหน่งที่มีความแตกต่างกันออกไปในความรับผิดชอบของการปฏิบัติงานในสื่อบริการบ้านเท่ง ดังนั้นตำแหน่งงานจึงน่าจะเป็น อีกปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการ เบื้องหลังสื่อบริการบ้านเท่งจากงานวิจัยของ นีออน พิณประดิษฐ์ และคนอื่นๆ (2546) ที่ศึกษาตัวบ่งชี้ ทางจิตสังคมของพฤติกรรมการทำงานในข้าราชการตำรวจสังกัดตำรวจภูธรภาค 4 พบว่า ลักษณะ งานตรงกับอุปนิสัยของตำรวจเป็นตัวแปรอิสระในกลุ่มสภาพแวดล้อมในการทำงานที่อาจส่งผลต่อ พฤติกรรมการทำงาน ในกลุ่มตำรวจชั้นสัญญาบัตรและชั้นประทวนและตำรวจสายงานป้องกันและปราบปราม ที่รายงานว่างานที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันตรงกับอุปนิสัยมาก เป็นผู้มีพฤติกรรมการ ทำงานทั่วไปสูงกว่าตำรวจที่รายงานว่างานที่ทำตรงกับอุปนิสัยน้อย และงานวิจัยของ จุฑารัตน์ กิตติเชมมาร (2553) ที่ศึกษาปัจจัยทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบต่อ การปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พบว่า ประเภทตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากหลักฐานงานวิจัยข้างต้นผู้วิจัยจึงคาดได้ว่าตัวแปรตำแหน่งงานน่าจะมี ความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อบริการบ้านเท่ง

การประมวลงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับลักษณะทางจิตสังคมทั้ง 5 ด้านกับพฤติกรรมการ ทำงานอย่างมีความรับผิดชอบพบว่า มีความสัมพันธ์กันในหลายลักษณะเป็นสิ่งที่จะต้องนำมา พิจารณาในการศึกษาพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลัง สื่อบริการบ้านเท่ง และผู้วิจัยคาดว่าลักษณะทางจิตสังคมที่กล่าวมาจะสามารถใช้เป็นตัวแปรแบ่งกลุ่ม เพื่ออธิบายหรือทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

นิยามเชิงปฏิบัติการ

พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อบริการบ้านเท่ง หมายถึง ความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ด้วยความพากเพียร มีความ ละเอียดรอบคอบในการทำงาน เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ยอมรับผลของการ กระทำในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานด้วยความเต็มใจ มีความพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ ดียิ่งขึ้น มีสำนึกในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายทั้งต่อตนเอง ส่วนรวมสังคม และองค์กร โดยไม่ย่อท้อต่อ

ปัญหาใด ๆ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “บ่อยครั้งที่สุด” จนถึง “ไม่เคยทำเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

เจตคติที่ดีต่อทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ หมายถึง การรู้จัก ความรู้สึก และการพร้อมกระทำการในการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อการทำงาน ทราบว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์หรือให้โทษ รู้สึก พอใจไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบในการทำงาน และมีความพร้อมที่จะกระทำหรือหลีกเลี่ยงที่จะทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน หมายถึง ความตระหนักรู้ถึงความสามารถในการทำงานของตนเอง มีการวางแผนด้วยความรับผิดชอบทุกครั้งก่อนลงมือทำงาน และสามารถควบคุมตนเองได้จากการแสดงกริยาที่ไม่เหมาะสมกับเพื่อนร่วมงานเพื่อนงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนของมาริชา สก๊อต (2548) มีข้อคำถามทั้งหมด 10 แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

จริยธรรมสื่อมวลชน หมายถึง การทำงานด้วยความซื่อสัตย์ ทราบว่าสิ่งใดควรนำเสนอหรือไม่ควรนำเสนอไม่ ปฏิบัติงานอย่างเข้าใจ ยอมรับ มีความจริงใจและเคารพต่อบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อมวลชนที่ดี การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชนขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อแบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร หมายถึง การใช้ภาษาการสื่อสารในการทำงานและใช้ถ้อยคำในการสื่อสารอย่างสุภาพ มีความเป็นเหตุเป็นผลของการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจในเนื้อหา และการปฏิบัติงานจะไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างแบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ มีข้อคำถามทั้งหมด 5 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

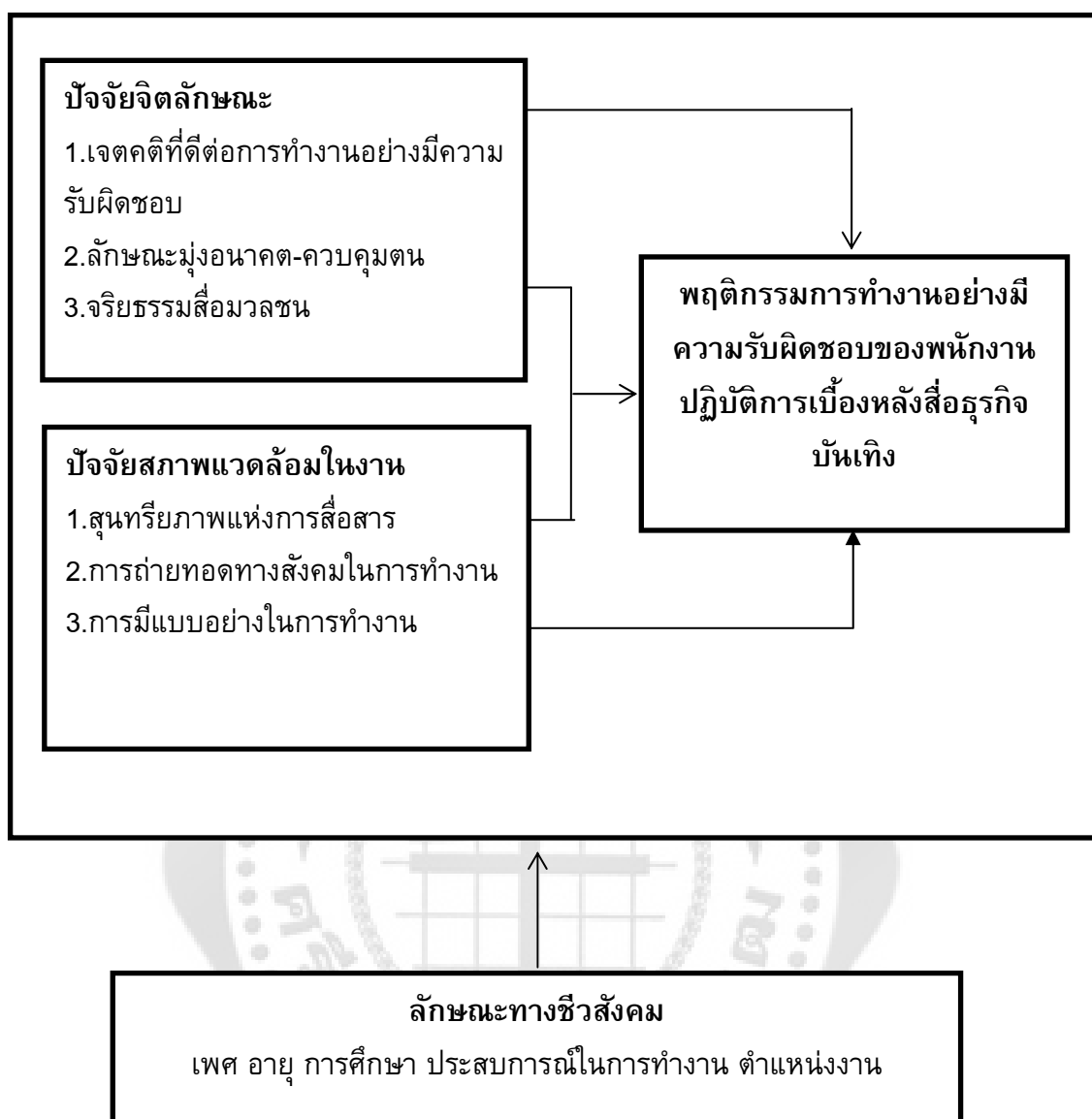
การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน หมายถึง การปลูกฝังในหน้าที่การทำงานของพนักงาน เกิดเรียนรู้ทำความเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร มีทักษะการเรียนรู้การผลิตสื่อบันเทิงต่างๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานตามบทบาทหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบและมีความสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร โดยการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอาจจะเป็นการถ่ายทอดแบบเป็นทางการ เช่น การอบรม และการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการ เช่น การแนะนำ บอกเล่า เป็นต้น การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานของ ลักษณะมี ลุประสงค์ (2546) มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับ ตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

การมีแบบอย่างในการทำงาน หมายถึง การรับรู้การมีแบบอย่างในเรื่องของการทำงานและความรับผิดชอบต่อน้ำของตนเองที่ปฏิบัติงานอยู่ แบบอย่างในการทำงานอาจจะมาจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างานในหน่วยงานของตน โดยผู้เลียนแบบจะแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่ดี มีความสามารถในการทำงานต่างๆ และประสบผลสำเร็จในการทำงานได้ดี การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงานของ โสริยา คงดิษ (2555) มีข้อคำถามทั้งหมด 10 ข้อ แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” โดยผู้ที่ได้คะแนนมากแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานมากกว่าและผู้ที่ได้คะแนนน้อย

ส่วนที่ 6 กรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบพบว่าพฤติกรรมในการทำงานที่มีประสิทธิภาพจะมีปัจจัยเชิงเหตุมาจากลักษณะทางจิตของผู้ทำงานและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน (Albanase. 1981: 204) และการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการรวบรวมแนวคิดด้านสื่อสารมวลชนกับพฤติกรรมการทำงานเข้าด้วยกันและได้ค้นพบตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง มาจาก 2 ปัจจัยสำคัญคือ ปัจจัยจิตลักษณะ ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อสารมวลชน ในส่วนของปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน ได้แก่ สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน ในส่วนของลักษณะทางชีวสังคม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน เป็นการศึกษาเพื่อเป็นตัวแปรแบ่งกลุ่ม สามารถสรุปได้เป็นกรอบแนวคิดตามภาพประกอบ 5



ภาพประกอบ 5 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่แตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีตำแหน่งงานในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยจิตลักษณะและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานมีปฏิสัมพันธ์ในการส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยคือ

3.1 พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น

3.2 พนักงานที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมากและการมีแบบอย่างในการทำงานมาก จะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น

3.3 พนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนมากและมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมาก จะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น

4. เพื่อศึกษากลุ่มตัวแปรปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และกลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้เรื่อง ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ 3 แห่งแล้วนำข้อมูลทั้งหมดไปวิเคราะห์ผลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีการดำเนินวิจัยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือในงานวิจัย
3. การพิทักษ์สิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่าง
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานระดับปฏิบัติการของบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ 3 บริษัท โดยพิจารณาจากขนาดของทุนในการประกอบการ ขนาดของรายได้และกำไร ขนาดของผลผลิต และขนาดของพนักงานในบริษัท (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2547: 184) จำนวน 2,000 คน (ข้อมูลประชากรจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลวันศุกร์ที่ 9 ตุลาคม 2558)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานปฏิบัติการในบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ 3 บริษัท การกำหนดประชากรจากสูตรของยามาเนได้กลุ่มตัวอย่าง 333 คน (Yamane. 1967: 886) ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) เป็นฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง เพื่อข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นผู้วิจัยได้กระจายแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลทั้งหมดกับกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และได้แบบสอบถามกลับมาทั้งหมด 369 คนคิดเป็นร้อยละ 92.25 เปอร์เซนต์แสดงรายละเอียดในตาราง 4 ดังนี้

ตาราง 4 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

บริษัทธุรกิจบันเทิง ขนาดใหญ่	ฝ่ายปฏิบัติการ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
บริษัท A	ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	275	55
	ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	160	32
	ฝ่ายผลิตเพลง	208	42
บริษัท B	ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	291	58
	ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	134	27
	ฝ่ายผลิตเพลง	245	49
บริษัท C	ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	309	62
	ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	152	30
	ฝ่ายผลิตเพลง	226	45
รวม		2,000	400

ที่มา: ข้อมูลประชากรจากฝ่ายทรัพยากรบุคคลวันศุกร์ที่ 9 ตุลาคม 2558.

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นแบบวัดที่ประกอบด้วยแบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม แบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงและปัจจัยอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 8 ตอน จำนวน 65 ข้อ ดังนี้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม
- ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ
- ตอนที่ 3 แบบวัดเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ
- ตอนที่ 4 แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน
- ตอนที่ 5 แบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน
- ตอนที่ 6 แบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร
- ตอนที่ 7 แบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน
- ตอนที่ 8 แบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน

การสร้างและการพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย ดังนี้

1. ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษา
2. กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการในแต่ละตัวแปรที่ผู้วิจัยต้องการจะศึกษา
3. สร้างแบบสอบถามจากนิยามปฏิบัติการในแต่ละตัวแปรและปรับปรุงแบบสอบถามขั้นต้นจากการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (Construct Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านและ 1 ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ 30 ชุด
5. วิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แบบสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความเชื่อมั่นที่ .6 ขึ้นไป (อรพินทร์ ชูชม. 2545)
6. คัดเลือกข้อวัดด้วยการวิเคราะห์คุณภาพรายข้อและทำการรวบรวมเป็นแบบฟอร์มที่จะนำใช้จริง โดยมีการใช้เกณฑ์ความสัมพันธ์ระหว่างค่าเฉลี่ยรวมกับรายข้อที่มากกว่า .2 ขึ้นไป (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538)
7. ปรับปรุงข้อคำถามให้ได้มาตรฐานตามเกณฑ์และจัดการแบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม

ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับรายละเอียดของบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน มีลักษณะแบบสอบถามเป็นตัวเลือกให้เลือกตอบ ดังนี้

1. เพศ

- ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

- ☐ ปวช. ☐ ปวส. / ม.6 หรือ เทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี ☐ ปริญญาโทขึ้นไป

4. ประสบการณ์การทำงานเบื้องหลังสู่อุรกิจบันเทิง.....ปี.....เดือน

5. ตำแหน่งงาน

- ☐ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์
☐ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ
☐ ฝ่ายผลิตเพลง

ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

แบบวัดมีลักษณะวัดความตั้งใจที่จะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ด้วยความพากเพียร มีความละเอียดรอบคอบในการทำงาน เพื่อให้งานบรรลุผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย ยอมรับผลของการกระทำในการปฏิบัติหน้าที่การทำงานด้วยความเต็มใจ มีความพยายามปรับปรุงการปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น มีสำนึกในหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายทั้งต่อตนเอง ส่วนรวม สังคมและองค์กร โดยไม่ย่อท้อต่อปัญหาใดๆ เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “บ่อยครั้งที่สุด” จนถึง “ไม่เคยเลย” จำนวนข้อคำถามที่สร้างขึ้น 25 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .77 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .20 ถึง .62

0) ฉันทรงงานให้ตรงกับนโยบายของบริษัท (ข้อความทางบวก)

บ่อยครั้งที่สุด บ่อยครั้ง ค่อนข้างบ่อย ค่อนข้างไม่บ่อย ไม่เคย ไม่เคยทำเลย

00) ฉันทศึกรายละเอียดของงานก่อนลงมือทำงานทุกชิ้น (ข้อความทางบวก)

บ่อยครั้งที่สุด บ่อยครั้ง ค่อนข้างบ่อย ค่อนข้างไม่บ่อย ไม่เคย ไม่เคยทำเลย

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “บ่อยครั้งที่สุด” จนถึง “ไม่เคยเลย” ส่วนข้อคำถามที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

ตอนที่ 3 แบบวัดเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

แบบวัดมีลักษณะวัดการรู้สึก ความรู้สึก และการพร้อมกระทำการปฏิบัติงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อการทำงาน ทราบว่าสิ่งใดเป็นประโยชน์หรือให้โทษ รู้สึก พอใจไม่พอใจ ชอบหรือไม่ชอบในการทำงาน และมีความพร้อมที่จะกระทำหรือหลีกเลี่ยงที่จะทำงานอย่างมีความรับผิดชอบเป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวนข้อคำถามที่สร้างขึ้น 20 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .79 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .32 ถึง .64

0) การเรียนรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของงานเป็นผลดีต่อตัวฉันเองในการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
------------	------	--------------	-----------------	---------	---------------

00) ฉันรู้สึกว่าคุณมีใจมากในการทำงาน แม้งานนั้นจะไม่ถนัดหรืออยู่ในหน้าที่ความรับผิดชอบของฉัน (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
------------	------	--------------	-----------------	---------	---------------

000) ฉันพร้อมลาออกจากงานที่รับผิดชอบทันทีเมื่อได้งานใหม่ที่ดีกว่า (ข้อความทางลบ)

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
------------	------	--------------	-----------------	---------	---------------

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ส่วนข้อคำถามที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

ตอนที่ 4 แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน

แบบวัดมีลักษณะวัดความตระหนักรู้ถึงความสามารถในการทำงานของตนเอง มีการวางแผนด้วยความรับผิดชอบทุกครั้งก่อนลงมือทำงาน และสามารถควบคุมตนเองได้จากการแสดงกริยาที่ไม่เหมาะสมกับเพื่อนร่วมงานเพื่อนงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยปรับปรุงแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนจาก มาริษา สก๊อต (2548) แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .81 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .30 ถึง .72

0) เมื่อโมโหฉันไม่สามารถควบคุมตนเองให้ทำงานต่อได้ (ข้อความทางลบ)

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
------------	------	--------------	-----------------	---------	---------------

00) ทุกครั้งที่ได้รับงานฉันมักจะวางแผนล่วงหน้าเสมอ (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
------------	------	--------------	-----------------	---------	---------------

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ส่วนข้อคำถามที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

ตอนที่ 5 แบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน

แบบวัดมีลักษณะวัดการทำงานด้วยความซื่อสัตย์ ทราบว่าสิ่งใดควรนำเสนอหรือไม่ควรนำเสนอไม่ ปฏิบัติงานอย่างเข้าใจ ยอมรับ มีความจริงใจและเคารพต่อบทบาทหน้าที่ที่ปฏิบัติ เป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวนข้อคำถามที่สร้างขึ้น 20 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .71 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .39 ถึง .52

0) ความรับผิดชอบในงานเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการทำงาน (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

00) ฉันเป็นสื่อมวลชนที่ดีในการทำงาน (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ส่วนข้อคำถามที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

ตอนที่ 6 แบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

แบบวัดมีลักษณะวัดการใช้ภาษาการสื่อสารในการทำงานและใช้ถ้อยคำในการสื่อสารอย่างสุภาพ มีความเป็นเหตุเป็นผลของการสื่อสารจะนำไปสู่ความเข้าใจในเนื้อหาและการปฏิบัติงานจะไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ แบบวัดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเองจากนิยามปฏิบัติการ แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวนข้อคำถามที่สร้างขึ้น 20 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .74 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .40 ถึง .68

0) ฉันเป็นผู้สื่อสารที่ดีคนหนึ่งในการทำงาน (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

00) ฉันท้อแท้เมื่อเพื่อนร่วมงานไม่ชอบวิธีการสื่อสารของฉัน (ข้อความทางลบ)

.....
 จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อความทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ส่วนข้อความที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

ตอนที่ 7 แบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน

แบบวัดมีลักษณะวัดการปลูกฝังในหน้าที่การทำงานของพนักงาน เกิดเรียนรู้ทำความเข้าใจวัฒนธรรมขององค์กร มีทักษะการเรียนรู้การผลิตสื่อบันเทิงต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานสามารถทำงานตามบทบาทหน้าที่อย่างมีความรับผิดชอบและความสอดคล้องกับนโยบายขององค์กร โดยการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอาจจะเป็นการถ่ายทอดแบบเป็นทางการ เช่น การอบรม และการถ่ายทอดแบบไม่เป็นทางการ เช่น การแนะนำ บอกเล่า โดยปรับปรุงแบบวัดมาจากลักษณะมี ลู ประสงค์ (2546) แบบสอบถามเป็นมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวนข้อความทั้งหมด 20 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียง จำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟา เท่ากับ .88 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .34 ถึง .77

0) เพื่อนร่วมงานของฉันไม่ค่อยให้คำแนะนำในการทำงานกับฉันเลย (ข้อความทางลบ)

.....
 จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

00) หัวหน้างานของฉันมักจะช่วยให้ฉันทำงานได้อย่างราบรื่น (ข้อความทางบวก)

.....
 จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อความทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ส่วนข้อความที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

ตอนที่ 8 แบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน

แบบวัดมีลักษณะวัดการรับรู้การมีแบบอย่างในเรื่องของการทำงาน และความรับผิดชอบ ต่อหน้าที่ของตนเองที่ปฏิบัติงานอยู่ แบบอย่างในการทำงานอาจจะมาจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้า

งานในหน่วยงานของตน โดยผู้เขียนแบบจะแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่ดี มีความสามารถในการทำงานต่างๆ และประสบผลสำเร็จในการทำงานได้ดี โดยปรับปรุงแบบวัดมาจากโสธยา คงดิษ (2555) แบบสอบถามเป็นมาตรวัดแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) 6 ระดับตั้งแต่ “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 20 ข้อ นำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงจำนวน 30 คน จึงได้แบบสอบถามที่ใช้ได้จริง 10 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่นแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .77 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .24 ถึง .61

0) หัวหน้างานของฉันทนเป็นคนเคร่งครัดในการทำงาน (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

00) หัวหน้างานของฉันทนยอมรับและปรับปรุงงานเสมอเมื่อเกิดปัญหา (ข้อความทางบวก)

จริงที่สุด จริง ก่อนข้างจริง ก่อนข้างไม่จริง ไม่จริง ไม่จริงที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนเมื่อเป็นข้อคำถามทางบวก จะได้คะแนน 6 ถึง 1 จาก “จริงที่สุด” จนถึง “ไม่จริงเลย” ส่วนข้อคำถามที่มีความหมายทางลบนั้นจะมีการให้คะแนนตรงกันข้าม โดยผู้ที่ได้คะแนนมากกว่าแสดงว่าเป็นผู้ที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานมากกว่าผู้ที่ตอบได้คะแนนน้อย

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ได้ผ่านการรับรองการทำวิจัยในมนุษย์จากสถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางร่างกายหรือจิตใจแก่ผู้ให้ข้อมูล หลังจากนั้นผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตแก่มหาวิทยาลัยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการเก็บข้อมูล โดยการเก็บข้อมูลจะต้องมีขั้นตอนหรือข้อชี้แจงที่ระบุไว้ในชุดแบบสอบถามอย่างชัดเจนว่า ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการให้ข้อมูลโดยสมัครใจและข้อมูลนั้นจะถูกเก็บเป็นความลับ การนำข้อมูลไปอภิปรายผลหรือเผยแพร่จะกระทำในภาพรวมสำหรับการนำเสนอในรูปแบบผลงานภาพรวมของการวิจัยเท่านั้น

ข้อเสนอการวิจัยที่รับรองจริยธรรม: SWUEC/E-20/2559

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยขอใบรับรองการทำวิจัยในมนุษย์จากสถาบันยุทธศาสตร์ทางปัญญาและวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. ผู้วิจัยขอหนังสืออนุญาตเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย และติดต่อบริษัทธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัย เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ผู้วิจัยติดต่อประสานงานกับหัวหน้าหรือฝ่ายทรัพยากรบุคคลหน่วยงานของกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลแบบสอบถามการวิจัย
4. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง พร้อมมีการชี้แจงรายละเอียดในการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลไปยังกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ
5. เมื่อได้แบบสอบถามการวิจัยกลับคืนมา ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ข้อมูลของแบบสอบถาม โดยพิจารณาแบบสอบถามที่มีการตอบครบทุกข้อจะถือว่าเป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ และนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูล

1. ผู้วิจัยจัดกระทำกับข้อมูลที่ได้มาจากการวิเคราะห์ เช่น การแทนค่าที่ขาดหายด้วยค่าเฉลี่ย
2. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดและนำคะแนนที่ได้ไปวิเคราะห์ผลตามวิธีการทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐาน เช่น ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าพิสัย (Range) ในการบรรยายคุณสมบัติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง
2. การใช้สถิติวิเคราะห์การเปรียบเทียบ (t-test for Independent Samples) และความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) ตามสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2
3. ใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-way Analysis of Variance) เพื่อวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ตามสมมติฐานข้อที่ 3
4. ใช้การวิเคราะห์สถิติถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) เพื่อค้นหาตัวทำนายที่สำคัญในพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ตามสมมติฐานข้อที่ 4

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญคือ 1) เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงานที่แตกต่างกัน 2) เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง 3) เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะและกลุ่มสภาพแวดล้อมในงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยมีจุดมุ่งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งหมด 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยจิตลักษณะคือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน ปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานคือ สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน และลักษณะทางชีวสังคมคือ เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงาน โดยมีการทดสอบสมมติฐานในการวิจัย 4 ข้อ

การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในบทนี้เป็นการนำเสนอผลตามสมมติฐานที่ตั้งไว้จำนวน 4 ข้อโดยมีลำดับการนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และพิสัย (Range) ของตัวแปรที่ศึกษา

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

1. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกันโดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันโดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2

2. การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-way Analysis of Variance) ที่ละคู่ตัวแปร เมื่อพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 จะทำการ

เปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffé) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

2.1 เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน

2.2 ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงาน

2.3 จริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

3. เพื่อทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยใช้ตัวทำนายกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) เข้าทำนายเป็นลำดับที่ 1 และกลุ่มปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) เข้าทำนายเป็นลำดับที่ 2 ด้วยสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	คะแนนเฉลี่ย
SD	แทน	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน
F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ในการแจกแจงแบบเอฟ (F-distribute)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ในการแจกแจงแบบที (t-distribute)
B	แทน	ความชันหรือสัมประสิทธิ์ถดถอย
SE	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
β	แทน	ค่าเบต้า
R^2	แทน	ค่าทำนาย
Code1	แทน	ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับต่ำ
Code2	แทน	ค่าเฉลี่ยของตัวแปรอยู่ในระดับสูง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และพิสัย (Range) ของตัวแปรที่ศึกษา ดังตารางต่อไปนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในครั้งนี้คือ พนักงานระดับปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่ที่ปฏิบัติงานอยู่ในฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง จำนวน 369 คน ผู้วิจัยนำเสนอจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางชีวสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะทางชีวสังคม

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (n)	ร้อยละ (%)
เพศ (n = 369)		
ชาย	145	39.30
หญิง	224	60.70
อายุ (n = 369)		
กลุ่มอายุน้อย (20 - 32 ปี)	157	42.50
กลุ่มอายุมาก (33-54 ปี)	212	57.50
การศึกษา (n = 369)		
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี	338	91.60
สูงกว่าปริญญาตรี	31	8.40
ประสบการณ์ในการทำงานเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง (n = 369)		
ประสบการณ์ทำงานน้อย (≤ 6 ปี)	209	56.60
ประสบการณ์ทำงานมาก (7-32 ปี)	160	43.40
ตำแหน่งงาน (n = 369)		
ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	196	53.10
ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	64	17.30
ฝ่ายผลิตเพลง	109	29.50

จากตาราง 5 พบว่า พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อบันเทิงจำนวน 369 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 224 คน คิดเป็นร้อยละ 60.7 มีอายุอยู่ระหว่าง 33-54 ปี 212 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี 338 คน คิดเป็นร้อยละ 91.6 ประสบการณ์ทำงานไม่เกิน 6 ปี 209 คน คิดเป็นร้อยละ 56.6 และในด้านตำแหน่งงานส่วนใหญ่ปฏิบัติงานอยู่ในฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ 196 คน คิดเป็นร้อยละ 53.1

สถิติข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

สถิติข้อมูลพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยคือ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน จริยธรรมสื่อมวลชน สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน

ตาราง 6 ค่าพิสัย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลพื้นฐานจากตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	พิสัย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
	Range	$\bar{X}$	SD
พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	25.00	49.18	4.37
เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	25.00	47.95	4.89
ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	25.00	43.48	3.88
จริยธรรมสื่อมวลชน	12.00	26.60	2.64
สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	14.00	22.34	2.93
การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน	43.00	46.99	6.67
การมีแบบอย่างในการทำงาน	30.00	43.27	4.73

จากตาราง 6 การแสดงค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา มีค่าพิสัยอยู่ระหว่าง 12.00 ถึง 43.00 โดยตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในการวิจัยคือ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 49.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 4.37 รองลงมาคือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 47.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 4.89 และตัวแปรที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 22.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 2.93

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มต่ำกลุ่มสูงที่จำแนกตามปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงาน

ตัวแปร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัจจัยจิตลักษณะ		
1. เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ		
กลุ่มต่ำ	168	45.50
กลุ่มสูง	201	54.50
2. ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน		
กลุ่มต่ำ	188	50.90
กลุ่มสูง	181	40.90
3. จริยธรรมสื่อมวลชน		
กลุ่มต่ำ	179	48.50
กลุ่มสูง	190	51.50
ปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน		
4. สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร		
กลุ่มต่ำ	192	52.00
กลุ่มสูง	177	48.00
5. การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน		
กลุ่มต่ำ	162	43.90
กลุ่มสูง	207	56.10
6. การมีแบบอย่างในการทำงาน		
กลุ่มต่ำ	195	52.80
กลุ่มสูง	174	47.20
รวม	369	100

ตาราง 7 พบว่าตัวแปรปัจจัยจิตลักษณะที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในกลุ่มสูง ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและจริยธรรมสื่อมวลชน (มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 50.45 และ 51.50 ตามลำดับ) และตัวแปรปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในกลุ่มสูง คือ การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน (มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 56.10)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ในลำดับต่อไปผู้วิจัยจะทำการเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน โดยใช้สถิติทดสอบที (t-test) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกัน โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และ 2 โดยผลการทดสอบดังต่อไปนี้

ตาราง 8 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงานกับ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ลักษณะทางชีวสังคม	พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของ พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง			
	n	$\bar{X}$	SD	t/F
ประสบการณ์ในการทำงาน				
- ประสบการณ์ในการทำงานมาก	160	49.94	4.31	2.98*
- ประสบการณ์ในการทำงานน้อย	209	48.59	4.33	
ตำแหน่งงาน				
- ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	196	49.10	4.45	1.77
- ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	64	48.67	4.39	
- ฝ่ายผลิตเพลง	109	49.73	4.19	

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 พบว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-way Analysis of Variance) ที่ละคู่ตัวแปร เมื่อพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จะทำการเปรียบเทียบความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffé) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ตามตัวแปรอิสระ 6 ตัว ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบกับการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนกับการมีแบบอย่างในการทำงาน และจริยธรรมสื่อมวลชนกับสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร จำแนกตามกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่แบ่งตามลักษณะชีวสังคม 11 กลุ่ม และการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละครั้งจะทำทั้งในกลุ่มตัวอย่างกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยตามลักษณะชีวสังคม 5 ตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และตำแหน่งงาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดดังนี้

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	จำนวนคน	ค่าสถิติเอฟ			
		เจตคติที่ดีต่อ การทำงาน อย่างมีความ รับผิดชอบ (ก)	การถ่ายทอด ทางสังคมใน การทำงาน (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	% ทำนาย
1.กลุ่มรวม	369	113.08*	3.15	1.65	27.7
2.เพศชาย	145	19.26*	2.53	<1	20.8
3.เพศหญิง	224	84.16*	2.03	3.69	33.5
4.อายุน้อย	157	48.06*	2.81	<1	25.9
5.อายุมาก	212	53.79*	<1	1.48	26.0
6.การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี	338	96.88*	2.37	1.66	26.5
7.การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	31	11.58*	<1	<1	33.7
8.ประสบการณ์ทำงานน้อย	209	56.75*	<1	2.24	26.1
9.ประสบการณ์ทำงานมาก	160	49.25*	2.38	<1	27.1
10.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	196	47.12*	<1	<1	23.5
11.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	64	19.34*	1.52	<1	31.1
12.ฝ่ายผลิตเพลง	109	51.31*	2.45	1.61	37.0

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยจิตลักษณะด้านเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานด้านการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานไม่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในการส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ตาราง 10 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน
ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจำแนกตามตัวแปรเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความ
รับผิดชอบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1.กลุ่มรวม	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=51.20	ต่ำ=46.84
2.เพศชาย	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=50.34	ต่ำ=47.12
3.เพศหญิง	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=51.47	ต่ำ=46.70
4.อายุน้อย	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=51.41	ต่ำ=46.73
5.อายุมาก	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=50.97	ต่ำ=46.86
6.การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=51.04	ต่ำ=46.80
7.การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=52.55	ต่ำ=47.33
8.ประสบการณ์ทำงานน้อย	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=50.98	ต่ำ=46.74
9.ประสบการณ์ทำงานมาก	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=51.44	ต่ำ=47.03
10.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=50.77	ต่ำ=46.57
11.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=50.89	ต่ำ=46.47
12.ฝ่ายผลิตเพลง	เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ	สูง=52.14	ต่ำ=47.43

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตาราง 9 การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวคือ
เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน โดย
แบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ยเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือ พฤติกรรม
การทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ได้ทำการ
วิเคราะห์ข้อมูลทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย 11 กลุ่ม พบว่า ไม่พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจตคติที่ดีต่อ
พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานที่ส่งผลต่อ

พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ละตัวแปรพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบทุกกลุ่ม ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง (ตาราง 9) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานปฏิบัติการที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีเจตคติต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 51.20 และ 46.84) กลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 50.34 และ 47.12) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 51.47 และ 46.70) อายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 51.41 และ 46.73) อายุมาก (ค่าเฉลี่ย 50.97 และ 46.86) การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 51.04 และ 46.80) การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 52.55 และ 47.33) ประสบการณ์ทำงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.98 และ 46.74) ประสบการณ์ทำงานมาก (ค่าเฉลี่ย 51.44 และ 47.03) ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 50.77 และ 46.57) ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 50.89 และ 46.47) ฝ่ายผลิตเพลง (ค่าเฉลี่ย 52.14 และ 47.43) (ตาราง 10)

สรุปได้ว่า พนักงานปฏิบัติงานเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูง คือ พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบี่ยงหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามตัวแปรลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงาน

กลุ่ม	จำนวนคน	ค่าสถิติเอฟ			
		ลักษณะมุ่ง อนาคต- ควบคุมตน (ก)	การมี แบบอย่างใน การทำงาน (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (gxข)	% ทำนาย
1.กลุ่มรวม	369	56.39*	31.45*	<1	21.5
2.เพศชาย	145	15.70*	11.73*	<1	19.9
3.เพศหญิง	224	47.73*	19.26*	<1	23.0
4.อายุน้อย	157	18.22*	8.47*	<1	17.5
5.อายุมาก	212	31.38*	20.24*	<1	22.2
6.การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี	338	51.29*	26.14*	<1	20.7
7.การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	31	2.57	3.35	<1	23.0
8.ประสบการณ์ทำงานน้อย	209	29.30*	18.90*	<1	22.3
9.ประสบการณ์ทำงานมาก	160	23.47*	11.28*	1.11	19.8
10.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	196	21.56*	20.34*	<1	20.6
11.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	64	19.35*	8.17*	<1	34.8
12.ฝ่ายผลิตเพลง	109	18.84*	3.08	5.52*	21.5

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยจิตลักษณะด้านลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานด้านการมีแบบอย่างในการทำงานมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบี่ยงหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในพนักงานระดับปฏิบัติการฝ่ายผลิตเพลง

ตาราง 12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน
ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จำแนกตามตัวแปรลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมี
แบบอย่างในการทำงานในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1.กลุ่มรวม	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=50.80	ต่ำ=47.73
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.41	ต่ำ=48.12
2.เพศชาย	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=50.32	ต่ำ=47.67
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.14	ต่ำ=47.85
3.เพศหญิง	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=51.15	ต่ำ=47.77
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.62	ต่ำ=48.31
4.อายุน้อย	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=51.11	ต่ำ=48.24
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.66	ต่ำ=48.70
5.อายุมาก	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=50.44	ต่ำ=47.49
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.15	ต่ำ=47.78
6.การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=50.67	ต่ำ=47.61
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.23	ต่ำ=48.05
7.ประสบการณ์ทำงานน้อย	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=50.32	ต่ำ=47.38
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.03	ต่ำ=47.76
8.ประสบการณ์ทำงานมาก	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=51.32	ต่ำ=48.32
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.86	ต่ำ=48.78
9.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=50.52	ต่ำ=47.84
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.48	ต่ำ=48.88
10.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=51.00	ต่ำ=46.92
	การมีแบบอย่างในการทำงาน	สูง=50.29	ต่ำ=47.64
11.ฝ่ายผลิตเพลง	ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน	สูง=51.15	ต่ำ=47.94

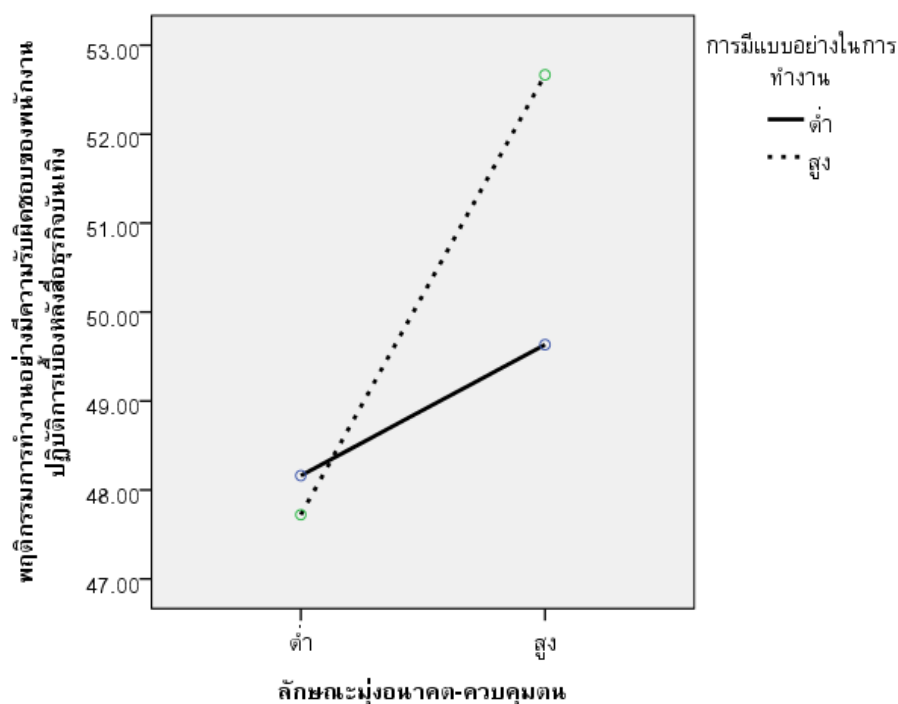
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 11 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงาน โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วยค่าเฉลี่ยกลุ่มสูงกลุ่มต่ำมีตัวแปรตามคือ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย 11 กลุ่มพบว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มย่อยคือ ฝ่ายผลิตเพลง (ตาราง 13 ภาพประกอบ 6) เมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 4 กลุ่มมาแบ่งระดับของตัวแปรทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffé) พบว่า (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลัง

สื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงสูงกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานต่ำ (2) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่ได้รับการมีแบบอย่างในการทำงานสูงและมีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนสูงจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนต่ำ

ตาราง 13 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงาน ในกลุ่มฝ่ายผลิตเพลงจำนวน 109 คน

ลักษณะมุ่งอนาคต- ควบคุมตน	การมีแบบอย่างใน การทำงาน	n	code	$\bar{X}$	21 (49.63)	11 (48.16)	12 (47.72)
สูง	สูง	30	22	52.67	3.04	4.51*	4.95*
สูง	ต่ำ	30	21	49.63	-	1.47	1.91
ต่ำ	ต่ำ	31	11	48.16	-	-	0.44
ต่ำ	สูง	18	12	47.72	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05



ภาพประกอบ 6 ปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างลักษณะมุงอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ในฝ่ายผลิตเพลง

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ละตัวแปรพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามลักษณะมุงอนาคต-ควบคุมตนทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง (ตาราง 11) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานปฏิบัติการที่มีลักษณะมุงอนาคต-ควบคุมตนต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีลักษณะมุงอนาคต-ควบคุมตนสูงสูงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะมุงอนาคต-ควบคุมตนต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 50.80 และ 47.73) กลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 50.32 และ 47.67) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 51.15 และ 47.77) อายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 51.11 และ 48.24) อายุมาก (ค่าเฉลี่ย 50.44 และ 47.49) การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 50.67 และ 47.61) ประสบการณ์ทำงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.32 และ 47.38) ประสบการณ์ทำงานมาก (ค่าเฉลี่ย 51.32 และ 48.32) ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 50.52 และ 47.84) ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 51.00 และ 46.92) ฝ่ายผลิตเพลง (ค่าเฉลี่ย 51.15 และ 47.94) (ตาราง 12)

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ละตัวแปรพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามการมีแบบอย่างในการทำงาน ทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ และฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (ตาราง 11) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานปฏิบัติการที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานต่างกัน พบว่า พนักงานที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานสูงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 50.41 และ 48.12) กลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 50.14 และ 47.85) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 50.62 และ 48.31) อายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.66 และ 48.70) อายุมาก (ค่าเฉลี่ย 50.15 และ 47.78) ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 50.23 และ 48.05) ประสบการณ์ทำงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.03 และ 47.76) ประสบการณ์ทำงานมาก (ค่าเฉลี่ย 50.86 และ 48.78) ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 50.48 และ 48.88) ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 50.29 และ 47.64) (ตาราง 12)

ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงสูงกว่าพนักงานระดับปฏิบัติการที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานต่ำ (2) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่ได้รับการมีแบบอย่างในการทำงานสูงและมีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนต่ำ และพบว่า พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ คือ (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง (2) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีการมีแบบอย่างในการทำงานสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามตัวแปรจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

กลุ่ม	จำนวนคน	ค่าสถิติเอฟ			
		จริยธรรม สื่อมวลชน (ก)	สุนทรียภาพ แห่งการ สื่อสาร (ข)	ปฏิสัมพันธ์ แบบสองทาง (กxข)	% ทำนาย
1.กลุ่มรวม	369	41.72*	25.19*	1.50	21.2
2.เพศชาย	145	27.18*	8.13*	7.07*	28.2
3.เพศหญิง	224	19.14*	17.13*	<1	18.7
4.อายุน้อย	157	11.28*	9.97*	1.63	17.2
5.อายุมาก	212	26.65*	11.49*	<1	21.8
6.ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือ เทียบเท่าปริญญาตรี	338	38.57*	19.71*	2.28	20.4
7.ระดับการศึกษาสูงกว่า ปริญญาตรี	31	1.61	8.22*	1.20	31.1
8.ประสบการณ์ทำงานน้อย	209	24.86*	6.57*	1.48	20.5
9.ประสบการณ์ทำงานมาก	160	15.19*	10.08*	<1	20.8
10.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	196	23.13*	8.92*	<1	20.0
11.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	64	6.46*	5.79*	<1	18.8
12.ฝ่ายผลิตเพลง	109	11.16*	10.68*	<1	25.6

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยจิตลักษณะด้านจริยธรรมสื่อมวลชนและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานด้านสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในพนักงานระดับปฏิบัติการเพศชาย

ตาราง 15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน
ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จำแนกตามตัวแปรจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่ง
การสื่อสารในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

กลุ่ม	ตัวแปร	การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง	
		กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยสูง	กลุ่มที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ
1.กลุ่มรวม	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.48	ต่ำ=47.71
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=50.17	ต่ำ=48.02
2.เพศชาย	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.64	ต่ำ=47.19
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=49.86	ต่ำ=47.97
3.เพศหญิง	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.42	ต่ำ=47.96
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=50.35	ต่ำ=48.03
4.อายุน้อย	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.67	ต่ำ=48.35
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=50.60	ต่ำ=48.42
5.อายุมาก	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.27	ต่ำ=47.38
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=49.77	ต่ำ=47.89
6.การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่า ปริญญาตรี	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.33	ต่ำ=47.55
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=49.93	ต่ำ=47.95
7.สูงกว่าปริญญาตรี	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=56.88	ต่ำ=48.71
8.ประสบการณ์ทำงานน้อย	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.17	ต่ำ=47.17
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=49.44	ต่ำ=47.90
9.ประสบการณ์ทำงานมาก	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.81	ต่ำ=48.35
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=50.92	ต่ำ=48.24
10.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.38	ต่ำ=47.45
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=49.82	ต่ำ=48.01
11.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.07	ต่ำ=47.41
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=50.00	ต่ำ=47.48
12.ฝ่ายผลิตเพลง	จริยธรรมสื่อมวลชน	สูง=50.94	ต่ำ=48.39
	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	สูง=50.91	ต่ำ=48.41

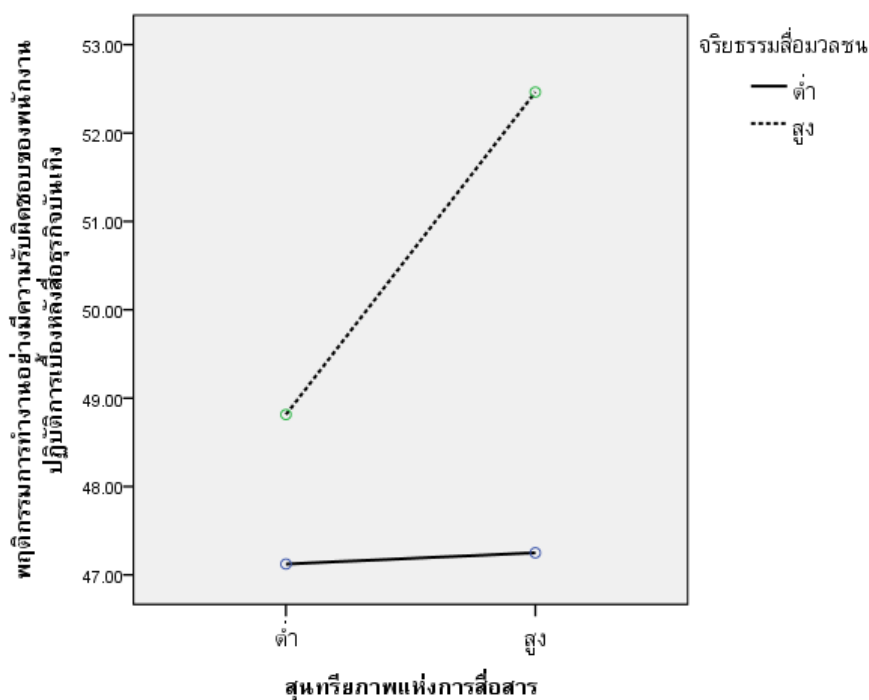
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตาราง 14 จากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ จริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร โดยแบ่งตัวแปรอิสระออกเป็นสองระดับด้วย ค่าเฉลี่ยกลุ่มสูงกลุ่มต่ำ มีตัวแปรตามคือพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย 11 กลุ่ม พบว่า พบปฏิสัมพันธ์ระหว่างจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในกลุ่มย่อย คือ เพศชาย (ตาราง 16 ภาพประกอบ 7) เมื่อนำคะแนนเฉลี่ยของทั้ง 4 กลุ่มมาแบ่งระดับของตัวแปรทั้งสองตัวแปรมาเปรียบเทียบกันเป็นรายคู่ด้วย

วิธีการของเชฟเฟ (Scheffé) พบว่า (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงและมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำ (2) พนักงานที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงและมีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนต่ำ (3) พนักงานปฏิบัติการที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำ

ตาราง 16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เมื่อพิจารณาตามจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร ในกลุ่มเพศชาย จำนวน 145 คน

จริยธรรมสื่อมวลชน	สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร	n	code	$\bar{X}$	21 (48.81)	11 (47.25)	12 (47.12)
สูง	สูง	41	22	56.46	7.65*	9.21*	9.34*
สูง	ต่ำ	27	21	48.81	-	1.56	1.69
ต่ำ	สูง	20	12	47.25	-	-	0.13
ต่ำ	ต่ำ	47	11	47.12	-	-	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05



ภาพประกอบ 7 ปฏิสัมพันธ์ของคะแนนเฉลี่ยระหว่างจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรีภาพแห่งการสื่อสารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ในเพศชาย

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ละตัวแปรพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามจริยธรรมสื่อมวลชนทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง (ตาราง 14) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานปฏิบัติการที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนต่างกันพบว่า พนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 50.48 และ 47.71) กลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 50.64 และ 47.19) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 50.42 และ 47.96) อายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.67 และ 48.35) อายุมาก (ค่าเฉลี่ย 50.27 และ 47.38) การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 50.33 และ 47.55) ประสบการณ์ทำงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.17 และ 47.17) ประสบการณ์ทำงานมาก (ค่าเฉลี่ย 50.81 และ 48.35) ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 50.38 และ 47.45) ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 50.07 และ 47.41) ฝ่ายผลิตเพลง (ค่าเฉลี่ย 50.94 และ 48.39) (ตาราง 15)

เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระที่ละตัวแปรพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง (ตาราง 14) โดยพิจารณาตามค่าเฉลี่ยในกลุ่มพนักงานปฏิบัติการที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่างกันพบว่า พนักงานที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำ ในกลุ่มรวม (ค่าเฉลี่ย 50.17 และ 48.02) กลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 49.86 และ 47.97) เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 50.35 และ 48.03) อายุน้อย (ค่าเฉลี่ย 50.60 และ 48.42) อายุมาก (ค่าเฉลี่ย 49.77 และ 47.89) การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 49.93 และ 47.95) การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 56.88 และ 48.71) ประสบการณ์ทำงานน้อย (ค่าเฉลี่ย 49.44 และ 47.90) ประสบการณ์ทำงานมาก (ค่าเฉลี่ย 50.92 และ 48.24) ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ (ค่าเฉลี่ย 49.82 และ 48.01) ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ (ค่าเฉลี่ย 50.00 และ 47.48) ฝ่ายผลิตเพลง (ค่าเฉลี่ย 50.91 และ 48.41) (ตาราง 15)

ผลการวิจัยครั้งนี้สรุปได้ (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงและมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำ (2) พนักงานที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงและมีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนต่ำ (3) พนักงานปฏิบัติการที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงพร้อมกันเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำพร้อมกันและพบว่า พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ คือ (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก ระดับการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง (2) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ พบในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง อายุน้อย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ทำงานน้อย ประสบการณ์ทำงานมาก ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง

3. การอธิบายอำนาจในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงโดยใช้ตัวทำนายกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อ

การทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) เข้าทำนายเป็นลำดับที่ 1 และกลุ่มสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) เข้าทำนายเป็นลำดับที่ 2 ด้วยสถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

ตาราง 17 ข้อมูลเบื้องต้นในการทดสอบเป็นไปตามเงื่อนไขการวิเคราะห์สถิติการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression)

ตัวแปร	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7
1	4.92	0.44	1	.66**	.46**	.45**	.42**	.30**	.36**
2	4.79	0.49		1	.47**	.50**	.45**	.42**	.44**
3	4.35	0.39			1	.40**	.31**	.18**	.22**
4	5.32	0.53				1	.45**	.24**	.28**
5	4.47	0.59					1	.26**	.33**
6	4.70	0.67						1	.68**
7	4.33	0.47							1

** p < .01

1 = ตัวแปรตาม (พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง) 2 = เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ 3 = ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน 4 = จริยธรรมสื่อมวลชน 5 = สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร 6 = การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน 7 = การมีแบบอย่างในการทำงาน

จากตาราง 17 พบผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ตัวแปรจิตลักษณะและตัวแปรสภาพแวดล้อมในงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและเมื่อพิจารณาจากค่าความสัมพันธ์พบว่า ระดับความสัมพันธ์ไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นพหุ (Multicollinearity) โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับกลางและระดับต่ำที่ไม่เกิน .85 (Kline, 2005)

ตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบปริมาณทำนายที่เพิ่มขึ้นของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อ
ธุรกิจบันเทิง ด้วยชุดทำนายปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย

พฤติกรรมการทำงานอย่างมี ความรับผิดชอบ	จำนวน (คน)	ลำดับที่ 1 (ปัจจัยจิตลักษณะ 1-3)			ลำดับที่ 2 (สภาพแวดล้อมในงาน 4-6)			R Square Change
		% ทำนาย	ตัวทำนายที่มี นัยสำคัญ	เบต้า	% ทำนาย	ตัวทำนายที่มี นัยสำคัญ	เบต้า	
1.กลุ่มรวม	369	47.3	1,2,3	.52,.16,.13	48.5	1,2,3,4	.47,.16,.10,.10	1.2*
2.เพศชาย	145	45.4	1,2,3	.39,.25,.19	46.4	1,2,3	.34,.24,.17	1
3.เพศหญิง	224	49.6	1,3	.59,.11	51.4	1,4	.55,.14	1.8*
4.อายุน้อย	157	42.1	1	.52	44.8	1,4	.46,.16	2.7
5.อายุมาก	212	49.1	1,2,3	.50,.18,.15	50.1	1,2,3	.49,.19,.14	1
6.การศึกษาต่ำกว่าหรือ เทียบเท่าปริญญาตรี	338	46.4	1,2,3	.50,.18,.14	47.3	1,2,3	.46,.17,.11	.9
7.การศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี	31	53.9	1	.75	61.0	1	.61	7.1
8.ประสบการณ์ทำงานน้อย	209	46.8	1,2,3	.48,.18,.15	48.3	1,2,4,3	.45,.19,.17,.15	1.4
9.ประสบการณ์ทำงานมาก	160	45.4	1	.55	49.0	1,4,2	.47,.21,.15	3.6*
10.ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์	196	40.8	1,3	.48,.16	44.1	1,6	.34,.24	3.3*
11.ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ	64	64.6	1,2	.49,.45	68.6	1,2,5	.46,.46,.23	3.9
12.ฝ่ายผลิตเพลง	109	55.5	1	.64	57.8	1,4	.59,.18	2.3

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

หมายเหตุ R Square Change = เปอร์เซนต์ที่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อเพิ่มชุดทำนายเข้าไปใหม่ ขณะที่ชุดตัวทำนายเดิมถูกควบคุมให้คงที่
ชุดตัวทำนายลำดับที่ 1: 1=เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ 2=ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน 3=จริยธรรมสื่อมวลชน
ชุดตัวทำนายลำดับที่ 2: 4=สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร 5=การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน 6=การมีแบบอย่างในการทำงาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตาราง 18 พบว่า เมื่อนำคะแนนของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง มาวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) โดยใช้ชุดตัวแปรปัจจัยจิตลักษณะ 3 ตัวแปร เป็นกลุ่มตัวทำนายลำดับที่ 1 ผลปรากฏว่าปัจจัยจิตลักษณะ 3 ตัวแปร ทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มรวมได้ร้อยละ 47.3 มีตัวทำนายที่สำคัญ คือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน (ค่าเบต้า .52, .16 และ .13 ตามลำดับ) และในกลุ่มย่อยทำนายได้ระหว่าง 40.8 ถึง 64.6 โดยทำนายสูงสุดในกลุ่มฝ่ายผลิตรายการวิทยุ มีตัวทำนายที่สำคัญคือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ และลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน (ค่าเบต้า .49 และ .45 ตามลำดับ) ทำนายได้ต่ำสุดในฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ และเมื่อนำตัวทำนายกลุ่มสภาพแวดล้อมในงาน 3 ตัวแปรเพิ่มเข้ามาเป็นชุดทำนายลำดับที่ 2 เมื่อทำการควบคุมอิทธิพลของตัวแปรลำดับที่ 1 ให้คงที่ ปรากฏว่าชุดสภาพแวดล้อมในงานทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 โดยมีตัวทำนายที่สำคัญคือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน จริยธรรมสื่อมวลชน และสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร (ค่าเบต้า .47, .16, .10 และ .10 ตามลำดับ) และในกลุ่มย่อยทุกประเภทสามารถทำนายได้เพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 1 ถึง ร้อยละ 7 โดยทำนายเพิ่มขึ้นสูงสุดในกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีตัวทำนายที่สำคัญคือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ (ค่าเบต้า .61) ทำนายได้เพิ่มขึ้นต่ำที่สุดในเพศชาย อายุมาก การศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี และประสบการณ์ทำงานน้อย

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้สามารถสรุปได้ว่า ตัวทำนายกลุ่มสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) ที่เป็นชุดตัวแปรทำนายลำดับที่ 2 สามารถร่วมทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้เพิ่มขึ้น จากตัวทำนายกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) ที่เคยทำนายไว้ลำดับที่ 1 ทำนายอย่างมีนัยสำคัญในกลุ่มรวมและในกลุ่มย่อยเพศหญิง ประสบการณ์ทำงานมาก และฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ โดยร้อยละในการทำนายเพิ่มขึ้นระหว่างร้อยละ 1 ถึง 7 โดยในกลุ่มรวมทำนายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และทำนายได้สูงสุดร้อยละ 7 ในกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีตัวทำนายที่สำคัญคือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ โดยตัวแปรทั้งหมดมีอำนาจร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้ร้อยละ 48.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง เป็นการวิจัยประเภทสหสัมพันธ์เชิงเปรียบเทียบ (Correlational-Comparative Study) ศึกษาในกลุ่มของพนักงานระดับปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยจิตลักษณะ ปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน ตลอดจนลักษณะทางชีวสังคม มีความสำคัญที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในครั้งนี้มากนักน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด ในบทนี้จะกล่าวถึงความมุ่งหมายให้การศึกษา สมมติฐานการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลตามสมมติฐาน และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

จุดมุ่งหมายการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานและตำแหน่งงานแตกต่างกัน
2. เพื่อศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาอำนาจในการทำนายของตัวแปรกลุ่มปัจจัยจิตลักษณะและกลุ่มสภาพแวดล้อมในงานต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัย

1. พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน
2. พนักงานที่มีตำแหน่งงานในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยจิตลักษณะและปัจจัยสภาพแวดล้อมในงานมีปฏิสัมพันธ์ในการส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน โดยมีสมมติฐานย่อยคือ

3.1 พนักงานที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น

3.2 พนักงานที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมากและการมีแบบอย่างในการทำงานมาก จะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น

3.3 พนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนมากและมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมาก จะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบสูงกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่น

4. เพื่อศึกษากลุ่มตัวแปรปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และกลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยที่มีลักษณะทางชีวสังคมแตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิกับพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงขนาดใหญ่จำนวน 400 คน ได้แก่ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม 1 ตอน จำนวน 5 ข้อ และแบบสอบถามเพื่อวัดพฤติกรรมกับตัวแปรอิสระทั้งหมด 7 ตอน ได้แก่ แบบสอบถามเพื่อวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง แบบสอบถามเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน แบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน แบบสอบถามสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร แบบสอบถามการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และแบบสอบถามการมีแบบอย่างในการทำงาน มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟาอยู่ระหว่าง .71 ถึง .88

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (1) สถิติพื้นฐานใช้พรรณนาข้อมูลเบื้องต้น คือ ค่าความถี่ (Frequencies) ร้อยละ (Percent) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และพิสัย (Range) (2) การวิเคราะห์ค่าที (t-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 (3) การวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-way Analysis of Variance) มีกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และเมื่อพบการมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffé) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3.1, 3.2 และ 3.3 (4)

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (Hierarchical Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4

สรุปผลการวิจัย

สรุปลักษณะเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ศึกษา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 224 คน (ร้อยละ 60.7) และเป็นเพศชาย 145 คน (ร้อยละ 39.3) มีอายุระหว่าง 33-54 ปี 212 คน (ร้อยละ 57.5) และอายุระหว่าง 20-32 ปี 157 คน (ร้อยละ 42.5) ส่วนใหญ่มีการศึกษาต่ำกว่าหรือเทียบเท่าปริญญาตรี 338 คน (ร้อยละ 91.6) และมีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 31 คน (ร้อยละ 8.4) มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย 209 คน (ร้อยละ 56.6) และมีประสบการณ์ในการทำงานมาก 160 คน (ร้อยละ 43.4) ส่วนใหญ่อยู่ในฝ่ายผลิต รายการโทรทัศน์ 196 คน (ร้อยละ 53.1) รองลงมาคือฝ่ายผลิตเพลง 109 คน (ร้อยละ 29.5) และฝ่ายผลิตรายการวิทยุ 64 คน (ร้อยละ 17.3)

ตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการ เบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง มีคะแนนเฉลี่ย 49.18

ตัวแปรอิสระ 6 ตัว ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมีคะแนนเฉลี่ย 47.95 ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมีคะแนนเฉลี่ย 43.48 จริยธรรมสื่อมวลชนมีคะแนนเฉลี่ย 26.60 สุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมีคะแนนเฉลี่ย 22.34 การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมีคะแนนเฉลี่ย 46.99 และการมีแบบอย่างในการทำงานมีคะแนนเฉลี่ย 43.27

สรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐาน

ตามสมมติฐานข้อที่ 1: พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน

พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบแตกต่างกัน อย่างมีนัยสถิติที่ระดับ .05

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 1

สมมติฐานข้อที่ 1 กล่าวว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ความแตกต่างของพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานนั้นมีความแตกต่างกันเพียงเล็กน้อยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย แม้จะค้นพบผลความแตกต่างว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการ

ทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย แต่ความแตกต่างของข้อมูลมีขนาดเล็กมากซึ่งอาจจะยังไม่สามารถสรุปผลได้อย่างชัดเจนว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย จะเห็นได้ว่าบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ดีนั้นเกิดจากการมีประสบการณ์ในการทำงาน บุคคลนั้นๆ อาจจะมีประสบการณ์มีการทำงานมาจากหลายที่โดยไม่จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการทำงานเสมอไปและบุคคลที่ผ่านการทำงานอาจจะได้รับประสบการณ์ในการทำงานไม่เท่ากัน (จุฑารัตน์ กิติเชมากร. 2553: 92) อย่างไรก็ตามได้มีงานวิจัยสนับสนุนข้อค้นพบว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีประสบการณ์ในการทำงานน้อย เช่นงานวิจัยของวิรัตน์ ปานศิลา (2542) ที่พบว่าเจ้าหน้าที่สาธารณสุขกลุ่มที่มีอายุการทำงานมาก (ประสบการณ์ทำงานมาก) จะมีความขัดแย้งในการทำงานน้อยกว่าเจ้าหน้าที่มีอายุน้อย (ประสบการณ์ทำงานน้อย) ต่อมางานวิจัยของสุทธิสาร ธารสุวรรณวงศ์ (2547) พบว่า พนักงานที่มีประสบการณ์สูงจะมีประสิทธิภาพในการทำงานดี เนื่องจากพนักงานที่ทำงานมานานจะมีประสบการณ์ในการทำงานเพิ่มขึ้นด้วย และมยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547) พบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอย่างเป็นทางการสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานสินเชื่ออย่างมีความรับผิดชอบในกลุ่มเจ้าหน้าที่สินเชื่อที่มีอายุการทำงานมากถึงร้อยละ 63.7

ตามสมมติฐานข้อที่ 2: พนักงานที่มีตำแหน่งงานในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน

พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีตำแหน่งงานในการทำงานที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบแตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานในการทำงานที่แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นไม่ให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 2

สมมติฐานข้อที่ 2 กล่าวว่าพนักงานที่มีตำแหน่งงานในการทำงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบที่แตกต่างกัน

ผลการวิเคราะห์แสดงว่า พนักงานที่มีตำแหน่งงานแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบไม่แตกต่างกัน อธิบายได้จากในปัจจุบันการทำงานของสื่อธุรกิจบันเทิงไม่ว่าจะเป็นฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลง จะต้องถ่ายทอดผลงานทั้งหมด ผ่านภาพและเสียงพร้อมกัน ทั้งในฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ที่ต้องออกอากาศทั้งแบบสดและบันทึกเทป ต่อมาในฝ่ายผลิตรายการวิทยุที่ปัจจุบันมีการจัดวิทยุออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันทั้งในสมาร์ตโฟนและออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ในยูทูป และฝ่ายผลิตเพลงจะมีการผลิตมิวสิกวิดีโอผ่านเว็บไซต์ยูทูปและออกอากาศในรายการโทรทัศน์ ดังนั้นทั้ง 3 ฝ่ายที่กล่าวมาจะต้องผลิตสื่อผ่านทางภาพ

และเสียง จึงทำให้พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันทึกในฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ และฝ่ายผลิตเพลงจะต้องมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในการทำงาน เบื้องหลังสื่อธุรกิจบันทึกที่ไม่แตกต่างกัน จากงานวิจัยของณัฏฐา กริทธิณู (2550: 3-4) พบว่า พนักงานมหาวิทยาลัยไม่รู้สึกรู้สึกภาคภูมิใจในตำแหน่งหน้าที่การงานที่ปฏิบัติอยู่และรู้สึกว่าไม่มีความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน เนื่องจากเมื่อมีการจัดอบรมหรือเพิ่มพูนความรู้ต่างๆ ข้าราชการในหน่วยงานมักจะได้รับการพิจารณาจากผู้บังคับบัญชาก่อน รวมถึงพนักงานมหาวิทยาลัยยังไม่ได้รับการยอมรับนับถือจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา อีกทั้งระเบียบข้อบังคับและคำสั่งต่างๆ ยังไม่เปิดโอกาสให้พนักงานมหาวิทยาลัยมีอิสระในการปฏิบัติงานและพนักงานมหาวิทยาลัยยังรู้สึกว่าไม่มั่นคงในงานเนื่องจากระบบสัญญาจ้าง และการประเมินผลการปฏิบัติงาน เช่น ในการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนของพนักงาน ยังแตกต่างกับข้าราชการคือ พนักงานมหาวิทยาลัยได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นปีละ 1 ครั้งซึ่งราชการและลูกจ้างประจำจะได้รับการพิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนปีละ 2 ครั้ง รวมถึงสวัสดิการต่างๆ เป็นต้น

ตามสมมติฐานข้อที่ 3: ปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และปัจจัยสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันทึกผลการวิเคราะห์พบว่า

เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากและการรับรู้การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานมากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันทึกไม่แปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบและการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นไม่ให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 3.1

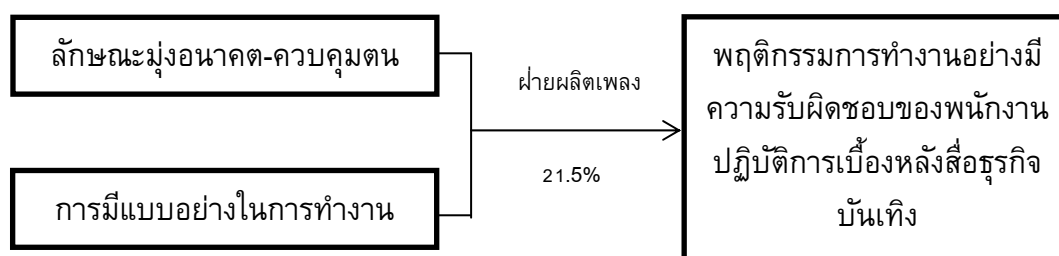
ผลการวิเคราะห์แสดงว่า เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบกับการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานไม่มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันในการส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันทึกที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากบริบทของการปฏิบัติงานในตำแหน่งที่แตกต่างกัน จึงทำให้ผลการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

และผลการศึกษาครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา ธนวัฒนากุล (2547: 59) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานช่างในกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด(มหาชน) พบว่า พฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบไม่แปรปรวนไปตามตัวแปรอิสระทั้งสองตัวพร้อมกัน คือ การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงานอย่างเป็นทางการกับเจตคติต่อพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมีความรับผิดชอบ

งานวิจัยครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบแปรปรวนไปตามตัวแปรอิสระ คือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบอย่างเด่นชัด (ตาราง 9) โดยงามตา วณิชานนท์ (2534: 215) กล่าวว่า เจตคติเป็นจิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคล เกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าที่เกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด จึงทำให้มีความโน้มเอียงไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่างๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบรวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือขัดขวางทำลาย เป็นต้น ในส่วนของสุชาติ นิภานันท์ (2548: 114) อธิบายว่า เจตคตินั้นมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมในทางจิตวิทยาสามารถพิจารณาได้ว่า เจตคติของบุคคลเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในแนวทางที่แน่นอนและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย เพราะเจตคติมีความเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพ การรับรู้ของบุคคล เจตคติจึงเป็นอีกหนึ่งสัญญาณเตือนถึงปัญหาที่กำลังจะเกิดขึ้น ในการเกิดเจตคติไม่ได้มีมาในตัวของคนตั้งแต่กำเนิด แต่ค่อยๆ เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลจากประสบการณ์ การเรียนรู้ในชีวิตของบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นกระบวนการอันซับซ้อนสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเจตคติสามารถเป็นได้ทั้งรูปธรรมและนามธรรมอยู่ใกล้หรืออยู่ไกลของบุคคลนั้นได้ การเกิดเจตคติไม่ได้หลายทางไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคล การศึกษา การอบรมสั่งสอน การเลียนแบบ กระบวนการในการเรียนรู้ทางสังคม (จันทร์สุภาวดี ไวยฤทธิ์, 2555: 34) และ จุฑารัตน์ กิตติเชมากร (2553: 86) อธิบายว่า เจตคติดับพฤติกรรมมนุษย์นั้นมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันโดยส่งผลซึ่งกันต่อกันเสมอ กล่าวคือ เจตคติจะมีผลต่อการแสดงพฤติกรรมของบุคคลในขณะเดียวกันการแสดงพฤติกรรมของบุคคลจะส่งผลต่อเจตคติของบุคคลด้วยเช่นกัน และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของมาริสา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานสูงเพิ่มมากขึ้น จะมีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน ต่อมาอ้อมเดือน สดมณี และอุษา ศรีจินดารัตน์ (2549: 58-59) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมและความสุขทางใจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของครูในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นครูประถมศึกษาจำนวน 235 คนและครูมัธยมศึกษาจำนวน 320 คนพบว่า ครูที่มีเจตคติต่อการปฏิรูปการศึกษาสูงมีพฤติกรรมการทำงานตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษามากกว่าครูที่มีเจตคติต่อการปฏิรูปการศึกษาน้อยโดยตัวแปรเจตคติต่อการปฏิรูปการศึกษากลายเป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่ 1 ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานของครูตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษาทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย 18 กลุ่ม และโสธยา คงดิษ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์พบว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนมากและการมีแบบอย่างในการทำงานมาก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลัง

สื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะกลุ่มฝ่ายผลิตเพลง



ภาพประกอบ 8 ปฏิสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง สรุปได้ดังนี้ (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในฝ่ายผลิตเพลง ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานสูงจะเป็นผู้มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานต่ำ (2) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในฝ่ายผลิตเพลง ที่ได้รับการมีแบบอย่างในการทำงานสูงและมีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนสูง เป็นผู้มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนต่ำ

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 3.2

สมมติฐานข้อที่ 3.2 กล่าวว่า ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนจะมีปฏิสัมพันธ์กับการมีแบบอย่างในการทำงานและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

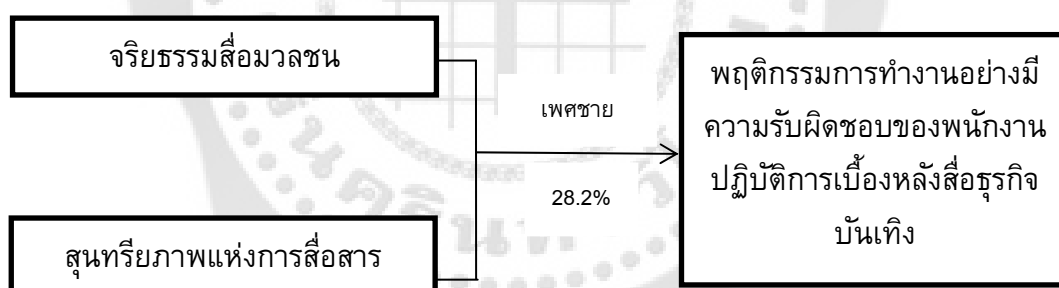
ผลการวิเคราะห์แสดงว่า พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มฝ่ายผลิตเพลงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงดังตาราง 11 ในการพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว กล่าวได้ว่า ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้จากการศึกษาและค้นคว้ายังไม่ค้นพบงานวิจัยที่ทำการศึกษากฎสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวนี้โดยตรง แต่พบที่มีความสอดคล้องกับผลงานวิจัยที่ผ่านมาได้ทำการศึกษากฎอิสระที่ละตัวแปรโดยดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2537: 86) กล่าวว่า ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน จัดลักษณะสองประเภทนี้ควรจะต้องได้รับการพัฒนาไปด้วยกัน จึงจะเกิดพฤติกรรมที่ต้องการ รวมไปถึงการปรับตัวเป็นคนดี การเห็นคุณค่าในตนเองพร้อมในการรับผิดชอบต่อสิ่งต่างๆ อาทิ พฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ เพราะจากลักษณะมุ่งอนาคตเป็นส่วนต้นของการเกิดพฤติกรรมและควบคุม

ตนหรือการมีวินัยในตนเองเป็นส่วนปลายของพฤติกรรม ในการเกิดปรากฏการณ์ที่ควบคุมกันคือ การมีลักษณะมุ่งอนาคตจะนำมาก่อนจากนั้นบุคคลจะต้องเกิดการควบคุมตนเองเพื่อให้สามารถดำเนินการไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ จนประสบความสำเร็จในการทำงานและเวลาที่ได้กำหนดไว้ และลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองนี้ยังมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการทำงานเป็นอย่างมากคือ ถ้าแต่ละขั้นตอนของการทำงานนั้นจะมีผลต่อความสำเร็จหรือความก้าวหน้าของบุคคลในอนาคต ความสำเร็จในแต่ละขั้นจะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลพยายามทำงานในขั้นตอนต่อไปให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายและในขณะเดียวกันความล้มเหลวของการทำงานในขั้นต้นๆ ก็จะทำให้บุคคลไม่สามารถทำงานในขั้นต่อไปได้ การมุ่งอนาคตนี้มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมหลากหลายชนิด ทั้งพฤติกรรมส่วนตัวเช่น พฤติกรรมการอดออม พฤติกรรมซื่อสัตย์ พฤติกรรมรับผิดชอบ และพฤติกรรมช่วยเหลือผู้อื่น (ดวงเดือน พันธุมนาวิน; และเพ็ญแข ประจวบปัจฉิก. 2520) ได้มีงานวิจัยที่สนับสนุนการศึกษาลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเอง เช่น งานวิจัยของวิริติ ปานศิลา (2542: 98) ได้ศึกษาความเกี่ยวข้องของจิตลักษณะกับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณะสุขระดับตำบลในภาคเหนือของไทยทั้งหมด 636 คน พบว่าพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการที่เป็นบุคลากรสาธารณะสุขโดยรวมมีความเกี่ยวข้องกับลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองและสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณะสุขโดยรวมได้ร้อยละ 11 ต่อมา มยุรฉัตร สุขดำรงค์ (2547) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่สินเชื่อ บมจ. ธนาคารกรุงไทย พบว่าลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการทำงานสินเชื่อยังมีความรับผิดชอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมาริษา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ พบว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะมุ่งอนาคตควบคุมตนเองสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานมากกว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนเองในกลุ่มรวมต่ำ

ในส่วนของการมีแบบอย่างในการทำงานนั้นนีออน (พินประดิษฐ์; และคณะ. 2546: 37) อธิบายไว้ว่า การมีตัวแบบเป็นตัวอย่างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมโดยก่อให้เกิด 1) การสอนพฤติกรรมใหม่ 2) การสอนกฎเกณฑ์หรือหลักการใหม่ อาจจะเป็นการบอกเล่าจากตัวแบบหรือการสังเกตพฤติกรรมของตัวแบบจะจดจำและนำมารวมเป็นเกณฑ์หรือหลักการของตน 3) การสร้างความคิดหรือพฤติกรรมสร้างสรรค์ การได้เห็นตัวแบบไม่จำเป็นต้องทำให้ผู้ที่สังเกตมีความคิดหรือแสดงพฤติกรรมที่เหมือนตัวแบบราวกับพิมพ์เดียวกันเสมอไป แต่ผู้สังเกตอาจจะได้ความคิดจากการสังเกตออกมาเป็นความคิดหรือพฤติกรรมใหม่ได้ 4) การยับยั้งการกระทำการได้เห็นผู้อื่นทำพฤติกรรมใดแล้วนำไปสู่ผลในทางลบ โดยผู้สังเกตส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะไม่กระทำพฤติกรรมนั้นตาม 5) ลดความหวั่นเกรงที่จะกระทำ การได้เห็นบุคคลอื่นกระทำพฤติกรรมที่ถูกห้ามโดยไม่ได้มีผลทางลบออกมาให้เห็น ก็จะมีแนวโน้มเป็นอย่างมากที่ผู้สังเกตจะทำตามตัวแบบ 6) การส่งเสริมการกระทำ การได้เห็นพฤติกรรมบางอย่างจากผู้อื่นที่ทำให้ผู้สังเกตมีแนวโน้มที่จะทำตามตัวแบบได้ 7) การเน้นสิ่งเร้าจากผู้สังเกตที่เห็นตัวแบบจากพฤติกรรมบางอย่างมีการรับรู้ ใส่ใจในสิ่งเร้าบางอย่างใน

สถานการณ์มากเป็นพิเศษ และ 8) การกระตุ้นอารมณ์ การได้เห็นแบบอย่างแสดงอารมณ์บางอย่าง ออกเป็นการกระตุ้นอารมณ์ของผู้สังเกต มักจะมีความไวต่อการตอบสนองทางอารมณ์ขึ้นด้วย และได้งานวิจัยที่สนับสนุนการศึกษาการมีแบบอย่างในการทำงาน เช่น อภิตี โสภางค์ (2547) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ของเทศบาล จำนวน 326 คน พบว่าเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้มีการเห็นแบบอย่างจากเพื่อนร่วมงานมากจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมซื่อสัตย์ในงานสูงกว่าเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ที่มีการเห็นแบบอย่างจากเพื่อนร่วมงานน้อย ในส่วนของปิยวรรณ บุญเพ็ญ (2555) ได้ศึกษาค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ พบว่าการมีแบบอย่างที่ดีในการทำงานวิจัยมีความสัมพันธ์เฉพาะกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ และโสธยา คงดิษ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์ พบว่า การมีแบบอย่างที่ดีส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

พนักงานที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า คะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงแปรปรวนไปตามปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เฉพาะกลุ่มเพศชาย



ภาพประกอบ 9 ปฏิสัมพันธ์แบบสองทางระหว่างจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร ตามสมมติฐานข้อที่ 2

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง สรุปได้ดังนี้ (1) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มเพศชายที่มีจริยธรรมสูงและมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำ (2) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มเพศชายที่มีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารสูงและมีจริยธรรมสื่อมวลชนสูงจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนต่ำ (3) พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มเพศชายที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพ

แห่งการสื่อสารสูงจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารต่ำ

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 3.3

สมมติฐานข้อที่ 3.3 กล่าวว่า จริยธรรมสื่อมวลชนจะมีปฏิสัมพันธ์กับสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ผลการวิเคราะห์แสดงว่า พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงในกลุ่มเพศชายที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมากจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงมาก ในการพบปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 2 ตัว ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ในขณะเดียวกันจากการศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยยังไม่ค้นพบงานวิจัยที่ทำการศึกษาปฏิสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ 2 ตัวนี้ แต่พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาในการศึกษาตัวแปรอิสระทีละตัว ในส่วนของพิศิษฐ์ ขวาลาวัช. (2546: 326-327) กล่าวว่า จริยธรรมสื่อมวลชนเป็นเรื่องของความเข้าใจและเคารพในบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบที่สื่อมวลชนที่มีต่อตนเองและสังคม ไม่ใช่เรื่องของการท่องจำแต่เป็นเรื่องของการเข้าใจ ยอมรับ จริงใจที่จะเคารพสัญญาและปฏิบัติได้ การแสดงความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนนอกจากเกิดขึ้นโดยจิตสำนึกของนักวิชาชีพแต่ละคนแล้ว ยังเกิดขึ้นจากชุมชนของนักวิชาการที่รวมตัวกันเป็นองค์กรวิชาชีพและกำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับจริยธรรมมาเป็นบรรทัดฐานของความรับผิดชอบต่อท้ายที่สุดแล้วความรับผิดชอบต่อสื่อมวลชนจึงเกิดจากบริบทของสังคมวัฒนธรรมที่มีความตื่นตัวในการสอดส่องการทำงานที่และการใช้สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. 2547: 158-159) ดังนั้นจริยธรรมสื่อมวลชนจึงมีความสำคัญต่องานสื่อมวลชนเป็นอย่างยิ่ง เพราะจริยธรรมเป็นเครื่องนำทางในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนให้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความดีงามเพื่อประโยชน์ของสาธารณะ เพื่อประโยชน์ของประชาชน และเพื่อประโยชน์ของสังคมโดยรวม อีกทั้งยังเป็นตัวกำกับความประพฤติของบุคคลในวิชาชีพสื่อมวลชนให้มีความตั้งมั่นอยู่ในแนวทางที่สุจริต ถูกต้องดีงาม การเสริมสร้างจริยธรรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมากต่องานสื่อสารมวลชน (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 2549: 5-10) และได้มีงานวิจัยที่สนับสนุนจริยธรรมสื่อมวลชน อาทิ มาริษา สก๊อต (2548: 92) ที่ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์พบว่า ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีเหตุผลเชิงจริยธรรมสูงจะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานมากกว่าผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 นอกจากนี้ ปัญชลี พึ่งพิศ (2548: 33) ได้ทำการวัดความตระหนักรู้ต่อจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อมวลชนโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาเองและวัดใน 2 องค์ประกอบคือ 1) ความรู้เชิงประเมินค่า 2) การคำนึงถึงความสำคัญขอจรรยาบรรณในวิชาชีพ โดยมีเนื้อหาประกอบไปด้วย 1) ความรับผิดชอบต่อใน

การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร 2) นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่มีประโยชน์และมีความเหมาะสมกับประชาชนในแต่ละกลุ่ม

ในส่วนของสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารนั้น ดนัย จันทรเจ้าฉาย (2552) ได้อธิบายสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารว่าคือ ความงามในเชิงการสื่อสารโดยเป็นผลของการถ่ายทอดการแสดงออกของมนุษย์เพื่อเป็นการสื่อสารให้สังคมได้รับรู้ และเป็นการสนทนาร่วมกันทำให้เกิดความเข้าใจมากขึ้น เน้นทักษะการฟัง ไม่ด่วนสรุป ไม่จำเป็นต้องหาข้อยุติ เป็นการเสริมสร้างบุคลการในด้านพุทการเข้าใจตนเองและผู้อื่น ที่จะเป็ประโยชน์ต่อการสื่อสารระหว่างกันภายในหน่วยงาน สุนทรียภาพเป็นความรู้สึกที่เกิดจากการสร้างสรรค์จึงเป็นสภาพการณ์และความสัมพันธ์ของอารมณ์และจิตใจที่มีต่อการรับรู้ของแต่ละบุคคล สำนักนายกรัฐมนตรี (2557) จากการศึกษาและค้นคว้าที่ผ่านมายังไม่ค้นพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับตัวแปรสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร แต่มีการค้นพบงานวิจัยที่มีบริบทใกล้เคียงคือ การสื่อสารในบริบทต่างๆ เช่น งานวิจัยของ สุนีย์ กำลังเดช (2529: 135) ได้ศึกษาการติดต่อสื่อสารในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒตามทัศนะของผู้บริการและอาจารย์ พบว่าการติดต่อสื่อสารมีความสำคัญตามทัศนะของผู้บริหารและอาจารย์ ในส่วนของวิจัย ครุฑอรัญญา (2543: 98-99) ได้ศึกษาปัญหาทางการติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมมัธยมจังหวัดตราด พบว่า การติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมตามองค์ประกอบของกระบวนการติดต่อสื่อสารทั้ง 4 ด้าน มีความสำคัญโดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และบงกชรัตน์ เกตุศรีพงษ์ (2547: 64-65) ได้ศึกษาการศึกษาสภาพการติดต่อสื่อสารภายในตามทัศนะของผู้บริการ อาจารย์ และบุคลากรสถาบันราชภัฏธนบุรี พบว่า การติดต่อสื่อสารมีความสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตามสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารคือตัวแปรที่ค่อนข้างใหม่สำหรับงานวิจัยเชิงพฤติกรรมศาสตร์ และในครั้งนี้ตัวแปรสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารพบปฏิสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ผู้วิจัยคาดว่าตัวแปรนี้ควรจะได้รับ การสนับสนุนและมีการต่อยอดในงานวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมอื่นๆ ต่อไป

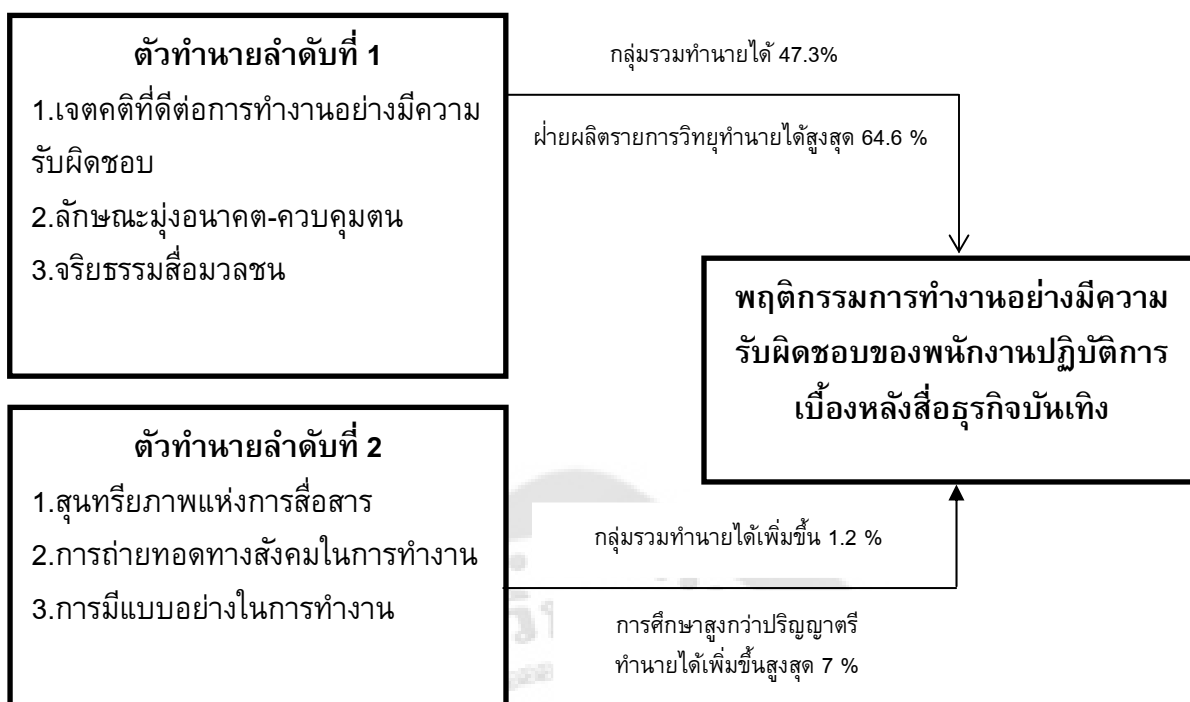
อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่าข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามทฤษฎีของอัลบานีส (1981) ที่กล่าวว่า การที่บุคคลจะมีการแสดงพฤติกรรมนั้นมาจากองค์ประกอบ 2 อย่างด้วยกัน คือ ลักษณะส่วนบุคคลหรือปัจจัยจิตลักษณะกับปัจจัยภายนอกหรือสภาพแวดล้อมในงาน โดยที่ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคล จึงแสดงให้เห็นว่าการที่พนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบจะประกอบไปด้วยปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานและการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 3 บางส่วน

ตามสมมติฐานข้อที่ 4: กลุ่มปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) 3 ตัวแปรร่วมกับกลุ่มสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) 3 ตัวแปร รวมทั้งสิ้น 6 ตัวแปร สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้ ผลการวิเคราะห์พบว่า

เมื่อนำคะแนนพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงมาทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น (ตาราง 18) โดยใช้ชุดกลุ่มตัวแปรปัจจัยจิตลักษณะ 3 ตัวแปร (ได้แก่ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ ลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) เป็นกลุ่มตัวทำนายลำดับที่ 1 และเมื่อนำตัวทำนายกลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมในงาน 3 ตัวแปร (ได้แก่ สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) เข้ามาเพิ่มเป็นชุดตัวทำนายลำดับที่ 2 เมื่อทำการควบคุมอิทธิพลของตัวแปรลำดับที่ 1 ให้อยู่ที่ ผลปรากฏว่า ชุดสภาพแวดล้อมในงานสามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ได้เพิ่มขึ้นจากตัวทำนายลำดับที่ 1 ร้อยละ 47.3 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในกลุ่มรวม และในกลุ่มย่อยเพศหญิง ประสบการณ์ทำงานมาก และฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์ โดยมีร้อยละการทำนายที่เพิ่มขึ้นอยู่ระหว่างร้อยละ 1 ถึง ร้อยละ 7 โดยในกลุ่มรวมทำนายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 และทำนายได้เพิ่มขึ้นสูงสุดร้อยละ 7 ในกลุ่มการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี โดยตัวแปรทั้งหมดมีอำนาจร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงได้ร้อยละ 48.5 มีตัวทำนายที่สำคัญ คือ เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อที่ 4



ภาพประกอบ 10 ผลการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยใช้กลุ่มปัจจัยจิตลักษณะเป็นตัวทำนายลำดับที่ 1 และกลุ่มสภาพแวดล้อมในงานร่วมเป็นตัวทำนายลำดับที่ 2

สรุปได้ว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นให้การสนับสนุนสมมติฐานข้อ 4

ผลการวิเคราะห์แสดงว่า ตัวแปรที่มีความสำคัญอันดับแรกในการทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง คือ **เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ** เนื่องจากเจตคติเป็นจิตลักษณะประเภทหนึ่งของบุคคล เกิดจากการรู้คิดเชิงประมาณค่าที่เกี่ยวกับบุคคลหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งในแง่ให้ประโยชน์หรือโทษมากน้อยเพียงใด จึงทำให้มีความโน้มเอียงไปในทางที่ชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งต่างๆ โดยมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบรวมทั้งความพร้อมที่จะแสดงพฤติกรรมเฉพาะอย่าง เช่น ให้การสนับสนุนช่วยเหลือหรือขัดขวางทำลาย เป็นต้น (งามตา วณิชทานนท์, 2534: 215) ในส่วนของ สุชาดา นิภาพันธ์ (2548: 114) อธิบายว่า เจตคตินั้นมีอิทธิพลที่สำคัญต่อพฤติกรรมในทางจิตวิทยาสามารถพิจารณาได้ว่า เจตคติของบุคคลเป็นสาเหตุที่ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมในแนวทางที่แน่นอนและเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลนั้นด้วย เพราะเจตคติมีความเชื่อมโยงกับบุคลิกภาพ การรับรู้ของบุคคล เจตคติจึงเป็นอีกหนึ่งสัญญาณเตือนถึงปัญหาที่กำลังจะเกิดขึ้น ในการเกิดเจตคติไม่ได้มีมาในตัวของคนตั้งแต่กำเนิด แต่ค่อยๆ เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลจากประสบการณ์ การเรียนรู้ในชีวิตของบุคคลนั้นๆ ซึ่งเป็นกระบวนการอันซับซ้อนสิ่งที่มีอิทธิพลต่อเจตคติสามารถเป็นได้ทั้งรูปธรรมและ

นามธรรมอยู่ใกล้หรืออยู่ไกลของบุคคลนั้นได้ การเกิดเจตคติมีได้หลายทางไม่ว่าจะเป็นจากประสบการณ์ส่วนตัวของบุคคล การศึกษา การอบรมสั่งสอน การเลียนแบบ กระบวนการในการเรียนรู้ทางสังคม (จันท์สุภาวศ์ ไวยฤทธิ์. 2555: 34) และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิรดี โสภางค์ (2547) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ เจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้ในสังกัดกองคลังหรือสำนักงานการคลังทั้งหมด 326 คนพบว่า ผู้ที่มีเจตคติที่ดีต่อการทำงานสูงเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมซื่อสัตย์ในงานสูงกว่าผู้ที่มีเจตคติต่อการทำงานต่ำ ผลรายงานนี้พบในกลุ่มรวมและยังพบอีกว่า เจตคติที่ดีต่อการทำงานสูงเป็นตัวทำนายที่สำคัญลำดับที่ 1 ต่อมาอ้อมเดือน สดมณี และอุษา ศรีจินดารัตน์ (2549: 58-59) ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมและความสุขทางใจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของครูในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างเป็นครูประถมศึกษาจำนวน 235 คนและครูมัธยมศึกษาจำนวน 320 คนพบว่า ครูที่มีเจตคติต่อการปฏิรูปการศึกษาสูงมีพฤติกรรมการทำงานตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษาดีกว่าครูที่มีเจตคติต่อการปฏิรูปการศึกษาน้อย โดยตัวแปรเจตคติต่อการปฏิรูปการศึกษากลายเป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่ 1 ที่สามารถทำนายพฤติกรรมการทำงานของครูตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษาทั้งในกลุ่มรวมและกลุ่มย่อย 18 กลุ่ม ต่อมา มารีสา สก๊อต (2548) ได้ศึกษาจิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานพบว่า เจตคติต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงาน สามารถทำนายพฤติกรรมรับผิดชอบต่อการทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ได้ร้อยละ 44 และโสธยา คงดิษ (2555) ได้ศึกษาปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของพนักงานบริษัทผลิตรถยนต์พบว่า เจตคติที่ดีต่อความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นตัวแปรที่สำคัญในการทำนายพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้นเพื่อทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงที่มีกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยแตกต่างกัน โดยใช้กลุ่มตัวแปรในปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาวะอารมณ์-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) และกลุ่มตัวแปรสภาพแวดล้อมในงาน (สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน และการมีแบบอย่างในการทำงาน) เป็นตัวทำนายร่วมกัน พบว่า ตัวแปรในปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัย สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงทั้งกลุ่มรวมและกลุ่มย่อยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาปฏิบัติ

1. ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยจิตลักษณะ (เจตคติที่ดีต่อการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ภาวะอารมณ์-ควบคุมตน และจริยธรรมสื่อมวลชน) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบต่อพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง ดังนั้นถ้าจะพัฒนา

ให้พนักงานปฏิบัติการมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบควรจะพัฒนาที่ปัจจัยทางจิตของพนักงานให้มีปริมาณมากขึ้น

2. ผลการวิจัยพบว่า สภาพแวดล้อมที่สำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง คือ สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร ดังนั้นจึงควรมีการสื่อสารที่ดีต่อกันกับพนักงานทุก ๆ ตำแหน่งงานในองค์กรเพื่อการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข เมื่อพนักงานระดับปฏิบัติการมีสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารที่ดีในองค์กรจะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากขึ้น

3. ผลการวิจัยพบว่า พนักงานในฝ่ายผลิตเพลงที่มีลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตนและการมีแบบอย่างในการทำงานมาก และพนักงานเพศชายที่มีจริยธรรมสื่อมวลชนและสุนทรียภาพแห่งการสื่อสารมาก จะมีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบมากกว่าพนักงานที่มีลักษณะอื่นๆ ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้บุคลากรกลุ่มนี้ให้เห็นแนวทางการพัฒนาความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ไปพร้อมกัน พร้อมกับคัดเลือกพนักงานที่มีพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานให้ได้รับรางวัลเพื่อเป็นกำลังใจในการทำงานต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบในพนักงานระดับปฏิบัติการเท่านั้น งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างในระดับของผู้บริหารเพื่อค้นพบความแตกต่างของระดับตำแหน่งงานในการปฏิบัติงานของพนักงานกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงให้มีความครอบคลุมมากขึ้น

2. ควรทำการศึกษาความเชิงสาเหตุด้วยการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis) เพื่อให้ทราบว่าตัวแปรใดมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

3. การออกแบบการวิจัยโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม เป็นเครื่องมือเพื่อทำความเข้าใจถึงคุณลักษณะที่สำคัญของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ รวมไปถึงเงื่อนไขของการมีของพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กฤษฎัทธ แสนทวิ. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อชื่อเสียงองค์กรและแนวทางการจัดการชื่อเสียงองค์กรธุรกิจในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ นศ.ด (นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- กฤษมันต์ วัฒนานรงค์. (2556). *การพัฒนาสุนทรียภาพ*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://www.thairath.co.th/content/341567>
- กาญจนา แก้วเทพ; และคณะ. (2545). *สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ*. กรุงเทพฯ: ออล อปอร์ต พรินท์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *เฟรนด์ชิพและครุ่นคิดตามความบันเทิงในสื่อ สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ*. กรุงเทพฯ: ออล อปอร์ต พรินท์.
- (2547). *การวิเคราะห์สื่อ แนวคิดและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ
- การนิคมอุตสาหกรรม. (2557). *รายงานความก้าวหน้า 2 โครงการศึกษาความเหมาะสมการจัดตั้งนิคมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิง*. สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/thestar_entertainindustry13062557.pdf
- การสื่อสารแห่งประเทศไทยโทรคมนาคม. (2552). *ภาพยนตร์โฆษณาชุด "สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร"*. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2559, จาก <http://positioningmag.com/47350>
- กิตติมา สุรสนธิ. (2542). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เกรียงศักดิ์ ราชโคตร. (2552). *เอกสารประกอบการสอนวิชา มนุษยสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: ดวงแก้ว.
- ก้องหมิง. (2549). *บันเทิงนิยม*. สืบค้นเมื่อ 14 กรกฎาคม 2558, จาก <http://www.bloggang.com/viewblog.php?id=zhugeliang&date=21-05-2006&group=1&gblog=10>
- งามตา วรินทร์านนท์. (2534). *จิตวิทยาสังคม*. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- _____. (2537). *จิตวิทยาสังคม*. เอกสารประกอบการสอน. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- จันท์สุภา ไวยฤทธิ์. (2555). *ปัจจัยทางจิตสังคมและการรับรู้บรรทัดฐานทางสังคมจากคนรอบข้างที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมรับผิดชอบของพนักงานขับรถเช่า ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.

- จุฬารัตน์ กิตติเชมากร. (2553). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานด้านความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานและด้านการมีส่วนร่วม ของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินูญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ชัยพฤกษ์ ศรีปักษา. (2544). วัฒนธรรมองค์การกับการถ่ายทอดและความตระหนักในจริยธรรมแห่งวิชาชีพองค์กรหนังสือพิมพ์. วิทยานิพนธ์ นศ.บ. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ชิตาภา สุขพลำ. (2546). การสื่อสารระหว่างบุคคล. ชลบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฏฐา กริทธิธ. (2550). การศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปรินูญานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ณัฐยา ลือชาภิตติกุล. (2546). ลักษณะทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานด้านบริการของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ในกรุงเทพมหานคร. ปรินูญานิพนธ์ วท.ม (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพมหานคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ดนัย จันท์เจ้าฉาย. (2552). สุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร. สืบค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2558, จาก <http://marketeer.co.th/archives/32784>
- ดวงเดือน พันธมนานิน. (2524). จิตวิทยาจริยธรรมและจิตวิทยาภาษา. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- . (2531). ทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรมสำหรับคนไทย การวิจัย และประยุกต์. หนังสือครบรอบ 33 ปี. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- . (2537). ทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรมกับพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการไทย. วารสารจิตวิทยา ปีที่ 1 ฉบับที่ 1. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- . (2541). ตำราขั้นสูงเรื่องทฤษฎี การวัดและงานวิจัยเอกลักษณ์แห่งอีโก้ในคนไทยและเทศ. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- . (2543). ทฤษฎีต้นไม้อจริยธรรม: การวิจัยและพัฒนาบุคคล. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- . (2547). เอกสารประกอบการบรรยายหัวข้อหัวหน้าจะพัฒนาจิตลักษณะด้านมุ่งอนาคตและควบคุมตนเองได้อย่างไร. กรุงเทพฯ: คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- ดวงเดือน พันธุมนาวิน: และเพ็ญแข ประจันปัจฉินก. (2520). *จริยธรรมของเยาวชนไทย*. รายงานการวิจัย ฉบับที่ 21. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ดุสิต น้าฝน. (2529). *การถ่ายทอดลักษณะความเป็นทหารกับความผูกพัน: ศึกษากรณีนักเรียนนายร้อยอากาศ*. วิทยานิพนธ์ สส.ม. (สังคมสงเคราะห์ศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ทิพย์สุตา จันท์แจ่มหล้า. (2544). *ปัจจัยด้านจิตสังคมของผู้ดูแลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการให้การสนับสนุนทางสังคมแก่ผู้ติดเชื้อเอชไอวี*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ธวัชชัย ศรีพรงาม. (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างปลอดภัยของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมสิ่งทอและปั่นด้าย*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นิยม สุวรรณะ. (2541). *ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการติดต่อสื่อสารกับมนุษยสัมพันธ์ของผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นืออน พิณประดิษฐ์ และคณะ. (2546). *ตัวบ่งชี้ทางจิตสังคมของพฤติกรรมการทำงานในข้าราชการตำรวจ สังกัดตำรวจภูธรภาค 4*. รายงานวิจัย. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- บงกชรัตน์ เกตุศรีพงษ์. (2547). *การศึกษาสภาพการติดต่อสื่อสารภายในตามทัศนะผู้บริหารอาจารย์และบุคลากรสถาบันราชภัฏธนบุรี*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (การอุดมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- บุญรับ ศักดิ์มณี. (2532). *การเสริมสร้างจิตลักษณะเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการทำงานข้าราชการ*. วิทยานิพนธ์ กศ.ด. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- เบญจวรรณ โทประเสริฐ. (2551). *ปัจจัยจิตลักษณะและความยุติธรรมในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานปฏิบัติการ บริษัท ฮีโน่มอเตอร์ส แมนูแฟคเจอร์ (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ประทีป จินห์ และคณะ. (2542). *การประมวลและสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวกับการทำงานในประเทศไทย*. รายงานการวิจัย ฉบับที่ 74. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ปัญชลี พึ่งพิศ. (2548). ประสบการณ์ในมหาวิทยาลัยของนักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตร สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ ที่ส่งผลต่อทักษะและความตระหนักต่อจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพสื่อมวลชน. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- ปิยวรรณ บุญเพ็ญ. (2550). ค่านิยมสร้างสรรค์และสถานการณ์การทำงานที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม การทำงานวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพของบุคลากรสายวิชาการในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พงศธร เจริญดฐมบาล. (2537). การเห็นแบบอย่างกับการใช้เหตุผลเชิงจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ ตำรวจชั้นประทวน ในสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมืองขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. (พลศึกษา). ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ถ่ายเอกสาร.
- พงษ์สวัสดิ์ สวัสดิพงษ์. (2532). บริบทการขัดเกลาทางสังคม. เอกสารประกอบการบรรยาย . กรุงเทพฯ: คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนิดา ธนวัฒน์กุล. (2547). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานบริการอย่างมี ความรับผิดชอบของพนักงานช่างในกลุ่มบริษัท ไทยรุ่งยูเนี่ยนคาร์ จำกัด(มหาชน). ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- พิศิษฐ์ ชวลาธวัช. (2546). กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน. พิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้ากรู๊ป.
- มยุรฉัตร สุขดำรงค์. (2547). ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานสินค้าอย่างมี ความรับผิดชอบต่อเจ้าหน้าที่สินค้า บจม.ธนาคารกรุงไทย. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การ วิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร วิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2549). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชากฎหมายและจริยธรรม ด้านนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- มาริษา สก๊อต. (2548). จิตลักษณะและสถานการณ์ทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมรับผิดชอบต่อ การทำงานของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- รวีวรรณ อังคนุรักษ์พันธ์. (2533). เอกสารประกอบการสอน วผ 306: การวัดทัศนคติเบื้องต้น. ชลบุรี: ภาควิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัชนี้ สังข์สุวรรณ. (2547). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรับผิดชอบต่อในงานของข้าราชการสำนักบริหารงาน ส่งเสริมการศึกษาเอกชน กระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่าย เอกสาร.

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2531). ศัพท์บัญญัติพร้อมคำอธิบายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525. กรุงเทพฯ: เพื่อนพิมพ์.
- ลักษมี ลุประสงค์. (2546). ปัจจัยทางจิตสังคมและลักษณะทางพุทธที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน ด้านการสื่อสารตามมาตรฐานสากลของประเทศไทย ด้านการจัดการและผลสัมฤทธิ์ผลของงานภาครัฐ (P.S.O.1102:ระบบสื่อสาร) ของบุคลากรทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ล้วน สายยศ; และอังคณา สายยศ. (2538). เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สวีริยาสาน.
- วิชัย ครุฑธัญ. (2543). ปัญหาการติดต่อสื่อสารในการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดตราด. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การบริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิรัตน์ ปานศิลา. (2542). การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน จิตลักษณะ และการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรสาธารณสุขระดับตำบล ในภาคเหนือของประเทศไทย. ปรินญาณิพนธ์ วท.ด. (วิทยาศาสตร์สุขภาพบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- วิลาสลักษณ์ ชั่ววัลลี; งามตา วนินทานนท์; และวิโรจน์ ธรรมนารถสกุล. (2547). รายงานการวิจัย: กรณีศึกษาบุคคลตัวอย่างและเครื่องมือชีวิตเพื่อนำไปสู่การพัฒนาพฤติกรรมข้าราชการยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศักดิ์ชัย นิธิภูวี่. (2532). ความแปลกแยกกับพฤติกรรมการทำงานของครูสังกัดกรุงเทพมหานคร. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ด. (พัฒนบริหารศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศุภลภา โอวรารค์. (2548). ความพึงพอใจของผู้ปกครองที่มีต่อการติดต่อสื่อสารของโรงเรียนสันติสุขวิทยา. ปรินญาณิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยสู่อาเซียน..พลังขับเคลื่อนธุรกิจยุคใหม่. เมษายน 2557, http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/thestar_entertainindustry13062557.pdf
- ศูนย์ศึกษากฎหมายและนโยบายสื่อมวลชน. (2554). คู่มือการเรียนการสอนวิชากฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: มูลนิธิพัฒนาสื่อมวลชนแห่งประเทศไทย.
- สมคิด บางโม. (2551). กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน. กรุงเทพฯ: วัฒนวิทย์การพิมพ์.

- สมสุข หินวิมาน และคณะ. (2557). *ความรู้เบื้องต้นทางวิทยุและโทรทัศน์*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โฟร์-วัน พรินท์ติ้ง.
- สมสุข หินวิมาน. (2558). *ธุรกิจสื่อสารมวลชน*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์
- สาธิต ฤทธิ์เลิศชัย. (2548). *ปัจจัยทางจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมความขัดแย้งด้านผลประโยชน์ของบุคลากรในสถานศึกษา*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานรัฐมนตรี. (2557). *สุนทรียสนทนากับการพัฒนางานองค์การสู่ความเป็นเลิศ*. กิจกรรมการจัดการเรียนรู้วันศุกร์ที่ 23 พฤษภาคม 2557. สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์.
- สุกัญญา พูลเดช. (2552). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของวิศวกรสังกัดการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2551). *ร้องรำทำเพลง: ดนตรีและนาฏศิลป์ชาวสยาม*. กรุงเทพฯ: กองทุนเผยแพร่ความรู้สู่สาธารณะ.
- สุชาติ นิกานนท์. (2548). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- สุทธิสาร ธารสุวรรณวงศ์. (2547). *ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานสายวิศวกรรมฝ่ายวิศวกรรมจราจรทางอากาศ บริษัท วิทยุการบินแห่งประเทศไทย จำกัด*. สารนิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุทิดา พานิชกิจโกศล. (2556). *ปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของบุคลากรกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย กระทรวงมหาดไทย*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สุทิตี ขัตติยะ. (2556). *กฎหมายและจริยธรรมสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนีย์ กำลังเดช. (2529). *การติดต่อสื่อสารในมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒตามทัศนะของผู้บริหารและคณาจารย์*. ปรินญานิพนธ์ กศ.ม. (การศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร
- เสนาะ ดิยาวี. (2532). *การบริหารงานบุคคล*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โสธยา คงดิษ. (2555). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมของ พนักงานบริษัทผลิตรถยนต์*. ปรินญานิพนธ์ วท.ม. (การวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร

- อภิรดี โสภางค์. (2547). *ปัจจัยทางจิตสังคมที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีจริยธรรมของเจ้าหน้าที่จัดเก็บรายได้*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนสังคม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- อ้อมเดือน สดมณี และอุษา ศรีจินดารัตน์. (2549). *ปัจจัยด้านจิตสังคมและความสุขใจที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานของครูในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา*. รายงานการวิจัย ฉบับที่ 106. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อังศินันท์ อินทรกำแหง. (2548). *เอกสารประกอบการสอน รายวิชา วป 722 ผู้นำ สมาชิกและการพัฒนาองค์กร*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อรพรรณ ลือบุญรัชชัย. (2543). *การพยาบาลสุขภาพจิตและจิตเวช*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพินทร์ ชูชม. (2545). *การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดทางพฤติกรรมศาสตร์*. เอกสารการสอนรายรายวิชา วป 502. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2547). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*. พิมพ์ครั้งที่ 4 (ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โอบเอื้อ หิรัญรัต. (2542). *การติดต่อสื่อสารในกระบวนการบริหารงานของหัวหน้าหอผู้ป่วยตามการรับรู้ของหัวหน้าหอผู้ป่วยและพยาบาลประจำโรงพยาบาลทั่วไป เขตภาคเหนือ*. วิทยานิพนธ์ พ.ม. (การบริหารการพยาบาล). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร
- Albanese, R. (1981). *Managing: Toward Accountability For Performance*. 3rd Edition. New York: United States of America
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy and health behaviour*. In A. Baum, S. Newman, J. Wienman, R. West, & C. McManus (Eds.), *Cambridge handbook of psychology, health and medicine*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berlo, D.K. (1960). *The process of communication*. New York: Holt Rinehart and Winston.
- Cohen, H.A. (1981). *The Nurses' Quest for a Professional Identity*. California: Addison Wesley Publishing Company.
- Dimmick, J. & Coit, P. (1982). *Levels of Analysis in Mass Media Decision Making*. Communication Research 9, 1:3-32.
- Elliot, P. (1977). *Mass Communication and Society*. London: Edward Arnold.
- Feldman, D.C. (1983). *A Socialization Process that Helps New Recruits Succeed*. R.J. Hackman. Perspectives on Behavior in Organizations. New York: McGraw-Hill.

- Flippo, E.B. (1966). *Management: A Behavioral Approach*. New York: Allyn and Bacon.
- Good, C.V. (1973). *Dictionary of Education*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Kay, W. (1975). *Moral Education: A sociological Study of the Influence of society Home and School*. London: Allen and Urwin.
- Kline, R.B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling*. (2nd ed.). New York: The Guilford Press.
- Lamb, C.; Hir, Joseph F. & McDaniel. (1992). *Principles of marketing*. Ohio: South-Western Publishing.
- Lazarsfeld, P. (1972). *Qualitative Analysis: Historical and Critical Essays*. Boston: Allyn & Bacon.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory*. 3rd ed. Sage, Chapter 7-8
- Mischel, W. (1974). *Process in Delay of Gratification*. Advances Experimental Social Psychology. New York: Academic Press.
- Rosten, L.C. (1937). *The Washington Correspondents*. New York: Harcourt Brace.
- Sayre, S. (2008). *Entertainment Marketing & Communication: Selling Branded Performance, People, and Place*. New Jersey: Pearson Education
- Sayre, S.; & King, C. (2003). *Entertainment & Society: Audiences, Trend, and Impacts*. Thousand Oaks: Sage.
- Schudson, M. (1978). *Discovering the News*. New York: Basic Books
- Sikula, F. (1976). *Personnel Administration and Human Resources Management*. New York: John Wiley.
- Stephenson, W. (1967). *The Play Theory of Mass Communication*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Stryker, S. (1978). *Symbolic Interaction: An Approach of family Research*. Symbolic Interactionism: A Reader in Social Psychology. Edits by Morris Jerome G. and Bernard N. Meltzer 3rd ed. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Thurstone, L.L. (1964). *Attitude Theory and Measurement*. New York: John Wiley and Sons.
- Tunstall, J. (1970). *Media Sociology*. London: Constable.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An introductory analysis*. New York: Harper and Row.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามในการวิจัย





แบบสอบถาม

**ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน
อย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง**

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

แบบสอบถามในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง โดยผลที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงาน ผู้วิจัยจึงใคร่ครวญขอความกรุณาจากท่านโปรดตอบแบบสอบถามนี้จากความเป็นจริง และขอความกรุณาตอบคำถามทุกข้อเพื่อการนำข้อมูลของท่านไปใช้ประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยจะถือว่าข้อมูลที่ท่านให้มาเป็นความลับไม่มีการเปิดเผยและนำไปใช้ในกรณีอื่นใดจากการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยทราบว่าท่านต้องเสียสละเวลาที่มีค่าและความคิดในการตอบคำถามครั้งนี้เป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจึงรู้สึกขอบพระคุณเป็นอย่างมากในการให้ความร่วมมือของท่านไว้ ณ ที่นี้

นางสาวแพรพิมพ์ สีลวานิช
นิสิตปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน อย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบวัดที่ประกอบด้วยแบบสอบถามพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิงและปัจจัยอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องโดยแบ่งออกเป็น 8 ตอน จำนวน 65 ข้อได้แก่

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม
- ตอนที่ 2 แบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ
- ตอนที่ 3 แบบวัดเจตคติที่ดีต่อทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ
- ตอนที่ 4 แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต - ควบคุมตน
- ตอนที่ 5 แบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน
- ตอนที่ 6 แบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร
- ตอนที่ 7 แบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน
- ตอนที่ 8 แบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน

คำชี้แจง โปรดอ่านข้อความแต่ละข้ออย่างละเอียด แล้วเลือกคำตอบโดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน

- ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว และโปรดคำถามตอบให้ครบทุกข้อ

ตอนที่ 1

แบบสอบถามลักษณะทางชีวสังคม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

1. เพศ

- ☐ ชาย
☐ หญิง

2. อายุ.....ปี

3. การศึกษา

- ☐ ปวช.
☐ ปวส. / ม.6 หรือ เทียบเท่า
☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโทขึ้นไป

4. ประสบการณ์การทำงานเบื่องหลังสำเร็จรึกจบันเทิง.....ปี.....เดือน

5. ตำแหน่งงาน

- ☐ ฝ่ายผลิตรายการโทรทัศน์
☐ ฝ่ายผลิตรายการวิทยุ
☐ ฝ่ายผลิตเพลง

ตอนที่ 2

แบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	บ่อยครั้งที่สุด	บ่อยครั้ง	ค่อนข้างบ่อย	ค่อนข้างไม่บ่อย	ไม่บ่อย	ไม่เคยทำเลย
1	ฉันนำข้อคิดเห็นของหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานมาปรับปรุงงานในหน้าที่						
2	ฉันตรวจตราความสมบูรณ์ของงานอย่างละเอียดทุกครั้งเมื่อเสร็จสิ้น						
3	ฉันทำงานให้ตรงตามนโยบายของบริษัท						
4	ฉันทำงานด้วยความระมัดระวังไม่ให้เกิดความผิดพลาด						
5	ฉันปรับปรุงงานให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ในบริษัท						
6	ฉันทำงานโดยใช้ความคิดเห็นของฉันเป็นหลัก						
7	เมื่อได้รับมอบหมายงานฉันทำงานด้วยความเต็มใจและตั้งใจ						
8	ฉันศึกษารายละเอียดของงานก่อนลงมือทำงานทุกชิ้น						
9	ฉันปรับปรุงงานทันทีเมื่อพบว่ามีข้อผิดพลาด						
10	ฉันทำทุกวิถีทางเพื่อให้งานออกมาดี						

ตอนที่ 3

แบบวัดเจตคติที่ดีต่อทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
1	ฉันรู้สึกว่าการได้เรียนรู้เกี่ยวกับงานที่รับผิดชอบเป็นสิ่งที่ดีในการทำงาน						
2	ฉันพร้อมที่จะทำงานทุกอย่างด้วยความรับผิดชอบและเต็มใจ						
3	ฉันพร้อมลาออกจากงานที่รับผิดชอบทันทีเมื่อได้งานใหม่ที่ดีกว่า						
4	การประเมินการทำงานในเวลางานเป็นสิ่งที่ไร้สาระและเสียเวลาในการทำงานมาก						
5	ฉันรู้สึกว่าคุณมีใจมากในการทำงาน แม้งานนั้นจะไม่ถนัดหรืออยู่ในหน้าที่ความรับผิดชอบของฉัน						
6	การเรียนรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของงานเป็นผลดีต่อตัวฉันเองในการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ						
7	ฉันรู้สึกว่าคุณมีความรับผิดชอบเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำงาน						
8	ฉันรู้สึกภูมิใจมากที่ได้ทำงานที่มีความรับผิดชอบสูง						
9	ฉันพร้อมปรับปรุงและพัฒนางานด้วยความรับผิดชอบให้ตรงกับความต้องการของหน่วยงาน						
10	ฉันคิดว่าเป็นเรื่องที่ดี ถ้าฉันสามารถวิเคราะห์ปัญหาในการทำงานที่ได้รับมอบหมายด้วย						

ตอนที่ 4

แบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
1	ฉันสามารถจัดการตัวเองได้ว่าต้องทำอะไร ก่อนหลัง						
2	ทุกครั้งที่ได้รับงานฉันมักจะวางแผนล่วงหน้า เสมอ						
3	ฉันสามารถกำหนดเวลาในการทำงานได้						
4	ฉันชอบทำงานเมื่อใกล้กำหนดเวลาส่งเสมอ						
5	ฉันใช้เวลาทำงานมากเกินไปจนงานไม่เสร็จตาม กำหนดเวลา						
6	เมื่อเพื่อนร่วมงานชวนคุย ฉันจะไม่สามารถ ทำงานได้						
7	เมื่อโมโหฉันไม่สามารถควบคุมตนเองให้ ทำงานต่อได้						
8	ฉันระมัดระวังการทำงานเป็นพิเศษเพื่อไม่ให้ งานผิดพลาด						
9	ถึงแม้อารมณ์ไม่ดี ฉันก็สามารถทำงานที่ รับผิดชอบได้						
10	ฉันสามารถวางแผนการทำงานในวันถัดไปได้						

ตอนที่ 5
แบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของ

ข้อ	คำถาม	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
1	ฉันรักษาข้อมูลที่เป็นความลับของแหล่งข่าวในการนำเสนองาน						
2	ฉันทำงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ตรงไปตรงมา						
3	การรับผิดชอบในงานเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากในการทำงาน						
4	ฉันเป็นสื่อมวลชนที่ดีในการทำงาน						
5	ฉันตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจนมั่นใจก่อนที่จะรายงานออกไป						

ตอนที่ 6
แบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
1	ฉันเป็นผู้สื่อสารที่ดีคนหนึ่งในการทำงาน						
2	ฉันท้อแท้เมื่อเพื่อนร่วมงานไม่ชอบวิธีการสื่อสารของฉัน						
3	ฉันไม่ค่อยติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นเพราะคิดว่าไม่มีความจำเป็นต่อการทำงาน						
4	ฉันเลือกวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมกับคู่สนทนา						
5	ฉันยินดีพูดคุยงานเพื่อสร้างบรรยากาศที่ดีในหน่วยงาน						

ตอนที่ 7
แบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
1	ฉันได้เรียนรู้งานจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานเสมอ						
2	ทุกครั้งที่ม้งานใหญ่ๆ หัวหน้างานของฉันทจะประชุมชี้แจงความเข้าใจรายละเอียดก่อนเริ่มงานเสมอ						
3	ฉันได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์จากหัวหน้างานที่ทำให้ผลงานของฉันดีขึ้น						
4	บ่อยครั้งที่ฉันถูกคัดเลือกไปอบรมเพราะฉันสามารถนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้กับงานได้ดีที่สุด						
5	ฉันเรียนรู้วิธีการทำงานจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน						
6	เมื่อฉันได้รับงานมาใหม่ฉันสามารถปรึกษากับเพื่อนร่วมงานของฉันได้ทันที						
7	เพื่อนร่วมงานคอยช่วยแนะนำการแก้ไขปัญหาของการทำงานให้กับฉันเสมอ						
8	หัวหน้างานของฉันมักจะช่วยให้ฉันทำงานได้อย่างราบรื่น						
9	หัวหน้างานมีการให้คำอธิบายงานกับฉันก่อนมอบหมายงานเสมอ						
10	เพื่อนร่วมงานของฉันไม่เคยให้คำแนะนำในการทำงานกับฉันเลย						

ตอนที่ 8

แบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามความเป็นจริงของท่าน

ข้อ	คำถาม	จริงที่สุด	จริง	ค่อนข้างจริง	ค่อนข้างไม่จริง	ไม่จริง	ไม่จริงที่สุด
1	หัวหน้างานของฉันเป็นคนเคร่งครัดในการทำงาน						
2	เพื่อนร่วมงานของฉันไม่ให้ความสนใจกับงานที่รับผิดชอบ						
3	หัวหน้างานของฉันเป็นแบบอย่างที่ดีในการทำงาน						
4	เพื่อนร่วมงานของฉันมักเข้าร่วมกิจกรรมเฉพาะกิจกรรมที่ได้ค่าตอบแทน						
5	หัวหน้างานของฉันเป็นคนมีรับผิดชอบในการทำงาน						
6	หัวหน้างานของฉันยอมรับและปรับปรุงงานเสมอเมื่อเกิดปัญหา						
7	ฉันเลือกวิธีการทำงานด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยแบบอย่างจากที่ทำงาน						
8	เพื่อนร่วมงานของฉันทำงานโดยยึดหลักตามนโยบายของบริษัท						
9	หัวหน้างานของฉันไม่สามารถชักจูงฉันให้ทำงานตามแบบที่เขาอยากให้ได้						
10	เพื่อนร่วมงานของฉันมีการทำงานที่เป็นระบบเพื่อทำงานให้เสร็จอย่างรวดเร็ว						

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถาม

Have a good day

ภาคผนวก ข

ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือวิจัย



ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ

อาจารย์ ดร.ปิยรัฐ ธรรมพิทักษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นริศรา พึ่งโพธิ์สม

อาจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ

อาจารย์ บรรยงค์ สุวรรณผ่อง

อาจารย์สถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์

อาจารย์สถาบันวิจัยพฤกษศาสตร์

อาจารย์ประจำภาควิชาเทคโนโลยีทาง

การศึกษาคณะศึกษาศาสตร์

ประธานกรรมการจริยธรรมวิชาชีพข่าววิทยุและ

โทรทัศน์ไทย



ภาคผนวก ค

ตารางแสดงค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย



ตาราง 19 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงาน
ปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.263
2	.452
3	.204
4	.552
5	.560
6	.546
7	.282
8	.621
9	.601
10	.237

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .767

ตาราง 20 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดเจตคติที่ดีต่อพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบ
จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.317
2	.556
3	.538
4	.479
5	.431
6	.437
7	.452
8	.593
9	.642
10	.392

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .790

ตาราง 21 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดลักษณะมุ่งอนาคต-ควบคุมตน จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.434
2	.717
3	.642
4	.640
5	.325
6	.333
7	.301
8	.360
9	.515
10	.643

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .810

ตาราง 22 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดจริยธรรมสื่อมวลชน จำนวน 5 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.501
2	.464
3	.386
4	.518
5	.452

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .705

ตาราง 23 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดสุนทรียภาพแห่งการสื่อสาร จำนวน 5 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.382
2	.678
3	.452
4	.400
5	.610

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .741

ตาราง 24 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดการถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.598
2	.728
3	.670
4	.578
5	.722
6	.504
7	.519
8	.771
9	.681
10	.339

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .876

ตาราง 25 ค่าอำนาจจำแนกของแบบวัดการมีแบบอย่างในการทำงาน จำนวน 10 ข้อ

ข้อที่	ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (r)
1	.235
2	.530
3	.567
4	.370
5	.510
6	.614
7	.307
8	.584
9	.417
10	.493

ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .772

ภาคผนวก ง

ใบรับรองจริยธรรม





MF4Version1:15/7/2556

ใบรับรองจริยธรรมการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย
เอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้าร่วมการวิจัยและยินยอม

หมายเลขข้อเสนอการวิจัย SWUEC- 302/58E

ข้อเสนอการวิจัยนี้และเอกสารประกอบของข้อเสนอการวิจัยตามรายการแสดงด้านล่าง ได้รับการพิจารณาจาก คณะกรรมการสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒแล้ว คณะกรรมการฯ มีความเห็นว่าข้อเสนอการวิจัยที่จะดำเนินการมีความสอดคล้องกับหลักจริยธรรมสากล ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและ ข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามข้อเสนอการวิจัยนี้ได้

ชื่อโครงการวิจัยเรื่อง: ปัจจัยจิตลักษณะและสภาพแวดล้อมในงานที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานอย่างมีความรับผิดชอบของพนักงานปฏิบัติการเบื้องหลังสื่อธุรกิจบันเทิง

ชื่อผู้วิจัยหลัก: นางสาวแพรมิพ์ สีลวานิช

สังกัด: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

เอกสารที่รับรอง: 1. แบบเสนอโครงการวิจัย
 2. โครงร่างการวิจัย
 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย

เอกสารที่พิจารณาทบทวน

1. แบบเสนอโครงการวิจัย	ฉบับที่ 1 วัน/เดือน/ปี 16 ธ.ค. 2558
2. โครงร่างการวิจัย	ฉบับที่ 1 วัน/เดือน/ปี 16 ธ.ค. 2558
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย	ฉบับที่ 1 วัน/เดือน/ปี 16 ธ.ค. 2558

(ลงชื่อ).....

(อาจารย์ แพทย์หญิงจันทรรักษ์ ตันนันทยทวงศ์)

เลขานุการคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

(ลงชื่อ).....

(รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย สันติวัฒนกุล)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

หมายเลขรับรอง : SWUEC/E-020/2559

วันที่ให้การรับรอง : 21/01/2559

วันหมดอายุใบรับรอง : 21/01/2560

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ สกุล

แพรพิมพ์ สีลวานิช

วันเดือนปีเกิด

2 ธันวาคม 2532

ที่อยู่ปัจจุบัน

1058/29 พรานนก 7 (สุขุมวิท 11) ถนนพรานนก

แขวงบ้านช่างหล่อ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพมหานคร 10700

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544

ประถมศึกษา

จาก โรงเรียนอนุบาลศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ

พ.ศ. 2550

มัธยมศึกษา

จาก โรงเรียนศรีสะเกษวิทยาลัย จังหวัดศรีสะเกษ

พ.ศ. 2554

ปริญญาตรี นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์

จาก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พ.ศ. 2559

ปริญญาโท วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์

จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ