

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริบทของการสื่อสารภายในองค์กรประกอบไปด้วยการสื่อสารในหลากหลายระดับ ตั้งแต่ระดับองค์กร แยกย่อยเป็นระดับกลุ่ม ไปจนถึงระดับบุคคลอันเป็นหน่วยที่เล็กที่สุด และการสื่อสารระหว่าง "คู่รักในองค์กร" นั้น ถือเป็นการสื่อสารที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลในรูปแบบอื่น ลักษณะเด่นของการสื่อสารในความสัมพันธ์อันคนรัก คือ เป็นการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนภาวะเชิง "จิตวิสัย" เช่น อารมณ์ ความรู้สึก และความคาดหวัง มากกว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลทั่วไป ซึ่งในความสัมพันธ์แบบคู่รักนี้จะมีเรื่องของความปรารถนาและแรงขับเคลื่อนเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แต่สำหรับ "คู่รักในองค์กร" จะมีปัจจัยของ "สถานที่" และ "สถานภาพ" ในองค์กรเป็นควบคุมการสื่อสารระหว่างคู่รัก จนอาจส่งผลให้การสื่อสารดังกล่าวมีความแตกต่างไปจากการสื่อสารของคู่รักในบริบทอื่น จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าคู่รักในองค์กรเดียวกัน โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้น มีรูปแบบและพฤติกรรมของการสื่อสารเป็นอย่างไร

จากการสำรวจในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า ร้อยละ 80 ของคนทำงานจะมี "คนรัก" อยู่ในองค์กรเดียวกัน รวมทั้ง มีการเพิ่มขึ้นของสถิติคู่แต่งงานในองค์กรเดียวกันในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ปริมาณการสื่อสารในรูปแบบของ "คนรัก" ในองค์กรมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น การสื่อสารในหน่วยย่อยอย่างการสื่อสารระหว่างคู่รัก อาจมีผลกระทบต่อ การสื่อสารในระดับต่างๆ อันได้แก่ ระดับบุคคล (อันหมายถึง ระหว่างคู่รักด้วยกันเองและระหว่างเพื่อนร่วมงาน) ระดับกลุ่ม และภาพรวมขององค์กรได้

นอกจากนี้ผลการสำรวจในปีค.ศ. 1991 พบว่า ร้อยละ 92 ขององค์กรในสหรัฐอเมริกาไม่ถือว่ารักในองค์กรเรื่อง "ต้องห้าม" นอกเสียจากนโยบายห้ามบุคคลในสายบังคับบัญชาเป็นคู่รักกัน เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นภายหลัง ในส่วนของไทยนั้น แม้จะไม่มีผลสำรวจหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคู่รักในองค์กรโดยตรง แต่จากการศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตสมรส ศึกษากรณีข้าราชการกรุงเทพมหานคร ของ อุบลรัตน์ พิชญะนนท์ (2531) พบว่า ประสิทธิภาพของการสื่อสารของคู่รัก เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในชีวิตสมรส หมายความว่า การสื่อสารของคู่รักในองค์กรย่อมส่งผลต่อความสัมพันธ์ในระดับบุคคลของคู่รักนั่นเอง และด้วย

ลักษณะของการเป็นคนรักกัน ก็จะมีปฏิบัติตัวต่อกันต่างจากการปฏิบัติกับบุคคลในระดับอื่น จนบางครั้งอาจกลายเป็นการ “เลือกปฏิบัติ” หากคู่รักอยู่ร่วมกับเพื่อนร่วมงาน การสื่อสารฉันคนรักก็อาจส่งผลต่อการสื่อสารในระดับบุคคลอื่นได้ ซึ่งจากผลงานวิจัยของ สุรัสวดี จักษุรักษ์ (2542) เรื่องการเลือกปฏิบัติของผู้บังคับบัญชา และผลต่อการสื่อสารในกลุ่มผู้ร่วมงานในองค์กรไทย อธิบายว่า มนุษย์มักเลือกปฏิบัติดีปฏิบัติชอบกับคนถูกใจหรือคนใกล้ชิด ด้วยบริบทของคนรักนั้นก็ น่าจะก่อให้เกิดการเลือกปฏิบัติได้มากกว่ากรณีสายบังคับบัญชาเสียอีกและหากมีการเลือกปฏิบัติเกิดขึ้นแล้ว ย่อมส่งผลกระทบต่อไปยังการทำงานกับเพื่อนร่วมงานและระดับกลุ่มอย่างแน่นอน

อย่างไรก็ดี การสื่อสารของคู่รักก็ไม่จำเป็นต้องก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบเสมอไป ซึ่งในการศึกษาทางจิตวิทยาของสหรัฐอเมริกาพบว่า การมีคนที่ทำงานหรือในองค์กรเดียวกันเป็นผลดีต่อคนทำงาน โดยเฉพาะคู่รักที่มีความสัมพันธ์อยู่ในขั้นโรแมนติก (romantic love) หรือระยะเริ่มต้น จะมีความกระตือรือร้น กระปรี้กระเปร่า มีความคิดสร้างสรรค์ และมีกำลังใจในการทำงาน ทำให้ความสัมพันธ์ และการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างคนรักในช่วงนี้เป็นไปในทางที่ดี ถือเป็นผลข้างเคียงที่ดีต่อตัวขององค์กร แต่ในขณะเดียวกัน หากความสัมพันธ์นั้นมาถึงจุดแตกหัก ก็จะนำมาซึ่งภาวะตึงเครียด จนอาจเกิดเป็นสงครามขนาดย่อมขึ้นภายในองค์กร และแน่นอนว่าเหตุการณ์เหล่านี้ ย่อมส่งผลกระทบต่อเพื่อนร่วมงานและการสื่อสารระดับกลุ่ม ในลักษณะของการลดสมรรถภาพการทำงานร่วมกันของกลุ่มและอาจส่งผลกระทบรวมไปถึงระดับองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่พ้น

นอกจาก “คู่รัก” จะมีการสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนเชิงจิตวิสัยดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว โดยธรรมชาติของคู่รัก ยังมีความต้องการสื่อสารกับคนรักของตนในปริมาณที่มากกว่าการสื่อสารในระดับอื่นอีกด้วย โดยจากการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ของคู่รักในที่ทำงานเดียวกัน” (E-mail Communication in Workplace Romantic Relationships) ของ Hovick (2003) พบว่า คู่รักส่วนใหญ่มักใช้ E-mail ในการสื่อสารกับคู่รักมากขึ้นเรื่อยๆ และส่งผลกระทบต่อตัวขององค์กรในหลายๆ ด้าน ซึ่งนอกจากผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อการสื่อสารระดับบุคคลและระดับกลุ่มแล้ว การสื่อสารของคู่รักก็มักเป็นไปในรูปแบบไม่เป็นทางการ อันเป็นการสื่อสารที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อสร้างหรือกระชับความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก ก็อาจมีผลต่อการสื่อสารในระดับองค์กรได้เช่นเดียวกัน โดยจากงานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการภายในที่ทำงาน” (Informal Relationships in the Workplace) ของ Rachel (2004) พบว่า ความสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการระหว่างคนในองค์กรนั้น สามารถเป็นได้ทั้งตัวช่วยสนับสนุน หรือ

เป็นอุปสรรคกีดขวางการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพภายในองค์กรได้ แต่สำหรับบริบทขององค์กรไทย ยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษาถึงผลกระทบเหล่านั้น

จะเห็นได้ว่าในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศทางฝั่งทางตะวันตกนั้น ได้ให้ความสำคัญกับการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ฉันคนรัก” (Romantic Relationship) โดยเฉพาะเรื่องผลกระทบของการมี “คูรักรในองค์กร” ออกมามากมาย ในขณะที่การศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารภายในองค์กรในวงวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ของไทย มักจะเน้นหนักไปในเรื่องของ การสื่อสารระหว่างสายบังคับบัญชา ที่ศึกษาเฉพาะกรณีแต่ละองค์กรเสียเป็นส่วนใหญ่ (เขมรินทร์ พิศมัย, 2542; สุรัสวดี จักขุรักษ์, 2542; ชลทิพย์ อัครวาทญจน์, 2546) แม้จะมีงานวิจัยที่ศึกษาภาพรวมของการสื่อสารในองค์กรไทย เช่น เรื่องความสามารถในการสื่อสารระดับบุคคล (Sriussadaporn-Charoenngam และ Jabin, 1999) ความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่ม (วิรยา ขุนพรหม, 2543) และความสามารถในการสื่อสารระดับองค์กร (อุเทน ลิ้มปิติรสันต์, 2543) ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้กับทุกองค์กรได้ แต่ยังไม่มีการศึกษาการสื่อสารระหว่างบุคคลในบริบทของคนรักในองค์กรไทยเลย

ด้วยเหตุนี้ ในการศึกษาเรื่องผลกระทบของความสัมพันธ์ฉันคนรักต่อการสื่อสารในองค์กรนั้น ผู้วิจัยจึงต้องเริ่มต้นตั้งแต่การศึกษารูปแบบ และพฤติกรรมในการสื่อสารของคูรักรที่ทำงานในองค์กรเดียวกัน รวมไปถึงผลกระทบต่อองค์กรในระดับต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารของคูรักร เพื่อสามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลทั้งในทางวิชาชีพและวิชาการ

### วัตถุประสงค์ในการวิจัย

#### - วัตถุประสงค์ทั่วไป

เพื่อศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสารในความสัมพันธ์ฉันคนรักภายในองค์กร รวมไปถึงผลกระทบของการสื่อสารของคูรักรที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรนั้นๆ

#### - วัตถุประสงค์เฉพาะ

1. เพื่อศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสารของความสัมพันธ์ฉันคนรักในองค์กรเดียวกัน

2. เพื่อศึกษาผลกระทบของการสื่อสารของคู่รักที่มีต่อการสื่อสารในระดับต่างๆ ขององค์กร
  - 2.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของการสื่อสารของคู่รักที่มีต่อการสื่อสาร "ระดับบุคคล" ในองค์กร
  - 2.2 เพื่อศึกษาผลกระทบของการสื่อสารของคู่รักที่มีต่อการสื่อสาร "ระดับกลุ่ม" ในองค์กร
  - 2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบของการสื่อสารของคู่รักที่มีต่อการสื่อสาร "ระดับองค์กร" ในองค์กร

### ปัญหำนำในการวิจัย

1. รูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสารของความสัมพันธ์ฉันคนรักในองค์กรเดียวกันเป็นอย่างไร
2. การสื่อสารของคู่รักมีผลกระทบต่อการสื่อสารในระดับต่างๆ ขององค์กร หรือไม่อย่างไร
  - 2.1 การสื่อสารของคู่รักมีผลกระทบต่อการสื่อสาร "ระดับบุคคล" ในองค์กร หรือไม่อย่างไร
  - 2.2 การสื่อสารของคู่รักมีผลกระทบต่อการสื่อสาร "ระดับกลุ่ม" ในองค์กร หรือไม่อย่างไร
  - 2.3 การสื่อสารของคู่รักมีผลกระทบต่อการสื่อสาร "ระดับองค์กร" หรือไม่ อย่างไร

### ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "ผลกระทบของความสัมพันธ์ฉันคนรักต่อการสื่อสารในองค์กร" นี้ ผู้วิจัยได้เลือกสุ่มตัวอย่างจากคู่รักที่ทำงานในองค์กรเดียวกัน รวมทั้ง กลุ่มตัวอย่างจากคู่รัก เพื่อนร่วมงาน ผู้ได้บังคับบัญชา และผู้บังคับบัญชาของคู่รักในองค์กรขนาดใหญ่ ทั้งองค์กรรัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน ภายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้เข้าไปทำการเก็บข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2550 – เดือนมกราคม 2551

## คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**ผลกระทบ** หมายถึง ผลที่ได้รับหรือเกิดจากการสื่อสารของคูรั๊กในองค์กร รวมทั้ง ผลอันเกิดจากความสัมพันธ์แบบคนรัก ที่มีต่อการสื่อสารในระดับต่างๆ ภายในองค์กร รวมไปถึงผลที่มีต่อความสัมพันธ์และความรู้สึกนึกคิดของผู้ร่วมงานในองค์กร ซึ่งอาจจะเป็นไปทั้งผลในทางบวก (เป็นผลดี) หรือทางลบ (ผลเสีย) ก็ได้ โดยใช้ความคิดเห็นเป็นมาตรฐานในการวัดผลกระทบ

**รูปแบบการสื่อสาร** หมายถึง ลักษณะของการส่งสารหรือถ่ายทอดข่าวสารความรู้สึกของคูรั๊ก เช่น เป็นส่วนตัวหรือเป็นทางการ เป็นต้น

**พฤติกรรมการสื่อสาร** หมายถึง ลักษณะการกระทำหรือการแสดงออกทุกอย่าง เพื่อสื่อความหมายหรือถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ระวังกัน ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษาของคูรั๊ก โดยผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ ทั้งตัวบุคคล และสื่อกลางอื่นๆ

**คูรั๊ก** หมายถึง ชายหญิงที่มีความรักต่อกัน และได้ทำการตกลงเป็น “คนรัก/แฟน” กันผ่านวาทะและคบกันอย่างเปิดเผย และบุคคลภายนอกหรือคนในองค์กรจะต้องรับรู้ถึงการเป็น “คูรั๊ก” ของบุคคลดังกล่าว โดยมีระยะเวลาความสัมพันธ์ไม่ต่ำกว่า 6 เดือน รวมทั้ง “คู่สมรส” ที่ได้ใช้ชีวิตร่วมกันเป็นครอบครัว ซึ่งในที่นี้ไม่จำกัดว่าต้องจดทะเบียนสมรสกันถูกต้องตามกฎหมาย แต่มีความผูกพันกันและมีความสัมพันธ์กันทางพฤตินัยในฐานะคู่สมรส

**เพื่อนร่วมงาน** หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับหรือตำแหน่งใกล้เคียงกับคูรั๊ก (คนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคน) และเคยร่วมงานกันเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน

**ผู้บังคับบัญชา** หมายถึง ผู้ที่ปฏิบัติงานในฐานะผู้บังคับบัญชาหรือเป็นลูกน้องของคูรั๊ก (คนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคน) และเคยร่วมงานเป็นเวลาไม่ต่ำกว่า 3 เดือน

**ผู้บังคับบัญชา** ผู้ที่ปฏิบัติงานในฐานะผู้บังคับบัญชาในสายงานหรือเป็นหัวหน้าของคูรั๊ก (คนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคน) ซึ่งในที่นี้ จะรวมไปถึงผู้บริหารและฝ่ายทรัพยากรบุคคล โดยผู้บังคับบัญชาเหล่านี้ต้องเคยร่วมงานกับคูรั๊ก (คนใดคนหนึ่งหรือทั้งสองคน) เป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 3 เดือน

**องค์กรรัฐ** หมายถึง องค์กรที่ส่วนราชการรับผิดชอบดำเนินการเองทั้งหมด และเป็นกิจการที่มีความสำคัญ โดยเป็นกิจการที่มีผลโดยตรงหรือโดยอ้อมต่อการดำรงอยู่ของรัฐ

**องค์กรรัฐวิสาหกิจ** หมายถึง องค์กรนิติบุคคลที่รัฐเป็นผู้ก่อตั้งโดยใช้เงินลงทุนจากภาษีอากรของประชาชนในเบื้องต้น แต่มีการดำเนินงานในลักษณะเชิงพาณิชย์ คือ จะต้องดำรงอยู่ด้วยค่าตอบแทนจากการค้าขายสินค้า โดยไม่พึ่งพางบประมาณของรัฐ

**องค์กรเอกชน** หมายถึง องค์กรนิติบุคคลที่มีประชาชนทั่วไปเป็นเจ้าของ มีอิสระในทางการเงิน การบริหารงาน และการบริหารบุคลากร

**องค์กรขนาดใหญ่** หมายถึง องค์กรที่สินทรัพย์ถาวรสุทธิจำนวนมากกว่า 20 ล้านบาท หรือมีจำนวนพนักงานมากกว่า 1,000 คน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ในเชิงวิชาการ เป็นการขยายองค์ความรู้ด้านรูปแบบและพฤติกรรมสื่อสารภายในองค์กร จากเดิมที่มีการศึกษาเฉพาะในบริบทของสายบังคับบัญชา ให้เจาะจงเฉพาะคู่รักในองค์กร รวมทั้ง ทราบถึงผลกระทบของการสื่อสารระหว่างคนรักที่อาจส่งผลต่อการสื่อสารภายในองค์กร ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร อันจะสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการศึกษา พฤติกรรมสื่อสารของคู่รัก และเป็นแนวทางในการศึกษาและวิจัยการสื่อสารระหว่างคู่รักต่อไป
2. ในเชิงวิชาชีพ สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยมาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ของคู่รัก ตลอดจนนำมาใช้ในการกำหนดหรือวางนโยบายขององค์กรต่อไป

เนื่องจากในประเทศไทย ยังไม่มีผู้ใดทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของความสัมพันธ์ฉันคนรักต่อการสื่อสารในองค์กร ดังนั้น การศึกษาค้นคว้าในเชิงทฤษฎี จึงต้องอ้างกรอบแนวคิดและทฤษฎีในเรื่องของการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบคู่รัก (romantic relationships) ของทางตะวันตกเป็นส่วนใหญ่ และใช้แนวคิดเรื่องการสื่อสารภายในองค์กรของไทยมาประกอบ ซึ่งได้อธิบายไว้อย่างละเอียดในบทที่ 2 ดังนี้