

บทที่ 1

บทนำ

เนื้อหาของบทนี้กล่าวถึงที่มาและความสำคัญของการวิจัย ซึ่งทำให้เกิดคำถามในการวิจัยที่ต้องการค้นหาคำตอบ จากนั้นได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย และนิยามศัพท์ ตามลำดับ ดังนี้

1.1 ที่มาและความสำคัญของการวิจัย

ความรักอยู่ในความสนใจของมนุษย์ ความรักเป็นเรื่องราวที่ไม่ตกยุค เพราะความรักคือความหมายของชีวิต (เพ็ญประภา ปริญญาพล, 2547) ความรักเป็นความรู้สึกที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์ทุกคนและสามารถส่งอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตได้ทุกแง่มุม เป็นได้ทั้งแรงบันดาลใจในเชิงสร้างสรรค์ ในขณะที่เดียวกันความรักนั้นได้กลายเป็นสาเหตุแห่งความล้มเหลวมานับครั้งไม่ถ้วน (ว. วิชรเมธี, 2553)

ความใคร่มักเป็นความรู้สึกที่คาดหวัง อยากจะเอาชนะและก้าวร้าว เป็นแรงขับที่กระตุ้นได้กับมนุษย์ทุกคน ความใคร่มักก่อให้เกิดความหึงหวงและไม่สร้างสรรค์เพราะมุ่งหวังแต่ประโยชน์ส่วนตัว (จิตยา นาควัชระ, 2537) ความรักความใคร่เป็นสิ่งที่น่าสนใจ นักวิจัยจำนวนมากจึงพยายามที่จะมองหาคำตอบเกี่ยวกับความรักและความใคร่อย่างต่อเนื่อง ในปัจจุบันเรื่องราวหนึ่งที่อยู่ในความสนใจคือ ความรักความใคร่ในที่ทำงาน (workplace romances) นักวิชาการและนักปฏิบัติทั้งในวงการธุรกิจ จิตวิทยา กฎหมาย และการสื่อสารต่างให้ความสนใจที่จะศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานกันอย่างต่อเนื่อง (Pierce & Aguinis, 2009; Horan and Chory, 2011; Biggs, Matthewman, & Fultz, 2012; Cowan & Horan, 2014)

ความรักความใคร่ในที่ทำงานเป็นความสัมพันธ์ร่วมกัน (consensual relationship) ระหว่างคน 2 คนที่เป็นสมาชิกในองค์กรเดียวกันอันเป็นที่มาของความสัมพันธ์ทางเพศในระยะต่อมา (Pierce & Aguinis, 2005; Powell & Foley, 1998) ความสัมพันธ์นี้รวมไปถึงการนัดเที่ยว (dating) และการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์กร

(Moen & Sweet, 2002; Werbel & Hames, 1996) ในสหรัฐอเมริกา พบว่า ประชากรวัยทำงานมีความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ประมาณ 10 ล้านคน และมีมากกว่าร้อยละ 40 ที่มีความสัมพันธ์มากกว่า 1 ครั้ง (Parks, 2006) ในขณะที่ผลการสำรวจในสหราชอาณาจักรนั้นพบถึงร้อยละ 70 (Pierce & Aguinis, 2009)

ในต่างประเทศ ผลงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าความรักความใคร่ในที่ทำงานก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวก คือ ความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างคนสองคนจนถึงขั้นแต่งงาน (Pierce, Muslin, Dudley & Aguinis, 2008) ทำให้ผลการปฏิบัติงานเพิ่มสูงขึ้น (Quinn, 1977) รวมทั้งช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและความผูกพันต่อองค์กร (Pierce & Aguinis, 2003) ดังนั้นในหลายองค์กรจึงได้มีการส่งเสริมให้พนักงานมีความรักความใคร่ในที่ทำงาน

ในทางตรงกันข้าม ความรักความใคร่ในที่ทำงานกลับเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาเนื่องจากความรักความใคร่ในที่ทำงานนั้นได้ส่งผลกระทบเชิงลบ ทั้งในแง่ของการประพฤตินิติจริยธรรม และพฤติกรรมที่ไม่ชอบธรรมในที่ทำงาน (Foley & Powell, 1999; Karl & Sutton (2000) ทำให้เกิดการขาดงาน การลาออกจากงาน ผลผลิตของพนักงานทำได้ไม่เต็มที่ รวมทั้งยังทำให้เกิดภัยคุกคามทางเพศในที่ทำงานตามมา (Pierce & Aguinis, 2005; Pierce et al., 2008) ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กรที่ลดต่ำลงในที่สุด (Pierce et al., 2008)

ผลการสำรวจองค์กรจำนวน 200 แห่งในประเทศอังกฤษ พบว่า องค์กรต้องสูญเสียค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานรวมกันเป็นจำนวนมากถึง 13 ล้านปอนด์ (The Press and Journal, 2012) ในขณะที่ผลการสำรวจในอเมริกาพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาพบว่ามีองค์กรที่ได้กำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานและนำไปปฏิบัติเพิ่มขึ้นสองเท่าตัว (จากร้อยละ 15 ในปี ค.ศ. 2005 เป็นร้อยละ 36 ในปี ค.ศ. 2013) (SHRM, 2013) ข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่า ความรักความใคร่ในที่ทำงานเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม

ในประเทศไทย องค์ความรู้เกี่ยวกับความรักความใคร่ค่อนข้างมีความหลากหลาย ดังเช่น ผลงานของศิริลักษณ์ มุ่งธัญญา (2545) ที่ได้ศึกษาความหมายของความรักในผู้ติดยาเสพติด ส่วนนวนันต์ ทุมโนน้อย (2553) ได้ศึกษาความรักและความสัมพันธ์ทางเพศที่ปรากฏในมิวสิควิดีโอไทย ในขณะที่ชีวิรัตน์ สุขสวัสดิ์ (2550) ทำการศึกษาประสบการณ์ทางสังคมกับทัศนคติต่อความรักและความสัมพันธ์ทางเพศของผู้สูงอายุ ผลงานวิจัยของ วาริน เทพยายน (2542) ซึ่งได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะบุคลิกภาพ ความพึง

พอใจในความสัมพันธ์ กับรูปแบบความรักของคู่รักที่ยังมิได้สมรส พบว่า การตัดสินใจโดยใช้ความคิดมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความรักแบบลุ่มหลง ส่วนการตัดสินใจใช้ความรู้สึกมีความสัมพันธ์เชิงบวก ผลงานวิจัยดังกล่าวยังพบว่า ความรักแบบเสนาหา ความรักแบบเสียสละ และความรักแบบมิตรภาพมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในความสัมพันธ์

ในต่างประเทศ แม้จะปรากฏให้เห็นผลงานวิจัยที่สร้างองค์ความรู้ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ผลงานของนักวิชาการได้แสดงให้เห็นว่าในการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานยังไม่มีข้อสรุปที่เห็นตรงกันว่าควรมีวิธีปฏิบัติอย่างไรกันแน่ (Lickey, Berry, & Whelan-Berry, 2009) การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานถือเป็นเรื่องใหม่ของงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เป็นงานที่นักทรัพยากรมนุษย์ไม่คุ้นเคยและมีความท้าทาย (Cicek, 2014) ในประเทศไทย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่มีปรากฏให้เห็นบ้าง แต่องค์ความรู้เกี่ยวกับความรักความใคร่ในที่ทำงานยังคงมีจำกัด ยังไม่ค่อยมีผลงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่แสดงให้เห็นถึงที่มา ผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานมากนัก โดยเฉพาะการศึกษาในกลุ่มบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นกลุ่มบริษัทที่มีความแข็งแกร่งในด้านการแข่งขันและการดำเนินงาน ดังที่ผลงานวิจัยของจิระพงศ์ เรืองกุล (2558) แสดงให้เห็นว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิผล สามารถดำเนินงานได้บรรลุตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ผลงานของบริษัทที่ออกมา นั้นมีคุณภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังพบว่าการทำงานภายในบริษัทได้ดำเนินถึงพนักงาน มุ่งเน้นมีส่วนร่วม และมีระเบียบมีขั้นตอนการปฏิบัติงาน กำหนดไว้อย่างชัดเจน ผลงานวิจัยของพยัต วุฒิรงค์ (2552) พบว่า บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในระดับที่ค่อนข้างมาก สะท้อนให้เห็นถึงการเป็นองค์กรที่มีความสามารถในการเรียนรู้ ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์แวดล้อม และมีองค์ความรู้ใหม่ๆ เกิดขึ้นภายในองค์กร

นอกจากนี้ ยังมีผลงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยเป็นกลุ่มบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญในงานด้านทรัพยากรมนุษย์ (วิมรินทร์ จักษุจินดา และ วิไล สุขศิริวงษ์, 2548) มีการนำเครื่องมือทางการจัดการที่ทันสมัยเข้ามาประยุกต์ใช้ (จริยา รวีสุวรรณ และ อัจฉรา โฉมเฉลา, 2547) ดังนั้นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์

แห่งประเทศไทยจึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าสนใจในการเลือกใช้เป็นตัวอย่งของการวิจัย โดยคาดว่าจะทำให้ได้องค์ความรู้ที่เป็นแนวทางการจัดการและวิธีปฏิบัติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน ซึ่งถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับองค์การในประเทศไทย อีกทั้งบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยยังสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมาก ข้อมูลจากการสำรวจในปี พ.ศ. 2555 พบว่า บริษัทในกลุ่มนี้สร้างรายได้รวมให้กับประเทศถึง 10.92 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 96 ของผลิตภัณฑ์รวมในประเทศ (GDP) (สุมิตรา ตั้งสมวรวงษ์, 2556) ดังนั้นการวิจัยโดยเลือกทำการศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจึงเป็นที่น่าสนใจยิ่ง ผลงานวิจัยที่เกิดขึ้นจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้จึงต้องการแสดงให้เห็นถึงสภาพความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย ศึกษาที่มา ผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน ซึ่งจะทำให้ได้ข้อมูลมาพัฒนาตัวแบบการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานเพื่อเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงาน เป็นประโยชน์ต่อสังคมการเรียนรู้ในเชิงวิชาการ การบริหารและการพัฒนาองค์การของธุรกิจ และการพัฒนาประเทศ

1.2 คำถามการวิจัย

สภาพความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทยเป็นอย่างไร ความรักความใคร่ในที่ทำงานมีที่มาและผลกระทบอย่างไร และควรได้มีการจัดการอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัยได้กำหนดไว้ ดังนี้

1.3.1 เพื่อสำรวจสภาพความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย

1.3.2 เพื่อศึกษาที่มา ผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย

1.3.3 เพื่อนำเสนอตัวแบบการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานสำหรับการเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานขององค์การ

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย มีดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ องค์กรธุรกิจที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย จำนวน 690 องค์กร (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2558)

1.4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาความรักความใคร่ในที่ทำงาน 3 ประเภท ได้แก่

- 1) ความรักความใคร่แนวราบ
- 2) ความรักความใคร่ระหว่างสายบังคับบัญชา
- 3) ความรักความใคร่ที่พัวพันไปยังพนักงานที่มีคู่สมรส

การวิจัยต้องการแสดงให้เห็นสภาพทั่วไปของความรักความใคร่ในที่ทำงาน ศึกษาที่มาผลกระทบ และการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงาน และนำเสนอตัวแบบการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานสำหรับการเพิ่มพูนผลการปฏิบัติงานขององค์กร

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่ ได้แก่ องค์กรธุรกิจที่มีรายชื่ออยู่ในทะเบียนของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

1.4.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึงวันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2558

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับจากงานวิจัยทั้งในเชิงทฤษฎีและในเชิงปฏิบัติ มีดังนี้

1.5.1 งานวิจัยได้ทำการศึกษาขององค์กรตัวอย่างในประเทศไทย จึงมีประโยชน์ในเชิงทฤษฎีในแง่ของการสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานในบริบทของการบริหารจัดการแบบไทยๆ และเป็นประโยชน์ในการต่อยอดองค์ความรู้ และการวิจัยต่อเนื่องในอนาคต

1.5.2 ผลที่ได้จากการวิจัยก่อให้เกิดความตระหนักแก่ผู้บริหารและพนักงานของธุรกิจในการให้ความสำคัญกับความรักความใคร่ในที่ทำงาน เป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและวิธีปฏิบัติที่จะเอามาใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งคาดว่าจะทำให้องค์กรมีผลการปฏิบัติงานที่เพิ่มสูงขึ้น

1.5.3 ผลที่ได้จากการวิจัยนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลการปฏิบัติงานขององค์กรในรูปแบบอื่น เช่น องค์กรภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์กรไม่แสวงหากำไร เป็นต้น

1.6 นิยามศัพท์

ตัวแปรหลักที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ความรักความใคร่ในที่ทำงาน นิยามศัพท์ของตัวแปรหลักและตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้

1.6.1 ความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างคนสองคนที่เป็นสมาชิกในองค์การเดียวกันในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ ซึ่งรับรู้ได้โดยบุคคลที่สาม เป็นความสัมพันธ์ที่รวมไปถึงการจีบกันและการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์การธุรกิจในประเทศไทย

1.6.2 ที่มาของความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย หมายถึง สาเหตุที่ทำให้พนักงานในองค์การเดียวกันเกิดความสัมพันธ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ การจีบกัน และการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์การธุรกิจในประเทศไทย

1.6.3 ผลกระทบของความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย หมายถึง ผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบที่เกิดขึ้นจากการที่พนักงานมีความสัมพันธ์ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมทางเพศ การจีบกัน และการแต่งงานในระหว่างที่ได้รับการว่าจ้างให้ทำงานอยู่ในองค์การธุรกิจในประเทศไทย

1.6.4 การจัดการความรักความใคร่ในที่ทำงานขององค์การธุรกิจในประเทศไทย หมายถึง การที่ผู้จัดการขององค์การธุรกิจในประเทศไทยใช้ศิลปะและกลยุทธ์ดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรักความใคร่ในที่ทำงานเพื่อให้องค์การบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้