

# วาทนิเทศกับการบริการในธุรกิจการบิน

## Speech Communication and Aviation Business Service

อลิษา ธรรมจักร<sup>7,\*</sup> และ ปภััสสร่า ชัยวงศ์<sup>8</sup>  
Alisa Thammachak and Papassara Chaiwong

### Abstract

In aviation business, a company's reputation in terms of excellent service is a result of effective communication of the passenger service providers. The knowledge of Speech Communication based on the concept of communication competence will give those providers in aviation business the ability to communicate appropriately, creatively and, consequently, will lead their business to success.

This academic paper is aimed to point out how to apply Speech Communication at different level of communication and contexts in aviation business. To begin with Intrapersonal Communication, the service providers will gain more understanding so as to create a positive attitude toward self and others. Besides, Interpersonal Communication knowledge will enhance the providers' ability to build a good relationship with their colleagues, create mutual understanding with the supervisors, as well as effectively communicate with passengers from different cultures. As for Group Communication and Organizational Communication, the knowledge and understanding in these areas will help the service providers to effectively lead their teams and organizations to success.

**Keywords:** Aviation Business, Speech Communication, Intrapersonal Communication, Interpersonal Communication, Group Communication

---

<sup>7</sup> คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

<sup>8</sup> คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

\*Corresponding author; *E-mail address:* alisa.tmc@gmail.com

### บทคัดย่อ

การบริการผู้โดยสารที่ดีเลิศก็เป็นผลผลิตมาจาก “การสื่อสาร (Communication)” ที่มีประสิทธิภาพของพนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งองค์ความรู้ด้านวาทนิเทศ (Speech Communication) ตามกรอบแนวคิดความสามารถในการสื่อสาร (Communication Competence) จะทำให้พนักงานผู้ให้บริการมีความสามารถในการสื่อสารอย่างเหมาะสมและสร้างสรรค์ จนนำไปสู่การเป็นผู้ให้บริการในธุรกิจการบินที่ประสบความสำเร็จ

โดยในบทความวิชาการนี้จะชี้ให้เห็นถึงการนำองค์ความรู้ดังกล่าวนี้ไปประยุกต์ใช้กับการสื่อสารในระดับต่างๆ ในการปฏิบัติงานในธุรกิจการบิน เริ่มตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) เพื่อทำความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีต่อตนเองและผู้อื่น ไปจนถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน ในการสร้างความเข้าใจกับผู้บังคับบัญชา และในการติดต่อสื่อสารในการให้บริการผู้โดยสารที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ตลอดจนการสื่อสารระดับกลุ่ม (Group Communication) และการสื่อสารระดับองค์กร (Organizational Communication) ที่จะสามารถนำพากลุ่มและองค์กรไปสู่ความสำเร็จ

**คำสำคัญ:** ธุรกิจการบิน วาทนิเทศ การสื่อสารภายในบุคคล การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระดับกลุ่ม

## 1. หลักการและเหตุผล

ธุรกิจการบิน (Aviation Business) เป็นธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมคมนาคม และเป็นอีกฟันเฟืองหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังช่วยสร้างตำแหน่งงานและอาชีพในสายงานที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาย (วิเทพ วาทะวุฒิ, 2561) ตลอดจนเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในการเชื่อมโยงผู้คนจากทุกมุมโลกให้ได้มาพบกันและได้สื่อสารกันแบบต่อหน้า

เนื่องจากธุรกิจการบิน (ซึ่งในบทความนี้หมายถึง ธุรกิจสายการบิน (Airline Business) และธุรกิจท่าอากาศยาน (Airport) เป็นธุรกิจที่ให้บริการซึ่งไม่สามารถจับต้องได้ (intangibility) ให้แก่ลูกค้าหรือผู้โดยสาร (Passenger – ในที่นี้หมายถึง ผู้โดยสารที่ใช้บริการท่าอากาศยานและโดยสารโดยสายการบิน – ต่อไปนี้จะใช้เพียง “ผู้โดยสาร”) (นิติพล ภูตะโชติ, 2549) และสิ่งที่ลูกค้าจะได้กลับไปจากการเข้ารับบริการจากพนักงานหรือผู้ให้บริการที่เป็นบุคลากรส่วนหน้า (Frontline Employees – ต่อไปนี้จะใช้เพียง “พนักงานผู้ให้บริการ”) จะอยู่ในรูปแบบของประสบการณ์ ความสะดวกสบาย และความสุขกายสุขใจ จึงเป็นความท้าทายของการดำเนินธุรกิจการบินในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสาร อันจะส่งผลเกี่ยวข้องกับการทำกำไรให้แก่องค์กร (Jin-Woo et al., 2006) โดยการพัฒนาการให้บริการที่ดีเลิศ (Service Excellence) จากพนักงานที่เป็นผู้ให้บริการ “การสื่อสาร (Communication)” จึงนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจการบิน ทั้งในการบริหารจัดการเพื่อการขับเคลื่อนองค์กร รวมถึงเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินธุรกิจบริการ

ศาสตร์ด้านวาทนิเทศ (Speech Communication) เป็นศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดของมนุษย์ทั้งแบบต่อหน้า (Face-to-face) และผ่านสื่อ (Mediated) ของสื่อบุคคล และการพัฒนาสื่อบุคคล ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระหว่างบุคคล กลุ่ม องค์กร และระหว่าง

วัฒนธรรม ผ่านระบบสัญลักษณ์ทั้งที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ ให้ความสำคัญกับชุดความคิดที่อยู่เบื้องหลังการแสดงออกของมนุษย์ โดยศาสตร์นี้มุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถในการสื่อสารที่ใช้ทั้ง “หัวใจ” และ “ใจ” ในการสื่อสาร มุ่งเน้นให้เกิดความสามารถในการคิดเชิงกลยุทธ์ และทักษะในการสื่อสารทั้งที่ผ่านสื่อและไม่ผ่านสื่อ รวมไปถึงมุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อความประทับใจของผู้รับสาร (อรวรรณ ปิรันธนีโอวาท, 2550)

เนื่องจากการบริการในธุรกิจการบินมีความแตกต่างออกไปจากการบริการในธุรกิจอื่น นั่นคือการดำเนินการของธุรกิจการบินเป็นการบริการด้านความสะดวกสบายควบคู่ไปกับการบริการด้านความปลอดภัยให้กับผู้โดยสาร จึงมีกฎระเบียบต่างๆ มากมายที่คอยกำกับให้การดำเนินการธุรกิจการบินทั่วโลกเป็นไปตามมาตรฐานความปลอดภัยเดียวกัน (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2561) และด้วยกฎระเบียบและข้อบังคับต่างๆ เหล่านี้ ทำให้การใช้บริการการโดยสารโดยเครื่องบินจากที่หนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางอีกที่หนึ่งของผู้โดยสารคนหนึ่งๆ ต้องผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนการให้บริการหลายอย่างที่ต่อเนื่องกัน ได้แก่ การบริการก่อนการเดินทาง (Pre-flight Services) การบริการระหว่างการเดินทาง (In-flight Services) และการบริการหลังการเดินทาง (Post-flight Services) จึงมีผลต่อทิศทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนของการเดินทางให้มีความท้าทายยิ่งขึ้น และบุคคลสำคัญที่มีการสื่อสารกับผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการอย่างใกล้ชิด และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะส่งมอบประสบการณ์การบริการอันน่าประทับใจให้กับผู้โดยสารก็คือพนักงานผู้ให้บริการ (ชลิต เฉียบพิมาย, 2561)

เช่นนี้ ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถที่มีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสื่อสารอันเป็นผลมาจากองค์ความรู้ด้านวาทนิเทศ เพราะทักษะองค์ความรู้ดังกล่าวนี้ จะทำให้พนักงานไม่ใช่แค่สามารถสื่อสารได้ แต่จะทำให้สื่อสารเป็น และสื่อสาร

ได้อย่างมีชั้นเชิง จนนำไปสู่การเป็นผู้ให้บริการในธุรกิจการบินที่ประสบความสำเร็จ เพราะจะยังทำให้การให้บริการมีประสิทธิภาพและมีความกลมกล่อมมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถสื่อสารให้ผู้โดยสารได้รับความสะดวกสบายภายใต้การปฏิบัติตามกฎระเบียบได้อย่างถูกต้อง และจะยังสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสารยิ่งขึ้นตามไปด้วย ซึ่งจะเห็นแล้วว่าความรู้ด้านวาทนิเทศจะสร้างคุณค่าอย่างมากมาให้กับบริการในธุรกิจการบิน ทั้งในแง่ของการได้รับการบริการที่มีคุณค่าของผู้โดยสารก็ดี ในการดำเนินกิจการของธุรกิจด้านการบินก็ดี และในการก้าวไปสู่ความสำเร็จในสายอาชีพของพนักงานผู้ให้บริการก็ดี แต่อย่างไรก็ตาม ยังไม่ปรากฏการศึกษาการประยุกต์ใช้ความรู้ทางวาทนิเทศในธุรกิจการบินเท่าที่ควร ทั้งที่ความรู้ทางวาทนิเทศมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการให้บริการในธุรกิจการบินอย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้เขียนจึงสนใจว่าเบื้องหลังของการเป็นพนักงานผู้ให้บริการมีเทคนิค ทักษะ และชั้นเชิงการสื่อสารอย่างไร จึงประสบความสำเร็จในสายงานนี้ โดยในบทความวิชาการนี้ ผู้เขียนจะชี้ให้เห็นว่าพนักงานผู้ให้บริการในธุรกิจการบินจะสามารถนำศาสตร์ด้านวาทนิเทศตามกรอบแนวคิดความสามารถในการสื่อสาร (Communication Competence) ไปประยุกต์ใช้กับการสื่อสารในระดับต่างๆ ในการปฏิบัติงานในธุรกิจการบินเป็นอย่างไรบ้าง โดยในบทความนี้จะแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนที่สำคัญ ได้แก่ 1) การสื่อสารภายในบุคคล 2) การสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และ 3) การสื่อสารระดับกลุ่มและการสื่อสารระดับองค์กร กับการปฏิบัติงานในธุรกิจการบิน

### การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) กับการปฏิบัติงานในธุรกิจการบิน

การสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) เป็นกระบวนการที่บุคคลสื่อสารกับตนเองเพื่อทำความเข้าใจตนเองและสิ่งต่างๆ

รอบตัว ผ่านการคิด การวิเคราะห์ และการทบทวน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในสิ่งต่างๆ รวมถึงการตระหนักรู้และการเห็นคุณค่าในตนเอง (Joseph A. DeVito (2017), Infante et al. (2003), McQuail (2010), ประมะ สตะเวทิน (2546))

ตามกรอบแนวคิดความสามารถในการสื่อสาร (Communication Competence) อันได้แก่ การที่ผู้สื่อสารมีความสามารถในการคิดหรือความรู้เชิงกลยุทธ์ (Strategic Knowledge of Communication) และมีทักษะการสื่อสารอย่างมีกลยุทธ์ (Tactical Skills of Communication) (นงลักษณ์ ศรีอัษฎาพร เจริญงาม, 2543) การพัฒนาพนักงานผู้ให้บริการให้มีความสามารถในการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ เพื่อที่จะสามารถส่งมอบการบริการให้แก่ผู้โดยสารได้อย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิผล เริ่มจากองค์ประกอบภายในบุคคล 3 ประการหลัก ได้แก่ ทศนคติ (Attitude) ความสามารถในการเข้าใจมุมมองของตนเองและผู้อื่น (Perspective Taking) และความยืดหยุ่นทางความคิด (Flexibility) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ธุรกิจการบินเป็นธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยการให้บริการของพนักงานเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้าหรือผู้โดยสาร ประสิทธิภาพของการบริการเหล่านั้นจึงเกี่ยวข้องโดยตรงกับความสามารถในการสื่อสารโดยอาศัยแนวคิดเชิงวาทนิเทศของพนักงานผู้ให้บริการ และการที่พนักงานจะสามารถสื่อสารกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ก็เป็นผลที่เกิดจากความสำเร็จในการสื่อสารภายในบุคคลในการสร้างทัศนคติ (Attitude) ที่ดี ทั้งในฐานะผู้ให้บริการและในฐานะมนุษย์คนหนึ่งนั่นเอง ซึ่งการสร้างทัศนคติในการเป็นผู้ให้บริการจำเป็นต้องเริ่มต้นตั้งแต่การตระหนักรู้ในตนเอง (Self-Awareness) เพราะผู้ที่รู้จักและเข้าใจตนเองมากพอ จะสามารถอธิบายความรู้สึกนึกคิด นิสัยใจคอ และความต้องการของตนเองได้ กล่าวคือ เมื่อพนักงานรู้ว่าตนเองชอบหรือไม่ชอบอะไร จะรู้ว่าตนเองมีความสุขกับการทำงานที่ได้ช่วยเหลือคนอื่นจริงหรือไม่ เพราะงานบริการเป็นงานที่ผู้ให้บริการต้องติดต่อกับผู้ใช้บริการ

ตลอดเวลา (เบญจมาภ จเนการ์, 2548) การมีมนุษย์สัมพันธ์กับทุกคนจึงเป็นคุณสมบัติอย่างหนึ่งของผู้ให้บริการที่ดี (เพราะถ้าหากรู้จักตนเองดีพอว่าตนเองไม่เหมาะกับการทำงานด้านนี้ก็จะไม่พาตนเองเข้าสู่สายงานบริการที่จะไม่สร้างความสบายใจให้กับตนเองตั้งแต่แรก) และยิ่งไปกว่านั้นการตระหนักรู้ในตนเองนอกจากจะทำให้รู้จักนิสัยใจคอของตัวเองแล้วยังทำให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็ง ข้อดีและข้อเสียของตนเอง ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่องและถูกจุด และเมื่อได้ทำการประเมินด้วยตนเองแล้วว่าการได้ให้บริการผู้อื่นนั้นสร้างความสุขให้กับตนเอง และยิ่งไปกว่านั้นยังสร้างประโยชน์ให้กับผู้อื่น ก็จะทำให้เกิดการเห็นคุณค่าในตนเอง (Self-Esteem) เกิดความเชื่อมั่น ยอมรับเคารพในตนเอง และมองตนเองในทางบวก รวมถึงเห็นคุณค่าในงานที่ทำว่ามีประโยชน์ต่อสังคม และได้รับการยอมรับจากสังคม (ดวงกมล ทองอยู่, 2557) ทำให้พนักงานเกิดทัศนคติที่ดีต่อตนเองและการทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการ ส่งผลให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่เต็มใจที่จะให้บริการผู้โดยสาร และพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น นำไปสู่การให้บริการที่เป็นเลิศ ยกตัวอย่างเช่น ในวันที่พบเจอกับอุปสรรคหรือเกิดความเหนื่อยล้าจากการทำงาน พนักงานผู้ให้บริการจำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการสื่อสารเพื่อสื่อสารกับตนเองอย่างมีประสิทธิภาพในการจัดการกับความรู้สึกเหล่านั้น และสามารถให้กำลังใจตนเองเป็นอย่างดี ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญและจำเป็นมากๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ ประภัศสร หนูพรหม (2562) ที่พบว่า การมีทัศนคติรับรู้ว่าการทำงานด้านบริการเป็นงานที่มีคุณค่าและน่าภาคภูมิใจมีผลอย่างยิ่งต่อการให้บริการผู้โดยสารอย่างมีคุณภาพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน และนอกจากนี้ การศึกษาดังกล่าวยังพบอีกว่า การที่พนักงานผู้ให้บริการรู้จักตนเองเป็นอย่างดีว่าเป็นคนที่มีใจรักในงานบริการ จึงส่งผลให้ทำงานในสิ่งที่ตนเองรักได้เป็นอย่างดีและมีความสุข

นอกจากสามารถเข้าใจและรู้เท่าทันความคิด ความรู้สึก และอารมณ์ของตนเองและสิ่งของตนเองให้คุณค่าแล้ว ความสามารถในการเข้าใจทัศนคติผู้อื่น (Perspective Taking) หรือความสามารถเข้าใจถึงสภาวะทางอารมณ์ ความคิดของผู้อื่น หรือความรู้สึกร่วมนราวกับเข้าไปอยู่ในตัวบุคคลนั้นก็สำคัญไม่แพ้กัน เพราะจะช่วยให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถเข้าใจผู้รับบริการ หรือเข้าอกเข้าใจผู้อื่น (Empathy) มากยิ่งขึ้น (ปนัดดา ศิริพานิช, 2561) ซึ่งพนักงานผู้ให้บริการในฐานะนักสื่อสารที่ดีจะต้องรู้จักเรียนรู้และเข้าใจอารมณ์ของผู้โดยสาร เรียนรู้ที่จะรู้จักลักษณะนิสัยและตัวตนที่แตกต่างกันของผู้โดยสารแต่ละคน เอาใจใส่ศึกษาความต้องการของผู้โดยสารแต่ละรายที่มีความแตกต่างในบางเรื่อง รวมถึงเปิดใจกว้างรับฟัง และพยายามเข้าถึงความรู้สึกนึกคิดของผู้อื่น

เมื่อเรารู้และเข้าใจอารมณ์ของตนเองและผู้อื่นแล้ว ก็ถึงเวลาที่จะสื่อสารภายในบุคคลจะมีบทบาทในการสร้างความพร้อมในการปรับความคิดที่เข้าใจ 'ใจเขา-ใจเรา' หรือเรียกว่า ความยืดหยุ่น (Flexibility) เพราะการมองสิ่งต่างๆ ในมุมมองของผู้โดยสารก็เป็นคุณลักษณะอย่างหนึ่งของผู้ให้บริการที่มีความสามารถทางการสื่อสาร (The Qualities of Competent Communicator) (Rosenfeld & Berko, 2001) ดังนั้นพนักงานผู้ให้บริการที่ดีจะต้องเป็นคนที่สามารถปรับประยุกต์ได้ (Adaptable) โดยต้องรู้จักปรับใช้การสื่อสารให้เหมาะกับสถานการณ์และผู้โดยสารแต่ละราย ต้องรู้ว่าสถานการณ์ใดควรใช้การสื่อสารแบบใด เพราะในแต่ละสถานการณ์ที่แตกต่างกันก็จำเป็นต้องใช้กฎกติกาที่ต่างกันไปด้วย ซึ่งการสื่อสารรูปแบบหนึ่งอาจใช้ได้เหมาะสมกับสถานการณ์หนึ่ง แต่อาจใช้ไม่ได้ในอีกสถานการณ์หนึ่งก็ได้ ซึ่งบุคคลที่มีความสามารถทางการสื่อสารจะค้นพบได้ด้วยตนเองว่าจะเลือกอย่างไร ทั้งการเลือกเนื้อหา การเลือกใช้คำ การเลือกใช้ภาษา การใช้ น้ำเสียง การใช้สายตา สีหน้า ท่าทางหรืออากัปกิริยา และจังหวะในการพูด เพื่อให้เหมาะสมกับแต่ละคนที่จะสามารถเข้าใจได้ ดังนั้นผู้ให้บริการที่ดีจะต้องมี

ทักษะที่ยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงได้ (Flexibility Skills) จึงจะสามารถรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี (ปนัดดา ศิริพานิช, 2561) และในยุคสมัยที่ก้าวไปข้างหน้าตลอดเวลา การเป็นผู้ที่เข้าใจและยอมรับวิธีการทำงานที่เปลี่ยนไปในทีมหรือองค์กร จึงต้องพัฒนาตนเองให้มีความรู้และทักษะทันต่อความก้าวหน้าของวิทยาการ และเทคโนโลยีต่างๆ ด้วย

ดังนั้นการสื่อสารภายในบุคคลที่มีประสิทธิภาพของพนักงานผู้ให้บริการ จึงเป็นจุดเริ่มในการสร้าง “ความมุ่งมั่นปรารถนา (Passion)” และ “หัวใจรักบริการ (Service Mindset)” หรือเรียกได้ว่าการพัฒนาความสามารถในการสื่อสารภายในบุคคลเป็นเหมือนการพัฒนาความฉลาดทางอารมณ์ที่ก็จะมมีผลต่อความสามารถในการสื่อสารกับผู้อื่นต่อไป ดังนั้นการสื่อสารภายในบุคคลจึงถือได้ว่าเป็นระดับการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่จะมีผลต่อการสื่อสารในระดับต่างๆ ต่อไป โดยเฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลและการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งจะกล่าวถึงโดยละเอียดในหัวข้อถัดไปนี้ เนื่องจากความคิด ความเชื่อ และมุมมองต่างๆ ในการมองโลกของแต่ละบุคคลอันจะมีอิทธิพลต่อสิ่งที่บุคคลจะถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนในการสื่อสารกับผู้อื่น จะถูกทบทวนผ่านกระบวนการการสื่อสารภายในบุคคลนี้นั่นเอง

### **การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication) กับ การปฏิบัติงานในธุรกิจการบิน**

การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) หมายถึง กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิด และความรู้สึกระหว่างกัน ตั้งแต่ 2 บุคคลเป็นต้นไป ซึ่งไม่เพียงแต่สื่อสารผ่านคำพูด (วจนภาษา) เท่านั้น แต่ยังมี การสื่อความหมายได้ผ่าน สีหน้า แววตา น้ำเสียง อากัปกิริยา ท่าทางร่างกาย (อวัจนภาษา) ด้วย (เมตตา วิวัฒนานุกูล (2559), วัชรียา เจริญชูเกียรติกิจ (2553), ปรมะ สตะเวทิน (2546))

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication) หมายถึง การสื่อสารระหว่างบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (เมตตา วิวัฒนานุกูล, 2559)

ในบริบทของการทำงานในธุรกิจการบิน พนักงานผู้ให้บริการมีการสื่อสารระหว่างบุคคลในลักษณะคู่ความสัมพันธ์ เริ่มตั้งแต่ในการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน ในการสร้างความเข้าใจกับผู้บังคับบัญชา และโดยเฉพาะในการติดต่อสื่อสารในกระบวนการการให้บริการกับผู้โดยสารซึ่งมาจากทุกมุมโลกด้วยแล้ว ความรู้ด้านวาทนิเทศตามกรอบแนวคิดความสามารถในการสื่อสารจึงยิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการสื่อสารระหว่างบุคคลเหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลยิ่งขึ้น ดังนั้น เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น จึงขออธิบายเพิ่มเติมดังต่อไปนี้

1) การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน: การพูดคุยสื่อสารกันระหว่างพนักงานผู้ให้บริการกับเพื่อนร่วมงานมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเรียนรู้งาน และในการทำความเข้าใจกฎกติกาการทำงานร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งนับตั้งแต่ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและดำเนินไปตลอดชีวิตการทำงานเลยก็ได้ โดย รุ่ง ศรีอัษฎาพร (2558) ได้เสนอว่า การสื่อสารที่ีระหว่างผู้ที่ปฏิบัติงานร่วมกันจะนำมาซึ่งการถ่ายทอดงานที่มีประสิทธิภาพ การตกลงทำความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน ตลอดจนบรรยากาศที่ดีในการทำงาน และจะเป็นจุดเริ่มในการสร้างความสัมพันธ์และมิตรภาพในระยะยาวระหว่างกัน ซึ่งการมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานผู้ให้บริการกับเพื่อนร่วมงานจะเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จในการทำงานร่วมกับทีมและองค์กรที่สำคัญประการหนึ่ง เพราะในการทำงานภาคบริการในธุรกิจการบิน การสร้างความสัมพันธ์กับผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการที่ผ่านเข้ามาในแต่ละวันถือว่าเป็นการสร้างความสำเร็จให้กับพนักงานในฐานะผู้ให้บริการแล้ว การสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานที่จะต้องทำงานด้วยในทุกๆ วัน ก็นับว่าเป็นสิ่งที่ทำทนายไม่แพ้กันเลย

2) การสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา: ผู้บังคับบัญชาเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบโดยตรงในการสื่อสารเพื่อถ่ายทอดค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรให้กับพนักงาน เป็นที่ปรึกษาในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร รวมถึงเป็นแบบอย่างในเรื่องต่างๆ ให้กับพนักงานด้วย (Jablin, 2001) ดังนั้นการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชาทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจึงนับว่ามีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของพนักงานทั้งในการทำงานในองค์กรและในสายอาชีพของพนักงาน เพราะการที่ได้พูดคุยกับผู้บังคับบัญชาอย่างต่อเนื่องจะส่งผลให้พนักงานมีต้นแบบและมีแรงบันดาลใจในการทำงาน กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่เป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร พร้อมทั้งจะเป็นตัวแทนในการนำเสนอภาพลักษณ์ขององค์กรและยินดีให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งก็รวมไปถึงความมุ่งมั่นในการให้บริการอันน่าประทับใจให้กับผู้โดยสารด้วย

3) การสื่อสารกับผู้โดยสาร: การสื่อสารในการให้บริการผู้โดยสารในขั้นตอนต่างๆ ถือเป็นหัวใจของงานบริการในธุรกิจการบินเลยทีเดียว และบุคคลสำคัญที่มีการสื่อสารกับผู้โดยสารหรือผู้ใช้บริการอย่างใกล้ชิด และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะส่งมอบประสบการณ์การบริการอันน่าประทับใจให้กับผู้โดยสารก็คือพนักงานผู้ให้บริการ (ชลิตเฉียบพิมาย, 2561) แต่ทั้งนี้ การบริการในธุรกิจการบิน เป็นการให้บริการความสะอาดสบายไปพร้อมๆ กับการบริการความปลอดภัยให้กับผู้โดยสาร จึงมีผลให้การสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างพนักงานกับผู้โดยสารในทุกขั้นตอนของการเดินทางเต็มไปด้วยความท้าทาย เพราะผู้ให้บริการในธุรกิจการบินไม่เพียงแต่จะต้องมีทักษะความรู้ในการให้บริการ ยังจำเป็นต้องมีความรู้เกี่ยวกับกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยต่างๆ เป็นอย่างดี ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหัวใจที่รักในงานบริการ ดังนั้นการสื่อสารในการให้บริการเพื่อให้ผู้โดยสารได้รับความสะอาดสบายใจให้ได้มากที่สุดภายใต้มาตรฐานความปลอดภัยที่เคร่งครัด ซึ่งเป็นเงื่อนไขและลักษณะเฉพาะของธุรกิจการบิน ไม่ว่าจะป็นธุรกิจ

ท่าอากาศยานหรือธุรกิจสายการบิน ที่สามารถจัดการรับมือได้อย่างมีทั้งศาสตร์และศิลป์ด้วยความรู้ความสามารถทางการสื่อสารตามองค์ความรู้ว่านิเทศหนึ่ง การสื่อสารในการให้บริการในธุรกิจการบินมีจุดร่วมที่คล้ายคลึงกับธุรกิจบริการอื่นๆ ตรงที่ใช้การสื่อสารกับลูกค้าในการบริการ และการสื่อสารนั้นก็มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างลูกค้ากับองค์กร ยิ่งการสื่อสารมีประสิทธิภาพเท่าไร ก็ยิ่งช่วยเสริมความสัมพันธ์อันดีขึ้นเท่านั้น ดังนั้นธุรกิจการบิน ก็จำเป็นต้องอาศัยความสามารถทางการสื่อสารของพนักงานผู้ให้บริการ ทั้งในการค้นหาและตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างมีอาชีพ รวมไปถึงในการให้บริการผู้โดยสารที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุด

แต่อย่างไรก็ตาม ในการทำความเข้าใจความต่างระหว่างบุคคล ถือเป็นสิ่งที่ท้าทายและสำคัญอย่างมากในการสื่อสารระหว่างบุคคลให้มีประสิทธิภาพ เพราะการทำความเข้าใจธรรมชาติของผู้โดยสารที่แตกต่างกัน จะทำให้ทราบถึงความต้องการของผู้โดยสารท่านนั้นๆ เพื่อที่จะสามารถให้บริการที่ถูกต้องและพึงพอใจแก่ผู้โดยสารได้ (ศิริพร วิษณุมหิหาชัย, 2551) เนื่องจากวัฒนธรรมมีส่วนสำคัญในการหล่อหลอมลักษณะนิสัย ความคิด และการแสดงออกต่างๆ ของผู้โดยสาร วัฒนธรรมจึงเป็นตัวแปรที่สำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งผลต่อพฤติกรรม และเป็นตัวกำหนดรสนิยมและค่านิยมที่แตกต่างกัน (อรจนา จันทรประยูร (2555), อธิชัย อรรถอุดม (2554)) จากการศึกษาของ ธนพล อินประเสริฐกุล (2557) พบว่า การยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม ทั้งด้านความสามารถในการสื่อสาร ด้านความต้องการการบริการ และด้านบุคลิกภาพมีความสัมพันธ์ต่อความสามารถของพนักงานผู้ให้บริการในธุรกิจการบินในการให้บริการผู้โดยสาร

ดังนั้น ในการจะก้าวเป็นผู้ให้บริการที่เป็นเลิศ พนักงานผู้ให้บริการจำเป็นต้องเข้าใจและยอมรับความแตกต่างของบุคลิกภาพของผู้ใช้บริการหรือผู้โดยสารในหลากหลายรูปแบบ การยอมรับความแตกต่างเหล่านี้จะนำไปสู่การเรียนรู้และการ

ปรับตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะบุคลากรในภาคบริการที่ความสามารถทางการสื่อสารตามกรอบแนวคิดวาทนิเทศ จะช่วยให้การทำงานในวัฒนธรรมที่แตกต่างกันเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสื่อบุคคลควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญแก่ผู้รับสารซึ่งก็คือผู้โดยสาร เพราะการยอมรับความแตกต่างของผู้โดยสารจะเป็นตัวเพิ่มความสามารถในการเข้าใจถึงจิตใจของผู้โดยสาร

และเพื่อชี้ให้เห็นว่าพนักงานผู้ให้บริการในธุรกิจการบินจะสามารถนำองค์ความรู้ด้านวาทนิเทศไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารระหว่างบุคคลกับเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และผู้โดยสารให้ “ได้ผล” และ “เหมาะสม” จำเป็นต้องอาศัยรอบความสามารถทางการสื่อสาร โดย นงลักษณ์ ศรีอัญญาพร เจริญงาม (2541) ได้อธิบายว่า ความสามารถทางการสื่อสารนั้นประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่

1) ความรู้เชิงกลยุทธ์ในการสื่อสาร (Strategic Communication Knowledge) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบต่างๆ ที่บุคคลพึงมีที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการสื่อสาร เช่น ความรู้ความเข้าใจกฎ กติกา มารยาทในการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล ที่จะทำให้แสดงออกได้อย่างเหมาะสม รู้และเข้าใจในความแตกต่างระหว่างบุคคล สามารถบอกได้ว่าจะเลือกวิธีการสื่อสารแบบใด กับใคร ถึงจะเหมาะสม

2) ทักษะอย่างมีชั้นเชิงในการสื่อสาร (Tactical Communication Skills) หมายถึง ความชำนาญในการสื่อสารเพื่อบรรลุเป้าหมายของบุคคล หรือวิธีการที่จะนำความรู้เชิงกลยุทธ์ไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น ความคล่องแคล่วที่แสดงออกถึงความเป็นมืออาชีพ ทักษะการนำเสนอ ทักษะการถ่ายทอดเรื่องราว เทคนิคการเจรจาต่อรอง เป็นต้น

ดังนั้น เมื่อพนักงานผู้ให้บริการมีความสามารถทางการสื่อสารทั้งในส่วนของความรู้เชิงกลยุทธ์และทักษะการสื่อสารอย่างมีชั้นเชิงแล้วนั้น จะทำให้ไม่เพียงแต่ “สื่อสารได้” แต่จะ “สื่อสารเป็น” และจะ

ไม่เพียงแต่สามารถให้บริการได้ตามที่ผู้โดยสารคาดหวัง แต่จะสามารถให้บริการที่เหนือความคาดหวังให้แก่ผู้โดยสาร อีกทั้งความรู้ในศาสตร์วาทนิเทศนี้จะเป็นพื้นฐานสำคัญในการจัดการปัญหาความขัดแย้งและการเจรจาต่อรองที่อาจเกิดขึ้นได้ในการให้บริการในธุรกิจการบิน ตัวอย่างเช่น การจัดการข้อร้องเรียนในกรณีที่ผู้โดยสารไม่พอใจในการให้บริการที่ล่าช้า พนักงานผู้ให้บริการที่มีความสามารถทางการสื่อสารตามองค์ความรู้วาทนิเทศจะสามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะการสื่อสารรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างเป็นมืออาชีพ และมีแนวทางในการจัดการปัญหาอย่างเป็นลำดับขั้นตอนและมีประสิทธิภาพ โดยประยุกต์ใช้ความรู้เชิงกลยุทธ์ในการสื่อสาร (Strategic Communication Knowledge) ในการทำความเข้าใจบรรยากาศการสื่อสาร และสามารถประเมินสถานการณ์และอารมณ์ของผู้โดยสารได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถเลือกใช้คำ น้ำเสียง และท่าทางต่างๆ ในการสื่อสารได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์และกาลเทศะ อีกทั้งผู้ที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสารจะสามารถเข้าใจวิสัยทัศน์หรือเจตนารมณ์ขององค์กรและพึงปฏิบัติตนโดยระลึกถึงภาพลักษณ์ขององค์กรอยู่เสมอ และการมีทักษะอย่างมีชั้นเชิงในการสื่อสาร (Tactical Communication Skills) จะส่งผลให้พนักงานผู้ให้บริการกล่าวขอโทษอย่างจริงใจและตรงไปตรงมา สามารถอธิบายถึงความจำเป็นและเหตุผลที่ทำให้การบริการนั้นเกิดความล่าช้า และถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างถูกต้องครบถ้วนตามที่ต้องการจะสื่อสาร แสดงให้เห็นถึงความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้โดยสาร สามารถจัดการและควบคุมอารมณ์ของตนเองได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังมีความชำนาญในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการบริการ เป็นต้น ซึ่งจะสร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสารว่าปัญหาเหล่านั้นจะได้รับการแก้ไขได้อย่างเหมาะสม และยังไม่รวมถึงเทคนิคการนำเสนอ ทักษะการเจรจาต่อรองและการโน้มน้าวใจ และองค์ความรู้อื่นๆ ด้านวาทนิเทศอีก



มากมายที่จะสร้างสามารถคุณประโยชน์ในการสนับสนุนการบริการ

เรียกได้ว่าความสามารถทางการสื่อสารจะทำให้พนักงานผู้ให้บริการสามารถแสดงออกถึงความพร้อมในการบริการผู้โดยสาร ทั้งทางกาย วาจา และใจ กล่าวคือ 1) ทางกาย: พนักงานผู้ให้บริการจะต้องมีกิริยาสุภาพ วางตัวเป็นมิตร แสดงความเต็มใจที่จะให้บริการ และตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างกระตือรือร้น 2) ทางวาจา: พนักงานผู้ให้บริการต้องใช้ถ้อยคำที่เหมาะสม ชวนฟัง น้ำเสียงไพเราะ ชัดเจน และอาจมีการพูดทวนย้ำสิ่งที่มีผู้โดยสารต้องการให้เขาฟังเพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน พร้อมทั้งยินดีรับฟังความคิดเห็นของผู้โดยสาร โน้มน้าวจิตใจแก่ และสามารถใช้ภาษาที่ผู้โดยสารสามารถเข้าใจได้ เพราะในบางครั้งพนักงานผู้ให้บริการจำเป็นต้องปรับภาษาที่ใช้กับผู้โดยสารในแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกัน เช่น เลือกใช้ภาษาที่เรียบง่ายในการโต้ตอบกับผู้โดยสารในการติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายรายละเอียดและแนะนำวิธีการใช้บริการ และเพิ่มระดับความรู้สึกที่ลึกซึ้งและซับซ้อนมากขึ้นเมื่อติดต่อสื่อสารกับผู้โดยสารที่มีความรอบรู้ในบริการนั้นๆ อยู่แล้วเป็นอย่างดี เป็นต้น และ 3) ทางใจ: ผู้ให้บริการต้องทำจิตใจให้แจ่มใส ยินดีที่จะต้อนรับผู้โดยสาร จดจำและใส่ใจผู้โดยสารแม้รายละเอียดเพียงเล็กน้อย

จะเห็นได้ว่าความสามารถในการสื่อสารระหว่างบุคคลตามองค์ความรู้ว่าเทคนิคของพนักงานผู้ให้บริการมีส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพให้กับองค์กร จึงเป็นที่น่าสนใจว่าเมื่อพนักงานผู้ให้บริการมีความสามารถในการสื่อสารภายในบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคลแล้ว และหากมีความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มเพิ่มเข้าไปด้วยจะสามารถนำพาองค์กรไปในทางสร้างสรรค์มากเพียงใด เพราะเมื่อมีการทำงานร่วมกันระหว่างกลุ่มบุคลากรในจำนวนที่เพิ่มขึ้น ระดับการสื่อสารจึงไม่ได้มีเพียงการสื่อสารระหว่างบุคคลเท่านั้น จำนวนผู้สื่อสารและระดับการสื่อสารก็เพิ่มขึ้นตามไปด้วย

ซึ่งก็จะเพิ่มความท้าทายให้กับบุคลากรในฐานะนักสื่อสารอย่างยิ่ง ดังจะกล่าวถึงในหัวข้อต่อไป

### การสื่อสารระดับกลุ่ม (Group Communication) และ การสื่อสารระดับองค์กร (Organizational Communication) กับการปฏิบัติงานในธุรกิจการบิน

การสื่อสารระดับกลุ่ม (Group Communication) หมายถึง การสื่อสารของกลุ่มบุคคลจำนวนหนึ่งที่อยู่รวมกัน โดยการสื่อสาร ระดับองค์กร (Organizational Communication) จัดเป็นการสื่อสารระดับกลุ่มรูปแบบหนึ่ง เนื่องจากการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่อยู่รวมกันในลักษณะของการทำงานร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งจะเน้นในเรื่องความสัมพันธ์ในการทำงาน การสร้างบรรยากาศในการทำงาน การปรึกษาและการเสนอความคิดเห็นอันจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (เสนาะ ตีเยาว์, 2541)

ในบริบทของธุรกิจการบิน การสื่อสารระดับกลุ่มและการสื่อสารระดับองค์กรถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในทางตรงและทางอ้อม เพราะด้วยลักษณะเฉพาะที่มีอย่างหนึ่งของธุรกิจการบิน คือ เป็นธุรกิจที่ไม่เคยหลับใหล มีการดำเนินธุรกิจที่ต่อเนื่อง และมีการทำงานของบุคลากรเกือบตลอดยี่สิบสี่ชั่วโมงในทุกวัน ดังนั้นการบริการผู้โดยสารในขั้นตอนต่างๆ จึงจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรจำนวนหลายคนและหลายทีม ที่คอยผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนในการให้บริการผู้โดยสาร จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มและการสื่อสารระดับองค์กรจึงเป็นเรื่องสำคัญอย่างไม่สามารถมองข้ามได้ โดย วิทยา ขุนพรหม (2543) ได้อธิบายไว้อย่างชัดเจนว่า ความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่ม คือการที่สมาชิกของกลุ่มสามารถสื่อสารและตีความได้เข้าใจตรงกัน มีการแลกเปลี่ยนและรับฟังความคิดเห็นของกันและกันอย่างเท่าเทียม มีการสร้างแนวคิดร่วมกันและสามารถสื่อสารออกมาในทิศทางเดียวกันได้ มีการทำความเข้าใจเรื่องกฎกติกาในการทำงานร่วมกัน รวมไปถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มอื่นๆ ในองค์กรด้วย ดังนั้นความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มของบุคลากรจึงเป็นตัวแปร

สำคัญที่จะส่งเสริมให้การปฏิบัติงานร่วมกันภายในทีม (ทั้งผู้ที่ทำหน้าที่เดียวกันและผู้ที่ทำงานต่างหน้าที่กัน) เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ราบรื่น และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยิ่งไปกว่านั้นยังก่อให้เกิดบรรยากาศการทำงานที่ดีภายในทีม เพราะทีมที่ดีเริ่มต้นจากการสื่อสารที่ดี และการสื่อสารที่ดีจะช่วยสร้างความสามัคคี จริใจ มีความเคารพ เป็นกันเอง และมีน้ำใจต่อกัน ตลอดจนช่วยให้การสื่อสารส่งต่อข้อมูลข่าวสารต่างๆ ระหว่างทีม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงรอยต่อของการเปลี่ยนผลัด (Shift) ได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ซึ่งจะทำให้การปฏิบัติงานและการบริการผู้โดยสารเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ไม่สะดุด และเป็นมาตรฐานเดียวกัน สร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับผู้โดยสาร และด้วยการทำงานตามตารางเวลาการทำงานที่แตกต่างกันนี้ จึงมักจะทำให้พนักงานคนหนึ่งๆ มีโอกาสที่จะได้ทำงานกับเพื่อนร่วมงานใหม่ๆ หรือทีมใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้งเป็นเรื่องปกติอย่างเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งก็เป็นสีสันอย่างหนึ่งของการทำงานในแวดวงผู้ให้บริการในธุรกิจการบิน เพราะมีโอกาสดูจักเพื่อนร่วมงานใหม่ๆ ทีมใหม่ๆ ซึ่งก็จะเป็นการจุดประกายให้เกิดความท้าทายและการมุมมองใหม่ๆ ในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องจากการได้ปฏิบัติงานร่วมกับเพื่อนร่วมงานที่แตกต่างกันออกไป และท้าทายยิ่งไปกว่านั้น ด้วยลักษณะเฉพาะอีกอย่างหนึ่งของธุรกิจการบิน ที่นอกจากจะเชื่อมโยงผู้คนทั่วโลกให้เดินทางไปพบกันแล้ว ยังได้เชื่อมโยงพนักงานจากทั่วโลกให้ได้มาทำงานร่วมกันในธุรกิจการบินอีกด้วย กล่าวคือ สายการบินระหว่างประเทศหลายๆ สายการบินมักจะมีพนักงานหลายสัญชาติที่ทำงานร่วมกัน ทั้งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินและพนักงานบริการภาคพื้น ดั้งนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องอาศัยทักษะความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มและการสื่อสารระดับองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการทำให้การสื่อสารระหว่างกลุ่มพนักงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งการใช้วจนภาษา อัจฉริยะภาษา และสัญลักษณ์ต่างๆ ที่สมาชิกที่มาจากทั่วโลกสามารถเข้าใจร่วมกันได้ และเป็นที่น่าสังเกตว่าการ

เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของคู่สื่อสารนั้นไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้นกับบุคคลที่มาจากคนละประเทศกันเท่านั้น การสื่อสารระหว่างบุคคลที่อยู่ภายในประเทศเดียวกัน หรือแม้กระทั่งสมาชิกในองค์กรเดียวกันก็มีความเป็นไปได้ที่จะมีความแตกต่างทางวัฒนธรรมได้เช่นกัน

และแน่นอนว่า เมื่อกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางบุคลิกภาพและหลากหลายทางความรู้สึกร่วมกันมาใช้ชีวิตการทำงานร่วมกัน ย่อมเกิดสถานการณ์ที่อาจเรียกได้ว่า “มากคนก็มากความ” จึงเป็นความท้าทายอย่างยิ่งขององค์กรต่างๆ รวมถึงองค์กรในธุรกิจการบินในการจัดการทำให้ความหลากหลายของบุคลากรกลายเป็นความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์และส่งเสริมซึ่งกันและกัน จนเกิดเป็นพลังกลุ่ม (Group Synergy) โดยเริ่มต้นจากองค์กรสามารถสื่อสารให้พนักงานรับรู้และเข้าใจถึงความสำคัญของการทำงานในทุกภาคส่วนขององค์กร เพื่อให้พนักงานตระหนักความสำคัญของตัวเองและกัน ส่งผลให้ทุกคนในทีมร่วมมือร่วมใจพยายามทำงานให้สอดคล้องกัน เชื่อมโยงการทำงานของสมาชิกในทีมเข้าด้วยกัน และส่งเสริมงานกันให้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วิลลาต ดวงกำเนิด (2564) ที่พบว่า การได้สื่อสารพูดคุยกันระหว่างพนักงานด้วยกัน จะทำให้ได้มาซึ่งทักษะการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาในงานบริการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกิดการวิเคราะห์ปัญหาและการเรียนรู้ร่วมกันเพื่อนำไปสู่ทางออกใหม่ๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการมีความรู้ความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มตามแนวคิดวาทีนเทศก็จะมียังสามารถดึงศักยภาพที่มีอยู่ของพนักงานและกลุ่มออกมาได้อย่างเต็มที่ รวมไปถึงความสามารถขององค์กรในการสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกคนได้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ รับฟังความคิดเห็นอย่างเท่าเทียม ตลอดจนสนับสนุนให้ทุกคนในทีมมีส่วนร่วมในการวางแผนการตัดสินใจของทีม และมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายร่วมกันให้มากที่สุด (ปัทสตรา ชัยวงศ์ (2557), นงลักษณ์ ศรีอิษฐ์ภาพร

เจริญงาม (2543) Jablin et al. (1994) สอดคล้องกับ อลิษา ธรรมจักร (2563) ได้เสนอว่า การส่งเสริมแนวคิดความเป็นเจ้าขององค์กรร่วมกัน จะให้พนักงานรู้สึกว่าเป็นเจ้าของพนักงานทุกคนและทุกคนมีเป้าหมายเดียวกัน ดังนั้นจึงส่งผลให้พนักงานร่วมมือกันทำงานทุกอย่างเพื่อให้งานประสบผลสำเร็จและร่วมกันสร้างประโยชน์ให้องค์กรมากที่สุด ซึ่งการที่องค์กรจะสามารถผลักดันสิ่งเหล่านี้ให้เกิดขึ้นภายในองค์กรได้ องค์กรจำเป็นต้องมีการสื่อสารระดับองค์กรที่มีประสิทธิภาพด้วย ในส่วนนี้ อุเทน ลิ้มปิติรสันต์ (2543) ได้อธิบายเกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสารระดับองค์กรไว้ว่า ความสามารถในการสื่อสารระดับองค์กรคือการที่องค์กรแสดงให้เห็นว่ามีกลยุทธ์และศักยภาพในการสื่อสารที่จะสื่อสารให้สมาชิกทุกคนขององค์กรเข้าใจในวิสัยทัศน์ ภารกิจ และเป้าหมายขององค์กร มีการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารจากผู้บริหารไปยังพนักงาน และนอกจากนี้ยังเปิดรับข้อมูลตอบกลับจากพนักงานไปยังผู้บริหารมีความสามารถในการใช้สื่อในการสื่อสารอย่างเหมาะสม รวมถึงมีการสร้างเครือข่ายการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพราะบ่อยครั้งที่ในการให้บริการผู้โดยสารอย่างถูกต้อง เหมาะสม และรวดเร็วก็จำเป็นต้องมีการประสานงานและทำงานร่วมกันกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆ อย่างเป็นระบบและทันท่วงที จึงอาจกล่าวได้ว่า ความสามารถในการสื่อสารระดับองค์กร จะทำให้พนักงานเข้าใจการดำเนินงานขององค์กรอย่างลึกซึ้ง ซึ่งก็จะมีผลต่อความภาคภูมิใจและความเชื่อมั่นของบุคลากรที่มีต่อตนเอง องค์กร และระบบการทำงานขององค์กร และพร้อมที่จะเป็นตัวแทนองค์กรในการให้บริการผู้โดยสาร และจากการศึกษาของ อุเทน ลิ้มปิติรสันต์ (2543) ยังพบว่า องค์กรไทยมีลักษณะที่พิจารณาความสามารถในการสื่อสารของผู้นำองค์กร ซึ่งเมื่อพิจารณาในประเด็นเกี่ยวกับผู้บริหารมีอิทธิพลต่อความสามารถในการสื่อสารขององค์กร จะเห็นได้ว่ามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับภาวะผู้นำ (Leadership) ซึ่งหมายถึง ลักษณะบุคลิกภาพ พฤติกรรม หรือวุฒิ

ภาวะทางอารมณ์ที่แสดงออกในรูปแบบของกระบวนการ ความสามารถ หรือกิจกรรมซึ่งก่อให้เกิดอิทธิพล ความเชื่อถือ และความไว้วางใจต่อบุคคลอื่น จูงใจให้ผู้อื่นคล้อยตามหรือปฏิบัติตาม เพื่อให้การดำเนินการบรรลุวัตถุประสงค์ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง (เบญจวรรณ ขุนดี (2557) ซึ่งภาวะผู้นำมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนความสำเร็จของทีมและองค์กร โดยในธุรกิจการบิน พนักงานล้วนต้องการผู้นำที่มีความรู้เกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ขององค์กรอย่างแท้จริงและสามารถถ่ายทอดงานได้เป็นอย่างดี ตลอดจนมีความยุติธรรม สร้างความเชื่อมั่น ฟังพาได้ เข้าใจ เห็นใจ และเอาใจใส่ทั้งเรื่องงานและส่วนตัวตามเหมาะสม อีกทั้งผู้นำที่มีการตัดสินใจที่ดีและมีเหตุผลสามารถนำพาทีมบรรลุเป้าหมายได้ ในขณะที่คุณลักษณะอย่างหนึ่งในการทำงานในธุรกิจการบินคือพนักงานผู้ให้บริการคนหนึ่งๆ มีโอกาสที่จะเป็นผู้นำทุกเมื่อ เพราะบ่อยครั้งที่การทำงานก็ทำให้พนักงานทุกคนจำเป็นต้องเป็นผู้นำในบางสถานการณ์แม้จะในเรื่องที่เล็กน้อยไปจนถึงการเป็นผู้นำในเรื่องที่สำคัญๆ เช่น หัวหน้าผลิตภัณฑ์ (shift) หัวหน้าแผนก เป็นต้น หรือแม้กระทั่งในบางสถานการณ์ เช่น การจัดการปัญหาความขัดแย้งต่างๆ ก็จำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำในการตัดสินใจในการนำทีมแก้ปัญหา ซึ่งเป็นบทบาทที่ไม่ได้ขึ้นอยู่กับตำแหน่ง ทั้งนี้ก็ถือได้ว่าเป็นการเริ่มต้นฝึกทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมในการก้าวเป็นผู้นำทีมหรือผู้นำองค์กรที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

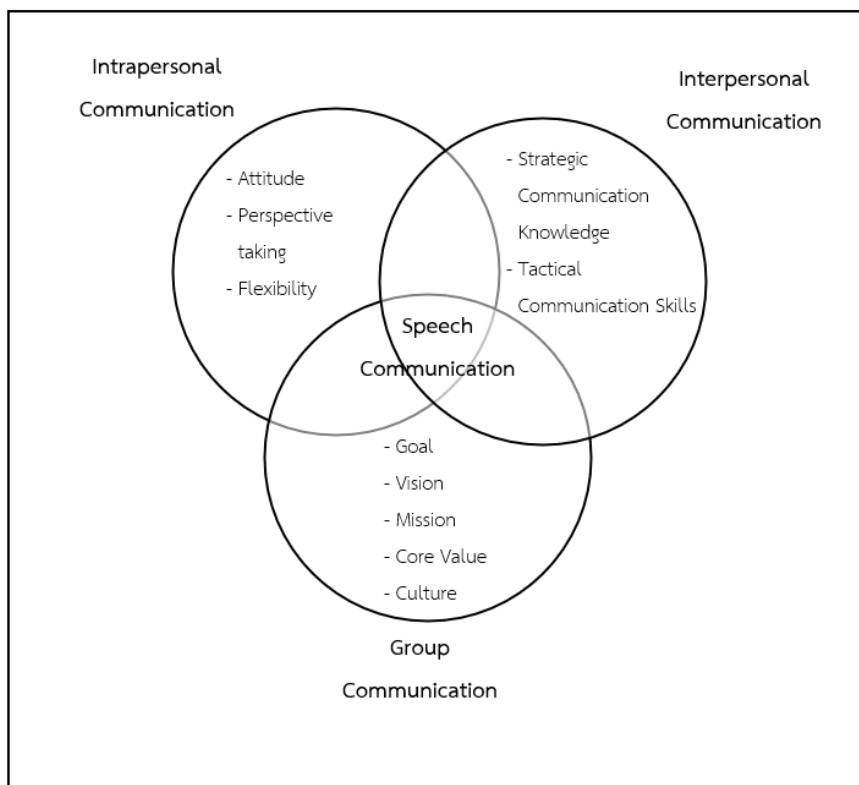
และอีกหนึ่งสิ่งที่ไม่กล่าวถึงคงไม่ได้ นั่นคือเรื่องระบบโครงสร้างในการทำงานของทีมและองค์กรที่เอื้อต่อการแสดงศักยภาพของพนักงานอย่างเต็มที่และองค์กรเองก็จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดีและเป็นที่ยอมรับของบุคลากร รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรด้วย เพราะการรับรู้ว่าเป็นองค์กรที่ตนเป็นสมาชิกอยู่เป็นองค์กรที่มีชื่อเสียง มีภาพลักษณ์ที่ดี เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ จะทำให้พนักงานเกิดความภาคภูมิใจใ้ออยากสื่อสารเรื่องราวดีๆ ขององค์กรให้กับบุคคลภายนอก รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารด้วย ซึ่งก็นับเป็นความ

ท้าทายขององค์กรที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์ความรู้ด้านวาณิชยกรรมตามกรอบแนวคิดความสามารถในการสื่อสาร

## 2. สรุปผล

การที่พนักงานผู้ให้บริการจะสามารถส่งมอบบริการที่เป็นเลิศให้กับผู้โดยสารได้ จะต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านวาณิชยกรรม ในการที่จะสื่อสารออกมาได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการผสมผสาน 3 แนวคิดทางการสื่อสาร เริ่มตั้งแต่การสื่อสารภายในบุคคล ที่ศาสตร์ด้านวาณิชยกรรมจะช่วยวางรากฐานทัศนคติเชิงบวกที่แข็งแกร่งและยั่งยืนจากภายในบุคคล ซึ่งอาจเริ่มตั้งแต่ก่อนที่จะเข้าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร หรือธุรกิจการบินเลยก็ได้ ซึ่งนั่นก็คือ การสื่อสารกับตนเองในการสร้างทัศนคติที่ดีต่อตัวเองและบุคคลอื่นๆ และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนมุมมองที่

เข้าใจ ใจเขา - ใจเรา อันจะเป็นส่วนสำคัญในการประกอบสร้างพนักงานผู้ให้บริการที่มีการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจากภายใน ทำให้การบริการผู้โดยสารเต็มไปด้วยความเข้าใจ เต็มใจ และเต็มใจไปจนถึงการสื่อสารระหว่างบุคคลทั้งกับเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญชา และการสื่อสารในการให้บริการผู้โดยสารที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจองค์ความรู้ด้านวาณิชยกรรมในการสื่อสารระดับนี้จะช่วยประกอบสร้างบุคลากรที่มีทั้งองค์ความรู้ที่จำเป็นและทักษะการสื่อสารที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสื่อสารกับบุคคลที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม เป็นการพัฒนาศักยภาพบุคคลให้สามารถสร้างสัมพันธภาพและประสิทธิผลในการทำงาน รวมถึงการสื่อสารระดับกลุ่มและการสื่อสารในระดับองค์กร ที่สามารถถ่ายทอดภาพลักษณ์และข้อมูลข่าวสารๆ ขององค์กรไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ



กรอบแนวคิดแสดงภาพรวมของการสื่อสารในระดับต่างๆ ของพนักงานผู้ให้บริการในการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านวาณิชยกรรมตามกรอบแนวคิดความสามารถทางการสื่อสาร ในบริบทการให้บริการในธุรกิจการบิน

### 3. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและข้อเสนอแนะ สำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

#### 3.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

##### 3.1.1 ในด้านวิชาการ

1) ผู้เขียนหวังว่าบทความซึ่งได้แสดงภาพรวมของการนำองค์ความรู้ว่าทนิเทศไปประยุกต์ใช้ในการสร้างคุณค่าให้กับบริการในธุรกิจการบินจะช่วยจุดประกายที่นำเสนอให้กับการศึกษาต่อยอดในอนาคต โดยอาจพิจารณาการศึกษาที่มุ่งเจาะจงการนำองค์ความรู้ดังกล่าวเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในตำแหน่งที่แตกต่างกันในธุรกิจการบิน เช่น ผู้ให้บริการภาคพื้น พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เป็นต้น

2) บทความนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้ศาสตร์ว่าทนิเทศในบริบทของการทำงานในธุรกิจการบิน ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจภาคบริการนี้ ซึ่งในการต่อยอดการศึกษาในอนาคตอาจพิจารณาการศึกษาในธุรกิจอื่นๆ ในภาคการบริการ รวมไปถึงในอุตสาหกรรมอื่นๆ ก็น่าสนใจไม่น้อย

##### 3.1.2 ในด้านวิชาชีพ

1) บทความนี้เป็นการจุดประกายสำคัญให้หน่วยงานหรือองค์กรในธุรกิจการบินเห็นถึงความสำคัญในการสนับสนุนความรู้ด้านว่าทนิเทศให้กับพนักงานทั้งที่มีในปัจจุบันและในอนาคต ยิ่งเมื่อมีการแข่งขันในโลกธุรกิจมากยิ่งขึ้น สิ่งหนึ่งที่จะทำให้แต่ละองค์กรธุรกิจแตกต่างไปจากคู่แข่ง คือการสนับสนุนความรู้และความสามารถในการสื่อสารให้กับพนักงาน โดยองค์กรอาจพิจารณาในการจัดทำหลักสูตรที่สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการสื่อสาร

แก่พนักงาน เช่น หลักสูตรเกี่ยวกับรูปแบบและองค์ประกอบของการสื่อสารที่จำเป็นต่อการให้บริการที่เป็นเลิศ การสื่อสารด้วยวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่ทรงพลัง เทคนิคการเจรจาต่อรองและการการโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพ การเรียนรู้การสื่อสารในวัฒนธรรมที่มีแตกต่างกัน รวมถึงการทำความรู้จักกับองค์กรของตนอย่างลึกซึ้ง

อาจพิจารณาจัดในรูปแบบกิจกรรมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่มพนักงานอย่างไม่เป็นทางการ หรือในรูปแบบของหลักสูตรการฝึกอบรมอย่างเป็นทางการในช่วงทดลองงาน และช่วงหลังจากผ่านการทดลองงาน ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่องให้แก่พนักงาน ซึ่งจะเป็นการสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับองค์กรและธุรกิจการบิน

2) บทความนี้จะชี้ให้เห็นพนักงานผู้ให้บริการในธุรกิจการบินตระหนักถึงความสำคัญของการสื่อสารตามองค์ความรู้ด้านว่าทนิเทศ เพื่อก้าวเป็นบุคลากรผู้เป็นเลิศในการให้บริการแก่ผู้โดยสารที่มีการสื่อสารที่โดดเด่นและมีประสิทธิภาพ ผู้ที่ทำงานร่วมกับทีมและองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และผู้ที่ใช้ชีวิตร่วมกับผู้อื่นในสังคมอย่างมีความสุข

3) บทความนี้จะเสนอแนะต่อผู้ที่สนใจในสายอาชีพผู้ให้บริการในธุรกิจการบิน ในการทำความเข้าใจลักษณะการทำงานภาคบริการในธุรกิจการบิน และบทบาททางการสื่อสารที่จะเกิดในการทำงานในอนาคต

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- ชลิต เฉียบพิมาย. (2019). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจการบิน* [เอกสารนำเสนองานประชุมวิชาการ]. การประชุมวิชาการระดับชาติ การท่องเที่ยวและการโรงแรมร่วมสมัย ครั้งที่ 6, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.
- ดวงกมล ทองอยู่. (2557). *แนวทางการพัฒนาการเห็นคุณค่าในตนเองของวัยรุ่น* ตามทฤษฎีการรับรู้ความสามารถของตน. *วารสารวิจัยองค์การปริทัศน์*, 4(2), 179-190.
- ธนพล อินประเสริฐกุล. (2557). *ความเข้าใจและการยอมรับต่อความต่างทางวัฒนธรรมของผู้โดยสารที่มีผลต่อขีดความสามารถในการให้บริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์].
- นิติพล ภูตะโชติ. (2549). *การบริหารการชาย*. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เบญจวรรณ ขุนดี. (2557). *ภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมอาหารจานด่วนที่ได้รับแฟรนไชส์ จังหวัดปทุมธานี* [การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].
- ปนัดดา ศิริพานิช. (2561). *แนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจการบิน*. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 18(1), 116-127.
- ประมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ประภัสสร หนูพรหม. (2562). *ทัศนคติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีผลต่อการให้บริการอย่างมีคุณภาพ* [เอกสารนำเสนองานประชุมวิชาการ]. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.
- เมตตา วิวัฒนานกุล. (2559). *การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่ง ศรีอัษฎาพร. (2558). *บุคลิกภาพและความสามารถในการสื่อสารจากวัยเด็กสู่วัยทำงาน*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัชรียา เจริญชูเกียรติกิจ. (2553). *การสื่อสารกับกลุ่มผู้มีแนวโน้มในการฆ่าตัวตาย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- วิเทพ วาหะวุฒิ. (2561). *บทบาทสายการบินเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(1), 315-331.
- วิรยา หนูพรหม. (2543). *การสร้างแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสารระดับกลุ่มในองค์กรไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- วิลาศ ดวงกำเนิด. (2564). *การพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาในงานบริการบนเครื่องบินของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)* [เอกสารนำเสนองานประชุมวิชาการ]. การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4, บุรีรัมย์, ประเทศไทย.
- ศรित्र วิชฌมหิมาชัย. (2551). *การสร้างบริการเชิงรุกสู่ความเป็นเลิศ*. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ*, 21(1), 1-19.
- อรจนา จันทรประยูร. (2555). *ความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว*. คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2550). *หลักและปรัชญาทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อริชัย อรรถอุดม. (2554). *มุมมองด้านวัฒนธรรมกับกรอบการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค*. *วารสารนักบริหาร*, 31(1), 95-100.
- อลิษา ธรรมจักร. (2563). *การสื่อสารในกระบวนการกลุ่มเวลาขององค์กรที่ประสบความสำเร็จในการสร้างพนักงานทูตองค์กรและการแสดงตัวร่วมกับองค์กรของพนักงาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- อุเทน ลิ้มปิศิริสันต์. (2543). *การสร้างแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสามารถในการสื่อสารระดับองค์กรในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].

### ภาษาอังกฤษ

- Jablin, F. M. (1994). *Communication competence in organizations*. Norwood, NJ: Ablex.
- Jablin, F. M. (2001). *Organizational entry, assimilation, and disengagement/exit*. In L. L. P. F. M. Jablin (Ed.), *Hand book of organizational communication: Advances in theory, research, and methods*. Sage.

Jin-Woo Park, Rodger Robertson & Cheng-Lung Wu. (2006). Modelling the impact of airline service quality and marketing variables on passengers' future behavioral intentions. *Transportation Planning and Technology*, 29(5), 359-381. Routledge.