

การใช้เรื่องเล่าในกระบวนการกล่อมเกลாதงสังคมของบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย

วันที่รับบทความ: 2 มีนาคม 2564 / วันที่แก้ไขบทความ: 29 พฤษภาคม 2564 / วันที่ตอบรับบทความ: 14 มิถุนายน 2564

ณัฐกร จุลระสร

ปภัสสรา ชัยวงศ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่องเล่าที่องค์กรใช้ในกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมและ การรับรู้ของพนักงานใหม่ต่อเรื่องเล่าขององค์กรในบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย โดยใช้เครื่องมือหลักในการศึกษา ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ก่อตั้งองค์กร ผู้บริหาร และพนักงานใหม่ (อายุงานไม่เกิน 3 ปี) รวม 16 คน ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรของบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทยที่ถ่ายทอดไปยังพนักงานผ่านเรื่องเล่า ได้แก่ แนวคิดแบบสุขนิยม ครอบครัวมีอาชีพ และความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยผู้บริหารองค์กร ใช้แนวคิดสุขนิยมเป็นส่วนหนึ่งของ กระบวนการคัดเลือกพนักงานใหม่ ในเรื่องครอบครัวมีอาชีพองค์กรสื่อสารผ่านการปฏิบัติต่อกันแบบพี่น้องและการจัดการด้านกายภาพที่ออกแบบตกแต่งองค์กรในรูปแบบบ้าน ส่วนเรื่องความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์เกิดขึ้นเนื่องจากรูปแบบธุรกิจที่ไม่สามารถคาดเดาผลประกอบการได้ นอกจากนี้เรื่องเล่าที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมขององค์กรยังสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเป็นมาขององค์กร ความยากลำบากของ ความผิดพลาดในอดีต การเรียนรู้และความสำเร็จขององค์กร ความภาคภูมิใจของคนในองค์กร และความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ สำหรับกลวิธีที่ใช้เรื่องเล่าในกระบวนการ กล่อมเกลาทงสังคมขององค์กรพบว่าการกล่อมเกลาทงสังคมทั้งแบบเดี่ยวและกลุ่ม การกล่อมเกลาทงสังคมทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ การกล่อมเกลาทงสังคมแบบมีตัวแบบ และการกล่อมเกลาทงสังคมแบบที่ตารางเวลาไม่คงที่ในส่วนของการรับรู้ของพนักงานใหม่ พนักงานใหม่รับรู้วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรในด้านความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ครอบครัวมีอาชีพ และแนวคิดสุขนิยมตามลำดับ นอกจากนี้การรับรู้เรื่องเล่าของพนักงานมีความสอดคล้องกับเรื่องเล่าที่องค์กรถ่ายทอด ส่วนการยอมรับและการต่อรองความหมาย พบว่า มีกลุ่มพนักงานที่ยอมรับและไม่ยอมรับวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรผ่านเรื่องเล่า และมีกลุ่มพนักงานทั้งที่อยากปฏิบัติงานต่อและไม่อยากปฏิบัติงานต่อในอนาคต

คำสำคัญ: การกล่อมเกลาทงสังคม, วัฒนธรรมองค์กร, เรื่องเล่า, บริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย

ณัฐกร จุลระสร (นศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2563; อีเมล: n.julasorn@gmail.com) และปภัสสรา ชัยวงศ์ (นศ.ด., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการสแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ/ปรับปรุงจากวิทยานิพนธ์เรื่อง “การใช้เรื่องเล่าในกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมของบริษัทผลิตภาพยนตร์ไทย” ของณัฐกร จุลระสร ซึ่ง ปภัสสรา ชัยวงศ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ได้รับการประเมินการสอบวิทยานิพนธ์ระดับ “ดีมาก”

The Use of Narratives in Organizational Socialization Process in A Thai Film Production House

Received: March 2, 2021 / Received in revised form: May 29, 2021 / Accepted: June 14, 2021

Natthakorn Julrasorn

Papassara Chaiwong

Abstract

This qualitative research was aimed at studying the narratives used in the organizational socialization process and the new employees' perception towards the narratives in a Thai film production house. The data were mainly gathered through in-depth interviews with 16 participants, including the executives and the new employees, and through participatory observation. The results revealed as follows: The organization's culture and core values in a Thai film production house reflected in the narratives shared with the employees consisted of hedonism, a family of professionals, and the belief in supernatural power. The value of a family of professionals was implied through fraternal practices as well as the home-like office design. In terms of the belief in supernatural power, the executives adopted this value later so as to cope with the unpredictable situations in this industry. In addition, it was found that the narratives used in the organizational socialization process corresponded with the organization's culture and core values, background, mistakes, lessons learned, achievements, collective pride, and belief in supernatural power. The narrative used in the socialization tactics was applied at both the individual and the collective settings, in both the formal and the informal settings, and at both the serial and the variable settings. With regard to the new employees' perception, the new employees perceived the organization's culture and core values, namely the belief in supernatural power, a family of professionals, and hedonism respectively. Concerning the acceptance and meaning negotiation following the socialization process, there were both the employees who accepted and rejected the organization's culture and core values, and there were both employees who preferred to continue and preferred to discontinue working for the organization.

Keywords: Socialization, Organizational Culture, Narrative, Film Production

Natthakorn Julrasorn (M.A., Chulalongkorn University, 2020, email: n.julrasorn@gmail.com) and Papassara Chaiwong (Ph.D., Chulalongkorn University, 2020) assistant professor of Speech Communication and Performing Arts Department, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University.

This article is a part of a thesis named "The Use of Narratives in Organizational Socialization Process in A Thai Film Production House", authored by Natthakorn Julrasorn and consulted by Papassara Chaiwong, assistant professor of Communication. The article has evaluated in a "excellent" level.

ที่มาและความสำคัญ

เรื่องเล่า (Narrative) เป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้างความหมาย แรกเริ่มใช้ในงานเขียนเชิง บันเทิงคดี (Fiction) และสารัตถคดี (Non-fiction) ตลอดจนการใช้การเล่าเรื่องภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาบุคลากรและการบริหารจัดการ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และศุจิรา สุวีรานนท์, 2542) เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการกล่อมเกลานักงานให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Socialization) ให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรและปฏิบัติงานในหน้าที่ได้ (Jablin, 1987) โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่อยู่ในช่วงเริ่มทำงานและมีอัตราการย้ายงานมากที่สุดในบริบทองค์กรไทย (จตุรงค์ นภากาศ, 2560) การเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือหนึ่งในการถ่ายทอดความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรรวมถึงคุณค่าและลักษณะเฉพาะขององค์กร (Schein, 1992) ทำหน้าที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทั้งระหว่างพนักงานด้วยกันและผู้นำองค์กรกับพนักงาน (Boje, 1991) ผ่านพิธีกรรมและสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้พนักงานเข้าใจในวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันในองค์กร เช่น การใช้ภาษาเฉพาะ มีกิจกรรมร่วมกัน จะนำไปสู่การสร้างความเป็นเอกภาพร่วมกันในองค์กร (Watkins, 2013) โดยเมื่อพนักงานส่วนใหญ่ปฏิบัติร่วมกันและทำให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง การใช้ภาษาและกิจกรรมเหล่านั้นจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของบรรทัดฐาน แนวทางปฏิบัติที่พนักงานใหม่ต้องปฏิบัติตาม

ในปัจจุบัน ประเทศไทยให้ความสำคัญกับองค์กรในภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) อย่างมาก โดยเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยที่เติบโตและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องมีมูลค่ารวมมากกว่า 2 แสนล้านบาทต่อปี มีส่วนผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในกลุ่ม อาเซียน และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมากขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น หากองค์กรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์มีการบริหารจัดการการสื่อสารเพื่อให้องค์กรพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงส่งผลดีต่อภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ยังส่งผลดีต่อการเติบโตด้านเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย

องค์กรผลิตภาพยนตร์ไทยที่เลือกเป็นกรณีศึกษาเป็นบริษัทที่ประสบความสำเร็จทั้งการดำเนินธุรกิจและการ

สื่อสารภายในองค์กรโดยใช้การเล่าเรื่องในการสื่อสารวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ในปัจจุบันองค์กรยังคงมีพนักงานที่ทำงานอย่างยาวนานและพนักงานใหม่ที่เพิ่งเข้ามา พนักงานใหม่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีโอกาสจะย้ายงาน อย่างไรก็ตาม สัดส่วนการลาออกของพนักงานใหม่มีน้อยกว่า 5 เปอร์เซ็นต์ต่อปี ซึ่งถือว่าน้อยมากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยอัตราการเข้าออก ซึ่งอยู่ที่ 24 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

กล่าวได้ว่า นอกเหนือจากปัจจัยในด้านการทำงานและสวัสดิการที่พนักงานพึงจะได้รับแล้ว กระบวนการกล่อมเกลานักงานในองค์กรกรณีศึกษาดังกล่าวมีผลทำให้พนักงานอยากปฏิบัติงานในองค์กรต่อไป นอกจากนี้ ยังไม่ปรากฏการวิจัยใด ๆ ศึกษาองค์กรในภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเด็นการเล่าเรื่องในวัฒนธรรมองค์กรมาก่อน จึงนำมาสู่คำถามวิจัยและวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

คำถามนำวิจัย

1. เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเป็นอย่างไร
 - 1.1 เรื่องเล่าที่สื่อสารจากฝ่ายบริหารจัดการไปสู่ฝ่ายปฏิบัติการเป็นอย่างไร
 - 1.2 เรื่องเล่าที่สื่อสารจากพนักงานไปสู่พนักงานด้วยกันเป็นอย่างไร
2. การรับรู้และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานขององค์กรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาเรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานขององค์กร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์และตอบคำถามวิจัยดังกล่าว ได้แก่ 1) แนวคิด

เกี่ยวกับการสื่อสารขององค์กรในกระบวนการกล่อมเกลாதองศา 2) แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง 3) แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านวาทกรรมของเรื่องเล่าในองค์กร และ 4) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และการต่อรองความหมาย ดังรายละเอียดโดยสังเขปต่อไปนี้

เพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามนำวิจัยข้อที่ 1
“เพื่อศึกษาเรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร” และ “เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเป็นอย่างไร”

1. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารขององค์กรในกระบวนการกล่อมเกลาทองศา

กระบวนการกล่อมเกลาทองศาขององค์กร (Organizational socialization process) ทำให้พนักงานขององค์กรเห็นคุณค่าของค่านิยม ความสามารถ และความรู้ที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน (Louis, 1980) ส่งผลต่อการสร้างทัศนคติและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ของพนักงาน (Van Maanen & Schein, 1979) โดยกระบวนการกล่อมเกลาทองศาขององค์กรแบ่งออกเป็นขั้นตอนในกระบวนการกล่อมเกลาทองศาขององค์กรและกลวิธีการกล่อมเกลาทองศาขององค์กร (Socialization tactics) เป็นดังนี้

(1) ขั้นตอนในกระบวนการกล่อมเกลาทองศาขององค์กร

กระบวนการกล่อมเกลาทองศาขององค์กรเป็นกระบวนการที่บุคคลได้รับการกล่อมเกล่าให้เข้ากับวัฒนธรรมขององค์กรเพื่อจะปฏิบัติงานในหน้าที่ตามที่องค์กรคาดหวังได้ (Jablin, 1987) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน (Champoux, 2000; Jablin, 1987) ดังนี้

(1.1) ขั้นการกล่อมเกล่าเชิงการสร้างความคิดหวัง (Anticipatory socialization) เกิดขึ้นก่อนที่จะเข้าไปทำงาน บุคคลจะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับองค์กรผ่านช่องทางต่าง ๆ เพื่อพิจารณาว่าตนเองเหมาะสมหรือไม่

(1.2) ขั้นแรกเข้าสู่องค์กร (Encounter) เมื่อผ่านการคัดเลือกเข้าสู่องค์กรแล้ว พนักงานใหม่ต้องเผชิญกับประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งมักเกิดภาวะไม่แน่ใจ วิดกกังวล

(1.3) ขั้นการเปลี่ยนเป็นสมาชิกขององค์กร (Metamorphosis) เมื่อพนักงานใหม่ได้รับข้อมูลข่าวสารพนักงานปรับตัวกับค่านิยมขององค์กรได้ พนักงานจะมีทัศนคติและพฤติกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาพนักงานใหม่ในองค์กรกรณีศึกษาที่มีอายุงานไม่เกิน 3 ปีอยู่ระหว่างช่วงการเข้าสู่องค์กร (Encounter) และกำลังได้รับการกล่อมเกล่าเพื่อเข้าสู่ขั้นตอนของการเปลี่ยนเป็นสมาชิกขององค์กร (Metamorphosis)

(2) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาขององค์กร (Socialization tactics)

แวน มาเนนและชาซีน (Van Maanen; & Schein, 1979) ได้กล่าวถึงกลวิธีการกล่อมเกลาทองศาและทักษะการปฏิบัติงานมีทั้งหมด 6 มิติ ซึ่งในแต่ละมิติประกอบด้วยกลวิธีคู่ตรงข้ามกัน ดังนี้

(2.1) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบเป็นกลุ่มหรือรายบุคคล (Collective vs. Individual) กลวิธีการกล่อมเกล่าแบบกลุ่ม คือองค์กรจัดให้สมาชิกใหม่ทุกคนได้รับประสบการณ์ชุดเดียวกันพร้อมกัน สำหรับกลวิธีการกล่อมเกล่ารายบุคคล องค์กรจัดให้สมาชิกใหม่มีประสบการณ์หนึ่ง ๆ เพียงคนเดียว

(2.2) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบเป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ (Formal vs. Informal) กลวิธีการกล่อมเกล่าแบบเป็นทางการ คือองค์กรจัดแยกพนักงานใหม่เพื่อเข้ารับการพัฒนาความรู้ ส่วนกลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบไม่เป็นทางการ จะไม่มีการแยกพนักงานใหม่หรือระบุบทบาทเฉพาะเจาะจง

(2.3) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบยอมรับลักษณะเดิมหรือแบบถอดถอนลักษณะเดิม (Investiture vs. Divestiture) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบยอมรับลักษณะเดิม คือยอมรับพนักงานใหม่ให้ใช้ความรู้และความสามารถที่ติดตัวมา ส่วนกลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบถอดถอนลักษณะเดิม คือองค์กรปฏิเสธคุณลักษณะบุคคลและใส่คุณลักษณะใหม่เข้าไปแทน

(2.4) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบลำดับขั้นตอนหรือไม่เป็นลำดับขั้นตอน (Sequential vs. Random) กลวิธีการกล่อมเกลาทองศาแบบลำดับ

ขั้นตอน คือองค์การกำหนดขั้นตอนการกล่อมเกลათ เป็นลำดับ ส่วนกลวิธีการกล่อมเกลาแบบไม่เป็นขั้นตอน องค์การมีลำดับขั้นตอนการกล่อมเกลาที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

(2.5) กลวิธีการกล่อมเกลาทางสังคมแบบมีตัวแบบหรือไม่มีตัวแบบ (Serial vs. Disjunctive) กลวิธีการกล่อมเกลาทางสังคมแบบมีตัวแบบ คือองค์การใช้ผู้ที่มีการประสบการณ่มากกว่าในองค์กรมาให้การดูแลแก่พนักงานใหม่ และกลวิธีการกล่อมเกลาแบบไม่มีตัวแบบ คือองค์การไม่ได้กำหนดตัวแบบให้พนักงานอย่างชัดเจน

(2.6) กลวิธีการกล่อมเกลาทางสังคมแบบตารางเวลาคงที่หรือแบบที่ตารางเวลาไม่คงที่ (Fixed vs. Variable) กลวิธีการกล่อมเกลาทางสังคมแบบตารางเวลาคงที่ เป็นการจัดประสบการณ์ให้พนักงานใหม่ตามกำหนดเวลาที่แน่นอนให้สัมพันธ์กับงาน ส่วนกลวิธีการกล่อมเกลาทางสังคมแบบตารางเวลาไม่คงที่ องค์กรจะไม่มีเนื้อหาหรือประสบการณ์ให้พนักงานใหม่ได้เรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดกลวิธีการกล่อมเกลาทางสังคมขององค์กรมาใช้ในการประกอบการตั้งคำถามสัมภาษณ์ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์กร รวมถึงพนักงานใหม่ในการตอบปัญหานำวิจัย

2. แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง (Narrative)

เรื่องเล่าเป็นสิ่งที่ บรรจุ เรื่องราวอัตลักษณ์สภาพแวดล้อม และสังคมของผู้เล่า (Giddens, 1991) เรื่องเล่าที่องค์กรใช้เพื่อกล่อมเกลาและสร้างกระบวนการเรียนรู้ของพนักงานในองค์กร (Robbins, Chatterjee & Canda, 1998) โดยเรื่องเล่าและการเล่าเรื่องในองค์กรมีวัตถุประสงค์และแบ่งเป็นองค์ประกอบ ดังนี้

(1) วัตถุประสงค์ของการใช้เรื่องเล่าในองค์กร

(1.1) การใช้เรื่องเล่าเพื่อสร้างต้นแบบ เรื่องเล่าสามารถทำให้เกิดความเข้าใจ สร้างวิถีคิด และทำให้เกิดการรับรู้ในทางเดียวกัน โดยทุกวัฒนธรรมจะมีเรื่องเล่าในการถ่ายทอดวิธีคิดอย่างเป็นรูปธรรม

(1.2) เรื่องเล่าช่วยประกอบสร้างความหมายสังคมที่มีเรื่องเล่าแตกต่างกันจะมีความจริงคนละชุด โดยที่

ความจริงไม่ได้มีสิ่งที่ถูกต้องเพียงหนึ่งเดียว โดยเรื่องเล่าจะทำหน้าที่สร้างความจริงใหม่ ๆ ขององค์กร

(1.3) เรื่องเล่าใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ในองค์กร แบ่งได้ 2 รูปแบบ คือนามธรรม (Abstract) ที่เรียนรู้ด้วยหลักการเป็นข้อและเรื่องเล่า (Narrative) ที่จะสะท้อนความคิด (Reflection) เมื่อเราฟังเรื่องเล่าแล้วได้ข้อคิดอย่างไร ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่บุคคลไปสัมพันธ์กับเรื่องเล่าโดยตรงและการเรียนรู้ด้วยตัวเอง

(1.4) เรื่องเล่าเป็นทางเลือกหนึ่งของระบบข้อมูลป้อนกลับ เป็นกลไกสะท้อนตัวระบบ เนื่องจากการปรับตัวและการสร้างวงจรป้อนกลับ (Feedback loop) มีความสำคัญต่อระบบการปรับตัวขององค์กร (Self-adapting system) โดยเรื่องเล่าสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับองค์กร ขับเคลื่อน ฝ่าวิกฤต และอุปสรรคได้

(2) องค์ประกอบของเรื่องเล่าในองค์กร

(2.1) ที่มาของเรื่อง (Background to the story) บริบทต่าง ๆ และเหตุการณ์ช่วงเริ่มต้น ประกอบด้วยข้อมูลขององค์กร ตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดเหตุการณ์ มุมมองของผู้เล่าเรื่อง และเจตนาของผู้เล่าเรื่อง

(2.2) แก่นของเรื่อง (Core of the story) ส่วนสำคัญหรือบทสรุปของเรื่องเล่าขององค์กร

(2.3) ประเภทของเรื่อง (Type of story) เป็นการแบ่งว่าเรื่องเล่าหนึ่ง ๆ จัดอยู่ในประเภทใด

(2.4) โครงสร้างของเรื่อง (Structure of story) ส่วนที่บอกถึงการสร้างเรื่องเล่าที่เกิดขึ้นผ่านสิ่งต่าง ๆ ได้แก่ บริบทการไต่ระดับเรื่อง (Build up) จุดสูงสุดของเรื่อง (Climax) การกระทำ (Action) จุดพลิกผัน (Reversal) การคลี่คลายเรื่อง (Resolution) และการเรียนรู้จากเรื่องเล่า (Learning)

(2.5) ข้อคิดที่ได้จากเรื่อง (Knowledge embedded in the story) คือสิ่งที่ได้จากเรื่องเล่า

(2.6) หน้าที่ของเรื่อง (Function of the story) คือสิ่งที่ผู้เล่าเรื่องต้องการจะสื่อสารกับผู้ฟัง

นอกจาก 6 องค์ประกอบของเรื่องเล่าที่กล่าวมา เรื่องเล่าขององค์กรยังต้องอาศัยองค์ประกอบที่เป็นบริบทองค์กร (Organizational context) เพื่อมาช่วยสนับสนุนการเล่าเรื่องของผู้เล่าและผู้ฟังให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง มาใช้เป็นแบบสังเกตการณ์ในองค์กรและวิเคราะห์การเล่า เรื่องขององค์กร ผู้บริหาร และพนักงานที่อยู่มาก่อน

3. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่าในองค์กร

แนวคิดการสื่อสารวัฒนธรรมผ่านเรื่องเล่าใน องค์กร ผู้วิจัยจะกล่าวถึง 2 หัวข้อย่อย คือวัฒนธรรม องค์กร และระดับของการแสดงออก (Manifestation) ของ วัฒนธรรมองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงระดับของวัฒนธรรมองค์กร

ระดับ	ความหมาย	ตัวอย่าง
ชั้นนอก-กายภาพ (Artifacts)	วัฒนธรรมที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้	เอกสารที่เขียนไว้ การออกแบบของ สำนักงาน การแต่งตัว และพิธีกรรม
ชั้นกลาง-ค่านิยมที่ยอมรับโดยเปิดเผย (Espoused values)	ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่ควรจะเป็นในองค์กร	ปรัชญา วิสัยทัศน์ และพันธกิจของ หน่วยงาน
ชั้นในสุด - ฐานคติ (Assumptions)	วิธีคิดหรือการกระทำเบื้องหลัง ซึ่งองค์กร (โดยเฉพาะผู้ก่อตั้ง ผู้นำ) ยอมรับโดยปริยาย ไม่มีข้อสงสัย	บรรทัดฐานการทำงานที่มีประสิทธิภาพ แม้ไม่ ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร

(2.1) ระดับกายภาพ (Artifacts) เป็นการแสดงออก ของวัฒนธรรมองค์กรชั้นนอกสุด สามารถรับรู้ได้จากการ มองเห็น รับฟัง และความรู้สึกของพนักงาน โดยสามารถ จำแนก ออกมาได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทวัตถุ (เช่น การใช้สี การตกแต่ง) ประเภทพฤติกรรม (เช่น พิธีกรรม) และประเภทภาษา (เช่น คำขวัญ คำเรียกชื่อ) แม้การ แสดงออกของวัฒนธรรมทางกายภาพสามารถรับรู้ได้ง่ายแต่ อาจจะเข้าใจยาก หรือเข้าใจไม่ตรงกัน ซึ่งพนักงานแต่ละคน อาจมีความเข้าใจในการแสดงออกระดับกายภาพแตกต่างกันออกไป

(2.2) ระดับค่านิยมที่ กล่าวถึงโดยเปิดเผย (Espoused values) เป็นการแสดงออกของวัฒนธรรม องค์กรชั้นกลาง ค่านิยมที่องค์กรประกาศโดยเปิดเผย เปรียบเสมือนหลักการ เป้าหมาย มาตรฐาน แนวทางปฏิบัติ ทางสังคมซึ่งองค์กรและพนักงานเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ควรกระทำ วัฒนธรรมองค์กรประเภทนี้นำไปสู่พฤติกรรมและการ ทำงานของพนักงานที่แสดงออก นอกจากนี้ ค่านิยมที่

(1) วัฒนธรรมองค์กร คือระบบคิด (Mental program) ขององค์กรที่ทำให้พนักงานทราบว่าควรปฏิบัติ ตัวอย่างใด (Deal & Kennedy, 1991) รวมถึงการปฏิสัมพันธ์ กับโครงสร้างอย่างเป็นทางการ (Gordon, 1999) แม้ว่าจะ ไม่มีการระบุวัฒนธรรมองค์กรเป็นลายลักษณ์อักษร แต่ สามารถรับรู้ได้โดยการสังเกตจากพฤติกรรม

(2) ระดับของการแสดงออก (Manifestation) ของ วัฒนธรรมองค์กร Schein (1992) ได้กล่าวถึงการแสดงออก 3 ระดับที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ดังปรากฏในตารางที่ 1 นี้

กล่าวถึงโดยเปิดเผยยังรวมถึงธรรมเนียมปฏิบัติ บรรทัดฐาน (Norms) ซึ่งพนักงาน (โดยเฉพาะที่ทำงานมาระยะเวลา หนึ่ง) รับรู้ร่วมกันแม้ไม่ได้ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร

(2.3) ระดับฐานคติ หรือข้อตกลงพื้นฐาน (Assumptions) เป็นการแสดงออกของวัฒนธรรมองค์กร ชั้นในสุด ได้แก่ วิธีคิด ความเชื่อของพนักงานในองค์กร (โดยเฉพาะผู้ก่อตั้ง ผู้นำองค์กร) ที่ยึดถือปฏิบัติกันมาเป็น เวลานานอย่างไม่มีข้อสงสัย จนเป็นที่ยอมรับว่า “เหมาะสม” สามารถแก้ไขปัญหาขององค์กรได้จริงและเป็น ระดับที่สมาชิกในองค์กรยอมรับและแสดงออกมาโดยไม่ รู้สึกรู้สีกตัว (Unconsciously) ปรากฏให้เห็นจากพฤติกรรมและ การกระทำที่พนักงานใช้ตอบสนองต่อเหตุการณ์และปัญหา ที่เกิดขึ้น สะท้อนถึงความเชื่อ ความคิด และความรู้สึกของ พนักงาน ถือได้ว่าเป็นแก่นแท้ของวัฒนธรรมองค์กร

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารวัฒนธรรม ผ่านเรื่องเล่าในองค์กรมาใช้เป็นกรอบการตั้งคำถาม

สัมภาษณ์และประกอบการวิเคราะห์เรื่องเล่าในองค์กรเพื่อสรุปผลในการตอบปัญหานำวิจัย

เพื่อตอบวัตถุประสงค์และคำถามนำวิจัยข้อที่ 2

“เพื่อศึกษาการรับรู้และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลாதงสังคมขององค์กร” และ “การรับรู้และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมขององค์กรเป็นอย่างไร”

4. แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และการต่อรองความหมาย

การรับรู้และการต่อรองความหมายที่ผู้วิจัยรวบรวมในส่วนนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงการรับรู้และการต่อรองความหมายของพนักงานใหม่ในองค์กร เมื่อได้รับการสื่อสารผ่านเรื่องเล่าในกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมขององค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) แนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้ คือการรับรู้จากการเห็น ได้ยิน และสัมผัส (Millet, 1954) เป็นกระบวนการประมวลผลจากสภาพแวดล้อมโดยทำความเข้าใจและแปลความหมาย (Shiffman and Kanuk, 2000)

(2) Jablin (1987) กล่าวว่า กระบวนการผนวกสมาชิกใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร (Organization assimilation) เป็นไปเพื่อกล่อมเกล่า (Socialize) ปัจเจกบุคคลให้เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและดำรงอยู่ในบทบาทขององค์กรได้ ประกอบด้วยกระบวนการย่อย 2 มิติที่สัมพันธ์กันและเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการปรับตัวกับบทบาทการทำงานในองค์กร คือ การกล่อมเกลาทงสังคมจากองค์กร (Socialization) และการแสดงความเป็นปัจเจกของพนักงาน (Individualization) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

(2.1) มิติการกล่อมเกลาทงสังคมจากองค์กร (Socialization) คือ การกล่อมเกลาทงสังคมขององค์กรไปสู่พนักงานใหม่ เพื่อให้ปฏิบัติตามวัตถุประสงค์หรือสิ่งที้องค์กรตั้งขึ้น ซึ่งมีช่วงระยะเวลาตั้งแต่ก่อนการกล่อมเกล่าวัฒนธรรม (Anticipatory socialization) การเข้างานใหม่ (Encounter) จนกระทั่งการเปลี่ยนเป็นสมาชิกขององค์กร (Metamorphosis) ที่ถือว่าเป็นลำดับขั้นที่สามารถปรับตัวเข้ากับองค์กรได้ (Jablin, 1987)

(2.2) มิติการแสดงความเป็นปัจเจกของพนักงาน (Individualization) เป็นการแสดงออกในการปรับตัวของสมาชิกใหม่เมื่อเข้ามาทำงานในองค์กร กล่าวคือ ในขณะที่องค์กรสื่อสารเพื่อให้พนักงานใหม่เรียนรู้ ยอมรับและทำตามกฎระเบียบต่าง ๆ ซึ่งเป็นกติกาที่องค์กรกำหนดขึ้น (Constitutive rules) เมื่อทำงานไปได้ในระยะหนึ่งแล้วพนักงานใหม่จะพยายามปรับตัว ต่อรองความหมายและบทบาทกับสภาพแวดล้อมรอบตัวในการทำงานโดยผสมผสานกับความเป็นปัจเจก เพื่อตอบความคาดหวังขององค์กรในขณะที่ยังคงสามารถรักษาความเป็นตัวตน เพื่อจะสามารถทำงานร่วมกับองค์กรได้ในระยะยาว (Jablin, 1987)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้และการต่อรองความหมายมาใช้ในการวิเคราะห์และนำมาเป็นคำถามประกอบการสัมภาษณ์ของพนักงานใหม่เพื่อสรุปผลในการตอบปัญหานำวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาด้วยวิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participatory Observation) ร่วมกับการวิเคราะห์เรื่องเล่า (Narrative) ในองค์กรซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเชิงวาทกรรมในองค์กร (Organizational Discourse) เพื่อวิเคราะห์เรื่องเล่าที่เกิดขึ้นทั้งในเวลาการทำงานและนอกเวลาการทำงาน และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการกล่อมเกล่าพนักงานผ่านเรื่องเล่าขององค์กรจากประชากรผู้ก่อตั้งองค์กรและผู้บริหารขององค์กร (เพื่อตอบคำถามนำวิจัยข้อที่ 1) และพนักงานใหม่ (เพื่อตอบปัญหานำวิจัยข้อที่ 1 และ 2) มีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

(1) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล เพื่อทดสอบเครื่องมือการวิจัยส่วนของการสังเกตการณ์เรื่องเล่าในองค์กรและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงานใหม่ที่ทำงานในองค์กร เพื่อนำมาปรับแก้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลจริง

(2) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์กร จำนวนทั้งสิ้น 3 คน รวมทั้งพนักงานใหม่จำนวนทั้งสิ้น 13 คน โดยมีการพิทักษ์สิทธิทุกท่านไว้เป็นลายลักษณ์อักษรก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ในการวิจัย โดย

บอกวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประโยชน์ในการเข้าร่วมวิจัย การรักษาความลับ และการนำเสนอผลการศึกษาที่ไม่สามารถเชื่อมโยงถึงองค์กรและตัวบุคคลได้ พร้อมแนบหนังสือแสดงความยินยอม (Consent form)

(3) เก็บข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในองค์กร โดยใช้แบบสังเกตการณ์เรื่องเล่าในองค์กรร่วมกับแบบวิเคราะห์เรื่องเล่าในองค์กร เพื่อศึกษาเรื่องเล่าระหว่างการทำงาน

(4) วิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์โดยใช้การวิเคราะห์แก่นโครงเรื่อง (Thematic analysis) จัดประเภทการให้สัมภาษณ์ เลือกวิเคราะห์ประเด็นสำคัญ (Major theme) จากนั้นนำประเด็นสำคัญแยกเป็นประเด็นย่อย (Sub-theme) และหัวข้อย่อย (Categories) ก่อนจะนำมาสรุปผลวิจัย

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาคำถามนำวิจัยทั้ง 2 ข้อ คือ 1) เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรเป็นอย่างไร และ 2) การรับรู้และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลากิจทางสังคมขององค์กรเป็นอย่างไร โดยนำเสนอผลการวิจัยในบทความนี้เน้นส่วนของการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เป็นหลัก ยังไม่รวมถึงส่วนผลการสังเกตการณ์ผลการวิจัยตามคำถามนำวิจัยแต่ละข้อเป็นดังนี้

1. เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่

จากผลการศึกษาเรื่องเล่าและการเล่าเรื่องที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลานักงานใหม่ให้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร 2) เรื่องเล่าที่สะท้อนวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร และ 3) กลวิธีการใช้เรื่องเล่าในกระบวนการกล่อมเกลากิจทางสังคมขององค์กร ดังนี้

1.1 วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร จากการศึกษาข้อมูลจากผู้ก่อตั้งและผู้บริหารขององค์กรได้ถ่ายทอดวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรไปยังพนักงานใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1) ความสุขนิยมและ

ความอารมณ์ดี 2) ครอบครัวมีอาชีพ และ 3) ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดังนี้

1) *ความสุขนิยมและความอารมณ์ดี* (n=2) เป็นวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรตั้งต้นขององค์กรและนำมาปรับเป็นวิธีการทำงาน จนสานต่อเป็นอุปนิสัยของคนทำงานในองค์กร ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เชื่อว่าการมีความสุขมาก ๆ จะทำให้การทำงานทุกอย่างราบรื่น เพราะเมื่อเกิดความขัดแย้งกัน ทุกครั้งก็จะจบลงด้วยการยอมรับกันและแต่ละวันก็จะทำงานกันอย่างมีความสุข พวกเราเริ่มต้นทำงานภายใต้สุขนิยม ความสุขในการทำงานเป็นส่วนสำคัญ” (ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

นอกจากนี้ วัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรที่เกี่ยวกับความสุขนิยมและความอารมณ์ดีที่ยังส่งผลต่อการสื่อสารในกระบวนการกล่อมเกลานักงานมีดังนี้

1.1) บุคคลในองค์กรเป็นคนสนุกและชอบความบันเทิง (n=3) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“องค์กรอารมณ์ดีไม่ได้เพิ่งเกิดขึ้น แต่ทำมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง และทำซ้ำจนเป็นวัฒนธรรม พนักงานที่เข้ามาทำงานก็จะชื่นชอบความเป็นองค์กรเราอยู่แล้ว” (ผู้บริหาร 1, 3 สิงหาคม 2563)

1.2) การพูดคุยภาษาเดียวกันและการพูดเรื่องตลก (n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เริ่มต้นจากการทำภาพยนตร์ที่ชอบ เพราะฉะนั้นคนที่มาทำงานจะมีลักษณะคล้ายกัน ถ้าถามว่าเขาได้จากอะไรก็จากงานของเราจนเป็นวัฒนธรรมที่ปฏิบัติกันมา” (ผู้บริหาร 1, 3 สิงหาคม 2563)

1.3) การจัดกิจกรรมร่วมกันและการสร้างผลงาน (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ในฐานะผู้บริหารได้สร้างสิ่งนี้ให้เป็นเอกลักษณ์ โดยการเชื่อมโยงคนทำกิจกรรมที่สนุก รวมถึงการสร้างผลงานภาพยนตร์ที่สนุก สื่อสารอารมณ์เชิงบวก” (ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

1.4) การให้เครดิตคนทำงานทุกคน (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“จะให้เครดิตทุกคนที่ทำงาน ไม่ว่าจะเป็นผู้กำกับ คนเขียนบท หรือแม้กระทั่งแม่บ้าน เวลาเขาไปชมภาพยนตร์กับคนที่บ้าน เขาจะรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่ง” (ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

2) ครอบครัวมืออาชีพ (n=2) ผู้ก่อตั้งและผู้บริหารองค์กรได้นำมาปฏิบัติและนำมาใช้กล่อมเกลานักงาน โดยมีเหตุผลในการสร้างวัฒนธรรมและค่านิยม ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การทำงานแบบมืออาชีพจะช่วยทำให้เพื่อนร่วมงานไว้วางใจเรา แต่ยังคงเป็นครอบครัว เพราะมองว่าความเป็นครอบครัวของไทยมีความแข็งแกร่งมากและสามารถช่วยดึงศักยภาพของคนได้ ความเข้าใจกันจะช่วยให้เรารู้ว่าพนักงานมีศักยภาพอะไร” (ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

นอกจากนี้ครอบครัวมืออาชีพยังส่งผลต่อการสื่อสารในกระบวนการกล่อมเกลานักงานมีดังนี้

2.1) การเลือกและการคัดเลือกพนักงาน (n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ที่นี่จะเน้นให้พนักงานอยู่ร่วมกัน ทำงานกันแบบครอบครัวแบบมืออาชีพ เพราะฉะนั้น องค์กรจะให้ความสำคัญกับทัศนคติก่อนความสามารถ ถ้ามีความสามารถ แต่ทัศนคติไม่ดี อยู่ร่วมกันแบบครอบครัว

ไม่ได้ก็จะไม่เลือกคนนั้นเข้ามาทำงาน” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

2.2) การเรียกชื่อพนักงานและการปฏิบัติต่อกัน (n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“โดยการสื่อสารความเป็นครอบครัวนี้ เริ่มจากการใช้สรรพนามในการทำงานให้เรียกพี่น้อง แทนการต้องเรียกคุณ เพื่อไม่ให้ทุกคนรู้สึกว่าเป็นนายจ้างกับลูกจ้างกัน ทำทุกอย่างให้ดูเป็นกันเอง มากที่สุด” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

2.3) การจัดกิจกรรมรับประทานอาหารร่วมกัน (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ที่นี่จะจัดกินข้าวร่วมกันบ่อย เริ่มทำมาแต่แรกเริ่มและส่งต่อมายังหัวหน้าแผนก ทำให้เกิดการถ่ายทอดลงไปสู่คนในทีมจนกลายเป็นสิ่งที่คนที่นี่คุ้นชินแล้ว” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

2.4) บรรยากาศและการตกแต่งสถานที่ (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เริ่มต้นมาจากผู้ก่อตั้งที่ชื่นชอบสิ่งเดียวกัน และเติบโตมาจากการเป็นโปรดักชั่นเฮาส์ บรรยากาศขององค์กรจึงมีลักษณะเป็นรูปแบบบ้าน สภาพแวดล้อมเหมือนทำงานอยู่ที่บ้าน ช่วยให้เป็นครอบครัวที่อบอุ่นมา จนถึงปัจจุบันนี้” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

3) ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (n=1) ซึ่งเกิดขึ้นหลังจากการดำเนินธุรกิจ ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ตอนแรกไม่มีเรื่องนี้เกิดขึ้นมา เราเริ่มต้นทำงานด้วยแนวคิดเชิงธุรกิจ แต่ก็ยังมีความผิดพลาดอยู่ ประกอบกับธุรกิจภาพยนตร์เราไม่สามารถคาดเดาผลกำไรได้” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

3.1) การใช้พิธีกรรมเพื่อความสบายใจในการทำงาน
(n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ธุรกิจภาพยนตร์เป็นธุรกิจที่เราไม่สามารถคาดเดาผลกำไรได้ การทำพิธีกรรมบวงสรวงจึงเป็นหลักจิตวิทยาที่ทำให้เกิดความสบายใจในการทำงาน”
(ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

3.2) การใช้พิธีกรรมในการรวมกลุ่มคนทำงาน (n=1)
1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การทำพิธีกรรมบวงสรวงที่นอกจากจะเป็นความสบายใจแล้ว พิธีกรรมยังเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนมารวมตัวกัน เพราะการทำภาพยนตร์ไม่ได้มีแค่คนในองค์กร ทำให้คนเบื้องหน้า เบื้องหลัง และคนที่ทำหน้าที่ต่าง ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกันได้พบปะเจอหน้ากัน” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

3.3) ตอบโจทย์ครอบครัวและให้อิสระทางความเชื่อ
(n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ผู้นำองค์กรมีความเชื่อเรื่องการสวดมนต์ไหว้พระ ทำบุญอยู่แล้ว แต่องค์กรไม่ได้บังคับต้องเชื่อเหมือนกันหมด แต่มองว่าการสวดมนต์ทำให้มีสติขึ้น และการทำบุญถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่ตอบโจทย์ความเป็นครอบครัวไทย ทำให้ที่นี่ดูเป็นครอบครัวเดียวกัน”
(ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

1.2 เรื่องเล่าที่สะท้อนวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร แบ่งออกเป็น 4 เรื่อง คือ 1) เรื่องเล่าความเป็นมาขององค์กร 2) ความยากลำบากของการทำงาน 3) ความผิดพลาด การเรียนรู้ และความสำเร็จขององค์กรในอดีต และ 4) ความภาคภูมิใจของคนในองค์กร ดังนี้

1) เรื่องเล่าความเป็นมาขององค์กร (n=1) คือ ประสบการณ์การทำงานของผู้ก่อตั้งองค์กรที่เริ่มจากการทำงานด้วยการเป็นคนตัวเล็ก ๆ ไม่ได้ตั้งต้นจากการทำธุรกิจ ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรื่องที่มีมักจะเล่าให้ทุกคนฟังจะเป็นเรื่องของผู้ก่อตั้งองค์กรที่นี่ ไม่ได้เริ่มจากการเป็นนักธุรกิจ แต่ทำงานจากประสบการณ์ที่เคยทำมาแล้วเป็นเวลากว่าสิบปี ทำให้พวกเราจะเข้าใจคนทำงาน จะบอกทุกคนเสมอว่าผู้ก่อตั้งองค์กรนี้ทุกคนเริ่มมาจากคนตัวเล็ก ๆ ที่จะรู้ว่าโอกาสของงานที่ทำมาจะเป็นไปได้แค่ไหน แล้วจะออกมาเป็นอย่างไร ตามความเข้าใจ” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

2) ความยากลำบากของการทำงาน (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ตัวอย่างเรื่องเล่าที่เล่าบ่อย ก็จะเป็นการออกกองถ่ายทำภาพยนตร์ ซีรีส์ ในวันนี้มีทุกสิ่งทุกอย่างที่เนรมิตได้ทุกอย่างด้วยมือถือเครื่องเดียวที่ติดต่อสื่อสารกันได้ แต่เมื่อก่อนจะออกกองครั้งหนึ่งซีเรียสกว่าตอนนี้มาก เราจะไม่สามารถติดต่อสื่อสารกันได้...” (ผู้บริหาร 1, 3 สิงหาคม 2563)

3) ความผิดพลาด การเรียนรู้ และความสำเร็จขององค์กรในอดีต (n=2) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ส่วนมากเรื่องที่เล่าจะเป็นเรื่องซ้ำ ๆ จะเป็นเรื่องวันที่บริษัทเกือบจะต้องปิดไปแล้ว แต่ยังสามารถกลับมาได้เพราะภาพยนตร์เรื่องนั้น ทำให้องค์กรนี้ยังได้กลับมาทำหนังได้จนถึงปัจจุบัน นี้ เราจะคุยเรื่องนี้กันเกี่ยวกับความจริง ไม่มีการปิดบัง” (ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

4) ความภาคภูมิใจของคนในองค์กร (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรื่องผลงานขององค์กร เป็นที่น่าภาคภูมิใจและพบว่าพนักงานทุกคนที่มาสมัครงานที่นี่จะเติบโตมาจากภาพยนตร์สักเรื่องหนึ่ง กลายเป็นจุดเริ่มต้นที่เชื่อมโยงพนักงานกับองค์กรเข้าด้วยกัน ทำให้แทบไม่ต้องเล่าประวัติขององค์กร” (ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

1.3 กลวิธีที่ใช้เรื่องเล่าในกระบวนการกล่อมเกลாதงสังคมขององค์กร แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1) การกล่อมเกลாதงสังคมทั้งแบบเดี่ยวและแบบกลุ่ม (Collective and Individual) (n=2) โดยใช้การประชุม และการรับประทานอาหารร่วมกัน ทั้งรูปแบบทางการและไม่เป็นทางการ ดังจะกล่าวในหัวข้อถัดไป

2) การกล่อมเกลาทงสังคมทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Formal and Informal) (n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“มีโอกาสนในการถ่ายทอดในหลายช่วงและหลายทาง การประชุมอัปเดตประจำสัปดาห์ นอกจากการทำงานร่วมกันแล้ว ยังมีการกินข้าวร่วมกัน”
(ผู้บริหาร 2, 6 สิงหาคม 2563)

3) การกล่อมเกลาทงสังคมแบบมีตัวแบบ (Serial) (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“พี่จะจัดให้ทุกคนทำงานร่วมกันและมีกิจกรรมให้คนใหม่ได้เจอกับคนเก่า เพื่อให้คนที่ไม่รู้จักกัน ได้เจอกัน แล้วให้คนที่อยู่มาก่อนส่งต่อเรื่องเล่าต่อกันเอง” (ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

4) การกล่อมเกลาทงสังคมแบบไม่มีลำดับขั้นตอนและตารางเวลาไม่คงที่ (Sequential and Variable) (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“การทำงานจะเริ่มตั้งแต่ต้นทาง ไม่มีกำหนดตายตัว ขึ้นอยู่กับการทำงานในช่วงเวลาของการทำหนึ่ง ที่นี้พนักงานจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรก็ต่อเมื่อได้เริ่มอยู่ในการทำภาพยนตร์ ถ้าคนที่เข้ามาแล้วได้ทำหนึ่งเลยก็จะอินกับองค์กรได้เร็ว ...”
(ผู้บริหาร 3, 26 สิงหาคม 2563)

2.การรับรู้และการต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่

จากผลการศึกษาการรับรู้และการต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่

สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็น ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร เรื่องเล่าที่รับรู้ภายในองค์กร และการยอมรับและการต่อรองความหมายในกระบวนการกล่อมเกลาทงสังคมขององค์กรผ่านเรื่องเล่า ดังนี้

2.1 การรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร จากการศึกษาข้อมูลจากพนักงานใหม่เกี่ยวกับการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังนี้

1) ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (n=10) แม้องค์กรจะไม่ได้สื่อสารวัฒนธรรมองค์กรนี้เป็นหลัก แต่ถือว่าเป็นสิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญอย่างมากในการทำงานและการอยู่ร่วมกันในองค์กรแห่งนี้ ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

1.1) การเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์เพื่อความสบายใจ (n=3) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ที่นี่จะทำอะไรต้องดูฤกษ์ก่อนข้างจริงจังและให้ความสำคัญกับพิธีกรรม... แต่สำหรับเราว่ามันดีนะ ไม่ได้เป็นข้อเสีย ทำแล้วก็สบายใจดี” (พนักงาน 1 ช่วงอายุ 25-30 ปี, 26 กรกฎาคม 2563)

1.2) การรวมกลุ่มคนทำงานไว้ด้วยกัน (n=1) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“คิดว่ามันเป็นการรวมกันและรวมพลังกันของคนในองค์กร อย่างการสวดมนต์ก่อนเริ่ม ประชุม การไปไหว้เจ้าที่ร่วมกันก่อนทำกิจกรรม” (พนักงาน 4 ช่วงอายุ 30-35 ปี, 26 กรกฎาคม 2563)

1.3) การเปิดโอกาสให้เลือกเข้าร่วมพิธีกรรมตามความสมัครใจ (n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“บางครั้งมันก็เป็นเรื่องของจิตใจด้วย มองอีกมุมหนึ่ง อย่างถ้านับถือศาสนาอื่น บางคน อาจจะไม่ได้อายุทำตาม” (พนักงาน 7 ช่วงอายุ 20-25 ปี, 19 มิถุนายน 2563)

1.4) การให้ความสำคัญกับความเชื่อมากกว่าสิ่งอื่น
(n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เห็นจากการบวงสรวงและเวลาที่ผู้บริหาร
พูดระหว่างการประชุม ว่าเขาให้ความสำคัญกับสิ่ง
เหล่านี้มากพอสมควร” (พนักงาน 10 ช่วงอายุ 20-25
ปี, 19 กรกฎาคม 2563)

1.5) ความเชื่อที่ขัดกับเรื่องของการทำงาน (n=4)
ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...ความเชื่อการทำพิธีกรรมหรือการดูดวง
รู้สึกว่ามันก็ยึดเหนี่ยวจิตใจได้ แต่ไม่รู้จะทำไป
เพื่ออะไร มันไม่ได้ช่วยในการทำงาน ...” (พนักงาน 7
ช่วงอายุ 20-25 ปี, 19 มิถุนายน 2563)

2) ครอบครัวมีอาชีพ (n=10) พนักงานส่วนใหญ่
รับรู้ถึงความเป็นครอบครัวเท่านั้น ดังนี้

2.1) ความเป็นครอบครัว (n=5) ดังตัวอย่างผลการ
สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ทุกคนคือพี่คือน้องกัน เข้ามาทุกคนจะ
แนะนำตัวเป็นพี่เป็นน้อง มีการแนะนำอายุกัน แทนที่จะ
เรียกคุณ อ้น มันดูห่าง” (พนักงาน 3 ช่วงอายุ 25-30 ปี,
2 สิงหาคม 2563)

2.2) บรรยากาศและการตกแต่งสถานที่ (n=6)
ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“คนที่นี่จะไม่แบ่งความสนิทกันตามแผนก
การจัดรูปแบบออฟฟิศที่เป็นบ้าน มันลดความตึงเครียด
ทางการกระทำอัตโนมัติ” (พนักงาน 3 ช่วงอายุ
25-30 ปี, 2 สิงหาคม 2563)

2.3) ความเป็นครอบครัวเป็นอุปสรรคต่อความ
เป็นมืออาชีพ (n=4) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“บรรยากาศต่าง ๆ การพูดคุยงาน การ
ประชุม มีการรับฟังกัน ถ้าวู้สึกไม่ดี มีความเป็นพี่

น้องกัน แต่มีข้อเสียทำให้ไม่พูดกันตรง ๆ” (พนักงาน
1 ช่วงอายุ 25-30 ปี, 23 สิงหาคม 2563)

2.4) ความเป็นครอบครัวขาดหายไปเมื่อต้อง
ทำงานหนัก (ไม่เข้าใจคำว่ามืออาชีพ) (n=1) ดังนี้

“คำว่าครอบครัวก็มี เพราะมีชวนกันไปกิน
ข้าว แต่เมื่อทำงานก็ให้น้ำหนักกับงานมากกว่า อยู่ดึก
รอเขาหลายวันแบบไม่มีเหตุผล” (พนักงาน 8 ช่วง
อายุ 20-25 ปี, 13 กรกฎาคม 2563)

3) ความสุจริต (n=1) พนักงานรู้สึกได้จากการ
ปฏิบัติงานในองค์กรที่ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างชีวิตและ
การทำงาน แต่ก็พบว่ามาจากวัฒนธรรมย่อยที่สอดคล้องกัน
ด้วย ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“รับรู้จากผู้บริหารที่เลือกทำงานแบบสะดวก
ใจ หาคอนเนกชันเพื่อให้การทำงานไม่ลำบากใจ เขาจะ
ทำให้ลูกน้องสบายใจในการทำงาน” (พนักงาน 2 ช่วง
อายุ 25-30 ปี, 23 กรกฎาคม 2563)

2.2) เรื่องเล่าที่รับรู้ในองค์กร แบ่งเป็น 4 ประเด็น
คือ 1) ความเป็นมาและความยากลำบากขององค์กร
2) ความผิดพลาด การเรียนรู้และความสำเร็จขององค์กร
3) ความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และ 4) ความภูมิใจในองค์กร ดังนี้

1) ความเป็นมาและความยากลำบากขององค์กร
(n=4) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เริ่มจากคนที่ทำภาพยนตร์จนบริษัทกำลังจะ
เจ๊ง แต่กลับมาได้เพราะมีหนังที่ทำรายได้ ทำให้องค์กร
กลับมาทำภาพยนตร์ได้ถึงวันนี้” (พนักงาน 1 ช่วงอายุ
25-30 ปี, 23 สิงหาคม 2563)

2) ความผิดพลาด การเรียนรู้และความสำเร็จของ
องค์กรในอดีต (n=3) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เคยได้ยินเรื่องเกี่ยวกับโควิด ตอนที่เกิด
วิกฤตขึ้น แต่องค์กรก็ไม่ได้ลดเงินเดือน ความรู้สึกของ

เรามันดีมาก เราทำงานให้เต็มที่” (พนักงาน 8 ช่วงอายุ 20-25 ปี, 13 กรกฎาคม 2563)

3) ความเชื่อด้านสิ่งศักดิ์สิทธิ์ (n=3) ดังตัวอย่าง ผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรื่องการตั้งชื่อหนังสือตามอาจารย์ที่คนในบริษัทนับถือ คือตั้งชื่อหนังสือต้องมีเครื่องหมายพิเศษ หรือต้องมีจุดเพื่อแก้เคล็ด และชื่อจะต้องให้อาจารย์ตัดสินใจ ส่วนตัวคิดว่าเรื่องนี้เกินไป ไม่เกี่ยวอะไรกับการประสบความสำเร็จ...” (พนักงาน 8 ช่วงอายุ 20-25 ปี, 13 กรกฎาคม 2563)

4) ความภาคภูมิใจของคนในองค์กร (n=2) ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ภาพยนตร์ทุกเรื่องประสบความสำเร็จจากการทำงานของคน เราภูมิใจมากที่ทุกคนมองแบบนั้น เวลาเล่ากับใครก็จดจำเราได้” (พนักงาน 5 ช่วงอายุ 25-30 ปี, 19 สิงหาคม 2563)

2.3 การยอมรับและการต่อรองความหมายในกระบวนการกล่อมเกลางานสังคมขององค์กรผ่านเรื่องเล่า โดยผลลัพธ์ที่ได้แบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

1) ยอมรับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร และอยากปฏิบัติงานต่อ (n=4) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ชอบทำงานแบบครอบครัว และชอบความสามารถของคนในองค์กร แต่ถ้าไปเจอบุคคลากรทำงานที่ไม่ชอบ ก็ไม่อยากทำงานที่นี่ต่อ” (พนักงาน 6 ช่วงอายุ 30-35 ปี, 27 กันยายน 2563)

2) ยอมรับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร แต่ไม่
อยากปฏิบัติงานต่อ (n=3) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“รู้สึกสบายใจกับสิ่งนี้ แต่ถ้าจะลาออกจะออก เพราะเนื้องาน รู้สึกว่าทำงานเกินความรับผิดชอบที่ควรจะเป็น” (พนักงาน 3 ช่วง อายุ 25-30 ปี, 2 สิงหาคม 2563)

3) ไม่ยอมรับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร แต่
อยากปฏิบัติงานต่อ (n=3) ดังผลการสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“วัฒนธรรมเหล่านี้ไม่ได้มีผลทั้งหมดในการทำงาน มันเป็นเรื่องความสบายใจ เราทำงานมาหลายที่
เลยคิดว่าที่นี่ดีที่สุดแล้ว” (พนักงาน 13 ช่วงอายุ 30-35 ปี, 1 สิงหาคม 2563)

4) ไม่ยอมรับวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กร และ
ไม่อยากปฏิบัติงานต่อ (n=4) ดังต่อไปนี้

“รู้สึกว่าอายุไปก็เติบโตยาก ทั้งในด้านการทำงานและความสุข ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรทั้งหมดที่กล่าวไปเป็นสิ่งที่เราอาจจะยังไม่ fit in” (พนักงาน 11 ช่วงอายุ 20-25 ปี, 29 กรกฎาคม 2563)

ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาโดยการเปรียบเทียบการเล่าเรื่องขององค์กร ผู้บริหาร และพนักงาน รวมถึงการรับรู้ต่อเรื่องเล่าของพนักงานใหม่ ดังปรากฏในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปการรับรู้และการต้อนรับความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลாதาสังคมขององค์กร

วัฒนธรรมองค์กร	เรื่องเล่า	กิจกรรมการสื่อสาร	กลวิธีการสื่อสาร	การรับรู้ของพนักงาน	การต้อนรับความหมาย
วัฒนธรรม ความสุชนิยม/ ความอารมณดี	- เปลี่ยนความผิดพลาดและอุปสรรคให้เป็นเรื่องที่ดี - เห็นความสำคัญของคนทำงานทุกคน และไม่ทิ้งใครสักคน - ทำงานเต็มที่กับสิ่งที่มอบหมาย - การทำงานที่โปร่งใส	- เลือกการทำงานแบบสะดวกใจ ไม่ให้พนักงานลำบากใจ - การพูดคุยแต่เรื่องดี ๆ ตลอด และสนุกสนาน - มีสมดุลของชีวิตและการทำงาน - เปรียบเทียบกับองค์กรอื่น	- เลือกพาร์ทเนอร์ทำงานจากคนที่รู้จักมาก่อน - พูดคุยตกลงกันภายในแผนกเรื่องของการทำงาน	- ผู้บริหารจะเลือกการทำงานที่ทำได้แล้วสบายใจ - หัวหน้าจะเลือกงานที่ให้อำนาจสบายใจ - การจัดสรรชีวิตกับการทำงาน	การพูดแต่เรื่องดีของตัวเอง ทำให้เกิดการอวยตัวเอง และองค์กรจะไม่พัฒนา
ระบบอาวุโส	บุคคลที่อยู่มาก่อนขององค์กร	การประชุมเฉพาะหัวหน้างานแต่ละส่วนที่ต้องเชิญผู้ใหญ่มากำหนดภาพให้ครบ	- การทำงานและการประชุมส่วนมากผู้ตัดสินใจจะเป็นคนที่เป็นผู้ใหญ่ในต่อนั้น - ทุกชิ้นงานจะต้องมีผู้ใหญ่กำกับดูแล	- การให้ความสำคัญกับคนที่เป็นผู้ใหญ่ก่อน - มีลำดับขั้นของการสื่อสาร - ระบบอาวุโสเกิดขึ้นในส่วนของกลุ่มย่อยเท่านั้น - การประชุมต้องให้ผู้ใหญ่พูดก่อน	- ไม่กล้าแสดงความคิดเห็น - เข้าใจว่าเป็นวัฒนธรรมองค์กรไทย - ทำใจยอมรับและปฏิบัติตาม - ทำงานตามที่หัวหน้าสั่ง ไม่ได้แสดงความสามารถ

ตารางที่ 2 สรุปการรับรู้และการตอบสนองต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลாதาสังคมขององค์กร (ต่อ)

วัฒนธรรมองค์กร	เรื่องเล่า	กิจกรรมการสื่อสาร	กลวิธีการสื่อสาร	การรับรู้ของพนักงาน	การตอบสนองความหมาย
ความเชื่อด้าน สิ่งศักดิ์สิทธิ์	- กิจกรรมส่งเสริมสรีรศาสตร์ในองค์กรที่เคยมีต้องยกเลิก เพราะขัดต่อความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ - การตั้งชื่อภาพยนตร์ตามที่อาจารย์แนะนำทางหลักโหราศาสตร์	- พิธีกรรม การบวงสรวง การดูฤกษ์ยาม ฮวงจุ้ย - การสวมชุดและปฏิบัติธรรม - ความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทำให้ประสบความสำเร็จ	- มีการสวดมนต์ก่อนการประชุม - การให้ก่อนการทำงานที่สำคัญ - การทำงานที่สำคัญต้องผ่านการดูฮวงจุ้ยและฤกษ์ก่อน - บวงสรวงร่วมกัน	- การให้ การทำพิธีกรรมเพื่อความสบายใจในการทำงาน - พิธีกรรมช่วยในการรวมกลุ่มคนทำงาน - บางครั้งเป็นการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล - เชื่อถึงสิ่งศักดิ์สิทธิ์มากกว่าพนักงาน - ความเชื่อขัดต่อการทำงาน	- ปฏิบัติตามคนส่วนใหญ่ - ทำไปโดยไม่สมัครใจ - เชื่อตามหลักของตลาดมากกว่าสิ่งศักดิ์สิทธิ์ - เข้าร่วมเฉพาะบางพิธี
ครอบครัว (มีอาชีพ)	- ความเป็นมาของกลุ่มคนที่เริ่มก่อตั้งองค์กร - องค์กรผ่านจุดที่เกือบล้มมาได้ - จากภาพยนตร์เรื่องหนึ่ง - ผู้บริหารและผู้ก่อตั้งองค์กร - เป็นต้นแบบในการทำงานของพนักงานรุ่นใหม่	- จัดรูปแบบองค์กรแบบบ้าน - การพูดถ้อยคำน้ำใจกันในการปฏิบัติงาน - การทำงานหนัก (กลุ่มย่อย) - การแต่งตัวแบบไม่ทางการ - การใช้สรรพนามแบบพี่น้อง - พนักงานนั่งกินข้าวร่วมกับผู้บริหารได้	- เรียกแทนตัวเองว่าพี่กับน้อง - ทำงานร่วมกันในทุกแผนก - แต่ละแผนกจะมีการกินข้าวร่วมกัน	- การแนะนำให้รู้จักกันในองค์กร - การถนอมน้ำใจซึ่งกันและกัน ไม่มีการต่อว่ากัน - นับถือและใช้สรรพนามแบบพี่น้อง - การออกแบบพื้นที่ให้เหมือนบ้านมากกว่าออฟฟิศ - การแต่งตัวสบาย ๆ เหมือนอยู่บ้าน - การพูดคุยกันอย่างสนุกสนาน - เวลาการทำงานที่เท่าเทียมกันหมด	- ความเป็นมืออาชีพในการประชุม - การถนอมน้ำใจหรือการพูดในทางบวกทำให้ไม่สามารถแสดงความคิดเห็นได้จริง - การให้งานหนักมากเกินไป - อยู่ติดแบบไม่เห็นใจกัน - แผนกย่อยทำให้ความเป็นครอบครัวหายไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องเล่าขององค์กรและการรับรู้ และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าขององค์กรของพนักงานใหม่ ในบทความนี้ ผู้วิจัยจะอภิปรายผลโดยเลือกเฉพาะประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

1. เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องขององค์กรที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลพนักงานใหม่

จากผลการศึกษาพบว่าเรื่องเล่าจะตีความและเข้าใจจนเกิดเป็นกระบวนการกล่อมเกลทางสังคมในระดับวัฒนธรรม (White, 2010) เรื่องเล่าขององค์กรกรณีศึกษาในธุรกิจผลิตภาพยนตร์มาจากวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรที่มีลักษณะของความสุขนิยม การอยู่กันแบบครอบครัว และความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งวัฒนธรรมและค่านิยมเหล่านี้เกิดจากความเชื่อและคุณลักษณะของผู้ก่อตั้งองค์กร อาจกล่าวได้ว่าความเชื่อและคุณลักษณะของผู้ก่อตั้งหรือผู้นำในองค์กรเป็นแบบใด จะทำให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรแบบนั้น

วัฒนธรรมองค์กรเริ่มต้นจากผู้ก่อตั้งองค์กรที่สร้างไว้ตั้งแต่ระดับฐานคติ (Assumption) มาสู่ระดับค่านิยมที่เปิดเผย (Espoused values) และถ่ายทอดออกมาในระดับกายภาพ (Artifacts) ดังปรากฏในผลการศึกษาที่สะท้อนให้เห็นว่าการแสดงออกของวัฒนธรรมองค์กรที่เกิดขึ้นทั้ง 3 ระดับ สอดคล้องในทิศทางเดียวกันรวมทั้งเรื่องเล่าที่เกิดขึ้น ตามแนวคิดของ Schein (1992) ตัวอย่างเช่นองค์กรกรณีศึกษามีวัฒนธรรมองค์กรระดับฐานคติเรื่องการเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์และทำงานบนวัฒนธรรมความเป็นไทยที่องค์กรเชื่อและรับไว้เสมือนเป็นความจริงโดยไม่รู้ตัว (Unconsciously) และไม่ได้สื่อสารโดยตรง ปรากฏให้เห็นจากความเชื่อที่สะท้อนออกมาผ่านการเคารพบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การประกอบพิธีกรรมที่ให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์เข้ามามีบทบาทในการทำงานตามแบบวัฒนธรรมไทย นอกจากระดับฐานคติแล้ว องค์กรกรณีศึกษาได้สื่อสารความเชื่อดังกล่าวในระดับค่านิยมที่เปิดเผยและระดับกายภาพและเรื่องเล่า (Narratives) เช่น การมีรูปเคารพสิ่งศักดิ์สิทธิ์อยู่ภายในองค์กร การตั้งสิ่งของในตำแหน่งตามความเชื่อโหราศาสตร์ รวมถึงการแสดงออกผ่านทางพฤติกรรมที่พนักงานเข้าร่วมพิธีกรรมขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นการบวงสรวงก่อนถ่ายทำภาพยนตร์และการดูฤกษ์ยามทำ

กิจกรรม อีกทั้งในส่วนของเรื่องเล่าพบว่าองค์กรใช้เรื่องเล่าของความเชื่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ว่าเป็นสิ่งที่ทำให้สบายใจในการทำงานจากความไม่แน่นอนในธุรกิจผลิตภาพยนตร์ไทย

นอกจากเรื่องเล่าเกี่ยวกับความเชื่อในสิ่งศักดิ์สิทธิ์แล้ว องค์กรกรณีศึกษายังประกอบสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับวัฒนธรรมและค่านิยมของความสุข และครอบครัวมีอาชีพไปยังพนักงาน เช่น เรื่องเล่าที่เกี่ยวข้องกับความเป็นมา ความยากลำบาก ความผิดพลาดในอดีต การเรียนรู้ และความสำเร็จขององค์กร รวมถึงความภาคภูมิใจในองค์กร นอกจากนี้ องค์กรกรณีศึกษายังมีต้นแบบของบุคคลที่เป็นแบบอย่างด้านภาพยนตร์ที่พนักงานให้การยกย่อง จัดอยู่ในระดับการแสดงออกที่สะท้อนวัฒนธรรมองค์กรในด้านวีรบุรุษ (Heroes) ด้วย (Hofstede et al., 1990)

เรื่องเล่าที่เกี่ยวกับความเป็นมา ความยากลำบาก ความผิดพลาดในอดีต การเรียนรู้ การฝ่าฟันอุปสรรคจนไปสู่ความสำเร็จ มีส่วนกล่อมเกลாதศนคติพนักงานให้เชื่อมั่นและสร้างแรงบันดาลใจให้สามารถประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ นอกจากนี้ เรื่องเล่ายังกล่อมเกลาระดับพฤติกรรม กล่าวคือ การประสบความสำเร็จอาจไม่มาโดยง่าย แต่หากมีความมุ่งมั่นและปฏิบัติร่วมกับองค์กรที่เคยผ่านบททดสอบจนได้รับชัยชนะ ก็จะสามารถก้าวข้ามอุปสรรค และประสบความสำเร็จร่วมกับองค์กร เช่นเดียวกับโครงเรื่องเล่าการผจญภัยของวีรบุรุษ (Campbell, 1973)

การแสดงออกของวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรกรณีศึกษาที่มีความสอดคล้องกัน 3 ระดับ สอดคล้องกับผลการศึกษาในอดีตที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเล่าในองค์กรของบริษัทวอลต์ ดิสนีย์ (Walt Disney) ในยุคหลังสมัยใหม่ (Boje, 1995) โดยใช้การเล่าเรื่องผ่านวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรเกี่ยวกับความสุขไปยังพนักงานและสื่อสารวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรในทุกระดับเช่นเดียวกันเมื่อเปรียบเทียบกับแล้วทั้งสององค์กรมีจุดยืนที่คล้ายกัน แต่แตกต่างกันในด้านการแสดงวัฒนธรรมตามแบบตะวันตกกับแบบไทย ๆ ดังนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าการนำวัฒนธรรมและค่านิยมแบบ “ความสุขนิยม” มาใช้ในกระบวนการกล่อมเกลทางสังคมเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความสำเร็จขององค์กรประเภทบริษัทผลิตภาพยนตร์ โดยองค์กรกรณีศึกษาได้เพิ่มเติมวัฒนธรรมไทยเข้าไป ได้แก่ ความเป็นครอบครัว

และความเชื่อเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่องค์กรมองว่าเป็นสิ่งที่ส่งผลให้เกิดความสุขในการทำงานร่วมกันนั่นเอง

ขั้นตอนในกระบวนการกล่อมเกลாதงาสังคม องค์กรกรณีสึกษาได้สื่อสารวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ผ่านเรื่องเล่า 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ขั้นกล่อมเกลาชิงการสร้างความคาดหวัง (Anticipatory Socialization) 2) ขั้นแรกเข้าสู่องค์กร (Encounter) และ 3) ขั้นเปลี่ยนเป็นสมาชิกขององค์กร (Metamorphosis) โดยองค์กรได้ใช้ วัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรครอบครัวยุอาชีพเพื่อสื่อสาร ความคาดหวังแก่ผู้ที่สนใจจะร่วมงานและใช้เป็นเกณฑ์ในการเลือกคนเข้าทำงาน ทั้งนี้ผู้บริหารและผู้ก่อตั้งองค์กรจะ สัมภาษณ์เพื่อคัดเลือกโดยใช้เกณฑ์การพิจารณาทัศนคติ ก่อนความสามารถ ทำให้พนักงานที่เข้ามาทำงานในองค์กร ถูกคัดกรองระบบคิดที่สอดคล้องมาแล้วในระดับหนึ่ง ก่อนที่ พนักงานจะเข้ามาถูกกล่อมเกลาวัฒนธรรมและค่านิยม องค์กรอีกครั้งตามขั้นตอน นอกจากนี้ ในขั้นตอนแรกเข้าสู่ องค์กร องค์กรได้ใช้เรื่องเล่าสื่อสารเพื่อให้พนักงานสามารถ ปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กรตั้งแต่เริ่มต้น กล่าวได้ว่าองค์กรกรณีสึกษามีกระบวนการกล่อมเกลาทงาสังคมกับพนักงานครบทุกขั้นตอน

2. กลวิธีที่ใช้ในกระบวนการกล่อมเกลาทงาสังคม

องค์กรกรณีสึกษาใช้กลวิธีการกล่อมเกลาทงาสังคมครบทั้งหมด 6 มิติ โดยเน้นการใช้กลวิธีการกล่อมเกลาทงาสังคมเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Formal and Informal) ร่วมกับการกล่อมเกลาแบบกลุ่มหรือรายบุคคล (Collective vs. Individual) ผ่านการประชุมและการ ทำงานร่วมกัน การกล่อมเกลาทงาสังคมแบบทางการที่เน้น สถาบันเป็นศูนย์กลาง (Institutionalized Socialization) ทำให้พนักงานเข้าใจองค์กรและพึงพอใจในงานมากขึ้น (Saks and Ashforth, 1997) รวมทั้งยังใช้กลวิธีการกล่อมเกลาแบบไม่เป็นทางการผสมผสานอีกด้วย

นอกจากนี้ องค์กรกรณีสึกษายังใช้กลวิธีการ กล่อมเกลาแบบมีตัวแบบ (Serial) เพื่อให้พนักงานใหม่เริ่ม พบเจอและได้รับการถ่ายทอดจากผู้บังคับบัญชาหรือ พนักงานเก่า โดยจะถ่ายทอดเรื่องเล่าและวัฒนธรรมองค์กร ไปสู่พนักงานใหม่ องค์กรได้ใช้ระบบพี่เลี้ยงเป็นตัวแบบ ให้กับพนักงานใหม่ เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับองค์กร พนักงาน

ใหม่จึงประสบความสำเร็จในการทำงานจากความรู้เกี่ยวกับ องค์กรที่เพิ่มขึ้น (Ostroff & Kozlowski, 1992) และการ รับรู้ความสามารถตนเองเพิ่มขึ้นทำให้พนักงานพึงพอใจใน งานเพิ่มขึ้นตามไปด้วย (Saks and Ashforth, 1997)

3. การรับรู้และต่อรองความหมายต่อเรื่องเล่าของ องค์กรของพนักงานใหม่ในกระบวนการกล่อมเกลาทงาสังคมขององค์กร

ผลการศึกษาพบว่า โดยส่วนใหญ่ พนักงานใหม่ใน องค์กรกรณีสึกษาการรับรู้เรื่องเล่าที่สะท้อนวัฒนธรรมและ ค่านิยมสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับที่ผู้ก่อตั้งและที่ องค์กรถ่ายทอด อย่างไรก็ตาม การรับรู้ของพนักงานต่อเรื่อง เล่าที่สะท้อนวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรเรื่อง “ครอบครัวมืออาชีพ” แตกต่างกันไป กล่าวคือ มีทั้งที่รับรู้ และไม่รู้ถึงความเป็น “มืออาชีพ” หรือรับรู้แต่ไม่ได้เป็น ประเด็นเดียวกับที่องค์กรสื่อสาร ดังนี้

ด้านการรับรู้ที่สอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรสื่อสาร พนักงานรับรู้ในทิศทางเดียวกับที่องค์กรสื่อสารทั้งหมด ไม่ ว่าจะเป็นการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ความสุขนิยม และความ เป็นครอบครัว แต่ส่วนการรับรู้ที่ไม่สอดคล้อง พนักงานได้ รับรู้ถึง “ความเป็นครอบครัว” มากกว่า “ครอบครัวมือ อาชีพ” โดยรับรู้ถึงความเป็นครอบครัวจากการเล่าเรื่องและ แสดงออกของวัฒนธรรมในระดับกายภาพ (Artifacts) โดย ในด้านวัตถุ เช่น การออกแบบและตกแต่งภายในเหมือน บ้าน ด้านพฤติกรรม พนักงานรับรู้ความเป็นกันเองจากการ ทำงานและการจัดรับประทานอาหารร่วมกัน และด้านภาษา พนักงานรับรู้จากการเรียกระดมแบบพี่น้อง โดยเฉพาะ เรื่องเล่าที่พนักงานรับรู้จะเป็นเรื่องเกี่ยวกับความเป็นมาของ องค์กร ความยากลำบากที่ผ่านมาและบุคคลต้นแบบใน องค์กร ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวไปเป็นสิ่งที่องค์กรได้สื่อสารมายัง พนักงาน แต่เหตุที่พนักงานใหม่ยังไม่รับรู้ถึงค่านิยม “ความ เป็นมืออาชีพ” นั้น เนื่องจากวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่ร่วม ทำงานอยู่ไม่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมหลักได้ครบถ้วน เช่น การสื่อสารของผู้บังคับบัญชาในวัฒนธรรมย่อย พนักงาน รับรู้ถึงความไม่มีมืออาชีพจากวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร ความเป็นครอบครัวสูงจนทำงานอย่างประนีประนอมกัน ประกอบกับรุ่นอายุที่แตกต่างกันส่งผลให้นิยามคำว่ามือ อาชีพแตกต่างกัน กล่าวคือ พนักงานใหม่ช่วงอายุ 20-25 ปี

(ซึ่งอยู่ในรุ่นเจนเนอเรชั่นวาย) จะตีความหมายความเป็นมืออาชีพแตกต่างจากผู้บังคับบัญชา (ซึ่งอยู่ในรุ่นเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และเบบี้บูมเมอร์) เช่น ในขณะที่ผู้บังคับบัญชามองว่าการทุ่มเททำงานหนักทั้งกลางวันและกลางคืนเป็นการทำงานแบบมืออาชีพ แต่พนักงานใหม่กลับมองว่าเป็นการใช้ชีวิตที่ขาดความสมดุลและขาดการวางแผนการทำงาน สอดคล้องกับเดชา เดชะวัฒน์ไพศาล (2552) กล่าวว่า ช่องว่างระหว่างเจนเนอเรชั่น (Generation Gap) ส่งผลต่อการรับรู้และการตีความหมายที่ไม่ตรงกัน โดยกลุ่มคนที่อยู่ในเจนเนอเรชั่นวายจะตีความหมายในแบบของตนเอง และไม่เชื่อคำบอกเล่าที่ผ่านมาจากเจนเนอเรชั่นที่อาวุโสกว่า

ด้านการยอมรับวัฒนธรรมองค์กรและอยากปฏิบัติงานต่อในองค์กร ผลการศึกษาพบว่าทั้งพนักงานที่ยอมรับและไม่ยอมรับ อยากปฏิบัติงานต่อและไม่อยากปฏิบัติงานต่อ โดยพนักงานที่ยอมรับและอยากปฏิบัติงานต่อ นั้น ได้แก่ พนักงานที่ปฏิบัติงานมาแล้วประมาณ 3 ปี พอใจต่อวัฒนธรรมและค่านิยมองค์กร นอกจากนี้ พนักงานบางคนได้ใช้เวลาการปรับตัวในวัฒนธรรมองค์กรจนเกิดการยอมรับ สอดคล้องกับขั้นการเปลี่ยนเป็นสมาชิก (Metamorphosis) ที่พนักงานใหม่จะประสบความสำเร็จในการแก้ปัญหา (Champoux, 2000) และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฌปักษ์ นาคเจือทอง (2552) ซึ่งพบว่าพนักงานที่ทำงานในช่วงระยะ 3 ปีแรก จะพิจารณาว่าควรทำงานต่อหรือลาออก โดยหากพ้นระยะเวลา 3 ปีนี้ไปแล้วพนักงานมีแนวโน้มที่ลาออกน้อยลง

กลุ่มที่ไม่ยอมรับวัฒนธรรมองค์กรและไม่อยากปฏิบัติงาน พบว่าเป็นพนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กรในช่วงระหว่าง 3 เดือน ถึง 2 ปี มีช่วงอายุ 20-30 ปี พนักงานมีความเห็นต่างในด้านการนับถือสิ่งศักดิ์สิทธิ์และความย้อนแย้งของครอบครัวมืออาชีพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ฌปักษ์ นาคเจือทอง (2552) และ Garavan & Morley (1997) ซึ่งกล่าวว่าพนักงานที่อยู่ในระยะแรกเข้าสู่องค์กร (Encounter) ต้องเผชิญกับกระบวนการที่ ต้องการเปลี่ยนแปลงและปรับตัว (Change and Acquisition

Process) ต้องทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมเพื่อลดความไม่แน่นอน หากปรับตัวได้ก็จะเกิดการเรียนรู้ในการทำงาน แต่หากปรับตัวไม่ได้ก็ต้องลาออก (Garavan & Morley, 1997) นอกจากนี้ ช่องว่างด้านรุ่นอายุ (Generation Gap) ยังส่งผลต่อการรับรู้และการตีความหมายเรื่องสิ่งศักดิ์สิทธิ์และความเป็นมืออาชีพที่แตกต่างกับพนักงานที่อยู่มาก่อนด้วย (เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2552)

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. งานวิจัยนี้ศึกษากระบวนการกล่อมเกล่าพนักงานใหม่ (ซึ่งมักเป็นคนรุ่นใหม่) ในองค์กรกรณีศึกษาเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม พนักงานที่ปฏิบัติงานในองค์กรตั้งแต่ 3 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่ผูกพันกับองค์กร สะท้อนให้เห็นว่าได้รับการกล่อมเกล่าทางสังคมจากองค์กรมาอย่างดี ดังนั้น การศึกษาในอนาคตอาจเปรียบเทียบการรับรู้และการต่อรองความหมายระหว่างพนักงานใหม่กับพนักงานที่ทำงานมานาน เพื่อให้เข้าใจแนวทางการปรับหรือสร้างเรื่องเล่าที่มีประสิทธิผลในการสร้างความผูกพันของพนักงานที่เป็นคนรุ่นใหม่กับองค์กร

2. งานวิจัยนี้ศึกษาองค์กรกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จในธุรกิจประเภทการผลิตภาพยนตร์เพียงแห่งเดียว ไม่สามารถอนุมานถึงความสำเร็จในองค์กรอื่นได้ สำหรับการศึกษาในอนาคตอาจเปรียบเทียบระหว่างองค์กรอย่างน้อย 2 แห่งที่มีลักษณะของการใช้เรื่องเล่าและการเล่าเรื่องในกระบวนการกล่อมเกล่าทางสังคมขององค์กร

3. งานวิจัยนี้ศึกษาเฉพาะองค์กรกรณีศึกษาแห่งเดียว อาจจะไม่สามารถประยุกต์กับองค์กรอื่นและธุรกิจอื่นได้ ดังนั้นผู้ที่ต้องการศึกษาต่อยอดอาจจะศึกษาการใช้เรื่องเล่าในกระบวนการกล่อมเกล่าทางสังคมขององค์กรในธุรกิจประเภทอื่น เพื่อทำให้ทราบว่ามีการเล่าและการเล่าเรื่องมาจากวัฒนธรรม และค่านิยมองค์กรอย่างไร

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จตุรงค์ นภาธร. (2560). *การบริหารพนักงานหลากหลายกลุ่มวัย (Managing A Multi-Generational Workforce)*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2552). การรับรู้คุณลักษณะของเจนเนอเรชั่นวายและแรงจูงใจในการทำงาน: มุมมองระหว่างเจนเนอเรชั่นต่าง ๆ. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 31(121) ก.ค.-ก.ย. 52.
- ณปภัช นาคเจือทอง. (2553). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแนวโน้มการลาออกของพนักงานใน อุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. การศึกษาเฉพาะบุคคล บริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และศุจีรา สุวีรานนท์. (2542). *จินตทัศน์ทางสังคมในภาษาสื่อมวลชน*. โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Boje, D. (1991). Consulting and Change in the Storytelling Organization. *Journal of Organizational Change Management*, 4(3), 7-17.
- Boje, D. (1995). Stories of the Storytelling Organization: A postmodern Analysis of Disney as Tamara- Land. *Academy of Management Journal*, 38(4), 997-1035.
- Campbell, J. (1973). *The Hero's with a Thousand Faces (3 ed)*. New Jersey: Princeton University Press.
- Champoux, J. E. (2000). *Organizational Behavior: Essential Tenets for a New Millennium*. Singapore: South-Western Collage Publishing.
- Deal, T. E., & Kennedy, A. A. (1991). *Corporate cultures; The rites and rituals of corporate life*. New York: Addison Wesley.
- Garavan, T.N. & Morley, M. (1997). The Socialization of High-Potential Graduates into The Organization: Initial Expectations, Experiences and Outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 12(2), 118-137.
- Giddens, A. (1991). *Modern and self-identify: self and society in the late modern age*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Gordon, J. R. (1999). *Organizational Behavior: A Diagnostic Approach*. 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hofstede, G., Neuijen, B., Ohayav D. D., & Sanders, G. (1990). Measuring organizational cultures: A Qualitative and quantitative study across twenty cases. *Administrative Science Quarterly*, 35(2), 286-316.
- Jablin, F. M. (1987). Organizational Entry, Assimilation, and Disengagement/Exit. In F.M. Jablin, L.L. Putnam, K. Roberts & L. Porter (Eds.), *Handbook of organizational communication: an interdisciplinary perspective*. Newbury park: SAGE Publications.
- Louis, M. R. (1980). Surprise and Sense Making: What Newcomers Experience in Entering Unfamiliar Organizational Settings, *Administrative Science Quarterly*, 92(25), 226- 251.
- Millet, J. D. (1954). *Management in Public Science*. New York: McGraw - Hill.

- Ostroff, C. & Kozlowski, S. W. J. (1992). "Organizational Socialization as a Learning Process: the Role of Information Acquisition," *Personal Psychology*, 45(4), 849- 874.
- Robbins, S.P., Chatterjee, P., & Canda, E.R. (1998). *Contemporary human behavior theory: A critical perspective for social work*. Boston: Allyn & Bacon.
- Saks, A. M., & Ashforth, B. E. (1997). "Organizational Socialization: Making Sense of the Past and Present as a Prologue for the Future," *Journal of Vocational Behavior*, 51(2), 237-279.
- Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leadership (2nd ed)*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Van Maanen, J., & Schein, E. H. (1979). Toward a Theory of Organizational Socialization. Research in *Organizational Behavior*, 1, 209-264. Greenwich, CT: JAI Press.
- Watkins, M.D. (2013). *What Is Organizational Culture? And Why Should We Care?*. Harvard Business Review.
- White, J. D. (2010). Taking Language Seriously: Toward a Narrative Theory of Knowledge for Administrative Research in Bevir, Mark, ed. *Interpretive Political Science*. Vol. IV. London: SAGE Publication Ltd.