



การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย



สุนิตส์ วุฒิกวินวงศ์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2567

การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย



สุนิตส์ วุฒิกวินวงศ์

ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2567

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CREATING INFLIGHT INSTRUCTOR LEARNING FOSTERING A SERVICE QUALITY
THROUGH THAINESS ON THAI NATIONAL AIRLINE



A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of DOCTOR OF PHILOSOPHY
(Development Education)
Graduate School, Srinakharinwirot University
2024
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย

ของ

สุนิตส์ วุฒิิกวินวงศ์

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญานิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(อาจารย์ ดร.พีรเดช ประคองพันธ์) (รองศาสตราจารย์ ดร.สันติ ศรีสวนแดง)

..... ที่ปรึกษาร่วม กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเมษย์ หนกหลัง) (อาจารย์ ดร.วรสรณ์ เนตรทิพย์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิษฐา สาลีหมัด)

ชื่อเรื่อง	การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบิน สัญชาติไทย
ผู้วิจัย	สุนิตส์ วุฒิกวินวงศ์
ปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. พีรเดช ประคองพันธ์
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุเมษย์ หนกหลัง

บริบทของสายการบินที่มีการแข่งขันสูง การสร้างความแตกต่างในการบริการจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายการบินสัญชาติไทยที่ใช้ความเป็นไทยเป็นเครื่องมือเพื่อความแตกต่างในสนามการแข่งขัน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวคิดเรื่องความเป็นไทยและการผสมผสานวัฒนธรรมเป็นฐานในการแสวงหาความสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยภายใต้บริบทสากลได้อย่างกลมกลืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์ของบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ด้วยวิธีศึกษาเรื่องเล่าผ่านแนวคิดเทคโนโลยีแห่งตัวตนของ Foucault 2) ศึกษากระบวนการสร้างการเรียนรู้และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ด้วยวิธีวิจัยการสร้างทฤษฎีฐานราก ผ่านแนวคิดการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเองตามทฤษฎีของ Skager และ Guglielmino ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูล 35 คน และใช้การตรวจสอบคุณภาพการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการแบบสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า 1) อัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยประกอบด้วยการแสดงออกทางวัฒนธรรมไทยผ่านการบริการ การสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งได้รับการฝึกฝนและสอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัยที่เป็นหัวใจของอุตสาหกรรมการบิน 2) ครูผู้สอนมีบทบาทสำคัญในการสร้างการเรียนรู้ด้วยการใช้กลยุทธ์ที่สร้างจากประสบการณ์จริง ความภูมิใจ การกำหนดเป้าหมายการพัฒนาเรียนรู้ และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ผ่านกระบวนการสะท้อนและชี้นำตนเอง โดยมีเงื่อนไขสำคัญทั้งการสนับสนุนจากองค์กร การเรียนรู้จากประสบการณ์ การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการสร้างแรงจูงใจภายใน สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การบริการอย่างไทยสามารถเป็น Soft Power ที่เสริมภาพลักษณ์ประเทศ และยังสามารถดำรงอยู่ร่วมกับมาตรฐานความปลอดภัยระดับโลกอย่างสมดุลได้ ครูผู้สอนจึงเป็นทั้งผู้ถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทย และผู้พัฒนาคุณภาพการบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ในตลาดการบินระหว่างประเทศ

คำสำคัญ : ความเป็นไทย, การผสมผสานวัฒนธรรม, อัตลักษณ์การบริการอย่างไทย, เทคโนโลยีแห่งตัวตน, การเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง

Title	CREATING INFLIGHT INSTRUCTOR LEARNING FOSTERING A SERVICE QUALITY THROUGH THAINESS ON THAI NATIONAL AIRLINE
Author	TANISORN WUDHIKAWINWONG
Degree	DOCTOR OF PHILOSOPHY
Academic Year	2024
Thesis Advisor	Peeradet Prakongpan , Ph.D.
Co Advisor	Assistant Professor Sumate Noklang , Ph.D.

In the highly competitive airline industry, service differentiation is a crucial strategy, particularly for Thai national airlines that leverage Thainess as a tool for distinction in the competitive arena. This qualitative research is grounded in the concepts of Thainess and cultural hybridity to explore how Thai identity can be harmoniously conveyed within a global context. The objectives are: (1) To study the identity of Thai-style service on Thai national airlines' flights through narrative analysis using Foucault's concept of the technology of the self; (2) To examine the learning processes and conditions of instructors teaching Thai service on board, using grounded theory methodology and guided by the self-directed learning theories of Skager and Guglielmino. Data was collected via in-depth interviews with 35 informants, and data quality was validated through triangulation. The findings reveal that: The identity of Thai-style service consists of the expression of Thai culture through service delivery, communication, and relationship-building, all of which are trained and aligned with aviation safety standards. Instructors play a key role in facilitating learning through strategies derived from real experience, pride, goal setting for learning development, and the use of modern technology, all through reflection and self-guidance. Key conditions include organizational support, experiential learning, continuous development, and intrinsic motivation. These results indicate that Thai-style service can function as soft power, enhancing the national image while coexisting harmoniously with global safety standards. Instructors serve both as transmitters of Thai identity and as developers of service quality to effectively meet passenger needs, thereby providing a strategic advantage in the international airline market.

Keyword : Thainess, Cultural Hybridity, The Signature Thai Service Identity, The Technology of the Self, Self-Directed Learning

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงตั้งแต่ บิดาและมารดา ผู้เป็นแรงบันดาลใจและผู้มอบโอกาสทางการศึกษาอันประเสริฐแก่ผู้วิจัย คำสั่งสอน ความรัก ความเสียสละ และกำลังใจที่เป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ข้าพเจ้ามีความเข้มแข็ง อดทน และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคตลอดการทำวิจัยครั้งนี้

ความสำเร็จของการทำ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนและการดูแลเอาใจใส่จาก อาจารย์ อ. ดร.พีรเดช ประคองพันธ์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุเมษย์ หนกหลัง ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดด้วยความอดทน รอบคอบ และจริงใจในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย เปี่ยมด้วยวิสัยทัศน์ทางวิชาการ อันมีคุณูปการต่อการพัฒนางานวิจัยฉบับนี้อย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คณะอาจารย์สาขาพัฒนศึกษาศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ มอบความรู้ ความเข้าใจ จนวิทยานิพนธ์นี้เสร็จสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณอย่างจริงใจต่อ กลุ่มพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน ที่ได้กรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการถ่ายถอดประสบการณ์ ความรู้ และมุมมองผ่านการสัมภาษณ์อย่างเปิดเผย ด้วยความจริงใจและภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของการบริการแบบไทย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของงานวิจัยฉบับนี้ ข้อมูลอันล้ำค่าเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยเสริมความสมบูรณ์ให้กับงานวิจัย และทำให้ผู้วิจัยสามารถเรียนรู้ได้อย่างลึกซึ้งถึงคุณค่าของการบริการอย่างไทยในบริบทที่แท้จริง

ด้วยความผูกพันและภาคภูมิใจในสายการบินแห่งชาติของไทย ผู้วิจัยจึงตั้งใจอย่างที่สุดที่จะดำเนินงานวิจัยนี้อย่างรอบคอบ จริงจัง และตรงตามหลักวิชาการ เพื่อให้เป็น ผลงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาองค์กร ในการส่งเสริมคุณภาพการบริการ สืบสานอัตลักษณ์ความเป็นไทย และยกระดับมาตรฐานการฝึกอบรมของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในระดับสากล ผู้วิจัยหวังว่าจะ เป็นประโยชน์ต่อสายการบินของไทย ที่ข้าพเจ้ารักและภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมในการกิจอันทรงเกียรตินี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณกำลังใจของเพื่อน ๆ ที่คอยให้กำลังใจ ให้ผู้วิจัยมีแรงใจ ตั้งใจ มุ่งมั่น และไม่ยอมแพ้ตลอดกระบวนการทำวิจัยฉบับนี้ จนสามารถดำเนินการจนแล้วเสร็จ และเกิดเป็นผลงานที่ภาคภูมิใจอย่างยิ่งด้วยความเคารพและซาบซึ้งในทุกแรงสนับสนุน

ฐนิตส์ วุฒิกวินวงศ์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญรูปภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
คำถามวิจัย.....	8
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
นิยามศัพท์	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบความคิดการวิจัย.....	11
ส่วนที่หนึ่ง: ความเป็นไทยกับอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย และการผสมผสานทางวัฒนธรรม	12
1.1 ความเป็นไทย	12
1.2 อัตลักษณ์.....	16
อัตลักษณ์ในบริบทการบริการอย่างไทย	18
1.3 การผสมผสานทางวัฒนธรรม	20
โลกาภิวัตน์, ความเป็นสากล, บริโณคนิยม กับความเป็นไทย และการครอบงำทาง	25
วัฒนธรรม	25
ความเป็นสากล (Internationalization)	26

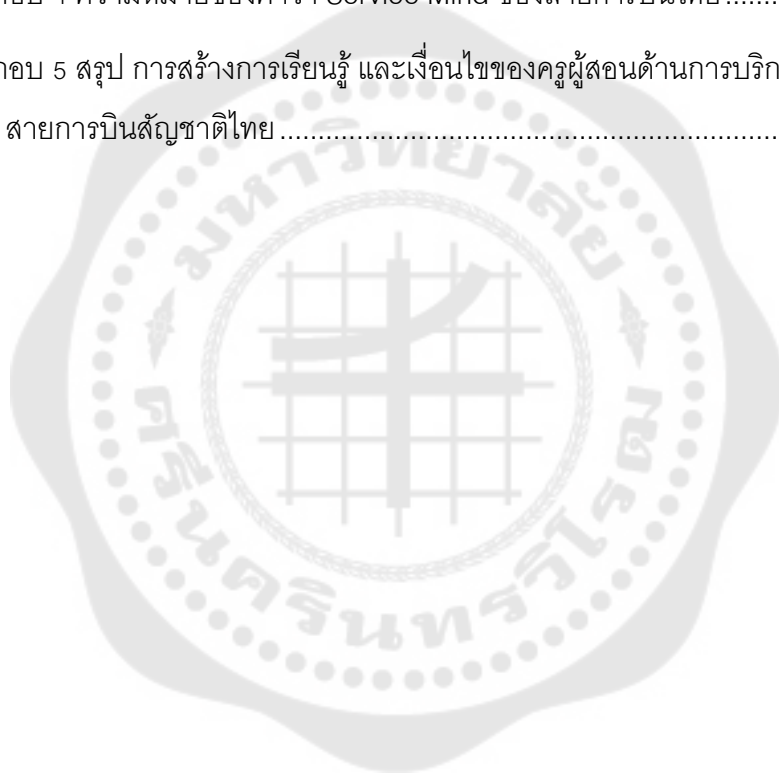
ส่วนที่สอง: การบริการอย่างไทยที่เกิดจากการเรียนรู้แบบเทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault (Technology of the Self).....	37
ส่วนที่สาม: การสร้างการเรียนรู้.....	39
3.1 การเรียนรู้แบบนำตนเอง	40
3.2 การเรียนรู้จากประสบการณ์.....	40
3.3 ทฤษฎีสร้างความรู้ใหม่โดยผู้เรียนเอง.....	41
ส่วนที่สี่: กรอบแนวคิดการวิจัย	43
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	46
ปรัชญาการวิจัย	46
ระยะที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทย	47
1. สนามการวิจัย และผู้ให้ข้อมูลหลักในระยะที่ 1	47
ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย (Key informants)	48
เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)	48
เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria).....	48
2. การรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 1.....	48
3. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ระยะที่ 2 การศึกษาเงื่อนไขการเรียนรู้ของครูผู้สอนการบริการอย่างไทย บนเครื่องบินของ สายการบินสัญชาติไทย.....	51
1. สนามการวิจัย และผู้ให้ข้อมูลหลักในระยะที่ 2	51
ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย (Key informants)	52
เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)	52
เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria).....	52
2. การรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 2.....	52
3. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล	57
การพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล	58
จริยธรรมการวิจัย	59
บทที่ 4 ผลการวิจัย	60
ส่วนที่ 1 อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ของสายการบินสัญชาติไทย	60
1.1 หัวใจความเป็นไทยบนความปลอดภัยระดับโลก: การดูแลอย่างใส่ใจอย่างไทยที่ผสม มาตรฐานความปลอดภัยสากล	61
1.2 สื่อสารด้วยความเป็นไทย: การสื่อสารวัฒนธรรมไทยผ่านมาตรการความปลอดภัยและ การบริการบนสายการบินไทย	64
1.3 เสริมสร้างมิตรสัมพันธ์บนเครื่องบิน: เสริมสร้างความไว้วางใจผ่านการบริการที่ ปลอดภัยและอบอุ่นใจ	68
1.4 ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย: ศักดิ์ศรีแห่งวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่านมาตรฐานความ ปลอดภัยระดับโลก	71
1.5 วิถีไทย ในงานบริการ: รายละเอียดเล็กน้อยจากหัวใจ...เหนือกว่าข้อบังคับของ ICAO	76
1.6 ครูผู้สอนวิถีการเรียนรู้...ปลูกฝังหัวใจปลอดภัยแบบไทย: แนวทางการฝึกอบรมที่ไม่ ละเลยความปลอดภัย	83
ส่วนที่ 2 การสร้างการเรียนรู้ และเจือจางของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทย บนเครื่องบิน สายการบินสัญชาติไทย	91
2.1. กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้สำหรับครูผู้สอน	93
2.1.1 การสนับสนุนจากผู้บริหารและองค์กร	94
2.1.2 การพัฒนาทักษะการสอนและการถ่ายทอด	94
2.1.3 การส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยในงานบริการ	95
2.1.4 การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (Experiential Learning)	95

2.2 เงื่อนไขที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของครูผู้สอนการบริการอย่าง	
ไทย.....	96
2.2.1 เงื่อนไขจาก นโยบายและวัฒนธรรมองค์กร	96
2.2.2 เงื่อนไขด้านคุณสมบัติของผู้สอน.....	105
2.2.3 เงื่อนไขการสร้างแรงจูงใจภายใน.....	107
2.3.1 ผลต่อคุณภาพการบริการ	108
2.3.2. ผลต่อความปลอดภัย	109
2.3.3. ผลต่อครูผู้สอน.....	110
2.3.4. ผลต่อองค์กรสายการบิน	111
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล.....	114
1. สรุปผลการศึกษา.....	114
2. อภิปรายการวิจัย.....	118
2.1 อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน	119
2.2 การสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน	
สายการบินสัญชาติไทย.....	131
ข้อเสนอแนะ	138
ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน.....	140
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต.....	144
บรรณานุกรม	146
ภาคผนวก.....	163
ประวัติผู้เขียน.....	171

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 รักคุณเท่าฟ้า	67
ภาพประกอบ 2 การทำความเคารพ แม่ย่านาง	75
ภาพประกอบ 3 สรุปอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย บนเครื่องบิน สายการบินสัญชาติไทย.....	90
ภาพประกอบ 4 ความหมายของคำว่า Service Mind ของสายการบินไทย.....	100
ภาพประกอบ 5 สรุป การสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน สายการบินสัญชาติไทย	113



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

วิวัฒนาการของเศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน โลกาภิวัตน์ (Globalization) และทุนนิยม (Capitalism) มีบทบาทสำคัญ เนื่องจาก โลกาภิวัตน์ เป็นกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างทวีปและประเทศอย่างเป็นระบบ ที่มีผลต่อเศรษฐกิจโลกและสังคมโลก ในการสร้างการแลกเปลี่ยนข้อมูล การค้า สินค้าและบริการ การลงทุนต่างประเทศ การสื่อสารระหว่างประชากรโลก และการขยายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสังคมในส่วนต่าง ๆ ของโลก (Stiglitz, 2002) ส่วนทุนนิยมเป็นลักษณะของระบบเศรษฐกิจหลัก ที่ทำให้อุคนคน และบริษัท เป็นเจ้าของและควบคุมทรัพย์สินและทุนทรัพย์ทางเศรษฐกิจ โดยเน้นการผลิตและการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจเพื่อผลกำไร ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม มีลักษณะแนวคิดเพื่อการแข่งขันและสร้างกำไร เป็นหัวใจของการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (Smith, 1776; Merkel, 2014) โลกาภิวัตน์ มีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงและขยายระบบทุนนิยม ไปยังระดับโลก โดยการทำให้ทุนทรัพย์และบริการสามารถเคลื่อนไหวยระหว่างประเทศได้อย่างอิสระ ส่งผลให้การแข่งขันระหว่างประเทศ และบริษัทกลายเป็นระดับโลก ทำให้เกิดการปรับตัวและการพัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตและการบริการเพื่อเข้าสู่ตลาดโลก (Friedman, 2005)

เนื่องจากทุนทรัพย์ และบริการ สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้อย่างอิสระ เปิดโอกาสให้บริษัทและธุรกิจบริการจากทุกมุมโลกเข้าสู่ตลาดระหว่างประเทศเป็นผลให้การแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ธุรกิจ องค์กร ต้องปรับตัว เพื่อสร้างโอกาส และเตรียมพร้อม ในการสร้างส่วนแบ่งในตลาดโลก (Leavitt, 1983) ในขณะที่ ระบบทุนนิยม เป็นระบบเศรษฐกิจที่เน้นการผลิตและการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ เพื่อผลกำไร ซึ่งบริษัท และองค์กรต้องแข่งขันเพื่อรักษาความยั่งยืน และสร้างมูลค่าสูงสุด ในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การแข่งขันระดับชาติและระดับโลก เป็นส่วนสำคัญของการทำธุรกิจในระบบทุนนิยม ที่ต้องปรับตัว เพื่อเข้าร่วมส่วนแบ่งในตลาดโลก โดยเน้นการทำกำไรเป็นจุดมุ่งหมายหลัก (Aggarwal, Jun, & Huh, 2011) บริษัทจะต้องรับมือกับการแข่งขันและสร้างความคุ้มค่าในการลงทุนของผู้ถือหุ้น ในศตวรรษที่ 21 ทุนนิยมเป็นระบบเศรษฐกิจที่แพร่หลายมากที่สุดในโลก มีประเทศต่าง ๆ กว่า 160 ประเทศที่ใช้ระบบทุนนิยมเป็นระบบเศรษฐกิจหลัก ประเทศไทยเป็นประเทศที่ใช้ระบบทุนนิยมผสมผสานกับระบบเศรษฐกิจแบบวางแผน โดยมีรัฐเข้ามา มีบทบาทในการจัดสรรทรัพยากร และควบคุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจบางประเภท (Vedantu, 2025) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ.

2565–2569) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ทั้งในด้านองค์ความรู้และคุณธรรม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคใหม่ โดยให้ความสำคัญกับการใช้ทุนทางปัญญาและการผลิตความรู้เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนา ทั้งนี้ ความรู้ที่ได้จากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็นการคิดวิเคราะห์ การเปรียบเทียบข้อมูล หรือการเชื่อมโยงสาระจากหลากหลายศาสตร์ จะส่งผลให้เกิดความเชี่ยวชาญที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน รวมถึงการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2565)

นอกจากนี้ แผนยังมุ่งหวังให้คนไทยมีทั้งความรู้ ทักษะ คุณลักษณะ และคุณธรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมและบรรทัดฐานทางสังคมที่ดี เพื่อเตรียมแรงงานคุณภาพให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของตลาดแรงงานที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในภาคการผลิตและบริการ ขณะเดียวกัน ประเทศไทยยังตั้งเป้าหมายที่จะเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพที่เน้นความยั่งยืน โดยลดการพึ่งพานักท่องเที่ยวต่างชาติ และส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ภูมิภาค พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดการการท่องเที่ยวอย่างรอบด้านและยั่งยืน การพัฒนาโครงสร้างภาคบริการให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมจึงเป็นแนวทางสำคัญที่จะนำไปสู่โอกาสใหม่ ๆ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในระยะยาว (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2565) การเดินทางทางอากาศมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก เป็นเครือข่ายการขนส่งระดับโลกที่รวดเร็ว มีความสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศ ช่วยสร้างงาน และกระตุ้นความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจตั้งแต่ปี 1970 ถึง 2019 การขนส่งทางอากาศขยายตัวในระดับโลกในอัตราเฉลี่ย 5.5% ต่อปี (Rodrigue, 2024) เนื่องจากมีจำนวนประชากรและสัดส่วนของผู้ที่มีรายได้ มากเพียงพอสำหรับการบิน นับตั้งแต่ต้นปี 2563 ประเทศไทยต้องเผชิญ กับวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งเป็นวิกฤตที่เลวร้ายที่สุดนับตั้งแต่เกิดวิกฤตการเงินในปี 2540 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรม บริษัททัวร์ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร และร้านค้า ถือเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 20 – 22 ของ GDP (ศุภลักษณ์ ศรีวิไล และ รุ่งเรือง ทองศรี, 2564) เมื่อรัฐบาลประกาศปิดประเทศ โดยระงับการเดินทางทั้งในและต่างประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางมาประเทศไทยลดลงเหลือเพียง 6.7 ล้านคนในปี 2563 เทียบกับ ในปี 2562 ที่มีนักท่องเที่ยวถึง 40 ล้านคน เท่ากับลดลงกว่า 83% ประเทศไทยเป็นสถานที่พักผ่อน ที่มีชื่อเสียงอย่างมาก สำหรับนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก จึงจำเป็นที่ผู้ที่มิชอบพาทหลากหลาย ในภาคการท่องเที่ยว รวมถึงโรงแรม ร้านอาหาร ตัวแทนการท่องเที่ยว และสายการบิน จะต้องวางแผนและปรับเปลี่ยนรูปแบบ

การบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า การขนส่งทางอากาศเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง แม้ว่าโรคระบาดยังคงมีอยู่ แต่สายการบิน ก็ยังคงให้บริการต่อไป ตราบเท่าที่ยังมีความต้องการการเดินทาง ทั้งยังต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ และข้อบังคับของ สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) และในระดับสากล เกี่ยวกับการสาธารณสุข และสร้างความมั่นใจในขั้นตอนความปลอดภัยของสายการบิน รวมถึงสร้างความพึงพอใจให้ผู้โดยสาร จึงจำเป็นที่สายการบินต้อง สร้างสิ่งจูงใจและพัฒนาคุณภาพการบริการ สร้างมูลค่า และมีผลตอบแทนที่มากขึ้น ในกิจกรรมทางธุรกิจ โดยการนำกลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน เปรียบเทียบ จุดแข็งและจุดอ่อนกับคู่แข่ง มาใช้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสายการบิน เน้นการทำธุรกิจ เพื่อการแข่งขันด้านการบริการที่แตกต่าง ด้วยการนำวัฒนธรรมของไทยในทุกภาคส่วน มาปรับใช้ในงานบริการบนสายการบินให้เป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกใช้เป็นอันดับแรก เพื่อร่วมกันสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า (Kankaew & Kuosuwat, 2023; The Civil Aviation Authority of Thailand, 2024)

กระแสโลกที่เปลี่ยนแปลง การถูกแทรกแซงด้านเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางสังคม การแข่งขันที่รุนแรงและภาวะวิกฤติต่าง ๆ ทำให้หลายองค์กรมีการปรับเปลี่ยนแนวทางในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ตั้งไว้ การแข่งขันด้านการบริการ เป็นสิ่งที่ธุรกิจการบินต้อง พัฒนาตัวเองในทุกสถานการณ์ ลูกค้าต้องการความมั่นใจว่า มีมืออาชีพช่วยเหลือ ให้คลายความกังวล สามารถแก้ปัญหา และรับมือกับสถานการณ์ ต่างๆ ได้อย่างมืออาชีพ จึงเป็นโอกาสให้ พนักงานในองค์กร ได้เตรียมพร้อมกำลังคนที่มีคุณภาพ ได้แสดงความสามารถ และทักษะ ที่จะทำให้องค์กรแตกต่างจากคู่แข่ง สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน ในภาคการผลิตและบริการ เพื่อยกระดับคุณภาพและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย (Manon, 2010; Thai Airways International Public Co., Ltd., 2025)

อาจกล่าวได้ว่า เราอยู่ในยุคเศรษฐกิจการบริการเป็นส่วนใหญ่ โลกสามารถเชื่อมโยงถึงกันในยุคดิจิทัล ผู้คนสามารถแบ่งปันข้อมูลกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ด้วยการใช้อินเทอร์เน็ตติดต่อกันทั่วโลกเพียงแค่ปลายนิ้ว หากพบการบริการที่ไม่ดี ก็จะส่งผลให้เกิดชื่อเสียงที่ไม่ดีต่อองค์กร และทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ Timm (2011) สร้างคำย่อ สำหรับการบริการว่า 'LIFE' ซึ่งหมายถึง "สิ่ง เล็กๆ น้อยๆ ความเข้าใจ ความคิดเห็น และความคาดหวัง" (little thing, insight, feedback, and expectation) Frei and Morriss (2012) ระบุว่า ธุรกิจองค์กร ไม่สามารถมีความเชี่ยวชาญในทุกด้านได้ ดังนั้นจึงต้องวิเคราะห์ และวางแผนกลยุทธ์การบริการให้สอดคล้อง เนื่องจากการขนส่งทางอากาศ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จึง

จำเป็นต้องคำนึงถึงกลยุทธ์การแข่งขัน เปรียบเทียบจุดแข็งและจุดอ่อนกับคู่แข่งอยู่เสมอ มีการนำกลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่าง สร้างความประทับใจต่อลูกค้า สร้างมูลค่าและมีผลตอบแทนที่มากขึ้นในกิจกรรมทางธุรกิจ มาใช้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสายการบิน ผลิตภัณฑ์ และบริการ เพื่อความต้องการของลูกค้า (Isaeva, 2016; Sengur, Kilic, & Erdogan, 2022; Ushakov, Bandurin, & Bandurin, 2017)

การแข่งขันด้านการบริการในยุคนี้ มีความแข็งแกร่งมาก เนื่องจากระบบทุนนิยมและกระบวนการโลกาภิวัตน์ ที่เพิ่มความเข้มงวดในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ธุรกิจการบริการของไทยต้องปรับตัว เพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับโลก โดยการนำเสนอการบริการที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า และเป็นการแข่งขันที่เหนือชั้นทุนนิยม เพื่อความคุ้มค่าของคนที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญ ในการสร้างบริการที่แข็งแกร่งของบริษัท จึงจำเป็นต้องเน้นคุณภาพ ปรับปรุงการบริการ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเป็นสำคัญ สำหรับการแข่งขันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า ต้องปรับตัวให้มีประสิทธิภาพและมุ่งเน้นผลกำไร เพิ่มความน่าสนใจในการลงทุน คุณภาพการบริการจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถสร้างความแตกต่างให้แก่ธุรกิจการบิน เพื่อทำให้มีส่วนแบ่งการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถช่วยให้การบริหารจัดการมีคุณภาพที่ดียิ่งขึ้น (Organization for Economic Co-operation and Development, 1996, 2020; Laovoravit, 2024; Wongsuwan, 2015)

ชาวต่างชาติจำนวนมากเดินทางมาทำความรู้จักประเทศไทยและนำเรื่องราวเผยแพร่สู่สายตาชาวโลก ทั้งด้านบวกและลบ คนไทยจึงต้องร่วมกันพิจารณาว่าอะไรคือเอกลักษณ์ที่ควรส่งเสริมและสื่อสาร ท่ามกลางกระแสวัฒนธรรมสากลที่ผสมผสานใหม่และเก่า แม้บางวัฒนธรรมดั้งเดิมอาจไม่สอดคล้องกับปัจจุบัน แต่การรับวัฒนธรรมตะวันตกไม่ควรทำให้เราละเลยแบบแผนที่ดีของไทย เช่น อยุธยาไมตรีและน้ำใจ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ควรรักษา นอกจากนี้ จากการนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทยในการประกวดมิสยูนิเวิร์ส 2018 รอบชิงชนะเลิศ พบว่ามีการผสมผสานวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมตะวันตกได้อย่างลงตัว จนได้รับคำชื่นชมจากผู้ชมทั่วโลก แสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล ในด้านวัฒนธรรม ประเทศไทยมีเอกลักษณ์อันโดดเด่นและหลากหลาย ได้รับการยอมรับจากนานาชาติ และยังเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage) ที่ดีที่สุดในปี 2021 โดยอยู่ในอันดับ 1 ของอาเซียน (ปริศญา คุณามุขและธাত্রี ใต้ฟ้าพูล, 2561, ธนกร หมั่นขัน, 2560)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของไทย ครอบคลุมโรงแรม ร้านอาหาร การบันเทิง และวัฒนธรรม ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก บริการสายการบินของไทยโดดเด่นด้วยความเป็นไทย ถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านการบริการยอดเยี่ยม สร้างรายได้และเป็นที่ยอมรับระดับโลก รัฐบาลผลักดัน Soft Power โดยใช้วัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือทางการทูต หากชาวไทย “ของดีของไทย” และเปลี่ยนความท้าทายเป็นโอกาส จะสร้างรายได้มหาศาลให้ประเทศ จะเห็นได้ว่า Soft power ของไทยมีศักยภาพสูงและหลากหลาย ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ใช้ “ทุนทางวัฒนธรรม” พลิกโฉมประเทศ ด้วยพลังสร้างสรรค์ของคนไทย เป็นเครื่องยนต์เศรษฐกิจใหม่ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ในยุค E-Commerce เราสามารถนำความเป็นไทยมาขายและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ (กรณ์ จาติกวณิช, 2566) ดังนั้น การขับเคลื่อน Soft power จึงต้องอาศัยเป้าหมายร่วมกันจากการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการบินและการท่องเที่ยวของไทย การบริการอย่างไทยได้รับการยอมรับว่ามีบทบาทสำคัญในการสร้าง Soft Power ที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศ แม้ว่าจะเป็นวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ แต่สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ การบริการที่สะท้อนเอกลักษณ์ไทยไม่เพียงแต่เป็นการกระทำ แต่ยังเป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างจิตสำนึกทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณแห่งความเป็นเจ้าบ้าน (IATA, 2023; Vivatanapaiboonlap, & Pham, 2025; Tourism Authority of Thailand (TAT), 2025)

การบริการอย่างไทย คือการบริการด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ให้ความเห็น ความคาดหวังและสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างองค์กร กับลูกค้าโดยมอบประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจในเอกลักษณ์ของความเป็นไทยอย่างต่อเนื่อง ผ่านการบริการที่ยอดเยี่ยมและสม่ำเสมอในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ การบริการอย่างไทยนั้น อาจไม่ได้มีการสอนอย่างเป็นทางการในตำราเรียน เนื่องจากการให้บริการที่เน้นความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของไทยนั้น ต่างจากการให้บริการตามหลักสากลที่เน้นเรื่องของกฎระเบียบและการปฏิบัติตามกติกาอย่างเคร่งครัด นอกจากนี้ ทักษะคิดและกรอบความคิด (Mindset) ของพนักงานบางคนที่ไม่เติบโตมาจากสังคมและครอบครัวไทย อาจเริ่มลดน้อยลงในยุคสมัยปัจจุบัน โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ขาดการปลูกฝังความเป็นไทยจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม จึงทำให้คุณลักษณะของความเป็นไทยอาจจางหายไป (บริษัท การบินไทย จำกัด, 2559)

ปัญหาของการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย มีส่วนทำให้ ความเป็นไทยถูกลบเลือน จางไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานบริการที่เน้นความเป็นสากล ระบบการศึกษาปัจจุบันได้รับผลกระทบจากโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้ประวัติศาสตร์ ศีลธรรม และจริยธรรมถูกลดบทบาท คนรุ่นใหม่เติบโตใน

ระบบการศึกษานานาชาติที่เน้นเศรษฐกิจมากกว่าการปลูกฝังอัตลักษณ์ไทย การพัฒนาและการอนุรักษ์วัฒนธรรมจึงต้องดำเนินควบคู่กัน เพื่อรักษาเอกลักษณ์ชาติอย่างยั่งยืน วัฒนธรรมไทยเป็นมรดกที่ต้องสืบสานและพัฒนาให้เข้ากับยุคสมัย สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผ่านการบริการที่ถ่ายทอดความเป็นไทยอย่างมีเสน่ห์ ธุรกิจการบินถือเป็นประตูแรกที่ต้อนรับนักท่องเที่ยว จึงต้องใช้ Soft Power ไทยสร้างคุณค่าให้เป็นที่จดจำ หากละเลย ไม่ใช้ทุนวัฒนธรรมที่มี เราอาจพลาดโอกาสสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเสริมภาพลักษณ์ประเทศ การบริการอย่างไทยมีคุณค่า มีความเป็นชาติ มีความเป็นไทย สอดแทรกไว้ มีวัฒนธรรม และมีเอกลักษณ์ที่หาไม่ได้ในตำรา สิ่งเหล่านี้ควรรักษาและสืบทอดให้รุ่นต่อ ๆ ไปได้เรียนรู้ และนำไปเป็นแบบอย่างเพราะผู้ปฏิบัติงานหลายท่านได้ จากองค์กรไปแล้ว การบริการด้วยใจ ถือเป็นวัฒนธรรมการให้บริการด้วยใจที่ฝังรากลึกในคนไทย ซึ่งมีนิสัยอ่อนน้อม ใส่ใจความสัมพันธ์ และชอบช่วยเหลือผู้อื่น ธุรกิจบริการโดยเฉพาะสายการบินจึงต้องการบุคลากรที่สุภาพ คล่องแคล่ว จริงใจ และมีบุคลิกที่น่าประทับใจ พนักงานต้อนรับต้องผ่านการฝึกอบรมให้มีจิตสำนึกในการบริการ มุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารเพื่อให้กลับมาใช้บริการอีก การบริการที่ดีเป็นหัวใจของความสำเร็จทางธุรกิจ และเป็นจุดแข็งที่สร้างความเชื่อมั่นให้ผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ การบริการอย่างไทยยังถือเป็นความรู้ที่ซับซ้อนและลึกซึ้ง ครูผู้สอนการบริการบนสายการบินต้องใช้เวลาเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง เพื่อพัฒนาแนวทางบริการที่มีคุณภาพสูงและยกระดับมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้น (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018)

งานวิจัยนี้มีจุดเริ่มต้นจากการตั้งคำถามเกี่ยวกับ "อัตลักษณ์การบริการอย่างไทย" ว่าสามารถแสดงตัวตน สร้างความประทับใจ ในเวทีโลกได้หรือไม่ โดยเฉพาะในบริบทของสายการบินสัญชาติไทย การบริการอย่างไทยจึงต้องผนวกกับมาตรฐานสากล เพื่อให้ความเป็นไทยยังคงอยู่ในทุกมิติของการให้บริการ รวมถึงสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับการบริการอย่างไทย ซึ่งจะช่วยให้การบริการบนเครื่องบินของสายการบินไทยสามารถรักษาอัตลักษณ์และตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้ประเด็นเรื่องความเป็นไทยจะได้รับการกล่าวถึงอย่างลึกซึ้งในบทนำแล้ว แต่อีกองค์ประกอบสำคัญที่ไม่อาจละเลยในการพัฒนาและถ่ายทอดบริการอย่างไทยให้ยั่งยืน คือ “ความเป็นครู” ที่มีความหมายลึกซึ้งมากกว่าการเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ทั่วไป ในบริบทของสายการบินสัญชาติไทย “ครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบิน” (Inflight Instructor) ไม่เพียงมีหน้าที่สอนทักษะการบริการหรือมาตรฐานความปลอดภัยเท่านั้น หากแต่ยังต้องเป็นต้นแบบในด้านคุณธรรม จริยธรรม และการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ไทยอย่างเป็นธรรมชาติ ครูผู้สอนต้องมีความเข้าใจลึกซึ้งในวัฒนธรรมไทย มีทักษะในการสร้างบรรยากาศ

การเรียนรู้ที่เอื้อต่อการซึมซับคุณค่าทางวัฒนธรรม และสามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นไทย (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551; บริษัท การบินไทย จำกัด, 2559)

“ความเป็นครู” หมายถึง การมีความรู้และความเข้าใจในศาสตร์ที่สอนอย่างลึกซึ้ง มีทักษะในการถ่ายทอดความรู้ให้เหมาะสมกับผู้เรียนแต่ละคน และมีบทบาทในการสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เรียนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในวิชาชีพของตน (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551) สำหรับครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบิน ความเป็นครูยังรวมถึงความสามารถในการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะทั้งด้านเทคนิคและด้านจิตใจ เช่น การสอนให้ผู้เรียนเข้าใจแก่นแท้ของการบริการอย่างไทย การฝึกฝนทักษะการสื่อสารอย่างสุภาพ และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าด้วยความรอบคอบและเมตตา นอกจากนี้ ความเป็นครูยังหมายถึงการมีทักษะในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง (Self-Directed Learning) ครูผู้สอนต้องรักการเรียนรู้ มีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเทคโนโลยี เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี และถ่ายทอดองค์ความรู้และวัฒนธรรมไทยให้สอดคล้องกับบริบทยุคปัจจุบัน บทบาทของครูจึงเป็นทั้งผู้ถ่ายทอดความรู้ ผู้ปลูกฝังคุณค่า และผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เรียน ให้สามารถนำอัตลักษณ์ไทยไปปรับใช้ในการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ในขณะเดียวกัน ครูยังต้องบูรณาการความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยระดับสากล เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมั่นใจและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติในบริบทของการบริการบนเครื่องบิน บทบาทของครูจึงเป็นทั้งผู้ถ่ายทอดความรู้ ผู้ปลูกฝังคุณค่า และผู้สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เรียน ให้สามารถนำอัตลักษณ์ไทยไปปรับใช้ในการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ในขณะเดียวกัน ครูยังต้องบูรณาการความรู้ด้านวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยระดับสากล เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมั่นใจและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงให้ความสำคัญกับ “ความเป็นครู” ในฐานะกลไกสำคัญในการสร้างการเรียนรู้และถ่ายทอดอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย เพื่อให้การบริการอย่างไทยยังคงเป็นจุดแข็งที่สามารถแข่งขันและสร้างความประทับใจในตลาดโลกได้อย่างยั่งยืน (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2551; สุภาวดี ศรีสุวรรณ, 2561; IATA, 2023)

วัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยนี้คือการศึกษอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย และกระบวนการเรียนรู้ของครูผู้สอน การบริการบน

เครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย รวมถึงเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยใน
งานบริการ โดยมีกรอบแนวคิดที่ครอบคลุมทั้งมิติของอัตลักษณ์ วัฒนธรรม การเรียนรู้ และกลไก
เชิงอำนาจที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นองค์รวม ความเป็นครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยมีความสำคัญ
อย่างยิ่งในการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะให้กับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ครูผู้สอนต้องมี
ความรู้ลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย และสามารถสื่อสารแนวคิดนี้ไปยังผู้เรียนได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ การฝึกอบรมที่มีคุณภาพจึงต้องเน้นการสร้างจิตสำนึกในการบริการและการรักษา
มาตรฐานความปลอดภัย การศึกษาในครั้งนี้จึงมุ่งหวังให้ครูผู้สอนสามารถใช้ความรู้และ
ประสบการณ์ในการสร้างอัตลักษณ์การบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งเป็นการส่งเสริมความเป็นไทย
ควบคู่กับการพัฒนาทักษะและความสามารถของพนักงานในระดับสากล เพื่อให้การบริการบน
เครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย สามารถรักษาอัตลักษณ์และตอบสนองความต้องการของ
ผู้โดยสารในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแนว
ทางการฝึกอบรม การสร้างอัตลักษณ์ และการอนุรักษ์ทุนวัฒนธรรมให้เป็นพลังทางเศรษฐกิจใน
ระยะยาว

คำถามวิจัย

1. การบริการบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย มีอัตลักษณ์อย่างไร
2. ครูผู้สอน การบริการบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย มีการสร้างการเรียนรู้
อย่างไร และเงื่อนไขอะไร ที่ทำให้ครูผู้สอนสามารถสร้างการเรียนรู้ดังกล่าว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ ของการบริการการอย่างไทย บนเครื่องบิน ของสายการบิน
สัญชาติไทย
2. เพื่อศึกษาการสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบน
เครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย

นิยามศัพท์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อ
ทำความเข้าใจพื้นฐานของทฤษฎีและแนวคิดที่นักวิชาการเสนอไว้ จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์และ
สังเคราะห์แนวทางในการนิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สายการบินสัญชาติไทย คือ บริษัทการบินที่มีสัญชาติไทยและดำเนินการธุรกิจการบินในระบบขนส่งทางอากาศ ให้บริการทั้งการขนส่งผู้โดยสาร การขนส่งสินค้าทางอากาศ และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบิน ได้รับการจดทะเบียนอากาศยาน โดย สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย (CAAT) มีทะเบียนอากาศยาน (Aircraft registration) ขึ้นต้นด้วย HS เช่น HS-PPT ของบริษัทการบินกรุงเทพจำกัด มหาชน หรือ HS-TXQ ของบริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน เป็นต้น

อัตลักษณ์การบริการ คือ การสร้างอัตลักษณ์การบริการของลูกเรือบนสายการบิน ที่ให้การบริการอย่างไทย เป็นการสร้างอัตลักษณ์ ที่เกิดจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านกระบวนการเรียนรู้ตามแนวคิด ผ่านเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of the Self) ของ Michel Foucault

การบริการอย่างไทย คือ การสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ด้วยบริการที่ดีที่สุด และสม่ำเสมอ ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ ให้เห็นความคาดหวัง และสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างสายการบิน กับลูกค้าด้วยประสบการณ์การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจ ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย ให้แก่ลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง

ครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบิน คือ บุคคลที่มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในวัฒนธรรมและประเพณีไทย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างประสบการณ์การบริการที่เหมาะสม และน่าประทับใจให้กับลูกค้า ครูผู้สอนจะต้องประพฤติปฏิบัติตามคุณธรรม โดยเน้นความสุภาพและมารยาท ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญในวัฒนธรรมไทย ที่ช่วยสร้างประสบการณ์การบริการที่เป็นมิตร ใส่ใจ และนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งยังมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในการบริการ เป็นตัวอย่างที่ดีในการให้บริการ เพื่อเป็นต้นแบบในการจัดการกับลูกค้า และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นมิตร ให้กับผู้เรียน เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีความสุขและสนุกสนาน

การเรียนรู้ คือ ครูผู้สอนการบริการอย่างไทยต้องสร้างการเรียนรู้ด้วยการชี้นำตนเอง โดยพัฒนาตนเองให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการส่วนบุคคล การยอมรับตนเอง รักในการเรียนรู้ และมีความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นปัจจัยสำคัญ นอกจากนี้ ครูผู้สอนควรมีความริเริ่มในการเรียนรู้ด้วยตนเอง เข้าใจความต้องการในการเรียนรู้ เพื่อให้สามารถวางแผนและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งมีความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาการควบคุมจากภายนอก มีความยืดหยุ่น เปิดรับประสบการณ์ใหม่ และสามารถประเมินผลการเรียนรู้ของตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของ Skager และ Guglielmino ที่เน้นการสร้างความรู้ใหม่สำหรับครูผู้สอนการบริการอย่างไทย โดยครูจะสร้างความรู้ผ่านประสบการณ์ของตนเองด้วยการขยายและทดสอบความหมายที่ตนตีความ ไม่รับข้อมูลหรือ

ความรู้นั้นมาโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่ระบุว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นจากการค้นพบและประสบการณ์ ผ่านการพัฒนาทางปัญญา

เงื่อนไขการสร้างการเรียนรู้ คือ การเรียนรู้โดยการชี้นำตนเองตามแนวคิด ของตามแนวทฤษฎีของ Skager และ Guglielmino เป็นการเรียนรู้ และชี้นำตนเองของครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ไม่ใช่การสอนผู้อื่น แต่เป็นการนำแนวคิดมาพัฒนาตนเอง เงื่อนไขอะไรที่ทำให้ครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบิน เกิดการเรียนรู้ และนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่โดยครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบิน



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและกรอบความคิดการวิจัย

การขนส่งทางอากาศ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูง จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงกลยุทธ์การแข่งขัน และเปรียบเทียบจุดแข็ง และจุดอ่อนกับคู่แข่งอยู่เสมอ (Isaeva, 2016; Sengur et al., 2022; Ushakov et al., 2017) มีการนำกลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่าง สร้างความประทับใจต่อลูกค้า สร้างมูลค่า และมีผลตอบแทนที่มากขึ้น ในกิจกรรมทางธุรกิจมาใช้ อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสายการบิน ผลิตภัณฑ์ และบริการเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าเพื่อตอบคำถามการวิจัยเรื่อง การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ว่าการบริการบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย มีอัตลักษณ์อย่างไร จึงทำให้การบริการอย่างไทย อยู่ในบริบทของการบริการบนเครื่องบิน ที่เป็นรูปแบบมาตรฐานสากลได้ รวมถึงศึกษากระบวนการสร้างการเรียนรู้ของครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย เป็นอย่างไรนั้น ผู้วิจัยจะใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

ส่วนที่หนึ่ง: ความเป็นไทยกับอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย เพื่อทำความเข้าใจในเบื้องต้นว่า อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยมีลักษณะอย่างไร

ส่วนที่สอง: การบริการอย่างไทยที่เกิดจากการเรียนรู้แบบเทคนิคแห่งตัวตน เพื่อทำความเข้าใจถึงการสร้างอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย บนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ด้วยกระบวนการทัศนสมัยใหม่ ตามกรอบแนวคิดแบบ เทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault

ส่วนที่สาม: การสร้างการเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจในเบื้องต้นถึง การสร้างการเรียนรู้ในแบบชี้้นำให้ตนเอง การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ของครูผู้ถ่ายทอดการบริการอย่างไทย บนสายการบินสัญชาติไทย เพื่อนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่ (Constructivism) ในด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน

ส่วนที่สี่: กรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการรวบรวม วิเคราะห์ ประเด็นที่เกี่ยวข้อง และเชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ไปสู่กรอบความคิดในการศึกษาวิจัย และตอบคำถามการวิจัย

ส่วนที่หนึ่ง: ความเป็นไทยกับอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย และการผสมผสานทางวัฒนธรรม

แม้ประเทศไทยจะไม่เคยตกเป็นอาณานิคม แต่ได้รับอิทธิพลตะวันตกอย่างรวดเร็วหลังสงครามโลกครั้งที่สอง จากกระแสโลกาภิวัตน์ เทคโนโลยี และการขนส่งที่ก้าวหน้า ทำให้วัฒนธรรมไทยผสมผสานกับสากลมากขึ้น ประชาชนบริโภคสินค้าต่างประเทศโดยไม่ยึดอัตลักษณ์แบบเดิม แนวคิดความเป็นไทยจากสมบูรณาญาสิทธิราชย์อาจไม่สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน เนื่องจากทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ได้หลอมรวมวัฒนธรรม ส่งผลให้ศิลปะการแสดงของไทยพัฒนาอย่างสร้างสรรค์มากขึ้น อีกทั้งความเป็นไทยเป็นแนวคิดที่ยังไม่มีคำจำกัดความแน่ชัด จึงต้องตั้งต้นกำเนิดของความเป็นไทย จากการอ่านวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็น "วิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ บรรทัดฐาน ประเพณี ภูมิปัญญาที่สังคมสร้างขึ้น สะสม ถ่ายทอด เรียนรู้ ปรับปรุง และเปลี่ยนแปลงในระดับทางจิต และร่างกาย" (Kongpolphrom, 2018; Zakharchenko, et al. 2019) ตามที่ Renard (2006) อ้างอิงว่า เด็ก ๆ ได้รับการปลูกฝังประวัติศาสตร์ มารยาท และความเป็นไทย ในโรงเรียนชั้นประถม และมัธยม โดยไม่คำนึงถึงเชื้อชาติและอาจกล่าวได้ว่า ความเป็นไทย มีติดตัวมาแต่กำเนิดและเมื่อได้รับการศึกษา หล่อหลอม ทำให้ความเป็นไทยติดตัวคนไปในทุกที่

1.1 ความเป็นไทย

ความเป็นไทย เป็นสิ่งที่สั่งสมมาเป็นระยะเวลานานและส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ผ่านวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี การแต่งกาย และที่อยู่อาศัย (ธิตินันท์ ธนภักธีรานันท์, 2561) นิตยสาร TAT Review Magazine ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT) ได้ให้ความหมายของคำว่า "ความเป็นไทย" หรือ "Thainess" ไว้ว่า หมายถึงวัฒนธรรมไทย ซึ่งรวมถึงทุกสิ่งในประเทศไทยที่ถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น และปรับให้เข้ากับการดำรงชีวิตในปัจจุบัน ทั้งในรูปแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย ไม่ว่าจะเป็นคน ประเพณี วิถีชีวิต สถาปัตยกรรมธรรมชาติ ภาษา หรือการแต่งกาย (Pongwirithon, 2016) นอกจากนี้ Farrelly (2016) และคณะจาก Australian National University ยังกล่าวถึง "Thainess" ว่า เป็นคำที่สื่อถึงความเป็นไทยในลักษณะที่ชัดเจนที่สุด ซึ่งหมายถึงประเทศไทยเป็นดินแดนแห่งความมีอิสระ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และเป็นแหล่งของความเจริญรุ่งเรือง โดยเฉพาะในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ซึ่งรัฐบาลไทยในปี พ.ศ. 2558 ได้กำหนดให้เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนภาคภูมิใจในความเป็นไทย (ศิริเพ็ญดาบเพชร, 2557)

การสร้างความเป็นไทยภายใต้ระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์เริ่มต้นจากการที่พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงให้ความสำคัญกับการสร้างสัญลักษณ์ที่ยึดโยงพระมหากษัตริย์เป็นศูนย์กลางของรัฐ ผ่านพิธีกรรมและการแสดงออกทางศิลปวัฒนธรรมที่

สะท้อนถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมทั้งมีการพัฒนาโครงสร้างการปกครองให้ทันสมัยยิ่งขึ้น ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการเน้นย้ำถึงความจงรักภักดีต่อสถาบันพระมหากษัตริย์และพระพุทธศาสนา เพื่อสร้างความสามัคคีในชาติ และปลูกฝังความภาคภูมิใจในความเป็นไทยที่เปี่ยมด้วยอารยธรรมและเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Sattayanurak, 2016)

ยิ่งไปกว่านั้น สมเด็จพระสังฆราชวชิรญาณวโรรส ทรงเน้นการทำให้ความเป็นไทยมีศูนย์กลางอยู่ที่พระมหากษัตริย์ โดยผสมผสานแนวคิดทางพุทธศาสนาเข้ากับอุดมการณ์ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ผ่านการปฏิรูปการศึกษาและการเทศน์ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ระหว่างความเป็นไทยกับศาสนาพุทธ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ยังได้ส่งเสริมความเป็นไทยด้วยการเน้นคุณธรรม 3 ประการที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย ได้แก่ ความจงรักภักดีต่อเอกราช ความสามารถในการประนีประนอม และการผสมผสานวัฒนธรรมจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อีกทั้ง ความเป็นไทย มิได้เป็นสิ่งคงที่ หากแต่ถูกประกอบสร้างและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยภายใต้อิทธิพลของอำนาจรัฐ สถาบันหลัก และกระแสโลกาภิวัตน์โดยมีพัฒนาการอย่างเป็นขั้นตอนตั้งแต่ปลายสมัยสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาจนถึงยุคปัจจุบัน ในสมัยรัชกาลที่ 5 กรมพระยาดำรงราชานุภาพได้สร้างวาทกรรมแห่งความจงรักภักดีผ่านการเรียกรัชกาลที่ 5 ว่า พระปิยมหาราช เพื่อย้ำภาพลักษณ์ของพระมหากษัตริย์ที่ทรงห่วงใยประชาชน และเป็นศูนย์รวมแห่งความรักและศรัทธา การอุปถัมภ์ศาสนาทุกศาสนาเป็นกลยุทธ์สร้างความสมานฉันท์และหล่อหลอม อัตลักษณ์ไทย ที่สงบสุขและเป็นกลางทางศาสนา (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2559ก)

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง 2475 จอมพล ป. พิบูลสงครามได้ใช้แนวคิดรัฐนิยม สร้างความเป็นไทยในฐานะวาระแห่งรัฐ โดยเร่งปลูกฝังความสำนึกชาตินิยมแก่ประชาชนเพื่อรวมศูนย์อำนาจ และลดอิทธิพลของกลุ่มชาติพันธุ์อื่น เช่น คนจีน ผ่านนโยบายปรับเปลี่ยนวัฒนธรรม เช่น การแต่งกายแบบตะวันตก ห้ามกินหมาก และเน้นความเป็นเอกภาพทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม (อนุธิร์ เดชเทพพร, 2555) และจากบทความเรื่อง ความเป็นมาของชื่อ ประเทศสยาม กับ ประเทศไทย ที่ได้เรียบเรียงจากเค้าความบางตอนในต้นฉบับของหนังสือ Ma Vie Mouvementee ของ ปรีดี พนมยงค์ เมื่อ 28 ม.ค. 2559 นั้น หลวงวิจิตรวาทการเสนอเปลี่ยนชื่อประเทศ สยาม เป็นประเทศไทย โดยอ้างหลักฐานทางชาติพันธุ์และประวัติศาสตร์ เพื่อเชิดชูชาติไทย และรวมดินแดนของชนชาติไทยเข้ามาในรัฐชาติไทยสมัยใหม่ ดังนั้นคณะรัฐมนตรี และสภาผู้แทนราษฎรได้ลงมติเห็นชอบในการเปลี่ยนชื่อประเทศ ตามร่างรัฐธรรมนูญแก้ไขเพิ่มเติม เปลี่ยนชื่อประเทศสยามเป็น “ประเทศไทย” โดยมีคณะผู้สำเร็จราชการแทนพระองค์ลงนามให้ตราเป็นรัฐธรรมนูญแก้ไขเพิ่มเติมเมื่อวันที่ ๓ ตุลาคม พ.ศ. ๒๔๘๒ โดยหลวงวิจิตรวาทการได้เสนอให้เรียก

ประเทศไทยเป็นภาษาอังกฤษว่า THAILAND และภาษาฝรั่งเศสว่า THAÏLANDE ตามความเห็นส่วนข้างมากในคณะรัฐมนตรีในสมัยนั้น ต่อมาหลังการปฏิวัติ 2475 หลวงวิจิตรวาทการ ซึ่งเป็นอธิบดีกรมศิลปากร ได้ส่งเสริมความเป็นไทยในด้านศิลปะที่มีความเจริญรุ่งเรืองมาแต่โบราณ ให้คนไทยเกิดความภาคภูมิใจในชาติ โดยเน้นย้ำถึงความเป็นไทยที่รักความก้าวหน้า ขยันหมั่นเพียร มีจิตใจสู้รบ ชอบค้าขาย ซึ่งเป็นลักษณะที่ทำให้คนไทย สามารถทำให้ชาติไทยเจริญรุ่งเรือง และช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แนวคิดความเป็นไทยถูกผูกโยงเข้ากับ ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ อย่างเข้มข้น โดยเน้นความจงรักภักดีเป็นศูนย์กลาง ส่งผลให้วาทกรรม ความเป็นไทย ยึดโยงกับอุดมการณ์อนุรักษ์นิยม และกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อต้านอุดมการณ์คอมมิวนิสต์ (อนุธิร์ เดชเทวพร, 2555; สายชล สัตยานุรักษ์, 2545; สุภัตรา ภูมิประภาส, 2560)

ตั้งแต่ปี ค.ศ.1950 ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ มีบทบาทสำคัญในการตอกย้ำภาพลักษณ์ของสถาบันพระมหากษัตริย์และศาสนาพุทธว่าเป็นรากฐานของความเป็นไทย ผ่านงานเขียน สื่อ และกิจกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งเห็นว่าไทยมีจริยธรรมอันเกิดจากการเป็นชาวพุทธ และพระมหากษัตริย์ทรงเป็นศูนย์กลางแห่งการพัฒนาและความมั่นคงของชาติ (คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว., 2545ก) ความเป็นไทยของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ทำให้คนไทยได้เห็นความสำคัญของพระราชกรณียกิจต่าง ๆ ของพระมหากษัตริย์ ให้คนไทยได้เข้าใจว่าผู้ปกครองประเทศนั้นมีความเชื่อเพื่อและช่วยพัฒนาประเทศให้เจริญรุ่งเรือง สงบสุข ช่วยเหลือผู้ยากแค้น และ ทำให้สามารถรักษาความเป็นไทยอันล้ำค่าด้วย อีกทั้งต้องทำให้คนไทยตระหนักถึงความเป็นไทยด้วยการเป็นพลเมืองดีที่สามารถปกป้องและรักษาสังคม และระบบการปกครองที่ดีที่สุด ต้องตระหนักเสมอว่า พระมหากษัตริย์เป็นสถาบันที่ศักดิ์สิทธิ์ ต้องรักษาไว้เคียงข้างความเป็นไทยตลอดไป และต้องให้ความสำคัญของความเป็นไทย ควบคู่ไปกับพระพุทธศาสนา พยายามเน้นย้ำว่า ชาติไทยเหนือกว่าชาติอื่น เพราะมีองค์ประกอบของความเป็นไทยที่ทรงคุณค่า ทั้งพระมหากษัตริย์ ศิลปะไทย ประเพณีไทย ซึ่งนับเป็นสิ่งที่สนับสนุนโครงสร้างของสังคมที่ยังคงเป็นไทยไว้เสมอ ความเป็นไทย และอัตลักษณ์ ความเป็นไทย ที่ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ สร้างขึ้น เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความรู้สึกรักสถาบัน ทำให้ชาติไทยมีระเบียบ มั่นคง สงบสุข ทั้งยังทำให้ชาวจีนในประเทศไทยมีโอกาสเรียนรู้ ความเป็นไทย และยอมรับว่าครอบครัวสามารถอยู่อย่างปลอดภัย เป็นสุข เจริญรุ่งเรืองในประเทศไทย (คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว., 2545ข; สุภัตรา ภูมิประภาส, 2560; โกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2555)

ในยุคต่อมา ความเป็นไทยเริ่มมีการตีความหมายมากขึ้น โดยเฉพาะภายใต้แรงกดดันของกระแสโลกาภิวัตน์ (อนุธิร์ เดชเทวพร, 2555) ความเป็นไทยมีหลายหน้า ได้แก่ ความเป็นไทยแบบวัฒนธรรม-พุทธ, ความเป็นไทยแบบพหุนิยม และความเป็นไทยแบบกษัตริย์

นิยม ซึ่งสะท้อนถึงการแข่งขันในการกำหนดนิยามความเป็นไทยในสังคมที่หลากหลายมากขึ้น ใน ส่วนของความเป็นไทย ในฐานะ วัฒนธรรมไทย ที่ต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจาก โลกาภิวัตน์ ทำให้ต้องมีการปรับตัว และเปิดรับความแตกต่างมากขึ้น ทั้งยังต้องรักษาความเป็น ไทยไว้ด้วย อีกทั้ง ความเป็นไทยกลายเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมในระบบทุนนิยม โดยถูกแปลงให้ กลายเป็นสิ่งบริโภคผ่านสัญลักษณ์ เช่น แบรินด์สินค้า อาหาร หรือศิลปะ ซึ่งอธิบายผ่านแนวคิด ทวิอัตลักษณ์ (dual identity) ที่ผสมผสานความเป็นไทยกับความเป็นสากลโดยไม่รู้สึกลด หรือรู้สึก ขัดแย้งทางจิตวิทยาโดยเกษียรเรียก การทำให้ความเป็นไทยสามารถถูกบริโภคในกระแสโลกาภิวัตน์โดยไม่รู้สึกลดว่ากำลังกระทำสิ่งที่ไม่เป็นไทยอยู่นี้ว่า การทอดทิ้งความไม่เป็นไทย (เกษียร เตชะพีระ, 2554) ซึ่งทำให้ความหมายของความเป็นไทยมีการ เปลี่ยนแปลง ให้เข้ากับกระแสบริโภค แบบทุนนิยมที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดย Reynolds (2002) เห็นว่าความเป็นไทยในบริบท ปัจจุบันคือ ทุนนิยมแบบสยาม (Siamese Capitalism) ซึ่งมุ่งใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการ สร้างข้อได้เปรียบทางเศรษฐกิจ ขณะที่แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นถูกส่งเสริมเพื่อให้วัฒนธรรมไทย มีความยืดหยุ่นและยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจโลกาภิวัตน์ และจากการศึกษาความเป็นไทย อนุสรณ์ เตชะเทพพร (2555) ได้เสนอความเป็นไทยที่ดำรงอยู่ในปัจจุบัน สามประการคือ ความเป็นไทยใน ความหมายวัฒนธรรมไทย-พุทธอย่างเหนียวแน่น ประการที่สอง คือ ความเป็นไทยในปัจจุบันที่มี ลักษณะเปิดกว้างขึ้นต่อกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยลักษณะทุนนิยม คือมีความหลากหลายใน วัฒนธรรมมากขึ้น และประการที่สาม ยังคงเป็นความเป็นไทยแบบกษัตริย์นิยม มีความจงรักภักดี เป็นศูนย์กลาง ซึ่งอาจมีความแย้งกับลักษณะพหุวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ และ กระแสทุนนิยม

นอกจากนี้ในยุคของจอมพลสฤษดิ์ ความเป็นไทยได้รับการฟื้นฟูผ่านการยกระดับ ศาสนาพุทธและบทบาทของสถาบันกษัตริย์ เช่น การเปลี่ยนวันชาติให้ตรงกับวันพระราชสมภพ ของรัชกาลที่ 9 รวมถึงมีการสร้างและฟื้นฟูพระราชพิธีที่เคยถูกคณะราษฎรยกเลิกไป เช่น พระราช พิธีมอบธงชัยเฉลิมพลให้แก่กองทหาร รื้อฟื้นงานนักขัตฤกษ์ เช่น พิธีแรกนาขวัญ พิธีกฐิน ที่มีมาแต่ เดิม ซึ่งนับเป็นการเสริมสร้างความเชื่อมโยงความเป็นมรดกทางวัฒนธรรมไทยกับพุทธศาสนาเข้า ด้วยกันกับสถาบันกษัตริย์ และสร้างความกลมกลืนระหว่างความเป็นไทยกับความทันสมัย มีการ สนับสนุนให้พระเจ้าอยู่หัวเสด็จออกเยี่ยมราษฎร และเสด็จประพาสต่างประเทศในฐานะทรงเป็น ตัวแทนของชาติ (ทักษ์ เฉลิมเตียรณ, 2548ก) ทำให้สถาบันกษัตริย์ได้รับการหนุนเสริมบารมี และ มีส่วนร่วมทางการเมืองอย่างมีความหมายต่อมา และจากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับ โลกาภิวัตน์นี้ ยังมีการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านภาคธุรกิจเอกชนพร้อมโอกาสที่เปิด

กว้างมากขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่ยังคงมีอิทธิพลในสังคมไทยในปัจจุบันได้ก้าวเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดความเป็นไทย ที่หลากหลายทางวัฒนธรรม และมีความหมายมากขึ้น ทำให้ความเป็นไทย ถูกบริบทได้ง่ายขึ้น กล่าวโดยสรุป แนวคิดความเป็นไทยมิได้มีเพียงหน้าเดียว แต่เปลี่ยนแปลงไปตามอำนาจรัฐ เศรษฐกิจ และวาทกรรมทางวัฒนธรรม โดยอัตลักษณ์ไทย ถูกสร้างผ่านกระบวนการทางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองต่อความมั่นคง ความทันสมัย และการอยู่รอดของประเทศไทยในบริบทโลก (ทักษ์ เฉลิมเตียรณ, 2548ข; โกวิท วงศ์สุรวัฒน์, 2555)

1.2 อัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) เป็นแนวคิดที่สำคัญซึ่งสะท้อนถึงความเป็นตัวตนเฉพาะของบุคคลหรือกลุ่ม โดยสามารถเปลี่ยนแปลงและถูกสร้างไปตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม (Statt, 1998; ราชบัณฑิตยสถาน, 2556; อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546) จากพจนานุกรม The Concise Dictionary of Psychology (Statt, 1998) ให้คำจำกัดความของ Identity ว่าเป็น "ลักษณะเฉพาะที่ฝังลึกในตัวบุคคล ซึ่งหล่อหลอมกลายเป็นบุคลิกภาพที่สะท้อนภาพลักษณ์ของบุคคลนั้น" ขณะที่ราชบัณฑิตยสถาน (2556) ได้นิยามคำว่า "Identity" หรือ "เอกลักษณ์" ว่าเป็นลักษณะที่เหมือนหรือมีร่วมกัน แต่ในทางสังคมศาสตร์ นิยมใช้คำว่า "อัตลักษณ์" เพื่อสื่อความหมายที่ลึกซึ้งและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทมากกว่า แนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) ชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่คงที่หรือมีอยู่โดยธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นทางสังคม (socially constructed) และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบทของวัฒนธรรมและสังคม โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่เทคโนโลยีการสื่อสารส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอย่างรวดเร็วและซับซ้อน อัตลักษณ์จึงมีความหลากหลายทั้งในระดับจุลภาค เช่น พฤติกรรมของบุคคล และระดับมหภาค เช่น ศาสนา ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรม (อภิญา เฟื่องฟูสกุล, 2546)

อัตลักษณ์ เป็นแนวคิดสำคัญที่ใช้ในการอธิบายความเป็นตัวตนเฉพาะของบุคคลหรือกลุ่ม ซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในบริบทของการบริการ โดยเฉพาะการบริการอย่างไทยที่มุ่งแสดงถึงความแตกต่างและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ในบริบทของการบริการอย่างไทย อัตลักษณ์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงรูปแบบการให้บริการ แต่เป็นกระบวนการสร้างความแตกต่างและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการแสดงออกเชิงวัฒนธรรม เช่น การไหว้ รอยยิ้ม น้ำเสียงนุ่มนวล ความสุภาพอ่อนน้อม และความเอื้ออาทร ซึ่งมีรากฐานจากค่านิยมไทยและวัฒนธรรมพุทธ (McCall, 1987; ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2542) อัตลักษณ์ เป็นลักษณะเฉพาะหรือ

ความเหมือนกันของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่เกิดจากกระบวนการทางอารมณ์ ความรู้สึกภายใน และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร (Erikson, 1968; Smith, 2006) โดยอัตลักษณ์ทั้งสามประเภทนี้เกี่ยวข้องและส่งเสริมซึ่งกันและกันในการกำหนดตัวตนของบุคคลในบริบทส่วนตัว สังคม และวิชาชีพ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการบริหาร และพัฒนาบุคลากร (สินาพร วิทยาวณิชชัย, 2561; ยุติดา มิจินา, 2553)

นอกจากนี้ อัตลักษณ์สามารถอธิบายได้หลากหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นอัตลักษณ์บุคคล (Individual Identity) เป็นมิติภายในของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความคิด และการให้ความหมายต่อตนเอง โดยประกอบด้วยองค์ประกอบ เช่น Ego Identity, Personal Identity, Commitment Concept และ Identity Salience ซึ่งสะท้อนการเลือกบทบาทและการแสดงตนในระบบความสัมพันธ์ทางสังคม โดยบุคคลจะปรับบทบาทตามความผูกพันกับเครือข่ายสังคม ส่งผลต่อความเด่นชัดของอัตลักษณ์ในสถานการณ์ต่าง ๆ (Burke & Reitzes, 1991; Stryker, 1987) ขณะเดียวกัน ยังมีอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ซึ่งหมายถึง สถานภาพและการสังกัดในกลุ่มทางสังคม เช่น อาชีพ เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนา ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดพฤติกรรมและการปรับตัวของบุคคล โดยอัตลักษณ์ทางสังคมมักแสดงผ่านสัญลักษณ์และบทบาทที่เปลี่ยนแปลงตามบริบทและความคาดหวังของสังคม (Murray, 2003; Goffman, 1986) ทั้งอัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมจึงมีความสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน สำหรับในมิติของการทำงาน ยังมีอัตลักษณ์องค์กรและวิชาชีพ (Organizational and Professional Identity) เป็นอัตลักษณ์ที่เกิดจากความสัมพันธ์ในองค์กรและการรับรู้บทบาทหน้าที่ในวิชาชีพ โดยอัตลักษณ์องค์กรมีพื้นฐานจากวัฒนธรรมองค์กรที่สื่อสารผ่านผู้บริหารและสมาชิกทุกระดับ ส่วนอัตลักษณ์ทางวิชาชีพเป็นการตระหนักรู้ในบทบาท ความรับผิดชอบ ค่านิยม และมาตรฐานจริยธรรมของวิชาชีพนั้น ๆ (Carlsen et al., 1984; Erikson, 1968; McNair et al., 2011; Rueschemeyer, 1983) ซึ่งต้องผ่านกระบวนการถ่ายทอดความรู้และทักษะ การควบคุมทางสังคม และการประเมินทางวิชาชีพ เพื่อให้สมาชิกเกิดความผูกพันและยึดมั่นในมาตรฐานวิชาชีพ (Horobin, 2014; Goode, 1957; Wilensky, 1964) ทั้งนี้ การศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นวิชาชีพและอัตลักษณ์ทางวิชาชีพของผู้ให้บริการชี้ให้เห็นว่า วิชาชีพเป็นอาชีพที่มีรากฐานบนหลักการทางวิชาการ มีการถ่ายทอดความรู้และทักษะเพื่อให้สมาชิกมีสมรรถนะในการให้บริการตามมาตรฐานและบรรทัดฐานของวิชาชีพ พร้อมทั้งต้องมีจรรยาบรรณในการประกอบวิชาชีพ (สินาพร วิทยาวณิชชัย, 2561) ในขณะที่อัตลักษณ์ทางวิชาชีพของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพศชายสะท้อนถึงบุคลิกที่ดี ความสง่างาม และใจรักงานบริการ ซึ่งเกิดจากการอบรมและขัดเกลาผ่านหลักสูตรเตรียมความ

พร้อมก่อนทำงาน และแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้โดยสารอย่างเคร่งครัด โดยอัตลักษณ์ดังกล่าวเกิดจากการรับรู้ตนเองและการรับรู้จากผู้อื่นผ่านกระบวนการทางสังคมที่สัมพันธ์กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคม (ยุธิดา มิจินา, 2553)

อัตลักษณ์ในบริบทการบริการอย่างไทย

ความรู้สึกของการเป็นตัวของตัวเอง ความตระหนักรู้ในความแตกต่างจากผู้อื่น และความสามารถในการถูกจดจำ เป็นสิ่งหนึ่งที่สะท้อนถึงแก่นของอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งไม่เพียงเป็นสิ่งที่บุคคลรู้สึกว่าเป็นของตนเองเท่านั้น หากยังเกี่ยวข้องกับความพยายามในการแยกตัวตนของเขาออกจากคนอื่น ผ่านกระบวนการเปรียบเทียบที่สร้างทั้ง ความเหมือน และ ความต่าง อัตลักษณ์จึงเป็นผลผลิตทางสังคมที่ก่อรูปจากการปฏิสัมพันธ์และการรับรู้ร่วมกันภายในบริบทที่เฉพาะเจาะจง แนวคิดนี้สามารถอธิบายปรากฏการณ์การบริการอย่างไทยได้ โดยการบริการในรูปแบบไทยไม่ใช่เพียงแค่การปฏิบัติตามขั้นตอนบริการทั่วไป แต่เป็นกระบวนการทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการสร้าง ความแตกต่าง และการผลิตอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อให้เกิดการรับรู้ถึง “ความเป็นไทย” ที่เหนือความคาดหมายของลูกค้า ตัวอย่างเช่น การไหว้ รอยยิ้ม น้ำเสียงนุ่มนวล และความเอื้ออาทร ซึ่งล้วนฝังรากอยู่ในวัฒนธรรมพุทธและค่านิยมไทย การบริการดังกล่าวจึงทำหน้าที่เป็นอัตลักษณ์เชิงวาทกรรมที่สายการบินนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับนานาชาติผ่านแนวคิด “Thai Hospitality” ที่หลอมรวมความนอบน้อม ความอ่อนโยน และความเป็นมืออาชีพร่วมเข้าด้วยกัน (McCall, 1987; Stables, 2003; ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2542)

สำหรับอัตลักษณ์ทางวิชาชีพของผู้ให้บริการในบริบทไทย หมายถึงคุณลักษณะเฉพาะของบุคคลที่ตระหนักบทบาททางวิชาชีพ มีความสามารถ ทักษะ ความรับผิดชอบ และจรรยาบรรณวิชาชีพ มีความเป็นเอกลักษณ์ในสังคมตามบทบาทนั้น ๆ โดยเน้นความอบอุ่นและเอาใจใส่ต่อลูกค้า เข้าใจความสำคัญของความสุขและความพึงพอใจของลูกค้า สื่อสารด้วยความสุภาพ รอยยิ้ม และมิตรภาพ สร้างความสัมพันธ์ที่ยาวนานและความผูกพันในระยะยาว พร้อมให้การดูแลส่วนตัวที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีค่า นอกจากนี้ ยังมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวตามความต้องการและสถานการณ์ เข้าใจการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาบริการอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้บริการเหนือความคาดหมาย มีประสิทธิภาพ และตระหนักถึงการใช้เทคโนโลยีทันสมัยในการพัฒนาบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน (ยุธิดา มิจินา, 2553)

อัตลักษณ์ความเป็นไทย หมายถึง การแสดงความเป็นตัวตนของคนไทย อาจเป็นลักษณะเฉพาะของตัวตนภายนอก เช่น กิริยาท่าทาง ภาษา การแต่งกาย การกระทำ รวมถึง

แสดงออกต่อบุคคลอื่น ในอดีต เมื่อพูดถึงคนไทยในสายตาของชาวต่างชาติมักจะนึกถึง “รอยยิ้ม” ของคนไทย ทำให้ได้รับสมญาว่า “Land of smiles” หรือ “ดินแดนแห่งรอยยิ้ม” แต่ความจริงนั้น ลักษณะเฉพาะตัวของคนไทยมีหลายอย่าง แต่อัตลักษณ์ใดจะโดดเด่นและเป็นที่จดจำขึ้นอยู่กับการจะเลือกสื่อสารอัตลักษณ์ใด ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช กล่าวถึง อัตลักษณ์ความเป็นไทยว่าเป็นสิ่งนี้ ได้รับการกระตุ้นอยู่ในตัวเองมาโดยตลอด เพราะเชื่อว่าอัตลักษณ์เป็นของคนในชาติผูกติดกับคนมาตั้งแต่เกิด ความเป็นไทยก็อยู่กับคนไทยมาโดยตลอดเช่นกัน ไม่อาจเปลี่ยนแปลงได้ (คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว., 2545; ปรีศญา คูหามุข, ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, 2561) จะเห็นได้ว่า ในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์นั้น เริ่มจากการมีอัตลักษณ์ของตน หรือ อัตลักษณ์บุคคล ไปสู่อัตลักษณ์สังคมที่มีการกำหนดบทบาทหน้าที่และตำแหน่งทางสังคมแก่บุคคล ให้เกิดการเรียนรู้และเลือกนิยามตนเองให้เหมาะสมกับสังคม และเมื่อเข้าไปอยู่ในองค์กรเพื่อประกอบอาชีพ จะเห็นความเชื่อมโยงระหว่าง อัตลักษณ์บุคคล และอัตลักษณ์ทางสังคม ที่ได้รับการหลอมรวมทั้งทางด้านกฎ ระเบียบ วัฒนธรรม และประเพณี เพื่อกำหนดอำนาจและบทบาทหน้าที่ของบุคคลภายในองค์กร กลายเป็นอัตลักษณ์ร่วมที่มีส่วนในการสร้างอัตลักษณ์องค์กร เกิดความรู้ความเข้าใจของบุคคลผ่านการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางวิชาชีพ ที่เฉพาะเจาะจงร่วมกัน และนำไปสู่อัตลักษณ์ทางวิชาชีพ (Horobin, 2014; Wilensky, 1964)

อัตลักษณ์ในการบริการอย่างไทยไม่เพียงแต่สะท้อนถึงความเป็นไทย แต่ยังรวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป การสร้างประสบการณ์การบริการที่น่าประทับใจจึงต้องอาศัยการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองของบุคลากร ครูผู้สอนการบริการอย่างไทยจึงต้องมีความเข้าใจในวัฒนธรรมและประเพณีไทยอย่างลึกซึ้ง ซึ่งช่วยให้สามารถสร้างประสบการณ์การบริการที่เหมาะสม และน่าประทับใจสำหรับลูกค้า เน้นคุณธรรมของความสุข มารยาท และ การเอาใจใส่ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญในวัฒนธรรมไทย ที่สร้างประสบการณ์ที่เป็นมิตร และน่ารักสำหรับลูกค้าในการต้อนรับ ใส่ใจ และทุ่มเทในคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพ และความพึงพอใจของลูกค้า อีกทั้ง มุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในคุณภาพการบริการ เป็นตัวอย่างในการดำเนินพฤติกรรม และการให้บริการที่ดี เพื่อเป็นแบบอย่างแก่ผู้เรียนว่าควรทำอย่างไรในการบริการและจัดการกับลูกค้า (ยุธิดา มิจินา, 2553; ปรีศญา คูหามุข และ ธาตรี ใต้ฟ้าพูล, 2561) รวมถึงสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่เป็นมิตรเพื่อให้ผู้เรียน ได้เรียนรู้ด้วยความสุขและสนุกสนาน อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยจึงเป็น กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ที่สายการบินและธุรกิจบริการนำมาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างทางกลยุทธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตาชาวโลก ผ่านแนวคิด Thai Hospitality ซึ่งผสมผสานความอบอุ่น อ่อนโยน

และความเป็นมืออาชีพในระดับสากล สะท้อนผ่านพฤติกรรม มารยาท ภาษา การแต่งกาย และการปฏิบัติต่อผู้อื่น เช่น การไหว้ การยิ้ม การพูดจาสุภาพ การให้เกียรติและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ (ฉลาดชาย รมิตานนท์, 2542; ยุติดา มิจิโน, 2553; ปริศญา คูหามุข และธাত্রี ใต้ฟ้าพูล, 2561) ลักษณะเหล่านี้ได้รับการปลูกฝังในบุคลากรทุกระดับขององค์กรบริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและยั่งยืนให้กับลูกค้า และเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจบริการไทยในตลาดโลก การบริการอย่างไทยยังเน้นความสัมพันธ์แบบครอบครัว การดูแลเอาใจใส่ และความเป็นมิตร ซึ่งทำให้ลูกค้ารู้สึกอบอุ่นและได้รับการต้อนรับอย่างแท้จริง คุณลักษณะเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนความเป็นไทย แต่ยังรวมถึงการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยยังคงรักษารากเหง้าและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน อัตลักษณ์ในการบริการอย่างไทยจึงเป็นการผสมผสานระหว่างค่านิยมดั้งเดิมกับมาตรฐานสากล เพื่อสร้างประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และสร้างความแตกต่างในเวทีโลก โดยอาศัยความสุภาพ อ่อนน้อม การให้เกียรติ ความเอื้อเฟื้อ และความจริงใจเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ (วิศรดา อนันตโท, 2561; Jackson, 2019)

1.3 การผสมผสานทางวัฒนธรรม

การผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Hybridization) เกิดขึ้นจากการแลกเปลี่ยนและหลอมรวมวัฒนธรรมระหว่างกลุ่มที่มีความแตกต่างกัน โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่การเคลื่อนไหวของผู้คน สินค้า เทคโนโลยี และสื่อข้ามพรมแดนเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (Nederveen Pieterse, 2015; Tomlinson, 1999) แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาอย่างลึกซึ้งโดย Néstor García Canclini ซึ่งต้องการสะท้อนว่า วัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งคงที่ หากแต่มีลักษณะถูกผสมที่เปลี่ยนแปลงตามบริบททางสังคม ผ่านการผสมผสานที่เป็นกระบวนการปรับตัวที่เกิดขึ้นต่อเนื่อง และเป็นเครื่องมือในการอยู่รอดของวัฒนธรรม คำว่า การผสมพันธุ์ทางวัฒนธรรม (Hybridization) ในที่นี้หมายถึงการผสมที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ซึ่งมีผลให้สังคมปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมใหม่ ๆ รวมถึงยังเป็นกระบวนการผสมทางวัฒนธรรมนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดประวัติศาสตร์ และมักจะต้องปรับให้เข้ากับสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน (García Canclini, 1995) กระบวนการผสมทางวัฒนธรรมยังเป็นการแลกเปลี่ยนที่มีประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย และเป็นตัวชี้วัดถึงความสามารถในการปรับตัวและอยู่รอด ในแง่ของการศึกษาสังคมศาสตร์ การผสมผสานทางวัฒนธรรมมักหมายถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในรูปแบบต่าง ๆ และเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่เรียกว่า Endoculturation ซึ่งเป็นการปรับตัวให้เข้ากับพฤติกรรมและบรรทัดฐานของสังคมใหม่ ๆ โดยไม่รู้ตัว สุดท้ายการผสมผสานทาง

วัฒนธรรมยังเกี่ยวข้องกับการดูซึมและปรับตัวเพื่อความอยู่ร่วมกันที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมใหม่ ๆ และยังสามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมที่บางครั้งทำให้วัฒนธรรมดั้งเดิมหายไปจากการปรับตัวเข้ากับประเพณีและอิทธิพลของวัฒนธรรมที่ครอบงำ ซึ่งกระบวนการนี้เรียกว่า Transculturation (Canclini, 1990; Tuncer, 2023)

การไหลเวียนของข้อมูลและวัฒนธรรมทั่วโลกทำให้เกิดวัฒนธรรมผสม (Hybrid culture) ที่ซับซ้อนมากขึ้น เช่น การบริโภคอาหารแบบสากล การแต่งกายตามกระแสแฟชั่นตะวันตก หรือแม้แต่พฤติกรรมทางสังคมในชีวิตประจำวัน โลกาภิวัตน์เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคมยุคใหม่ โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่เพิ่มปฏิสัมพันธ์ในระดับโลก ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ด้วยการพัฒนาทางเทคโนโลยี การสื่อสาร และการขนส่งที่รวดเร็วขึ้น ทำให้เกิดการเชื่อมโยงและการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศมากขึ้น (Choi, 2022; Tuncer, 2023) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าในยุคโลกาภิวัตน์ไม่เพียงส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจ แต่ยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในระดับลึก โลกาภิวัตน์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงขจัดความแตกต่างทางวัฒนธรรม หากยังส่งเสริมการแสดงออกของวัฒนธรรมใหม่ ๆ ที่สะท้อนถึงการหลอมรวมของอิทธิพลข้ามพรมแดน ไม่ว่าจะเป็นนิสัยการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด เทรนด์แฟชั่น หรือสไตล์การแต่งกายที่เริ่มคล้ายคลึงกันมากขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ทำลายและเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของบุคคลและชุมชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเมื่อวัฒนธรรมดั้งเดิมต้องเผชิญกับอิทธิพลใหม่จากโลกภายนอก แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์จึงไม่อาจมองได้ว่าเป็นสิ่งคงที่ หากแต่เป็นสิ่งที่ประกอบสร้างขึ้นจากบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ในสถานะของการผสมผสานทางวัฒนธรรม บุคคลต้องเรียนรู้ที่จะต่อรอง ปรับตัว และสร้างอัตลักษณ์ใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทหลายมิติ พื้นที่ระหว่างวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า “พื้นที่ลูกผสม” (Third Space) กลายเป็นพื้นที่ของความเป็นไปได้ ที่ซึ่งการปะทะของความแตกต่างไม่ได้หมายถึงการสูญเสีย แต่อาจเปิดโอกาสให้บุคคลสำรวจและสร้างความหมายใหม่ให้กับตัวตนของตนเองผ่านการปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรมที่หลากหลาย (Herminingrum, 2017; Hall, 1990; Bhabha, 1994; Gilroy, 1993; Choi, 2022)

นอกจากนี้ บทบาทของสื่อและเทคโนโลยีในยุคสมัยใหม่ยังมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนกระบวนการผสมผสานวัฒนธรรม โดยทำหน้าที่ทั้งเป็นช่องทางในการเผยแพร่วัฒนธรรมและเป็นตัวกลางในการสร้างตลาดวัฒนธรรมใหม่ที่ข้ามพรมแดนทางภูมิศาสตร์และสังคม อย่างไรก็ตาม ภายใต้อำนาจของสื่อกระแสหลัก (Appadurai, 1996; Eide & Kunelius, 2001) การหลอม

รวมวัฒนธรรมกลับไม่ใช่กระบวนการที่เป็นกลางเสมอไป เพราะอาจก่อให้เกิดอิทธิพลของวัฒนธรรมหลักที่ครอบงำและกลืนกินวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทที่การกระจายอำนาจทางวัฒนธรรมยังไม่เท่าเทียม ปัจจัยที่มีส่วนในการหล่อหลอมวัฒนธรรมร่วมสมัยจึงไม่ได้จำกัดเพียงแค่สื่อเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการท่องเที่ยว การอพยพ การค้า และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เชื่อมโยงกันภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความทันสมัย การผสมผสานเหล่านี้ทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบลูกผสมที่มีความหลากหลาย แต่ขณะเดียวกันก็แฝงด้วยความสัมพันธ์เชิงอำนาจซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ไม่เท่าเทียมกัน หรือแม้กระทั่งการล่มสลายของวัฒนธรรมบางประการ (Canclini, 1990; ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, 2566) การส่งเสริมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมจึงควรมาจากท่าทีที่เปิดกว้าง อดทน และเคารพในความแตกต่าง เพื่อให้กระบวนการผสมผสานนี้ นำไปสู่การสร้างโครงสร้างทางวัฒนธรรมใหม่ที่เอื้อต่อความเห็นอกเห็นใจและความหลากหลาย อย่างไรก็ตาม ความเปลี่ยนแปลงนี้ยังส่งผลกระทบต่อระดับบุคคล โดยเฉพาะเรื่องอัตลักษณ์ที่กลายเป็นพื้นที่ต่อรองระหว่างแรงกดดันจากวัฒนธรรมต่าง ๆ ซึ่งหากไม่มีการจัดการที่เหมาะสม อาจนำไปสู่การเลือกปฏิบัติ อคติ และความขัดแย้งระหว่างกลุ่มวัฒนธรรมได้ (Hall, 1990)

การผสมผสานทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำไปสู่การสร้าง ความหลากหลายทางวัฒนธรรมมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และการสื่อสารอย่างกว้างขวาง ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมจากทั่วโลกถูกนำมาปรับใช้ ในวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแพร่หลาย อีกทั้งการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนกระบวนการนี้ ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมใหม่ๆ รวมถึงการผสมผสานของดนตรี แฟชั่น ภาพยนตร์ และศิลปะ ซึ่งเป็นตัวอย่างของการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงความหลากหลายและความร่วมมือระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ (Canclini, 1990; ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, 2566) การผสมผสานทางวัฒนธรรมเพิ่มความหลากหลายและสร้างโอกาสให้คนทั่วโลกได้เรียนรู้และแบ่งปันประสบการณ์ทางวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนนี้จำเป็นต้องมีความเข้าใจและเคารพอัตลักษณ์ของผู้อื่น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีระหว่างกัน วัฒนธรรมผสมผสานมีบทบาทสำคัญในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเทคโนโลยีช่วยให้การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเป็นไปอย่างรวดเร็ว วัฒนธรรมไทยที่มีรากฐานจากศาสนาพุทธ แม้ได้รับอิทธิพลจากต่างชาติ แต่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิม เช่น ภาษาไทย ศิลปะ และประเพณี สะท้อนถึงความสามารถในการปรับตัวและรักษาเอกลักษณ์ของชาติ (Nederveen Pieterse, 2015; Tomlinson, 1999; สุภัตตรา ภูมิประภาส, 2560)

ในประเทศไทย แนวโน้มการผสมผสานวัฒนธรรมเห็นได้จากการพัฒนา “ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย” (Cultural Product of Thailand: CPOT) ที่มุ่งนำทุนวัฒนธรรมมาเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน โดยยังคงอัตลักษณ์ไทยไว้ เช่น งานหัตถกรรม ศิลปะพื้นบ้าน และอาหารไทย วัฒนธรรมไทยประกอบด้วยองค์ประกอบหลากหลาย เช่น คุณค่า ความเชื่อ บรรทัดฐาน ภาษา ศิลปะ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางสังคมอันล้ำค่า ซึ่งมีรากฐานมาจากศาสนาพุทธที่เป็นมรดกสืบทอดมาอย่างยาวนาน (Ministry of Culture, 2020) เอกลักษณ์ที่โดดเด่นของไทย ได้แก่ ความสงบสุข อ่อนน้อมถ่อมตน และน้ำใจที่มีต่อผู้อื่น ทำให้ประเทศไทยได้รับฉายาว่า สยามเมืองยิ้ม นอกจากนี้ ไทยยังคัดสรรและปรับใช้วัฒนธรรมจากต่างชาติเข้ากับวัฒนธรรมไทยอย่างเหมาะสม ซึ่งส่งเสริมความภูมิใจในชาติและองค์ประกอบสำคัญ เช่น พระมหากษัตริย์ ศาสนาพุทธ ศิลปะ ภาษา อาหาร และการแต่งกายที่โดดเด่น (Mulder, 2000) เอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยที่เป็นที่รู้จักทั่วโลกประกอบด้วย การดำรงชีวิตตามประเพณีที่สืบทอดมา อิทธิพลของศาสนาพุทธในสังคม ความสามัคคีและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม การอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย การเป็นตัวแทนวัฒนธรรมไทยในระดับสากล การรับวัฒนธรรมต่างชาติที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจไทย และการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยผ่านเทคโนโลยี (ประเวศ อินทองปาน, 2561; วิทยา ด่านธำรงกุล, 2546)

วัฒนธรรมไทยเป็นการผสมผสานที่ลงตัวของประเพณีที่หลากหลายและวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์ สะท้อนถึงความมั่งคั่งของประวัติศาสตร์และความเป็นมนุษย์อย่างลึกซึ้ง ศิลปะไทยทั้งในรูปแบบการแสดง ศิลปะประณีต และงานฝีมือ ล้วนสะท้อนถึงการสืบทอดและรักษาประเพณีดั้งเดิมที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของโลกสมัยใหม่ แสดงให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนและความประณีตในการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเชื่อ ประเพณีของไทย เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง และเทศกาลเข้าพรรษา ไม่ได้เป็นเพียงแค่การเฉลิมฉลองที่งดงามเท่านั้น แต่ยังสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงชุมชนเข้าด้วยกัน อาหารไทยเองก็เป็นอีกส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ไม่สามารถมองข้าม ด้วยรสชาติที่หลากหลายและเทคนิคการปรุงที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้อาหารไทยได้รับความนิยมและการยอมรับในระดับสากล (ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย, 2566; วิทยา ด่านธำรงกุล, 2546) แม้ว่าการรับอิทธิพลจากต่างชาติจะหลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ไทยยังสามารถรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้ได้อย่างโดดเด่น วัฒนธรรมไทยยังแสดงถึงการผสมผสานอย่างสมดุลระหว่างประเพณีท้องถิ่นกับโลกสมัยใหม่ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง อาหารไทย หรือ ศิลปะการแสดง ล้วนเป็นเครื่องมือถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ยังคงมีชีวิตชีวา (Jory, 1999)

อย่างไรก็ตาม การผสมผสานวัฒนธรรมต้องมาพร้อมกับความตระหนักรู้ และการเคารพความแตกต่าง เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง หรือการกลืนอัตลักษณ์ของกลุ่มที่มีอำนาจน้อยกว่า การส่งเสริมวัฒนธรรมผสมจึงไม่ใช่เพียงการบริโภควัฒนธรรมใหม่ ๆ เท่านั้น แต่เป็นการสร้างสังคมที่หลากหลาย เปิดกว้าง และเคารพซึ่งกันและกันอย่างแท้จริง (Canclini, 1990) แนวคิด Hybridization ได้อธิบายว่า วัฒนธรรมที่แข็งแกร่งจะสามารถปรับตัวและผสมผสานกับวัฒนธรรมอื่นได้ โดยยังคงรักษาแก่นแท้ของตนเองไว้ วัฒนธรรมไทยเองก็มีประวัติศาสตร์ของการผสมผสานกับอิทธิพลต่างชาติ เช่น อินเดีย จีน เขมร และตะวันตก ซึ่งทำให้วัฒนธรรมไทยกลายเป็นรูปแบบที่มีความยืดหยุ่นและเข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม กระบวนการนี้ยังคงมีข้อท้าทาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการครอบงำทางวัฒนธรรมจากประเทศพัฒนาแล้ว ซึ่งทำให้เกิดความเสี่ยงที่วัฒนธรรมไทยจะกลายเป็นเพียง สินค้าทางวัฒนธรรม ที่ไร้ชีวิตจิตใจ หากปราศจากการกลั่นกรองอย่างมีวิจารณญาณ อัตลักษณ์ไทยอาจสูญหายไปกับกระแสสากลนิยมที่ไร้ทิศทาง (Baudrillard, 1998; Harrison, 2010)

ด้วยเหตุนี้ การรักษาสมดุลระหว่างความเป็นไทยกับกระแสโลกจึงเป็นสิ่งสำคัญ การสร้างอัตลักษณ์ไทยที่ทันสมัย ควบคู่กับการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิม จึงเป็นหนทางที่สามารถเชื่อมโยงประวัติศาสตร์เข้ากับอนาคต และใช้วัฒนธรรมเป็นทุนทางสังคมและเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและลักษณะทางวัฒนธรรมสามารถเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรได้ (Tungtakanpoung, 2016) การผสมผสานทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศที่เกิดขึ้นผ่านสื่อมวลชน เช่น ละครโทรทัศน์ รายการเรียลลิตี และมิวสิกวิดีโอ ได้สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่แทรกซึมเข้าสู่วัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย ปรากฏการณ์นี้กลายเป็นกลไกสำคัญที่ขับเคลื่อนสังคมไทยให้เข้าสู่ความเป็นชุมชนโลกในยุคที่การเดินทาง การท่องเที่ยว และการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน ทว่า ภายใต้โอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่นี้ วัฒนธรรมท้องถิ่นจำเป็นต้องตระหนักและระมัดระวังต่อการหลอมรวมที่อาจทำให้เกิดการละเลย หรือสูญเสียคุณค่าและประเพณีดั้งเดิม การตระหนักรู้ต่อกระบวนการผสมผสานวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อส่งเสริมการเปิดใจ ยอมรับความหลากหลาย และปรับตัวอย่างเหมาะสมกับบริบททางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน การหลอมรวมวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมต่างประเทศควรเป็นไปในทิศทางที่สมดุล เพื่อธำรงรักษาอัตลักษณ์ไทยในขณะเดียวกันก็สามารถสร้างพื้นที่การแลกเปลี่ยนที่สร้างสรรค์และมีคุณค่า ในกระบวนการนี้ วัฒนธรรมไทยไม่เพียงแต่ต้องยืนยงในความเป็นเอกลักษณ์ของตน

เท่านั้น แต่ยังต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความประทับใจและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้คนจากหลากหลายวัฒนธรรม (พัชรพร ดีวงศ์, 2556)

โลกาภิวัตน์, ความเป็นสากล, บริโภคนิยม กับความเป็นไทย และการครอบงำทางวัฒนธรรม

โลกาภิวัตน์เป็นกระบวนการที่ส่งผลต่อทุกมิติของชีวิตมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านวัฒนธรรมที่ทำให้เกิดการผสมผสานความคิด ค่านิยม และวิถีชีวิตจากทั่วโลกเข้าสู่สังคมไทย ปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนปรากฏการณ์นี้ได้แก่ การขยายตัวของระบบทุนนิยม การลดทอนอำนาจอธิปไตยของรัฐ การแพร่กระจายความรู้ข้ามชาติ และการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่รูปแบบสมัยใหม่ กระบวนการดังกล่าวมาพร้อมกับแนวคิดบริโภคนิยม (consumerism) ซึ่งถูกถ่ายทอดผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดนและสื่อมวลชนสมัยใหม่ ทำให้คนไทยรับเอาวัฒนธรรมอื่นมาปรับใช้ ส่งผลให้พฤติกรรมของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปในด้านการแต่งกาย อาหาร และรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวัน (Beyer, 1998; วิทยา ดำรงกุล, 2546)

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่วัฒนธรรมตะวันตกและแนวคิดบริโภคนิยมไหลทะลักเข้าสู่สังคมไทย วัฒนธรรมไทยเผชิญทั้งโอกาสและความท้าทายในการรักษาเอกลักษณ์ของตนเอง (ณัฐพงศ์ รักงาม, 2560) อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์นี้ยังนำไปสู่การผสมผสานทางวัฒนธรรม (cultural hybridization) ที่เปิดโอกาสให้สังคมไทยสามารถเรียนรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับวัฒนธรรมอื่น ๆ ได้อย่างกว้างขวาง (Nederveen Pieterse, 2015) การไหลบ่าของวัฒนธรรมต่างชาติอาจนำไปสู่การครอบงำทางวัฒนธรรม (neo-westernization) และการทำลายอัตลักษณ์ท้องถิ่น แต่ในขณะเดียวกันก็กระตุ้นให้เกิดการปรับตัวและสร้างสรรค์อัตลักษณ์ใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทโลกสมัยใหม่ (Scholte, 2005)

ดังนั้น การรักษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยจึงต้องอาศัยความเข้าใจและเคารพอัตลักษณ์ของตนเองและผู้อื่น พร้อมทั้งส่งเสริมการผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้สังคมไทยสามารถแข่งขันและเชื่อมโยงกับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพผลกระทบเชิงลบของโลกาภิวัตน์ยังปรากฏในแง่ของ “การครอบงำทางวัฒนธรรม” (Cultural Domination) เมื่อประเทศที่พัฒนาแล้วส่งออกค่านิยม วัฒนธรรม และระบบเศรษฐกิจที่กลืนกินวัฒนธรรมท้องถิ่น ส่งผลให้ประเทศไทยต้องพยายามรักษาความเป็นไทยไว้ไม่ให้เลือนหายไป เช่น การอนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้าน การสนับสนุนสินค้าท้องถิ่น และการใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจระดับโลก ทั้งด้านการศึกษาและวัฒนธรรม กระแสความเป็นสากลได้ผลักดันให้มีการบูรณาการองค์ความรู้จากตะวันตกเข้าสู่ระบบการเรียนรู้ไทย แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเผชิญกับโจทย์ในการธำรงรักษาอัตลักษณ์ไทย เช่น ภาษา ศิลปะ ประเพณี และระบบคุณค่าดั้งเดิม

(Baudrillard, 1998; Harrison, 2010) โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่เป็นเป้าหมายหลักของสื่อใหม่ (New Media) ที่สะท้อนวัฒนธรรมต่างชาติมากกว่าวัฒนธรรมไทย ในภาพรวม โลกาภิวัตน์มิใช่เพียงภัยคุกคามต่อความเป็นไทย หากแต่เป็นโอกาสที่จะนำอัตลักษณ์ไทยไปปรับใช้ในบริบทใหม่ที่หลากหลาย หากสังคมไทยสามารถเลือกใช้วัฒนธรรมต่างชาติอย่างมีวิจารณญาณ พร้อมกับส่งเสริมและเผยแพร่คุณค่าความเป็นไทยผ่านสื่อ สินค้า และบริการ ก็จะสามารถรักษาและพัฒนาอัตลักษณ์ไทยให้ก้าวทันโลก โดยไม่สูญเสียความเป็นตน (ณัฐนรี เจนจัด, 2557; วิทยา ดำนธำรงกุล, 2546) อีกทั้งโลกาภิวัตน์ เป็นผลพวงมาจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการกระจายของข่าวสารอย่างรวดเร็วตามเทคโนโลยีที่พัฒนาไปทั่วโลก ทุกคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ทันที ส่งผลให้กระแสและแนวทางการดำเนินชีวิตทั่วโลกเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน เกิดการตลาดระดับโลกมากขึ้น ด้านเศรษฐกิจและการเงิน ตลาดทุนได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีและการรับรู้ข่าวสารที่ฉับไว ทำให้เศรษฐกิจโลกเชื่อมโยงกันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้โลกาภิวัตน์จะก่อให้เกิดแรงกดดันต่ออัตลักษณ์ไทย แต่ก็เปิดโอกาสให้วัฒนธรรมไทยได้ขยายตัวและเป็นที่รู้จักในเวทีโลกด้วย การส่งออก "ความเป็นไทย" เช่น อาหาร ศิลปะ และบริการ อาจเป็นกลยุทธ์ Soft Power ที่สร้างรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ แสดงให้เห็นว่า โลกาภิวัตน์นำมาซึ่งความเป็นสากลที่มีผลต่อทุกด้านของชีวิต รวมถึงการบริการ การบริโภคนิยมจากวัฒนธรรมตะวันตกก็มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของคนไทย การครอบงำทางวัฒนธรรมอาจทำให้ความเป็นไทยถูกลดทอนลง แต่ในทางกลับกันก็เปิดโอกาสให้วัฒนธรรมไทยได้ขยายตัวและเป็นที่รู้จักในระดับสากล (กระทรวงวัฒนธรรม, 2563; วรชัย ทองไทย, 2555)

ความเป็นสากล (Internationalization)

Internationalization หรือความเป็นสากล หมายถึงกระบวนการที่ประเทศ สถาบัน หรือองค์กรตอบสนองต่อการแข่งขันในระดับนานาชาติ ด้วยการขยายความสัมพันธ์และการดำเนินกิจกรรมข้ามพรมแดนในมิติต่าง ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยี (อาทิมา แป้นธัญญานนท์ และเกศสิริ บัณฑิต, 2560) แม้ไม่มีสูตรสำเร็จสำหรับความเป็นสากล แต่ทุกประเทศหรือสถาบันจำเป็นต้องค้นหาองค์ประกอบที่เหมาะสมกับบริบทของตนเอง โดยผสมผสานมิติระหว่างประเทศ ระหว่างวัฒนธรรม และมิติโลกเข้าไว้ด้วยกัน โดยเฉพาะในระบบการศึกษาที่ควรสร้างสมดุลระหว่างความเป็นสากลกับรากเหง้าท้องถิ่น เพื่อไม่ให้สูญเสียอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติ ในภาคธุรกิจ การออกไปสู่สากลหมายถึงการขยายตลาดและกระจายความเสี่ยงโดยการเข้าไปสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งต้องควบคู่ไปกับการสื่อสารอัตลักษณ์ของชาติผ่านศิลปะ อาหาร ภาษา หรือพิธีกรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ไทยในตลาดโลก

(ธมลวรรณ ธีระบัญชา, สุบัน บัวขาว และจุฑาทิพย์ พหลภาคย์, 2564) กระบวนการนี้อาจนำมาซึ่งทั้งโอกาสและความท้าทาย ขึ้นอยู่กับความสามารถในการนำทุนวัฒนธรรมมาใช้ในเชิงเศรษฐกิจ

โลกาภิวัตน์ (Globalization) และความเป็นนานาชาติ (Internationalization) มีความหมายที่ต่างกัน แต่มีความเชื่อมโยงกันอย่างแนบแน่น โลกาภิวัตน์หมายถึงการเชื่อมโยงและเคลื่อนย้ายทรัพยากร ความคิด ผู้คน สินค้า บริการ และวัฒนธรรมข้ามพรมแดนอย่างกว้างขวาง ในขณะที่ความเป็นนานาชาติหมายถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สถาบัน และผู้คนในระดับข้ามชาติ (วิจารณ์ พานิช, 2555ก) กระแสโลกาภิวัตน์ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันและการร่วมมือระหว่างประเทศ รวมถึงการจัดการศึกษาข้ามพรมแดนและการเจรจาข้อตกลงทางการค้า การสร้างแบรนด์ในฐานะ “ตัวแทนเชิงสัญลักษณ์” ของชาติ จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารอัตลักษณ์กับผู้บริโภคทั่วโลก โดยเฉพาะในบริบทของโลกาภิวัตน์ที่การแข่งขันด้านภาพลักษณ์ทวีความเข้มข้น การพัฒนาอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความแตกต่างและความสำเร็จในตลาดสากล การเป็นสากลในบริบทของการบริการหมายถึงการนำเสนอวัฒนธรรมไทยในรูปแบบที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ การสร้างอัตลักษณ์ที่มีคุณค่าและน่าจดจำจึงเป็นสิ่งสำคัญในการดึงดูดผู้โดยสารจากทั่วโลก การพัฒนาบุคลากรเพื่อให้มีทักษะที่ตอบสนองต่อมาตรฐานสากลจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น (วิจารณ์ พานิช, 2555ข; Knight, 2004)

เศรษฐกิจทุนนิยม (Capitalism) มุ่งเน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) หรือรายได้ประชาชาติเป็นตัวชี้วัดหลัก เมื่อเศรษฐกิจเติบโต รายได้ประชาชาติและมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนก็สูงขึ้น (วรชัย ทองไทย, 2555) ในระบบทุนนิยม ผู้ผลิตใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการโฆษณาเพื่อกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิด “บริโภคนิยม” (Consumerism) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้บริโภคแสวงหาความสุขและสร้างอัตลักษณ์ผ่านการบริโภคสินค้าและบริการ (ศรัณย์ อมาตยกุล, ก่อพงษ์ พลโยธราช และวาลี ปรีชาปัญญากุล, 2560) กระบวนการผลิตและบริโภคในระบบทุนนิยมนำไปสู่การหมุนเวียนรายได้และการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ความต้องการบริโภคที่เพิ่มขึ้นอย่างไม่สิ้นสุดทำให้ผู้บริโภคมุ่งเน้นที่ “สัญลักษณ์” หรือความหมายที่แฝงอยู่ในสินค้าและบริการมากกว่าประโยชน์ที่แท้จริง (Baudrillard, 1968, 1975; Issarapakdee, 2017) การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ (Consumption of Sign) หมายถึงการที่ผู้บริโภคเลือกสินค้าโดยพิจารณาคุณค่าที่ซ่อนอยู่ เช่น สถานะทางสังคม อัตลักษณ์ หรือความรู้สึกเหนือกว่าผู้อื่น ซึ่งเป็นผลมาจากการสื่อสารและการสร้างความแตกต่างของแบรนด์ (Amatyakul & Polyorat, 2016) Brand Personality หรือบุคลิกภาพของแบรนด์ เป็น

แนวคิดที่ทำให้ตราสินค้ามีลักษณะเหมือนมนุษย์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงตัวเองกับบุคลิกภาพของแบรนด์ได้ การบริโภคเชิงสัญลักษณ์และ Brand Personality จึงเป็นกลไกสำคัญที่ธุรกิจใช้สร้างความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกาภิวัตน์ (Aaker, 1997; Aaker, Fournier, & Brasel, 2004; Geuens, Weijters & Wulf, 2009; Issarapakdee, 2016)

แม้ระบบทุนนิยมและบริโภคนิยมจะส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนไทย ทำให้เกิดการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมสากลผ่านพฤติกรรมกรรมการบริโภคและสื่อมวลชน แต่การส่งเสริม “Soft Power” ของไทย เช่น วัฒนธรรม ภาษา ศิลปะ อาหาร และศาสนา ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างอัตลักษณ์แบรนด์ชาติและความภาคภูมิใจของประชาชน การสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางเศรษฐกิจกับการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจึงเป็นความท้าทายสำคัญของสังคมไทยในยุคโลกาภิวัตน์จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเคยเผชิญวิกฤติจากการล่าอาณานิคมของมหาอำนาจตะวันตก แต่ด้วยพระปรีชาญาณของพระมหากษัตริย์ โดยเฉพาะรัชกาลที่ 5 ที่ใช้กุศโลบายทางการทูต ประเทศไทยจึงสูญเสียแผ่นดินเพียงบางส่วน ต่อมา ในช่วงที่ขบวนการคอมมิวนิสต์แพร่กระจาย ประเทศไทยเผชิญภัยคุกคามแต่สามารถก้าวผ่านได้ด้วยพระมหากษัตริย์และโครงการพัฒนาชนบทของสถาบันพระมหากษัตริย์ รวมถึงนโยบาย ๖๖/๒๕๒๓ และ ๖๖/๒๕๒๕ ซึ่งเป็นนโยบายการเมืองนำทหาร อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงเผชิญการเปลี่ยนแปลงจากระบบทุนนิยมและบริโภคนิยมที่แพร่เข้าสู่สังคมอย่างรวดเร็ว (วรชัย ทองไทย, 2555)

ทิศทางการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อาจนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้า แต่การพัฒนาทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์กลับไม่สมดุลกับการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และไม่สอดคล้องกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของไทย ส่งผลให้สังคมไทยพึ่งพาภูมิปัญญาจากตะวันตก โดยทำหน้าที่เป็นผู้ซื้อและผู้ใช้เทคโนโลยี ซึ่งทำให้การบริโภควัฒนธรรมของคนในสังคมเกิดความไร้ทิศทาง นอกจากนี้ ยังส่งผลให้ค่านิยมของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป และวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เคยมีความสำคัญถูกละเลย ส่งผลให้วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิต และสังคมชนบทได้รับผลกระทบอย่างมาก (ศรัณย์ อมาตยกุล, ก่อพงษ์ พลโยธา และวาลี ปรีชาปัญญากุล, 2560) การรุกรานทางวัฒนธรรมจากภายนอก รวมถึงข่าวสารจากสื่อมวลชน สะท้อนให้เห็นปัญหาของสังคมไทยที่พฤติกรรมของคนในสังคมเบี่ยงเบนไปจากค่านิยมและวัฒนธรรมไทยที่ดั้งเดิม ส่วนหนึ่งเกิดจากการเสพหรือบริโภควัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยขาดการกลั่นกรองและ

เลือกสรรอย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลกระทบต่อพัฒนาการทางร่างกาย สติปัญญา และคุณธรรมของคนไทยอย่างมาก ปัญหานี้ นับเป็นภัยอันตรายที่ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต ค่านิยม และความมั่นคงของสังคมไทย (ณัฐพงศ์ รักงาม, 2559; ศรัณย์ อมาตยกุล, ก่อพงษ์ พลโยธา, วาฬี ปรีชาปัญญากุล, 2560) ดังนั้น กระบวนการโลกาภิวัตน์นับเป็นการหลอมรวมและเชื่อมโยงโลกให้กลายเป็นระบบเดียวกันอย่างรวดเร็วกว่าที่เคยเป็นในอดีต โลกาภิวัตน์ยังส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมมีรูปแบบเดียวกัน มีการบูรณาการและพึ่งพากัน โดยปัจจัยสำคัญที่ขับเคลื่อนกระบวนการนี้คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสาร และการขนส่ง นอกจากนี้ยังทำให้ระบบสังคมและการเมืองที่เคยเป็นระบบปิดต้องเปิดออกและอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั่วโลก (Scholte, 2005; Tomlinson, 1999; Nederveen Pieterse, 2015)

ผลกระทบของโลกาภิวัตน์ต่ออัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะการครอบงำทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจจากประเทศพัฒนาแล้ว เป็นประเด็นสำคัญที่นำศึกษาในบริบทของสังคมไทย โลกาภิวัตน์เริ่มมีอิทธิพลต่อไทยอย่างชัดเจนในช่วงปลายสงครามเย็น ส่งผลให้เศรษฐกิจและสังคมไทยเปลี่ยนแปลงจากระบบเกษตรกรรมสู่ระบบอุตสาหกรรมภายใต้แนวคิด “นิคส์” (NICS: Newly Industrialized Countries) กระแสนี้ก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยมสุดโต่ง ซึ่งรัฐเป็นผู้ขับเคลื่อนหลัก แต่ก็นำมาซึ่งผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความสัมพันธ์ทางสังคม อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อจริยธรรมและความเป็นมนุษย์ (ณัฐพงศ์ รักงาม, 2559) การแผ่ขยายของวัฒนธรรมตะวันตก โดยเฉพาะแนวคิดบริโภคนิยมที่มาจากระบบทุนนิยม ผ่านเทคโนโลยีการสื่อสารและสื่อมวลชนไร้พรมแดน ทำให้ประเพณี พิธีกรรม และความเชื่อดั้งเดิมของไทยต้องปรับตัว แม้ว่าวัฒนธรรมไทยจะมีความแข็งแกร่งและสืบทอดมายาวนาน แต่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและกระแสโลกาภิวัตน์ก็สร้างแรงกดดันให้คนไทยต้องปรับตัวตามยุคสมัย ส่งผลให้เกิดการผสมผสานวัฒนธรรม (cultural hybridization) ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมต่างชาติ (Nederveen Pieterse, 2015; ศรีศักร วัลลิโภด, 2559)

พฤติกรรมกรการบริโภค วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของคนไทยจึงเปลี่ยนแปลงไป เช่น การรับชมสื่อต่างชาติ การใช้โซเชียลมีเดีย การบริโภคอาหารและแฟชั่นสากล ซึ่งทำให้วัฒนธรรมไทยมีความหลากหลายมากขึ้น (ศรีศักร วัลลิโภด, 2559; Scholte, 2005) ขณะเดียวกัน กระบวนการนี้ยังเปิดโอกาสให้วัฒนธรรมไทยได้รับการเผยแพร่สู่ตลาดโลกผ่านสินค้าและบริการ สร้างรายได้และเสริมสร้างชื่อเสียงให้กับชาติ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมความเป็นไทยที่เน้นปิดกั้นความหลากหลายทางวัฒนธรรมอาจนำไปสู่ความขัดแย้งทางอัตลักษณ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ในสังคมไทยที่มีพลวัตสูง การสร้างสมดุลระหว่างการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นกับการเปิดรับวัฒนธรรม

ใหม่จึงเป็นความท้าทายสำคัญในยุคโลกาภิวัตน์ จึงอาจสรุปได้ว่า การพัฒนาของไทยในยุคโลกาภิวัตน์ควรตั้งอยู่บนฐานของความเข้าใจที่ว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งตายตัว แต่เป็นสิ่งที่ถูกเจรจาและสร้างขึ้นใหม่ตลอดเวลา ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนไป อีกทั้งเศรษฐกิจทุนนิยมทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมการบิน การบริการที่มีคุณภาพสูงและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างรายได้และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ นอกจากนี้ การใช้ Soft Power ผ่านการบริการอย่างไทยช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2546; ศรีศักร วิไลภักดิ์, 2559; Scholte, 2005)

การผสมผสาน (Hybrid) เป็นการผสมผสานลักษณะเด่นจากสองสายพันธุ์ เช่นเดียวกับการหลอมรวมวัฒนธรรมที่เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนต่างเชื้อชาติ ซึ่งนำไปสู่ Hybrid Culture ที่กลมกลืนและผสมผสานอย่างลงตัวในภาคธุรกิจ แนวคิด Hybrid ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ได้รับความสำคัญมากขึ้นในยุคตลาดขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์ Hybrid Marketing ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ตลาด ไปจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค และอาจกลายเป็นกระแสหลักในอนาคต อัตลักษณ์ผสมผสานที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น สังคม วัฒนธรรม ภาษา และประสบการณ์ส่วนบุคคล รวมถึงรูปแบบการแสดงออกผ่านการสื่อสาร การแต่งกาย และพฤติกรรม เนื้อหาเชิงวิเคราะห์ผลกระทบของอัตลักษณ์ผสมผสานต่อสังคม โดยเน้นบทบาทในการสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่าง และต่อยอดความสำคัญของการศึกษาเรื่องนี้เพื่อให้เข้าใจการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและการสร้างอัตลักษณ์ในโลกยุคโลกาภิวัตน์ (Volkov & Kurbatov, 2022)

วัฒนธรรมไทยเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการผสมผสานและความเป็นพหุทาง (hybridity) ซึ่งสะท้อนผ่านอิทธิพลจากหลายวัฒนธรรม เช่น รามเกียรติ์ จีน และเขมร ในด้านภาษาและวรรณคดี ตลอดจนอิทธิพลจากวัฒนธรรมสมัยใหม่จากเกาหลีและญี่ปุ่น (Harrison, 2010) กระบวนการผสมผสานนี้ทำให้วัฒนธรรมไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ในด้านอุตสาหกรรมการบิน การบริการบนเครื่องบินนั้นมีรากฐานมาจากแบบแผนและมาตรฐานของวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐานสากลและได้รับการยอมรับจากองค์กรระดับโลก เช่น องค์การบริหารการบินแห่งชาติ (FAA) และองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) อย่างไรก็ตาม การบริการอย่างไทยบนสายการบินเป็นการผสมผสานระหว่างมาตรฐานตะวันตกกับคุณค่าดั้งเดิมของวัฒนธรรมไทย เช่น ความเป็นพี่น้อง ความเอื้อเฟื้อ และการมองผู้รับบริการเป็นเพื่อนมนุษย์มากกว่าเพียงลูกค้า (ธีรพัฒน์ พูลทอง, 2558) การผสมผสานดังกล่าวเกิดขึ้นภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่วัฒนธรรมตะวันตกมักถูก

มองว่า “สูงกว่า” และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมไทย แต่ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมไทยก็ยังคงรักษาความแตกต่างและเอกลักษณ์ของตนเองไว้ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของประเทศไทยที่ไม่เคยตกเป็นอาณานิคมทางกายภาพ จึงสามารถส่งต่อวัฒนธรรมและปรับใช้ Soft Power ในการเป็นทูตวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Harrison, 2010; ธีรพัฒน์ พูลทอง, 2558)

การบริการอย่างไทยบนสายการบินจึงเป็นการลดทอนอำนาจของวัฒนธรรมตะวันตกผ่านเอกลักษณ์และคุณค่าของพนักงานบริการ ซึ่งช่วยสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของชาติในระดับสากล นอกจากนี้ การผสมผสานวัฒนธรรมยังช่วยให้ประเทศไทยสามารถเผยแพร่วัฒนธรรมและสร้างสัมพันธไมตรีกับประเทศอื่น ๆ ผ่านการบริการบนเครื่องบิน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ความทวิทัศน์ในภาวะความเป็นลูกผสมทางวัฒนธรรม (hybridity) และการยอมรับความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงตามแบบตะวันตกควบคู่กับการรักษาความเชื่อมั่นในวัฒนธรรมไทย เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริการบนเครื่องบินของไทยมีความโดดเด่นและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ (Harrison, 2010; ธีรพัฒน์ พูลทอง, 2558) หากย้อนกลับมามอง เรื่องของการบริการอย่างไทยบนสายการบิน สัญชาติไทย ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่เกิดจากการผสมผสานทางวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะการรวมกันระหว่างค่านิยมและคุณค่าท้องถิ่นของไทยกับความเป็นอยู่ในโลกที่มีอิทธิพลต่าง ๆ ตัวอย่างเช่น เมื่อพูดถึงการบริการบนเครื่องบิน ที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและเป็นเอกลักษณ์สำหรับผู้ให้บริการ การผสมผสานวัฒนธรรม ส่งผลให้การบริการอย่างไทยมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การให้บริการด้วยความอบอุ่น การยินดีต้อนรับและความเอื้อเฟื้อ ที่เป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย โดยพนักงานผู้ให้บริการบนเครื่องบิน จะมีความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจสำหรับผู้รับบริการ นอกจากนี้ การบริการอย่างไทยยังมีลักษณะการให้บริการที่ใส่ใจถึงความสุขและความพอใจของลูกค้าอย่างมาก ให้ความสำคัญกับปัญหาและความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้านสุดท้าย การผสมผสานวัฒนธรรมที่น่าสนใจในการบริการอย่างไทยยังสร้างประสบการณ์ที่หลากหลายและน่าสนใจสำหรับผู้รับบริการ โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการประสบการณ์ที่แท้จริงและเป็นเอกลักษณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศไทย (Harrison, 2010; Volkov & Kurbatov, 2022; The Civil Aviation Authority of Thailand, 2024)

ความเป็นไทยที่เกิดขึ้นบนบริการของสายการบิน อาจแตกต่างจากมุมมอง ของกลุ่มนักวิชาการ เพราะเป็นการมองความเป็นไทย โดยมุ่งเน้น เรื่องการนำวัฒนธรรมของไทยในทุกภาค

ส่วน มาผสมผสานรวมกัน และปรับใช้ในงานบริการบนสายการบิน เป็นการร่วมกันทำงานเป็นทีม ไม่มีการแบ่งแยก เพื่อร่วมกันสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เป็นการผสมผสานวัฒนธรรม ประเพณี ไทย ที่กลมกลืนไปกับความเป็นสากล เน้นการทำธุรกิจเพื่อการแข่งขันด้านการบริการที่แตกต่าง ด้วยการเลือกหยิบยกเอาวัฒนธรรมบางอย่าง ทั้งที่เป็นนามธรรม และ รูปธรรม มาสร้างเป็นจุดเด่น ของการบริการ เช่นการไหว้ การยิ้มจากดวงตา กิริยา ท่าทาง คำพูด ความนอบน้อม ความใส่ใจ ความช่วยเหลือ ที่นอกเหนือจากการปฏิบัติงานตามหน้าที่ รวมทั้งอาหารไทย (สุภาวดี ศรีสุวรรณ, 2561; Wongsuwan, 2015; Tourism Authority of Thailand, 2025) โดยความเป็นไทยนี้แบ่ง ออกเป็น 2 ส่วน คือ ความเป็นไทย ในเชิงรูปธรรม ที่เห็นได้จากงานบริการ ได้แก่ สิ่งของ อาหาร เครื่องแต่งกาย การไหว้ วัฒนธรรม กิริยา ท่าทาง คำพูด รอยยิ้ม ยิ้มด้วยสายตา ความนอบน้อม และความเป็นไทย ในเชิงนามธรรมที่เห็นได้ในงานบริการ ความรู้สึกสัมผัสจากใจ (Hospitality Generosity) ได้แก่ ความใส่ใจ กำลังใจ ความช่วยเหลือที่นอกเหนือจาก งานตามหน้าที่ ไม่ได้ ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร มีความเป็นเพื่อนมนุษย์ สร้างความอบอุ่นประทับใจ และสร้างรอยยิ้ม จากใจ ความเป็นไทยเป็นคุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจง และเป็นเอกลักษณ์ของประชาคม และ วัฒนธรรมของประเทศไทย ประกอบด้วยคุณลักษณะทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม และองค์ประกอบอื่น ๆ ที่รวมถึงตัวตนและความเป็นเอกลักษณ์ของชาติไทย (Suksudthi et al., 2023)

งานบริการเป็นการส่งมอบความรู้สึกระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นสิ่งที่ ได้รับจากการฝึกฝนทักษะ ในด้านการให้บริการที่มีคุณภาพ ตามมาตรฐานของสายการบิน ซึ่ง การบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ ต่อผู้รับบริการมากที่สุด ต้องเป็นการให้บริการโดยหัวใจ (Service mind) ให้บริการอย่างเท่าเทียมกัน ปราศจากอคติหรือความชอบส่วนบุคคล (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018) ความเป็นไทยในธุรกิจการบินสะท้อนผ่านงานบริการที่ผสมผสาน เอกลักษณ์ไทยกับความเป็นสากลอย่างลงตัว ตั้งแต่เครื่องแบบพนักงาน กิริยาการไหว้ รอยยิ้ม อาหารสำหรับไทย เครื่องดื่มสมุนไพร อุปกรณ์บนเครื่องบิน ไปจนถึงสื่อบันเทิงและสินค้าพื้นเมือง OTOP แนวคิด Touches of Thai ไม่เพียงแสดงผ่านรูปธรรม แต่ยังรวมถึงจิตวิญญาณการบริการที่ ปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์โดยไม่สูญเสียความเป็นไทย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่สร้าง ประสบการณ์เฉพาะตัว ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่นของลูกค้า ส่งเสริมให้ธุรกิจการบินไทย โตเด่นและน่าจดจำ (Thai Airways International, 2025) นอกจากนี้ การบริการจากใจ เป็น แนวคิดที่เน้นความคิดเชิงมนุษย์ และการให้บริการที่อบอุ่นเอาใจใส่ โดยเป็นการนำเอาความเป็น ไทย และวัฒนธรรมไทย มาประกอบกับการให้บริการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ยิ่งใหญ่และความ

พึงพอใจให้กับลูกค้า โดยอธิบายว่า อัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทย (Service Embracing Thainess) ระบุถึงโลกวิถีไทยและวัฒนธรรมไทยในการบริการ ซึ่งอาจรวมถึงการใช้ภาษาไทยในการสนทนา หรือการเสริมกับศิลปวัฒนธรรมไทย ในการตกแต่งหรือบรรยากาศ (Nopas, Pathhumcharoenwattana, & Ratana-Ubol, 2022; Suchada, & Boonyanmethaporn, 2024) การบริการจากใจ มีลักษณะที่เอาใจใส่ อ่อนน้อมและเป็นมิตร มุ่งเน้นการรักษาความสุข และความพึงพอใจของลูกค้า ให้ความสนใจต่อความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนอยู่กับครอบครัว การบริการอย่างไทย มักมีความสวยงาม และความเรียบง่ายในรูปแบบการบริการ และบรรยากาศที่สร้างประสบการณ์ที่เป็นอิสระ และน่าพึงพอใจสำหรับลูกค้า การนำเสนอความเป็นไทยในการบริการ ด้วยการสร้างประสบการณ์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เช่น การเสิร์ฟลายไทยในการตกแต่งผนังในห้องโดยสาร (Suksudthi et al., 2023)

บริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย เป็นหนึ่งในตัวอย่างสายการบินที่มีประวัติยาวนาน และมีชื่อเสียงในระดับโลก มีภาพลักษณ์ที่เป็นที่น่าเชื่อถือ ทั้งด้านบริการและความปลอดภัย มีการสะสมประสบการณ์ความรู้ของพนักงานทุกฝ่าย และมีการฝึกอบรม ที่ได้รับการยอมรับ ทั้งในและต่างประเทศ การบริการในเครื่องบินของการบินไทย เป็นที่รู้จักด้วยการบริการที่มีมาตรฐานสูงและดีเยี่ยม ครอบคลุมทั้งการบริการในห้องโดยสารแบบธุรกิจและแบบประหยัด อาหารและเครื่องดื่มที่คุณภาพ และบริการการบินอื่นๆ ที่เติมเต็มประสบการณ์ของผู้โดยสาร (Thai Airways International, 2025) การบินไทย มีความโดดเด่นในเรื่องของความสุขภาพอ่อนน้อม การเอาใจใส่ และการรักษาน้ำใจลูกค้า พนักงานที่ให้บริการอย่างไทย ควบคู่ไปกับการรักษาเอกลักษณ์ความเป็นไทยไว้ ด้วยการเน้นความหรูหราและมาตรฐานคุณภาพสูงในการบิน โดยมีความรู้สึกเชื่อมั่นจากผู้โดยสารว่า จะได้รับบริการที่ดีที่สุดขณะใช้บริการกับสายการบิน รวมถึงเรื่องของความสะอาด ความสะอาดทุกสเปซ และคุณภาพของอาหารและบริการในเครื่องบิน อันเป็นเอกลักษณ์ของการบินไทย (Bloomberg, 2023) และถือเป็น Service Passion ของการบินไทยเป็นอีกด้านหนึ่งของความรู้สึกและแบรนด์ ที่เชื่อมโยงกับการบินไทยอย่างแน่นหนา และยังคงเป็นเรื่องสำคัญตราบนานกาล การบินไทยมุ่งเน้นการให้บริการลูกค้าอย่างอบอุ่น เต็มใจ และใส่ใจในทุกขั้นตอน โดยตระหนักเสมอว่าความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด สายการบินได้รับการยอมรับจากลูกค้าว่ามีบริการที่ยอดเยี่ยมและเป็นมิตรตลอดการเดินทาง พร้อมด้วยบุคลากรที่ดูแลลูกค้าอย่างเป็นกันเองและใส่ใจ การบริการด้วยใจหมายถึงการให้บริการที่เกิดจากความรัก ความตั้งใจ และความมุ่งมั่นในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเต็มที่ พนักงานที่ให้บริการด้วยใจจะใส่ใจในรายละเอียดทุกขั้นตอน พร้อมช่วยเหลือลูกค้าใน

ทุกสถานการณ์ นอกจากนี้ การบินไทยยังมีแพ็คเกจการบินแบบธุรกิจที่มาพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่น่าจดจำ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถ และส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ รวมถึงทักษะการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ (Thai Airways International, 2025)

นอกจากนี้ การนำเสนอแนวคิด “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่ได้รับการตอบรับในทางบวกจากผู้ชม ซึ่งมองว่าเป็นการสื่อสารวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และส่งต่อ ผู้ใช้บริการสายการบินไทยจำนวนมากระบุว่าภาพลักษณ์ของสายการบินมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจในคุณภาพการบริการ โดยเฉพาะเมื่อได้รับชมโฆษณาที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทยอย่างชัดเจน โฆษณาดังกล่าวถูกมองว่ามีความแปลกใหม่และสร้างสรรค์ ช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความรู้สึกชื่นชอบในระดับสูง องค์ประกอบด้านภาพถูกยกให้เป็นจุดเด่นที่สามารถถ่ายทอดความเป็นไทยได้อย่างมีเสน่ห์และทรงพลัง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการใช้วัฒนธรรมไทยในการสื่อสารผ่านสื่อใหม่สามารถสร้างความผูกพันทางอารมณ์และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ณัฐนรี เจนจัด, 2557) ประกอบกับการแถลงข่าว ของคณะผู้บริหารบริษัทการบินไทย จำกัด มหาชน เมื่อ วันที่ 25 ตุลาคม 2566 สะท้อนว่า การบินไทยปรับโฉมยูนิฟอร์มใหม่ เป็นความลงตัวของ อัตลักษณ์ความเป็นไทย และแนวคิดเพื่อความยั่งยืน เครื่องแบบชุดไทยเรือนต้นของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหญิงของการบินไทย เป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับนานาชาติ ได้รับการยอมรับในเรื่องความสวยงาม ได้รับการจดจำ และเป็นสิ่งแสดงออกถึงเอกลักษณ์ ที่สะท้อนถึงความเป็นสายการบินแห่งชาติ เปรียบเสมือนประตูปานแรก ที่เปิดต้อนรับผู้โดยสารจากประเทศต่าง ๆ มาเป็นระยะเวลากว่าครึ่งศตวรรษ โดยจะปรากฏในทุกที่สาธารณะทั่วโลกและทุกชั้นบริการบนเครื่องบิน ในฐานะเครื่องแบบของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินหญิงของการบินไทย ซึ่งจะสวมใส่พร้อมกันตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 เป็นต้นไป (Thai Airways International, 2025)

การส่งเสริมความเป็นเลิศในธุรกิจการบินของไทยต้องอาศัยองค์ประกอบหลายด้านที่เชื่อมโยงกับคุณภาพการให้บริการอย่างรอบด้าน หนึ่งในหัวใจสำคัญคือการปรับใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการดำเนินงาน โดยเน้นการทำงานที่ถูกต้อง ปลอดภัย และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ในขณะเดียวกัน การให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอีกปัจจัยที่สะท้อนถึงแนวทางการบริการที่เข้าใจความต้องการของผู้ใช้บริการ และสามารถปรับเปลี่ยนบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรก็เป็นองค์ประกอบที่ไม่อาจละเลย ทั้งในด้านการคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ การส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่สร้างแรงจูงใจ (Manon, 2010) รวมถึงการอบรมและพัฒนา

ทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงและรักษามาตรฐานระดับสูงได้อย่างสม่ำเสมอ รางวัลระดับนานาชาติ เช่น การได้รับการยกย่องจากสถาบัน Skytrax ยิ่งตอกย้ำถึงศักยภาพของธุรกิจการบินไทยที่สามารถสร้างมาตรฐานการบริการในระดับสากล ทั้งหมดนี้ยังสะท้อนแนวคิดเชิงพัฒนาในบริบทของการเรียนการสอนด้านการบริการ โดยเฉพาะในบทบาทของครูผู้สอนที่ควรมีทักษะทั้งในด้านวิชาชีพและการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง เพื่อถ่ายทอดความรู้พัฒนาความสามารถ และส่งต่อแรงบันดาลใจให้กับผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง (วัชร คำเขียว, 2565)

แสดงให้เห็นว่า ความเป็นไทยคือบรรทัดฐาน วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัตถุที่สั่งสมและแสดงถึงอัตลักษณ์ไทย ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการให้ลูกค้าได้สัมผัสส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม และการต้อนรับแบบไทยที่มีเอกลักษณ์ และมีอิทธิพลต่อประสบการณ์เชิงบวก ให้เกิดความพึงพอใจ และความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกใน ขณะเดียวกัน ก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของสายการบิน (Worasuwannarak & Kankaew, 2022) ดังนั้นการนำความเป็นไทย และการบริการอย่างไทยมาใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการดำเนินธุรกิจนั้น จำเป็นต้องปลูกฝังอยู่ในพนักงานทุกระดับในองค์กร ในการสร้างพนักงานที่มีประสิทธิภาพและเพื่อแข่งขันในด้านคุณภาพการบริการ โดยการบริการอย่างไทย เป็นลักษณะเฉพาะของความเป็นไทยที่สำคัญ ถือเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นและน่าประทับใจ อันเป็นลักษณะหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่มีเสน่ห์ไม่เหมือนใคร และทำให้ประเทศไทยแตกต่างจากประเทศอื่น (สุภาวดี ศรีสุวรรณ, 2561; Tourism Authority of Thailand, 2025; Nederveen Pieterse, 2015)

ในอีกมุมหนึ่ง จากการศึกษาด้านการบริการในด้านการพยาบาล สะท้อนว่าหัวใจสำคัญของการบริการพยาบาลคือการปฏิบัติงานด้วยหัวใจของความเป็นมนุษย์ โดยเน้นให้พยาบาลแสดงออกถึงความรัก ความเมตตา และความเอื้ออาทรต่อผู้รับบริการ ไม่เพียงมุ่งเน้นด้านการรักษาทางกายเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับจิตใจและ “ความเป็นบุคคลของผู้ป่วย” ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมไทยที่ให้ความเคารพและใส่ใจในบริบทส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ หรือสถานะทางสังคม แนวทางเช่นนี้สะท้อนถึงแก่นของความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ที่ไม่ใช่เพียงความรู้สึกสงสารชั่วคราว แต่เป็นการฝังรากลึกของคุณธรรมและความเมตตาในกระบวนการฝึกฝนนักศึกษาพยาบาลตั้งแต่ต้นทาง (จินตมาศ โกศลชื่นวิจิตร, 2556) ซึ่งกระบวนการบ่มเพาะอัตลักษณ์ในลักษณะนี้ยังพบได้ในภาคธุรกิจบริการระดับสากลด้านอื่น ๆ เช่น การอบรมพนักงานสายการบินไทย ซึ่งมุ่งเน้นการปลูกฝังความสุภาพ อ่อนโยน และมีน้ำใจในแบบฉบับของคนไทย เพื่อให้การให้บริการเป็นไปด้วยความจริงใจ มิใช่เพียงการทำตามหน้าที่ ในขณะเดียวกัน การปรับปรุง

คุณภาพบริการในธุรกิจการบิน โดยเฉพาะช่วงการฟื้นฟูของการบินไทย ได้มีการนำแนวทางพัฒนาโดยใช้โมเดล AIRQUAL ซึ่งเน้นการยกระดับคุณภาพผ่าน 5 มิติ ได้แก่ สัมผัสทางกายภาพของสายการบิน สัมผัสทางกายภาพของสนามบิน บุคลากร ความเห็นอกเห็นใจ และภาพลักษณ์ โดยเน้นว่าคุณภาพการบริการมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ส่งผลต่อความภักดีและความเต็มใจในการบอกต่อบริการ แนวทางการพัฒนาเหล่านี้ไม่เพียงสอดคล้องกับกลยุทธ์ในการฟื้นฟูกิจการขององค์กร แต่ยังตอบรับกับยุทธศาสตร์ชาติไทย (2018–2037) ที่มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมและภาคบริการให้สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน (Kungwola, 2023)

การพัฒนาทักษะการสื่อสารของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินถือเป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญในการยกระดับคุณภาพงานบริการให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในบริบทของสายการบินไทยที่ต้องรองรับผู้โดยสารจากหลากหลายวัฒนธรรม การศึกษาข้อมูลจากเสียงของลูกค้า การสำรวจความพึงพอใจ และผลการประเมินการปฏิบัติงานของพนักงาน ได้สะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการสื่อสารเชิงบวกที่เน้นการใช้คำพูดที่ดี สร้างสรรค์ และพร้อมรับฟัง ซึ่งสามารถลดความขัดแย้งและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับผู้โดยสาร ทักษะเหล่านี้ถูกนำไปปรับใช้ในทุกขั้นตอนของการให้บริการทั้งก่อน ระหว่าง และหลังเที่ยวบิน หลักการสำคัญ 3 S คือ ความปลอดภัย (Safety) ความมั่นคง (Security) และ การบริการ (Service) การเรียนรู้ในรูปแบบนี้ไม่เพียงเสริมสร้างความเชื่อมั่นของลูกค้า แต่ยังเป็นแนวทางที่สามารถบูรณาการเข้าสู่กระบวนการฝึกอบรมขององค์กรได้อย่างยั่งยืน (วิลาศ ดวงกำเนิด, 2564) ขณะเดียวกัน การทำความเข้าใจพฤติกรรมพนักงานในบริบทวัฒนธรรมไทยยังมีความสำคัญ โดยเฉพาะในแง่ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลข้ามวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าค่านิยมทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณแบบไทยที่มีรากฐานจากพุทธศาสนา เช่น ความสงบ อ่อนน้อม และเคารพในบทบาทของตน มีอิทธิพลต่อวิถีคิดของพนักงานที่มีต่อหน้าที่การงานและการตอบสนองต่อนโยบายขององค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพการบริการและความพึงพอใจของลูกค้า ความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างนโยบายองค์กร วัฒนธรรมชาติ และจิตวิญญาณจึงกลายเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สามารถหล่อหลอมคุณลักษณะของผู้ให้บริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของตลาดในระดับสากล (Tungtakanpoung, 2016)

ส่วนที่สอง: การบริการอย่างไทยที่เกิดจากการเรียนรู้แบบเทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault (Technology of the Self)

แม้ว่าแนวคิดสมัยใหม่จะสร้างความเชื่อที่ว่าบุคคลมีอิสระในการเลือกและจัดการตนเองได้ แต่ในมุมมองของ Foucault บุคคลไม่สามารถควบคุมตนเองได้อย่างสมบูรณ์หรือมีอำนาจในการกำหนดตัวตนของตนเองได้ทั้งหมด การแสวงหาตัวตนหรือการมีตัวตนในรูปแบบเดียวตลอดไปเป็นแนวคิดที่ขัดแย้งกับความเชื่อของเขา เพราะตัวตนของเราถูกหล่อหลอมจากความรู้สึกนึกคิดภายใน หรือด้วยวิธีการเฉพาะ เช่น ผ่านระบบการเมือง การปกครอง หรือจารีตประเพณีในแต่ละยุคสมัย บุคคลไม่อาจสร้างตัวตนขึ้นมาเองได้ แต่จะค้นพบตัวตนภายในสังคมผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และประเพณีที่กำหนดตัวตนผ่านคำแนะนำจากบุคคลรอบข้าง (Foucault, 2004) ปฏิบัติการทางอำนาจในสังคมมีบทบาทแทรกซึมเข้าสู่วิถีชีวิตของบุคคล โดยทำการจำแนกตัวตนออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ และกำหนดลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ปฏิบัติการนี้ก่อให้เกิดตัวตนในสองลักษณะ ได้แก่ ตัวตนที่ถูกควบคุมหรือพึ่งพาผู้อื่น และตัวตนที่ได้รับการเสริมด้วยความรับผิดชอบหรือความสามารถในการเข้าถึงความรู้ด้วยตนเอง ตัวตนจึงเป็นผลลัพธ์จากปฏิบัติการทางอำนาจในระบบความสัมพันธ์ทางสังคม ทำให้มนุษย์ไม่สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างเสรีเต็มที่ แต่ต้องปฏิบัติตามจารีตประเพณีทางสังคม (Danaher, Schirato, & Webb, 2000; Foucault, 1977)

พื้นฐานของปรัชญาตะวันตกอย่าง "I Think Therefore I Am" กลายเป็นแนวทางสำคัญในการศึกษาจิตสำนึกและอัตลักษณ์ของบุคคล แม้ว่าตัวตนจะถูกหล่อหลอมจากบริบทสังคมและวัฒนธรรม แต่ Foucault มองว่ามนุษย์มีสองด้าน คือ ด้านที่อยู่ภายใต้โครงสร้างทางสังคม และอีกด้านที่มีอิสระในการแสวงหาความรู้และควบคุมตนเอง (เบญจวรรณ อุบัติมาย์, 2561; Atkins, 2005) ตัวตนถูกสร้างขึ้นผ่านความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทำให้บุคคลรับรู้ตัวเองจากการมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม การสร้างตัวตนตามแนวคิดของ Foucault คือการผสมผสานระหว่างตัวตนที่บุคคลสร้างขึ้นเองและตัวตนที่สังคมกำหนดไว้ ประสบการณ์ชีวิตและอัตถิภาวะวิสัยของเราถูกสร้างจากความรู้และความเชื่อส่วนตัวที่ผสมผสานกับกรอบความรู้ของยุคสมัย (Boucher, 2010) ดังนั้น ตัวตนของเราถูกหล่อหลอมจากสิ่งที่สังคมกำหนดว่าเป็นความจริง รวมถึงประสบการณ์ส่วนตัวในการเรียนรู้ นยุคนกรีกโบราณ การสร้างตัวตนหมายถึงการ "เอื้ออาทรตัวตนของมนุษย์" หรือการเข้าใจตนเองอย่างลึกซึ้ง เพื่อค้นหาวิถีชีวิตที่เหมาะสม วิธีนี้ช่วยให้บุคคลสามารถพัฒนาตนเองอย่างเต็มศักยภาพและตระหนักถึงความสามารถของตน (Danaher, Schirato, & Webb, 2000) เทคโนโลยีแห่งตัวตนเน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลโดยที่บุคคลเป็นผู้เลือกกระทำด้วยตนเอง เพื่อพัฒนาตนเองและสังคมให้ก้าวหน้า ศิลปะแห่งการดำรงชีวิตเกี่ยวข้องกับจริยธรรมที่บุคคลยึดถือ

การดำเนินชีวิตอย่างมีศิลปะคือการประคับประคองตนด้วยปัญญาและดำเนินชีวิตตามครรลองที่เหมาะสม ซึ่ง Foucault เน้นว่าบุคคลไม่สามารถสร้างตัวตนขึ้นมาได้อย่างสมบูรณ์โดยลำพัง แต่ถูกสังคมชี้นำและกำหนดตัวตนของพวกเขา (เบญจวรรณ อุบัติฉาย, 2561; Foucault, 2004; McNay, 1996)

นักวิชาการบางกลุ่มเห็นพ้องว่าการศึกษาตัวตนในมุมมองหลังสมัยใหม่ช่วยให้เราเข้าใจพลวัตทางสังคมได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในยุคที่สังคมปัจจุบันกลายเป็นสังคมบริโภคนิยมอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเกิดขึ้นจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและระบบการผลิต พร้อมกับการเกิดขึ้นของชนชั้นนำกลุ่มใหม่ที่แสดงออกผ่านการบริโภคสินค้า บริการ และข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย เหตุการณ์เหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Foucault ที่ระบุว่าความเป็นตัวตนของมนุษย์ไม่คงที่และไม่มีเอกลักษณ์ที่ตายตัว เนื่องจากมนุษย์มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับยุคสมัย ตัวตนจึงมีการเปลี่ยนแปลงและแตกแขนงออกไปตามวิธีที่บุคคลพยายามสร้างคำอธิบายเกี่ยวกับตัวเองเพื่อให้สังคมรับรู้ นอกจากนี้ แนวคิดหลังสมัยใหม่ยังช่วยให้เราเข้าใจผลกระทบของโลกาภิวัตน์ที่มีต่อสังคม วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของบุคคล โดยเฉพาะบทบาทของสื่อมวลชนและภาคประชาสังคม ซึ่งถือเป็นสถาบันสำคัญในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมในยุคปัจจุบัน การทำความเข้าใจการสร้างตัวตนในมุมมองนี้จึงช่วยเพิ่มพูนความรู้ทางสังคมศาสตร์ ทำให้เราสามารถเข้าใจกระบวนการสร้างตัวตนของบุคคลในแต่ละยุคสมัย รวมทั้งสามารถคาดการณ์แนวโน้มของรูปแบบการแสดงตัวตนใหม่ ๆ ในอนาคตได้อย่างแม่นยำ (Baker & Jane Baker, 2016; Foucault, 2004)

การศึกษาตัวตนภายใต้กรอบแนวคิดของ Foucault ได้นำเสนอวิธีมองมนุษย์ผ่านกระบวนการทางวาทกรรมและความสัมพันธ์ของถ้อยแถลง ซึ่งเชื่อมโยงกับอำนาจ ความรู้ และการสร้างความจริงในสังคม ตัวตนจึงมิใช่สิ่งคงที่หรือเป็นแกนกลางของความรู้ทั้งหมด หากแต่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการเปลี่ยนแปลงและการต่อรองเชิงอำนาจในแต่ละบริบททางสังคม มนุษย์มีความสามารถในการสร้างตัวตนของตนเองผ่าน “ศิลปะแห่งการดำรงอยู่” ซึ่งสะท้อนถึงจริยธรรมในการใช้ชีวิตและความสัมพันธ์กับตนเองอย่างลึกซึ้ง แนวคิดนี้ถูกนำไปขยายผลในการศึกษากระบวนการสร้างตัวตนของชาวนาอินทรี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการทำนาแบบอินทรีมิได้เป็นเพียงการตอบสนองต่อกระแสความรู้จากภายนอก แต่เป็นพื้นที่ที่ชาวนาสามารถกำหนดแนวทางและสร้างความหมายใหม่จากประสบการณ์ตรงของตน การเลือกแนวทางการเกษตรเชิงจริยธรรมนี้ยังสะท้อนถึงความพยายามในการแสวงหาเสรีภาพในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพ ความพึงพาตนเอง หรือเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ตัวตนจึงถูกประกอบสร้างขึ้นจากการปฏิบัติซ้ำและการ

ต่อรองกับโครงสร้างอำนาจในชีวิตประจำวัน ซึ่งตอกย้ำความเข้าใจว่าความเป็นมนุษย์คือสิ่งที่เปลี่ยนแปลงและสร้างขึ้นตลอดเวลา (เบญจวรรณ อุปัทธาย, 2561; วรรฉัตร วรวิวรรณ, 2563)

จากมุมมองของ Foucault อำนาจและความรู้มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด อำนาจไม่ได้เป็นสิ่งที่ถูกมอบให้โดยตรง แต่สร้างขึ้นผ่านความรู้และปฏิบัติการทางสังคม ความรู้ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมและกำหนดพฤติกรรมของบุคคล นอกจากนี้ ความรู้ยังมีอิทธิพลในการกำหนดเกณฑ์ของความจริง ทำให้บุคคลเลือกเส้นทางที่สังคมยอมรับ (เบญจวรรณ อุปัทธาย, 2561) ในทฤษฎีของ Foucault อำนาจและความรู้เชื่อมโยงและส่งผลกระทบต่อกันในการกำหนดทิศทางของสังคมและพฤติกรรมของบุคคล "เทคโนโลยีแห่งตัวตน" (Technology of the Self) คือกระบวนการที่บุคคลสร้างตัวเองให้สอดคล้องกับระบบอำนาจและค่านิยมที่สังคมกำหนดไว้ จากการศึกษาข้อมูลต่าง ๆ ผู้วิจัยได้สรุปว่า การนำแนวคิด เทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault มาเป็นกรอบในการสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยบนสายการบินสัญชาติไทยนั้น สามารถเน้นถึงการให้ความสำคัญกับการบริการที่มีประสิทธิภาพและความตั้งใจของพนักงานผู้ให้บริการบนเครื่องบิน การบริการเหล่านี้สะท้อนถึงความพยายามในการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ที่แตกต่างของการบริการอย่างไทย พนักงานผู้ให้บริการต้องเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่กำหนดการบริการ ซึ่งเป็นการฝึกฝนตนเองให้มีความประพฤติที่เหมาะสม พร้อมทั้งการใช้ภาษาไทยและคำทักทายที่เป็นเอกลักษณ์ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย เช่น การสวมใส่ชุดไทยและการตกแต่งในอย่างไทย (Danaher, Schirato, & Webb, 2000; McNay, 1996)

ส่วนที่สาม: การสร้างการเรียนรู้

การพัฒนาประเทศ ความรู้และความดีเป็นสิ่งต้องการไปทุกแห่ง ทั้งสองสิ่งนี้ ขึ้นอยู่กับปัญญา บุคคลต้องมีปัญญาเพื่อเห็นทางแห่งความถูกต้อง ความดีที่อาศัยศรัทธาอย่างเดียวไปไม่ได้ไกล จึงจำเป็นต้องมี ปัญญาเพราะการใช้ศรัทธาอย่างเดียวนั้น การพัฒนาจะเปลี่ยนแปลงหรือตามไม่ทันเหตุการณ์ ดังนั้น การพัฒนาที่สร้างสรรค์ ต้องตั้งอยู่บนฐานของปัญญาอยู่ตลอดเวลา หากการพัฒนา คือมีปัญญารึขึ้น จะทำให้สิ่งต่าง ๆ ประสานสอดคล้องลงตัวไปหมด มนุษย์สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในการสร้างสรรค์และการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ถ้ามนุษย์ขาดปัญญาหรือไม่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ การสร้างสรรค์ และการพัฒนาดังกล่าวก็จะได้ไม่ผล เพราะฉะนั้น เราจึงต้องการคนที่แข็งแรง มีสุขภาพดีมี ปัญญาเป็นคนดีมีสติปัญญาเป็นคนดีคุณภาพและมีประสิทธิภาพสำหรับการพัฒนาตนเองและประเทศ (ประเวศ วะสี, 2533)

3.1 การเรียนรู้แบบนำตนเอง

การเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning: SDL) คือกระบวนการที่ผู้เรียนมีบทบาทหลักในการกำหนดแนวทางการเรียนรู้ของตนเอง ตั้งแต่การประเมินความต้องการ ไปจนถึงการวางแผน เลือกวิธีการเรียนรู้ และประเมินผลที่เกิดขึ้น โดยผู้เรียนสามารถดำเนินกระบวนการนี้ได้ด้วยตนเอง หรือมีผู้อื่นช่วยสนับสนุนก็ได้ (Huang, 2008) ซึ่ง Knowles (1975) ได้เสนอขั้นตอนของการเรียนรู้ลักษณะนี้ไว้ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ความต้องการในการเรียนรู้ 2) การตั้งเป้าหมายในการเรียนรู้ 3) การค้นหาแหล่งเรียนรู้ 4) การเลือกและใช้กลยุทธ์การเรียนรู้ที่เหมาะสม และ 5) การประเมินผลลัพธ์ของการเรียนรู้

การเรียนรู้แบบชี้นำตนเองถือเป็นกระบวนการสำคัญที่ส่งเสริมการพัฒนาผู้เรียนทั้งในระดับปัจเจกและในฐานะสมาชิกของสังคม ผ่านประสบการณ์ตรง การค้นคว้า และการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัว ผู้เรียนที่สามารถกำกับการเรียนรู้ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพมักแสดงออกถึงคุณลักษณะที่เด่น 7 ประการ ได้แก่ การยอมรับและเข้าใจตนเอง การวางแผนการเรียนรู้ แรงจูงใจภายใน ความสามารถในการประเมินตนเอง การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ ความยืดหยุ่นในการคิดและการปรับตัว และมีความเป็นตัวของตัวเอง (Skager, 1978; จารุวรรณ เขียวน้ำซุม, 2560) ลักษณะเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการเรียนรู้อย่างลึกซึ้งและต่อเนื่องที่ไม่จำกัดอยู่เพียงในชั้นเรียน หากแต่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกสถานการณ์ที่ผู้เรียนสามารถควบคุมและตัดสินใจต่อเส้นทางการเรียนรู้ของตนเอง นอกจากนี้ ยังมีคุณลักษณะอื่นที่เกี่ยวข้องสำคัญ 8 ด้าน ได้แก่ ความพร้อมในการเรียนรู้ การเปิดกว้างต่อประสบการณ์ การมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อตนเองในฐานะผู้เรียน ความคิดริเริ่ม ความรับผิดชอบในการเรียนรู้ ความรักในการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ มุมมองเชิงบวกต่อการเรียนรู้ และทักษะในการค้นคว้าและแก้ปัญหา (Guglielmino, 1977) ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่หล่อหลอมให้ผู้เรียนมีความพร้อมในการเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง แนวคิดจากหลากหลายมุมมองดังกล่าวต่างเน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของผู้เรียนในการตระหนักรู้ถึงศักยภาพ ทักษะ และค่านิยมภายในตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานของการเรียนรู้ที่แท้จริงในศตวรรษที่ 21 (Skager, 1978; Guglielmino, 1977)

3.2 การเรียนรู้จากประสบการณ์

การเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning) คือ การที่ผู้เรียนสร้างความรู้ ทักษะ และทัศนคติใหม่ ๆ ผ่านการนำประสบการณ์เดิมมาบูรณาการและต่อยอด โดยเน้นการทบทวนและตกผลึกความคิดจากสิ่งที่ได้ลงมือทำจริง เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งและนำไปปรับใช้ในสถานการณ์อื่น ๆ ได้ แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาและประยุกต์ใช้ในทฤษฎีการเรียนรู้ต่าง ๆ เช่น ของ Maslow และ Piaget ซึ่งต่างเห็นว่า การเรียนรู้ของมนุษย์เกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์กับ

สิ่งแวดล้อมรอบตัว โดย John Dewey ได้เสนอแนวคิด "Learning by Doing" หรือการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง โดยเน้นว่าความหมายที่ได้รับจากประสบการณ์สำคัญกว่าตัวเหตุการณ์เอง (สายสุดา ชันธเวช, 2561; Kolb & Fry, 1975; Kolb, Rubin, & McIntyre, 1979)

กระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิผลต้องอาศัยการเข้าใจความหมายของประสบการณ์และความสามารถในการนำสิ่งที่เรียนรู้ไปปรับใช้ในสถานการณ์จริง ซึ่งถือเป็นแนวคิดสำคัญที่ Kurt Lewin เสนอไว้ (Lewin) แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาเพิ่มเติมโดย Kolb และ Fry ผ่านโมเดลวงจรการเรียนรู้จากประสบการณ์ (Experiential Learning Cycle) ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ การเผชิญประสบการณ์ใหม่ (Concrete Experience) การทบทวนและสะท้อนประสบการณ์ (Reflective Observation) การสรุปแนวคิดใหม่ (Abstract Conceptualization) และการทดลองนำแนวคิดไปใช้ (Active Experimentation) โดยโมเดลนี้เน้นว่าการเรียนรู้มีได้เกิดขึ้นจากการรับข้อมูลเท่านั้น แต่เกิดจากการประมวลผลอย่างต่อเนื่องของสิ่งที่ได้พบเจอ ซึ่งช่วยให้ผู้เรียนสามารถผสมผสานความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ได้อย่างมีความหมาย และนำไปใช้ได้จริงทั้งในชีวิตประจำวันและการทำงานในอนาคต ในแง่ของความสัมพันธ์กับการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง แนวคิดทั้งสองมีจุดร่วมที่สำคัญ เพราะการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถกำหนดเป้าหมาย วางแผน และควบคุมเส้นทางการเรียนรู้ของตนเองได้ ในขณะที่การเรียนรู้จากประสบการณ์มุ่งเน้นการประยุกต์ใช้ความรู้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งสองแนวทางนี้จึงมีส่วนช่วยในการเสริมสร้างความมั่นใจ พัฒนาทักษะสำคัญ และส่งเสริมความสามารถในการปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวิชาชีพในโลกปัจจุบัน (Kolb & Fry, 1975; Kolb, Rubin, & McIntyre, 1979)

3.3 ทฤษฎีสร้างความรู้ใหม่โดยผู้เรียนเอง

แนวคิดการเรียนรู้แบบสร้างความรู้โดยผู้เรียนเอง หรือ Constructivism มีรากฐานมาจากจิตวิทยา ปรัชญา และมานุษยวิทยา โดยเฉพาะในแขนงจิตวิทยาปัญญา ซึ่งมองว่าผู้เรียนมิใช่เพียงผู้รับสารจากภายนอก แต่เป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความหมายจากข้อมูลที่ได้รับผ่านประสบการณ์ส่วนตัว รวมถึงการทดสอบและขยายความเข้าใจเหล่านั้นในบริบทที่ตนเผชิญ กระบวนการเรียนรู้ตามแนวคิดนี้จึงเน้นที่การตีความและปรับความหมายให้เข้ากับประสบการณ์ของผู้เรียนเอง ไม่ใช่เพียงการสะสมข้อมูล ในขณะเดียวกัน Jean Piaget ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับกลไกความสมดุล (Equilibration) ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่ประกอบด้วยการซึมซับ (Assimilation) และการปรับโครงสร้างทางปัญญา (Accommodation) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถผสมผสานประสบการณ์ใหม่กับความรู้เดิม หรือปรับเปลี่ยนโครงสร้างความรู้ให้สอดคล้องกับสิ่งที่ไม่

สามารถอธิบายได้ด้วยกรอบเดิม แนวคิดนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของกระบวนการเรียนรู้ และการเรียนรู้จะเกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้ลักษณะการเรียนรู้ของแต่ละคนมีความแตกต่างกันตามบริบทเฉพาะตน ผู้เรียนจึงต้องมีแรงจูงใจภายใน ความสามารถในการควบคุมตนเอง และความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การจัดการเรียนรู้จึงควรมุ่งส่งเสริมกระบวนการคิด การใช้ปัญญา และการเรียนรู้เชิงรุก พร้อมทั้งบูรณาการเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น เทคโนโลยีดิจิทัลหรือคอมพิวเตอร์ เพื่อสนับสนุนศักยภาพของผู้เรียนให้สูงสุด (สายสุดา ชันธเวช, 2561; Piaget, 1972)

ในบริบทของการบริการที่มีอัตลักษณ์แบบไทย การสร้างความรู้และทักษะของพนักงานถือเป็นเรื่องสำคัญเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริการในลักษณะนี้เน้นความอบอุ่น มิตรภาพ และความตั้งใจจริง ซึ่งสร้างความแตกต่างจากมาตรฐานทั่วไป นอกจากนี้ แนวคิดเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of the Self) ตาม Michel Foucault และแนวคิดการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของ Skager และ Guglielmino สามารถนำมาปรับใช้ร่วมกันได้ในแง่ที่บุคคลต้องตระหนักรู้และเข้าใจตนเองอย่างลึกซึ้ง เพื่อกำหนดเป้าหมายและพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ โดยตัวตนถูกหล่อหลอมจากสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการสร้างอัตลักษณ์และการดำรงชีวิตอย่างมีจริยธรรม ดังนั้น การประยุกต์ใช้ทฤษฎี Constructivism ในการจัดการเรียนรู้ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างความรู้ด้วยตนเอง ผ่านประสบการณ์และบริบทส่วนตัว พร้อมทั้งสนับสนุนการตระหนักรู้ในศักยภาพและอัตลักษณ์ของตนเอง เพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมและยั่งยืนในสังคมปัจจุบัน (Dara & Kesavan, 2024; Foucault, 2004; Skager, 1978)

การทำความเข้าใจและควบคุมตนเองผ่านประสบการณ์และการใช้ความรู้ส่วนบุคคลเป็นกระบวนการที่ช่วยให้บุคคลสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องทั้งในด้านการปฏิบัติงานและการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างอัตลักษณ์ของผู้ให้บริการที่มีคุณภาพจึงมิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการเรียนรู้ที่ดำเนินไปภายใต้ความสัมพันธ์เชิงอำนาจและปฏิสัมพันธ์ในสังคม (Foucault, 1988) สำหรับครูในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การตระหนักรู้ถึงความสามารถของตนเองและการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองมิได้เกิดขึ้นอย่างโดดเดี่ยว หากแต่พัฒนาผ่านการสะท้อนตน การปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม และการสร้างความหมายร่วมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ความพร้อมในการเรียนรู้จึงไม่ใช่ภาวะที่หยุดนิ่ง หากเป็นพลังที่ขับเคลื่อนโดยประสบการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและการมีส่วนร่วมกับผู้อื่น การ

มีอัตมโนทัศน์ในฐานะผู้เรียนที่รักการเรียนรู้ มีความคิดริเริ่ม และมีทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเอง สะท้อนให้เห็นถึงความซับซ้อนของการก่อรูปตัวตนในบริบทเฉพาะตัว ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนเชิงระบบและการส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาศักยภาพของครูให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในมิติวิชาชีพและมิติความเป็นมนุษย์ (ปภาพิศร์ วงษ์ประคอง, ปิยะพงษ์ ไสยโสภณ, และจุฬารัตน์ วัฒนนะ, 2565; Foucault, 1988)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การมีอัตลักษณ์ในฐานะผู้ให้บริการที่มีคุณภาพ จำเป็นต้องพัฒนาควบคู่ไปกับทักษะ ความรู้ และเจตคติที่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการในบริบทที่หลากหลาย บุคลากรด้านบริการอย่างพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินควรแสดงออกถึงสมรรถนะที่ครอบคลุมทั้งด้านเทคนิคและด้านมนุษยสัมพันธ์ เพื่อสร้างความมั่นใจและความพึงพอใจแก่ผู้โดยสาร โดยสมรรถนะด้านการให้บริการนั้นมักประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ การตอบสนอง การเอาใจใส่ และความสามารถในการเข้าถึงได้อย่างเหมาะสม ในด้านบุคลิกภาพ พนักงานควรมีความสามารถในการปรับตัว เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย ทำงานเป็นทีมได้ดี และมีทัศนคติที่เปิดรับต่อความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการหลีกเลี่ยงความขัดแย้งและสร้างบรรยากาศการบริการที่เป็นมิตร นอกจากนี้ยังต้องมีความอดทน ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ และจิตสำนึกของการให้บริการด้วยความจริงใจ เนื่องจากคุณลักษณะเหล่านี้ล้วนส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์ของผู้โดยสาร และกลายเป็นองค์ประกอบที่ผู้ให้บริการให้ความสำคัญไม่แพ้ความชำนาญเชิงเทคนิค (Nattachak, Pinunt & Pabhassorn, 2012; ขัตติยา หาญพิชานันท์, 2557; วิชัย เปรมมณีสกุล สุนันทา พาสุนันท์ วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์ ธาวัช พลเสน และสิริกร เลิศลักษณ์ธาร, 2564)

สรุปได้ว่า พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่มีคุณสมบัติพึงประสงค์ สามารถปรับตัวเข้ากับผู้อื่นและสังคมได้ดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม พร้อมทั้งเปิดใจเรียนรู้และยอมรับวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีบุคลิกภาพดีและสง่างาม มีใจรักในงานบริการ รวมถึงมีความรับผิดชอบสูงต่อความปลอดภัยของผู้โดยสาร ทั้งนี้ ลักษณะเหล่านี้เกิดจากความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและความพร้อมในการเรียนรู้ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง และนำไปสู่การสร้างความรู้ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนที่สี่: กรอบแนวคิดการวิจัย

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่ธุรกิจสายการบินต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคม การหลอมรวมระหว่างวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจ มาใช้ในงานบริการ การแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลกและการเคลื่อนย้ายทุนทรัพย์และ

บริการอย่างเสรี ทำให้สายการบินต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ผ่านอัตลักษณ์บริการอย่างไทยจึงกลายเป็นยุทธศาสตร์สำคัญควบคู่กับการรักษามาตรฐานสากล

การสร้างอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย และกระบวนการสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านอัตลักษณ์ไทยในงานบริการ บนเครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย ที่มีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยการพัฒนาตนเอง การเรียนรู้ และการผสมผสานวัฒนธรรม โดยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยที่เชื่อมโยงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ซึ่งเป็นฐานในการศึกษาอัตลักษณ์การบริการ และการสร้างการเรียนรู้ของครูผู้สอน โดยมุ่งหวังให้การบริการอย่างไทยสามารถสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นในอุตสาหกรรมการบินและสามารถแข่งขันในตลาดการบินระดับสากลโดยเป็นการศึกษาด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การศึกษานี้มุ่งสำรวจอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยโดยใช้วิธีวิทยาแบบเรื่องเล่า (Narrative approach) เพื่อถ่ายทอดและวิพากษ์ผ่านมุมมองของกลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินระดับหัวหน้างานที่มีประสบการณ์ยาวนาน ทั้งผู้ที่ยังปฏิบัติงานอยู่และผู้ที่เกษียณแล้ว การรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์สังคม (Social Constructivism) ซึ่งเชื่อว่าความรู้และความจริงเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจากประสบการณ์ชีวิต โดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) เพื่อสกัดประเด็นสำคัญของอัตลักษณ์การบริการแบบไทย การตีความประสบการณ์ของผู้ให้บริการดำเนินการผ่านกรอบแนวคิด “เทคโนโลยีแห่งตัวตน” ของ Foucault ที่เน้นการสร้างตัวตนผ่านการคิดวิเคราะห์และสะท้อนตนอย่างวิพากษ์ พร้อมผสมผสานกับแนวคิดด้านวัฒนธรรมบริการที่ไทยนำมาผสมผสานกับมาตรฐานสากล จนเกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นในระดับโลก

ขณะเดียวกัน การศึกษาได้ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และบทบาทของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทย โดยใช้แนวทางวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ตามแนวของ Charmaz ซึ่งเปิดพื้นที่ให้ความรู้เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริงของผู้สอนและสภาพแวดล้อมการทำงานจริง แนวคิดนี้เชื่อมโยงกับทฤษฎีการเรียนรู้ด้วยตนเองของ Skager และ Guglielmino ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการเปลี่ยนแปลงตนเอง การสร้างแรงจูงใจภายใน และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมบริการไทยในรูปแบบที่สอดคล้องกับยุคโลกาภิวัตน์ กระบวนการฝึกฝนตนเองของครูผู้สอนกลายเป็นพื้นที่สำคัญของการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม ที่ช่วยให้อัตลักษณ์ของความเป็นไทยสามารถผสมผสานเข้ากับมาตรฐานสากลได้อย่างสร้างสรรค์ มีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความแตกต่าง ความปลอดภัย และความประทับใจสูงสุดแก่ผู้โดยสารในตลาดโลก

ทั้งยังชี้ให้เห็นว่าความรู้มิใช่สิ่งตายตัว แต่เกิดขึ้นจากการตีความและปฏิสัมพันธ์กับประสบการณ์
จริงของผู้เรียนในบริบทเฉพาะ



บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง “การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทย และเงื่อนไขการเรียนรู้ของครู ผู้สอนการบริการอย่างไทย บนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ซึ่งเป็นโครงสร้างองค์กรที่ดั่งาม เอื้อให้เกิดคุณลักษณะความเป็นไทย โดยศึกษาว่า คุณลักษณะต่าง ๆ ของการบริการอย่างไทย บนสายการบินสัญชาติไทยนั้น มีลักษณะอย่างไร สามารถสร้าง หรือ ก่อให้เกิดคุณลักษณะภายในตัวบุคคลขึ้นได้อย่างไร แม้จะมีความเชื่อและวัฒนธรรมร่วมกัน ผู้ให้บริการแต่ละคน ก็มีประสบการณ์ ในการให้บริการอย่างไทย ที่แตกต่างกันหลากหลายของสถานที่ และสถานการณ์ที่พบเจอ อะไรคืออัตลักษณ์ ของการบริการการอย่างไทย บนเครื่องบิน ของสายการบินสัญชาติไทย รวมถึง การสร้างการเรียนรู้ของครูผู้ถ่ายทอดการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินสัญชาติไทย โดยหวังว่า ผลจากการศึกษาค้นคว้า นี้ จะสามารถสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจน เกี่ยวกับลักษณะการบริการอย่างไทยที่ดั่งาม เป็นแนวทางในการดำเนินการ เรื่องการบริการอย่างไทย รวมถึงความเข้าใจกระบวนการสำคัญขององค์กร ที่มีส่วนสำคัญ ต่อการกำหนดลักษณะอัตลักษณ์วิชาชีพ ของครูผู้สอนการบริการอย่างไทย ของสายการบินสัญชาติไทย และสามารถต่อยอดไปสู่ การสร้างแนวปฏิบัติที่ดี หรือนำไปสู่การจัดการความรู้อันเป็นประโยชน์ กับธุรกิจการบริการกลุ่มอื่น ๆ เพื่อการสร้างสรรค์พื้นที่งานบริการให้เกิดขึ้น สามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ที่ไม่ใช่เพียงการบริการบนเครื่องบินเท่านั้น

ปรัชญาการวิจัย

การทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเรื่องเล่า (Narrative approach) ที่มีความเชื่อ ในเชิงภววิทยา (Ontology) ภายใต้กระบวนทัศน์เชิงวิพากษ์ (Critical Paradigm) ซึ่งเป็นรูปแบบของทฤษฎีทางปรัชญา และทางวรรณกรรม ที่สร้างขึ้นจากการปฏิเสธแนวคิดของโครงสร้างนิยม ที่มีมาก่อน โดยมุ่งให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง และความซับซ้อนของความหมาย มองปรากฏการณ์ทางสังคม เป็นเรื่องของมนุษย์ที่แตกต่างไปจากปรากฏการณ์ธรรมชาติอื่น ๆ มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงสูง การที่จะศึกษาให้ได้ความรู้ โดยมีภววิทยาว่า ความจริง หรือสรรพสิ่งที่ดำรงอยู่ภายนอกตัวผู้วิจัย การได้มาซึ่งญาณวิทยา (Epistemology) หรือความรู้ในการวิจัย ที่ไม่เชื่อว่าการเข้าใจประสบการณ์ของมนุษย์ต้องผ่านการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัส ทั้ง 5 ได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น กายเท่านั้น จึงต้องใช้วิธีที่ผ่านการทำความเข้าใจ หรือการตีความ ที่มีวิธีวิทยาหลายแบบ รวมถึง

วิธีการศึกษาเรื่องเล่า เพื่อให้เข้าใจถึง ปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างแท้จริง จึงไม่สามารถใช้การ
 แฉกนับ วัดค่าเป็นตัวเลขได้ แต่ต้องเข้าใจความหมาย และคุณค่าของวัฒนธรรม ของกลุ่มคนนั้น
 ก่อน รวมถึงการหาความหมายร่วม การศึกษาประสบการณ์ของแต่ละบุคคล โดยให้ความสนใจ
 เกี่ยวกับ ความรู้สึก และสิ่งแวดล้อมของบุคคล มุ่งค้นหาประเด็น เนื้อหา ทางด้านวัฒนธรรมของ
 มนุษย์ ความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น บุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์ จะสะท้อนความรู้สึกใน
 เหตุการณ์นั้น ๆ การวิเคราะห์ โดยมุ่งเจาะหาความหมาย และความรู้สึกนึกคิดของบุคคล ที่มีต่อ
 เหตุการณ์นั้นเป็นการเฉพาะ เพื่อนำไปสู่กระบวนการทัศน์เชิงวิพากษ์ การสร้างการเรียนรู้ของครูด้าน
 การบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย เป็นการศึกษาด้วยการวิจัยเชิง
 คุณภาพ (Qualitative Research) แบ่งเป็น 2 ระยะคือ

ระยะที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทย

ผู้วิจัยมุ่งสะท้อน วิพากษ์ กลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติงานระดับหัวหน้างานของสายการบิน
 และ/หรือ มีประสบการณ์ในการทำงานบริการบนเครื่องบินไม่น้อยกว่า 20 ปี ทั้งผู้ที่เกษียณ และที่
 ยังปฏิบัติงานอยู่ ด้วยวิธีวิทยาเรื่องเล่า (Narrative approach) ผ่านรูปแบบการรวบรวม และ
 วิเคราะห์ข้อมูล ตามแนวคิดสร้างสรรค์สังคม (Social Constructivism) ซึ่งความจริงที่ดำรงอยู่
 อย่างอิสระ จากสิ่งที่มนุษย์ไม่ได้เป็นผู้สร้างขึ้น แต่มนุษย์สามารถแสวงหาความรู้ ด้วยการ
 ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสิ่งที่ดำรงอยู่นี้ได้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้คำอธิบายที่เป็นเหตุเป็นผลของการ
 เกิดขึ้น และดำรงอยู่ของสิ่งต่าง ๆ ในรูปของความรู้ จึงถือว่าความรู้ที่ได้มาเป็นความรู้เกี่ยวกับ
 ความจริงที่มีแก่น หรือสาระอันเป็นคุณสมบัติเฉพาะ ที่มนุษย์สามารถศึกษาได้ (นภาพรณ ะหา
 นนท์, 2550) เป็นเรื่องที่แต่ละคนสร้างขึ้น ให้ความหมาย ตีความจากประสบการณ์ชีวิตของแต่ละ
 คน ที่อาจมีพื้นฐานจากบริบทด้านสังคม และวัฒนธรรมที่อาจเหมือนหรือต่างกัน และด้วยแนวคิด
 สร้างสรรค์สังคม ที่เผยให้เห็น กระบวนการเรียนรู้ ที่ทำให้เกิดการตีความ ด้วยการวิเคราะห์แก่น
 สาระ(Thematic analysis) โดยอาศัยมุมมองบางส่วน ของผู้ให้บริการบนเครื่องบิน ตามแนวคิด
 เทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault ซึ่งเป็นฐานคิด ของการศึกษาที่ให้ความสำคัญในการสร้าง
 ตัวตน เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จ ในการตัดสินใจเลือกกระทำสิ่งต่างๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีขึ้น
 ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ อัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทย บนเครื่องบินของ
 สายการบินสัญชาติไทย

1. สนามการวิจัย และผู้ให้ข้อมูลหลักในระยะที่ 1

ผู้วิจัยใช้แนวคิด/ทฤษฎีเข้ามำกำหนดสิ่งที่ต้องการศึกษา (Theoretical Base)
 เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกสนามการวิจัย โดยมีผู้กั้นกรองเพื่อเข้าถึงผู้ให้ข้อมูล (Gatekeeper)

และผู้วิจัย ในฐานะที่ทำงานในองค์กรเอกชนมากกว่า 30 ปี รู้จักกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานบริการบนเครื่องบินจำนวนมาก จึงสามารถเข้าถึง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย (Key informants)

ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นกลุ่มพนักงานระดับหัวหน้างานของสายการบิน หรือผู้ที่มีประสบการณ์ทำงานในงานบริการบนเครื่องบินไม่น้อยกว่า 20 ปี ทั้งที่เกษียณและยังปฏิบัติงานอยู่ จากบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นสายการบินสัญชาติไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะด้านความเป็นไทย โดยกำหนดจำนวนผู้ให้ข้อมูลหลักประมาณ 35 คน ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์ความเพียงพอของข้อมูลตาม Bold (2012) จนกระทั่งถึงจุดที่ข้อมูลอิ่มตัว (Data saturation) ซึ่งหมายถึงการเก็บข้อมูลจนไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้นอีก ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการที่บุคคลสร้างความหมายให้กับสิ่งรอบตัว โดยเน้นการเข้าถึงข้อมูล การเก็บข้อมูล การตีความ และการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อค้นหาคำอธิบายของปรากฏการณ์ที่นักวิจัยสนใจศึกษาเป็นหลัก

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

เป็นกลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติงาน ระดับหัวหน้างานของสายการบิน และ/ หรือ มีประสบการณ์ในการทำงานบริการบนเครื่องบิน ไม่น้อยกว่า 20 ปี ทั้งที่เกษียณ และที่ยังปฏิบัติงานอยู่ และเป็นผู้ที่สามารถให้ความหมาย สะท้อน เล่าเรื่องประสบการณ์จริงในอดีต จนถึงปัจจุบัน ซึ่งจะทำให้เห็นถึงกระบวนการปรับเปลี่ยนตัวตน จากที่ตกอยู่ภายใต้ความรู้ชุดหนึ่ง เป็นตัวตนที่รู้จัก ตามแนวคิดเทคโนโลยีแห่งตัวตน ที่เน้นการสร้างตัวตนเพื่อเลือกกระทำการต่าง ๆ ด้วยการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเปลี่ยนแปลงตัวเองไปสู่ความสำเร็จของตน และเกิดการเรียนรู้ เพื่อต่อยอดกับมาตรฐานการบริการบนเครื่องบิน โดยผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

ผู้ให้ข้อมูล ไม่สามารถให้ความหมาย สะท้อน หรือเล่าเรื่องถึงประสบการณ์ของตนในการเรียนรู้ การเป็นครูด้านการบริการอย่างไทย และ/หรือ เป็นผู้ไม่พร้อมให้สัมภาษณ์จนเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย

2. การรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 1

ผู้วิจัยดำเนินการวางกรอบการเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือ ทำความเข้าใจ การบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ของสายการบินสัญชาติไทย ผ่านวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารสำคัญ เพื่อทราบข้อมูลส่วนบุคคล เจาะลึก ถึงความหมายจากประสบการณ์ที่เป็นความรู้สึก การให้ความหมาย การให้คุณค่า แสดงความเป็นตัวตนของผู้ให้ข้อมูล และมีการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้วิจัย เพื่อสร้างความรู้ในงานวิจัย ผู้วิจัยเข้าถึงประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล

โดยการเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ (Tacit Knowledge) ของผู้ให้ข้อมูล โดยมีการบันทึกเสียง จดบันทึก และสังเกต เพื่อดึงแก่นของประสบการณ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมการบริการของสายการบินไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบสุ่มเชิงทฤษฎี ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview Form) กับผู้ที่มีประสบการณ์ตรง

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 1 ของการวิจัย นำเสนอรายงาน จากวิธีการเรื่องเล่า (Narrative approach) เป็นวิธีการรวบรวมข้อมูล และผู้วิจัยจะใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) โดยใช้แนวคิดเรื่องเทคโนโลยีแห่งตัวตน (Technology of Self) ของ Foucault ทำการศึกษา และวิพากษ์ อัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทย บนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย การวิเคราะห์แก่นสาระ เป็นวิธีที่ผู้วิจัยเลือกใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเน้นการเข้าถึงข้อมูล การเก็บข้อมูล การตีความข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ที่มุ่งหาคำอธิบายให้แก่ปรากฏการณ์ (กิตติพัฒน์ นนทปัทมะดุลย์, 2550; ชาย โพธิ์สีดา, 2550) ที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาเป็นหลัก ใช้แนวคิดเทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Michel Foucault ซึ่งเป็นฐานคิดในการวิเคราะห์ของการศึกษาที่ให้ความสำคัญในการสร้างตัวตน เพื่อก้าวสู่ความสำเร็จ ในการตัดสินใจเลือกกระทำสิ่งต่างๆ เพื่อเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีขึ้น ผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ (Foucault, 2004; Smith, 2008)

จากนั้นใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า แบบ Data Triangular Verification เพื่อยืนยันการสรุปและวิเคราะห์เนื้อหา ถึงค้นหาแก่นความหมายและวิธีที่การบริการอย่างไทยได้รับการถ่ายทอดต่อเนื่อง โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลายคนที่มีประสบการณ์หลากหลาย เช่น พนักงานที่ยังปฏิบัติงานและผู้เกษียณ รวมถึงการสังเกตและการบันทึกเสียง การรวบรวมข้อมูลที่ได้จากหลายวิธีช่วยให้สามารถยืนยันข้อมูลและได้มุมมองที่รอบด้านมากขึ้นในประเด็นที่ศึกษา (Meydan & Akkaş, 2024)

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะเข้าถึงประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล โดยวิธีการเล่าเรื่องราวความรู้ที่ได้จากประสบการณ์การทำงาน ของแต่ละบุคคล (Tacit knowledge) เป็นเรื่องที่ซาบซึ้ง ประทับใจ และเป็นทักษะแนวปฏิบัติ ให้บุคคลอื่นฟัง เพื่อส่งต่อให้ พนักงานรุ่นต่อไป นำไปปรับใช้ในการทำงานของตนเอง (Experience Sharing) ได้โดยไม่ต้องเริ่มต้นศึกษาในเรื่องนั้นๆ ใหม่ จัดเป็นเครื่องมือ ด้านการจัดการความรู้ ที่สามารถจัดเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สัมผัสไม่ได้ ข้อมูลที่เกิดจากกระบวนการสนทนา ที่นักวิจัยได้ทำการสื่อสาร และแลกเปลี่ยนทัศนะต่าง ๆ กับ ครูผู้สอนการบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน จนทำให้การวิจัยได้ตัวบทของเรื่องเล่า (Narrative

texts) ซึ่งเป็นคำพูดและประโยคที่เชื่อมโยงกันในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการสนทนานั้น ผู้วิจัยจะนำคำตอบมาแยกย่อยและจัดการข้อมูลหรือนำมาถอดเป็นข้อมูลของเรื่องเล่า (Narrative data) เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ และตีความต่อไป โดยเลือกใช้แนวทางการวิเคราะห์ประเด็นของเรื่องเล่า (Narrative thematic analysis) คือ การทำความเข้าใจกับข้อมูล โดยเริ่มจากข้อมูลเบื้องต้น ค้นหาและตรวจสอบซ้ำแก่นสาระ ระบุและตั้งชื่อแก่นสาระ และจัดทำรายงาน ซึ่งเป็นกระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระที่มีความเหมาะสมกับงานวิจัยนี้ เพราะเป็นกระบวนการเชิงปฏิบัติของการวิเคราะห์ และรายงานแก่นสาระจากข้อมูลที่มี ช่วยให้สามารถบริหารจัดการ และอธิบายข้อมูลที่มีได้อย่างละเอียด สามารถหาแก่นสาระ (Theme) ของวิธีการรวมกลุ่มได้ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เรื่องเล่า และการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล มาทำการ ถอดข้อความจากแถบเสียงบันทึกการสนทนากลุ่มแบบ คำต่อคำ (Transcribe) ทวนความ (Paraphrasing) ในรูปของประโยค สรุปความจากการสัมภาษณ์ โดยประมวลประเภทและคุณลักษณะ (Properties) ของข้อมูลเข้าด้วยกัน เชื่อมโยงข้อมูล และเลือกเหตุการณ์ที่เป็นกุญแจสำคัญ (Braun & Clarke, 2006) ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดที่ได้จากการสรุปลักษณะความสัมพันธ์ของข้อมูลต่าง ๆ คุณสมบัติของข้อมูลที่ได้คล้ายคลึงและที่แตกต่างกัน ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความชัดเจนมากขึ้น สามารถสร้างข้อสรุป เมื่อผู้วิจัยได้เปรียบเทียบจนข้อมูลอิ่มตัวแล้ว ส่วนข้อมูลจากการสังเกตและจดบันทึก จะนำมาเพิ่มเติมข้อมูล แง่มุมที่ขาดหายไป และเป็น การตรวจสอบข้อมูลจากหลายแหล่ง ถือเป็นการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า จากนั้นก็ลดรูป (Reduction) ไปเป็นคำหรือแนวคิดสำคัญ (Key Words/Concepts) โดยเชื่อมโยงกับแนวคิดทฤษฎี แล้วตีความ (Interpretation) ถอดรหัส เพื่อทำการสังเคราะห์และแยกยะความหมายออกมา ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยพิจารณาสีที่เหมือน และแตกต่างกันของข้อมูล (Krueger, 1988) เพื่อจัดระบบข้อมูล และลดทอนข้อมูลที่ไม่จำเป็นออก (Data reduction) จากนั้นผู้วิจัยจะทำการตีความ (Interpret) โดยพยายามดึงความหมายออกมา จากข้อมูลที่มีอยู่ และหาความเชื่อมโยงของข้อมูลที่ปรากฏ (Ritchie & Spencer, 2002)

จากกระบวนการตีความ ผู้วิจัยสามารถสร้างข้อสรุปจากปรากฏการณ์ที่มองเห็น แล้วหาข้อสรุปที่เชื่อมโยงหรือมีความสัมพันธ์กันกับข้อสรุปย่อยอื่นๆ ซึ่งให้ความสำคัญกับวิเคราะห์ประสบการณ์ (Experience) ของผู้เล่าที่เกิดขึ้น บนความสัมพันธ์กับบริบทแวดล้อม (Contexts) นั้น ๆ ซึ่งนักวิจัยต้องทำการค้นหาและระบุประเด็นที่เกิดขึ้นภายในเรื่องเล่า (Bold, 2012) โดยประเด็นต่าง ๆ นี้ เป็นการสร้างความเข้าใจต่อประสบการณ์ ที่ทำให้เห็นกระบวนการ สร้างความเป็นตัวตนของผู้ให้บริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ดังนั้นการวิเคราะห์ประเด็นของเรื่องเล่า จึงต้อง

สร้างชุดของประเด็นหลัก (Core theme) เป็นชุดของประสบการณ์ การเป็นผู้ให้บริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ที่ทำให้มองเห็นว่าผู้ให้บริการอย่างไทยบนเครื่องบิน สร้างประสบการณ์ในเรื่องใดบ้าง หลังจากนั้น จึงแยกย่อยให้เห็นประเด็นรอง (Sub theme) ที่สะท้อนให้เห็นว่า ตัวตนของผู้ให้บริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ถูกประกอบสร้าง จากของประสบการณ์ย่อยในเรื่องใดบ้าง นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์เอกสาร (Document analysis) ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้ (อานุกาญญา อ่าง และ ลิขิตา ลุคัส, 2560)

ระยะที่ 2 การศึกษาเงื่อนไขการเรียนรู้ของครูผู้สอนการบริการอย่างไทย บนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นไปที่การตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยผู้วิจัยจะนำเสนอภาพรวมของกระบวนการสร้างการเรียนรู้ รวมถึงเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับครูผู้สอนด้านอัตลักษณ์ไทยในการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย โดยใช้วิธีการวิจัยทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง การศึกษานี้เน้นการได้มาซึ่งความรู้ที่เกิดจากการปฏิบัติจริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง (Self-directed Learning) ตามทฤษฎีของ Skager และ Guglielmino ที่ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางและเนื้อหาของการเรียนรู้ด้วยตนเอง รวมถึงการสร้างความรู้ใหม่ผ่านกระบวนการ Constructivism ตามแนวคิดพัฒนาการทางปัญญาของ Jean Piaget ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความรู้ไม่ได้ถูกถ่ายทอดหรือรับมาโดยตรง แต่จะถูกสร้างขึ้นผ่านการแปลความหมายของข้อมูลโดยอาศัยประสบการณ์ส่วนตัวของผู้เรียน ผู้เรียนจะทำหน้าที่เสริมสร้างและทดสอบความหมายที่ตนเองสร้างขึ้นในบริบทของสภาพแวดล้อมจริง ในกระบวนการนี้ ผู้เรียนมีความรับผิดชอบในการเลือกเนื้อหาและกิจกรรมที่เหมาะสมกับตนเอง และมีบทบาทสำคัญในการสร้างความหมายในมิติที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับหลักการที่ว่า การเรียนรู้จะเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพเมื่อผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และสามารถเชื่อมโยงความรู้กับประสบการณ์ตรงของตนเองได้ (สายสุตา ชันธเวช, 2561; Skager, 1978; Guglielmino, 1977; Piaget, 1972)

1. สนามการวิจัย และผู้ให้ข้อมูลหลักในระยะที่ 2

ผู้วิจัยใช้แนวคิด/ทฤษฎีเข้ามากำหนดสิ่งที่ต้องการศึกษา (Theoretical Base) เพื่อเป็นแนวทางในการเลือกสนามการวิจัย โดยมีผู้กั้นกรงเพื่อเข้าถึงผู้ให้ข้อมูล (Gatekeeper) และผู้วิจัย ในฐานะที่ทำงานในองค์กรเอกชนมากกว่า 30 ปี รู้จักกลุ่มพนักงานที่ปฏิบัติงานบริการบนเครื่องบินจำนวนมาก จึงสามารถเข้าถึง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัย (Key informants)

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เป็นกลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ทั้งครูผู้สอนพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (Inflight Instructor) และยังคงปฏิบัติหน้าที่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินด้วย ทั้งผู้ที่เกษียณ และที่ยังปฏิบัติงานอยู่ ของบริษัทการบินไทยจำกัด มหาชน ซึ่งเป็นสายการบินสัญชาติไทยที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ในด้านความเป็นไทย โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 35 คน เป็นไปตามหลักเกณฑ์ความเพียงพอของข้อมูล (Bold, 2012) จนถึงจุดที่ข้อมูลอิ่มตัว (data saturation) และเป็นปรากฏการณ์จริงมากที่สุด ในการทำความเข้าใจ ถึงกระบวนการที่บุคคลได้สร้างความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว ตามแนวทางการศึกษาของทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) โดยเน้นการเข้าถึงข้อมูล การเก็บข้อมูล การตีความข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ที่มุ่งหาคำอธิบายให้แก่ปรากฏการณ์ ที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาเป็นหลัก

เกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion criteria)

เป็นกลุ่มพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ครูผู้สอนพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน (Inflight Instructor) ทั้งผู้ที่เกษียณ และที่ยังปฏิบัติงานอยู่ ของบริษัทการบินไทยจำกัด มหาชน และเป็นผู้ที่สามารถให้ความหมาย สะท้อน ที่สร้างการเรียนรู้ของครู ผู้สอนการบริการอย่างไทยของสายการบิน

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion criteria)

ผู้ให้ข้อมูล ไม่สามารถให้ความหมาย สะท้อน หรือเล่าเรื่องถึงประสบการณ์ของตนในการสร้างการเรียนรู้ การเป็นครูด้านการบริการอย่างไทย และ/หรือ เป็นผู้ไม่พร้อมให้สัมภาษณ์จนเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย

2. การรวบรวมข้อมูลในระยะที่ 2

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยในระยะนี้คือ การวิจัยภาคสนาม (Field Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และศึกษา ค้นคว้า ร่วมกับหาข้อมูลทุติยภูมิ การวิจัยภาคเอกสาร (Documentary research) ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง โดยการค้นคว้าจากหนังสือ การสำรวจเอกสาร หนังสือบทความทางวิชาการงานวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชั่ง เอกสารหลักฐาน จาก วารสารและจุลสาร เอกสาร หนังสือรายงานประจำปี สื่อ Social Media Facebook Page ต่าง ๆ ที่กล่าวถึงการบริการอย่างไทยของการบินไทย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ค้นหาประสบการณ์ มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวางกรอบการเล่าเรื่องเป็นเครื่องมือ ทำความเข้าใจ การสร้างการเรียนรู้ของครูผู้สอน การบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ของสายการบินสัญชาติ

ไทย ผ่านวิธีการสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารสำคัญ เพื่อทราบข้อมูลส่วนบุคคล เจาะลึก ถึงความหมายจากประสบการณ์ ที่เป็นความรู้สึก การให้ความหมาย การให้คุณค่า แสดงความเป็นตัวตนของผู้ให้ข้อมูล และมีการแลกเปลี่ยนความรู้กับผู้วิจัย เพื่อสร้างความรู้ในงานวิจัย และในเก็บข้อมูลจากการเล่าเรื่องนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบสุ่มเชิงทฤษฎี ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และ สี่อวัสดูอุปกรณในการบันทึกเสียง และจดบันทึก กับผู้ที่มีประสบการณ์ตรง ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เหมาะสมกับเป้าหมาย และลักษณะของงานวิจัยเป็นหลัก โดยนำแนวคิด“การเล่าเรื่อง” เป็นเครื่องมือ ในการทำความเข้าใจการสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการ อย่างไทยบนเครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย โดยเน้นการเข้าถึงข้อมูล ตามขั้นตอนดังนี้

ผู้วิจัยติดต่อผู้ให้ข้อมูลเพื่อขออนุญาตให้เล่าเรื่องราวและประสบการณ์ของตนเอง (Key informants) ส่งการวางกรอบการเล่าเรื่องผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ ภายหลังจากผู้ให้ข้อมูลตกลงให้สัมภาษณ์ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยในระยะนี้คือ การวิจัยภาคสนาม (Field Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และศึกษา ค้นคว้า ร่วมกับหาข้อมูลทุติยภูมิ การวิจัยภาคเอกสาร (Documentary research) ที่ได้จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง โดยการค้นคว้าจากหนังสือ การสำรวจเอกสาร หนังสือบทความทางวิชาการ งานวิจัยแล้ว นำมาสรุปผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้เลือกแนวทางการสนทนา (Dialog) เพราะเห็นว่าเป็นแนวทางที่สามารถเข้าถึงเรื่องเล่า โดยผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้สร้างความรู้ร่วมกับนักวิจัย ผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในกระบวนการสนทนา เปิดโอกาสให้ผู้เล่าเรื่อง ได้สะท้อนประสบการณ์อย่างเป็นอิสระ และผู้วิจัยทำหน้าที่เอื้ออำนวยให้เกิดประเด็นของเรื่องเล่า ทำให้ผู้เล่าเกิดกระบวนการสะท้อนคิด และการตีความตนเองผ่านประสบการณ์ ผู้ถูกสัมภาษณ์ ได้ประกอบเรื่องราวและสร้างความหมายของเรื่องราวนั้นไปด้วยกัน โดยอาจมีคำถามประเด็นอื่นเพิ่มเติมในการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาถึงข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เช่น คำถามเกี่ยวกับการปรับตัวในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในบริบทที่มี ความแตกต่างทางวัฒนธรรม การฝึกประสบการณ์วิชาชีพในต่างประเทศ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลสำคัญจากคำสัมภาษณ์ที่บันทึกเทป และการสังเกต เป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย และกลั่น เอาความหมายของปรากฏการณ์ออกมาจากประสบการณ์ ของตัวอย่างที่ศึกษา หาแก่นของประสบการณ์ การบริการภายใต้ความเป็นไทย เกิดขึ้นอย่างไร ดำรงอยู่ ถูกผลิตซ้ำ ถูกถ่ายทอดต่อเนื่องมาในสายการบินได้อย่างไร

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลจนกว่าจะถึงจุดที่เรียกว่า ข้อมูลอิ่มตัว (Data Saturation) ซึ่งเป็นเกณฑ์สำคัญในการประเมินความเพียงพอของข้อมูล โดยจะวิเคราะห์ข้อมูลอย่างละเอียดตั้งแต่ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ การบันทึกข้อมูล รวมถึงการสนทนากลุ่มอย่างใกล้ชิดในทุกขั้นตอน หลังจากนั้น ข้อมูลทั้งหมดจะถูกจัดประเภทและกำหนดคำนิยามเพื่อสร้างกรอบการอธิบายที่ชัดเจน พร้อมเชื่อมโยงกับผลการวิจัยที่ได้ กระบวนการวิเคราะห์ตามแนวทางของทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) เกี่ยวข้องกับการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลจริง ซึ่งเน้นการพัฒนาสมมติฐานและข้อสรุปเพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้อย่างสมบูรณ์ โดยในกระบวนการนี้ การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินไปพร้อมกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญของระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นการให้รายละเอียดเชิงลึกเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางสังคมในบริบทที่ศึกษา การศึกษาดังกล่าว เริ่มต้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Bold, 2012; Charmaz, 2014) ตามมาด้วยการพัฒนาสมมติฐาน และสิ้นสุดด้วยการสร้างทฤษฎีที่เป็นคำอธิบายสำหรับปรากฏการณ์ที่วิจัย วิธีการนี้ถือเป็นความท้าทายที่มีคุณค่าในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่มีความหมายและตอบโจทย์ การวิจัยได้อย่างแท้จริง ทฤษฎีฐานรากถูกสร้างขึ้นจากข้อมูลโดยตรง และมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ที่นักวิจัยเลือกศึกษา กระบวนการนี้รวมถึงการบันทึกขยายความข้อค้นพบของทฤษฎีและพัฒนาสมมติฐานจนกระทั่งสรุปเป็นทฤษฎีที่สามารถอธิบายปรากฏการณ์ได้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

กระบวนการวิจัยทฤษฎีฐานราก ตามแนวคิดของ Charmaz (2014) เป็นหลักการ และแนวทางปฏิบัติที่มีความยืดหยุ่นสูง (Flexible Guideline) ไม่ใช่ชุดคำสั่งที่ตายตัวหรือยึดติดกับกฎเกณฑ์ วิธีการ หรือสูตรที่แน่นอน แต่กระบวนการนี้ต้องชัดเจนในเรื่องของวิธีการและความหมายของทฤษฎีฐานราก รวมถึงแสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการดำเนินงาน เพื่อเสริมเติมเต็มวิธีการวิจัยอื่น ๆ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อสร้างทฤษฎีจากฐานราก ที่ Charmaz มีมุมมองเกี่ยวกับโลกว่า ข้อมูลและทฤษฎีไม่ได้เป็นสิ่งที่ค้นพบขึ้นมาโดยตรง แต่เป็นผลจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักวิจัย ปรากฏการณ์ที่ศึกษา และข้อมูลที่รวบรวม นักวิจัยจะสร้างทฤษฎีฐานรากจากการเชื่อมโยงอดีตและปัจจุบันของตนเอง รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คน มุมมองทางสังคม และกระบวนการวิจัย ทฤษฎีฐานรากจึงเป็นภาพสะท้อนของความเป็นจริงที่ผ่านการตีความของนักวิจัย ไม่ใช่ภาพความจริงตามธรรมชาติที่แท้จริง ด้วยเหตุนี้ นักวิจัยจึงสร้างความเป็นจริงขึ้นชุดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ตนศึกษา สุดท้าย Charmaz

เน้นย้ำว่า แนวทางทฤษฎีฐานรากมีรากฐานมาจากนักปฏิบัตินิยม (Pragmatist) และการวิเคราะห์เชิงการตีความ (พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต, 2558)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยเริ่มจากการรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องรวมถึงความน่าเชื่อถือของเอกสารที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจัดบันทึกใจความสำคัญในแต่ละส่วนเพื่อค้นหาคำตอบตามกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา การตีความข้อมูลเกิดขึ้นโดยแบ่งเอกสารตามประเภทเนื้อหาและเปรียบเทียบเนื้อหาในแต่ละประเภทเพื่อวิเคราะห์อย่างละเอียด โดยแยกข้อความหรือข้อมูลทั้งหมดออกเป็นหน่วยย่อยตามความหมายที่พบในแต่ละส่วน เพื่อให้ง่ายต่อการจัดกลุ่มข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งแต่ละส่วนที่แยกออกมาจะได้รับการกำหนดความหมาย จากนั้นรวบรวมส่วนต่าง ๆ เหล่านั้นเข้าด้วยกันเป็นกลุ่มที่มีความหมายสัมพันธ์กันจริงแท้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาเป็นพิเศษ เพื่อสกัดความหมายของปรากฏการณ์นั้น ๆ ไม่เพียงแต่ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความหมายโดยทั่วไปของปรากฏการณ์นั้นด้วย การดำเนินการในลักษณะนี้ช่วยให้สามารถสรุปและกลั่นกรองสาระสำคัญจากข้อมูลเชิงคุณภาพได้อย่างเป็นระบบและลึกซึ้งมากขึ้น

การวิเคราะห์ และแปลผลข้อมูลการจัดสนทนากลุ่ม จากการขออนุญาตบันทึกข้อมูลในการดำเนินการสนทนา ให้ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการ ให้เกิดการอภิปรายครบถ้วน โดยใช้เครื่องบันทึกเสียง เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ โดยไม่ขึ้นคำตอบ ที่ต้องการให้เกิดข้อมูลในเครื่องบันทึกเสียง จะถูกถอดออกมาเป็นบทของแต่ละกลุ่มโดยถอดข้อความคำต่อคำ และจัดพิมพ์ข้อมูลในรูปแบบไฟล์ข้อมูล ที่กำหนดรหัสผ่าน ที่มีเพียงนักวิจัย ที่สามารถเปิดอ่านข้อมูลได้ ผู้วิจัยอ่านข้อมูลอย่างพินิจพิเคราะห์และ อ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อมองหาความหมายที่บ่งนัยอยู่ในข้อความนั้น ของแต่ละกลุ่มโดยถอดข้อความคำต่อคำ และจัดพิมพ์ข้อมูลในรูปแบบไฟล์ข้อมูลที่กำหนดรหัสผ่าน ที่มีเพียงนักวิจัยที่สามารถเปิดอ่านข้อมูลได้ ผู้วิจัยอ่านข้อมูลอย่างพินิจพิเคราะห์และ อ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อมองหาความหมายที่บ่งนัยอยู่ในข้อความนั้น เพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้วิธีการทำเครื่องหมายในข้อความสำคัญ เพื่อจัดหมวดหมู่ และมองทะลุผ่านสิ่ง ที่ปรากฏลงไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้น เพื่อหาแก่นของประสบการณ์ชนิดนั้นทั้งหมด ตามจุดมุ่งหมายการศึกษาวิจัย ที่นักวิจัยจะต้องไปให้ถึง และนำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาจากการสำรวจเอกสารแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) อันได้แก่ สำเนาเอกสาร หนังสือบทความทางวิชาการงานวิจัย วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง วารสารและจุลสาร หนังสือรายงานประจำปี และสื่อสิ่งพิมพ์ออนไลน์ สื่อ Social Media Facebook Page ต่าง ๆ ที่กล่าวถึงการบริการอย่างไทยของการบินไทย ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา มาสังเคราะห์บนพื้นฐานแนวคิด และทฤษฎีที่

เกี่ยวข้อง ตามกรอบแนวคิดที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ มาค้นหาบทสรุป และนำข้อมูลมาประมวลหาความชัดเจนในการกำหนดแนวทางตามวัตถุประสงค์การวิจัย

ผู้วิจัยจัดประเภทของข้อความที่จะวิเคราะห์ (Categories) ประกอบด้วย ข้อมูลที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัย มีการระบุรายละเอียด แนวคิด ให้ชัดเจนที่สุด สร้างความเด่นชัดในการสรุปข้อมูล ไม่ซ้ำซ้อน และใช้หลักการในงานวิจัยและวิเคราะห์ เป็นไปเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ แล้วสรุปผล พร้อมอภิปรายผลเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ (ศรัณย์ อมาตยกุล, ก่อพงษ์ พลโยธา, วาฬี ปรีชาปัญญากุล, 2560)

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แนวทางการเข้ารหัสข้อมูลตามกรอบแนวคิดการวิจัยแบบสร้างทฤษฎีฐานรากเชิงสร้างสรรค์ (Constructivist Grounded Theory) ของ Charmaz (2014) ซึ่งเน้นการสร้าง ความหมายจากประสบการณ์จริงของผู้ให้ข้อมูล โดยเริ่มจากการเก็บข้อมูลในรูปแบบเรื่องเล่าเชิงบรรยาย (Narrative Form) แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านกระบวนการเข้ารหัสที่ประกอบด้วยสี่ขั้นตอน ได้แก่ การเข้ารหัสเบื้องต้น (Initial Coding) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลอย่างอิสระโดยไม่ยึดกรอบทฤษฎีตายตัว เพื่อสร้างแนวคิดเบื้องต้นจากข้อมูลจริง การเลือกรหัสจุดสำคัญ (Focused Coding) เพื่อคัดเลือกแนวคิดหลักที่พบบ่อย และมีนัยสำคัญสูงสุด การเข้ารหัสเป็นแกน (Axial Coding) เพื่อเชื่อมโยงรหัสหลักกับรหัสย่อย และแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างเหตุการณ์ เงื่อนไข และผลลัพธ์ และสุดท้ายคือการเข้ารหัสเชิงทฤษฎี (Theoretical Coding) ซึ่งเป็นกระบวนการสังเคราะห์แนวคิดทั้งหมดเข้าสู่กรอบแนวคิดในระดับทฤษฎีที่อธิบายปรากฏการณ์ได้อย่างมีเหตุผล (Charmaz, 2014)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังประยุกต์ใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของ Skager (1978) และ Guglielmino (1977) เป็นกรอบในการสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ (Constructivism) โดยเฉพาะในบริบทของครูผู้สอนการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย ซึ่งครูผู้สอนเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดวัฒนธรรมบริการแบบไทย ผสานกับมาตรฐานสากล กระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองดังกล่าวช่วยให้ครูสามารถปรับตัว สะท้อนตน และพัฒนาศักยภาพในการสอนอย่างต่อเนื่องให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ในขั้นตอนการเข้ารหัสเชิงทฤษฎี ผู้วิจัยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรหัสหลัก และรหัสย่อยที่พัฒนามาจากขั้นตอนก่อนหน้านี้ เพื่อจัดระเบียบแนวคิดให้ชัดเจน มีความเป็นระบบ และสามารถอธิบายกระบวนการทางสังคมตามบริบทของผู้ให้ข้อมูลได้อย่างมีนัยสำคัญ แนวทางการนำเสนอทฤษฎีฐานรากที่เกิดจากกระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวอาจอยู่ในรูปของแผนภาพ

แสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ข้อเสนอเชิงทฤษฎี หรือเรื่องเล่าเชิงบรรยาย ทั้งนี้ การวิเคราะห์ตามแนวทางของ Charmaz (2014) เน้นการเปรียบเทียบข้อมูลอย่างต่อเนื่อง (Constant Comparison) เพื่อลดอคติของผู้วิจัย และสร้างข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่มีรากฐานมาจากข้อมูลจริง ไม่ใช่จากกรอบแนวคิดที่ตั้งไว้ล่วงหน้า

ข้อสรุปเชิงทฤษฎีที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะนี้จึงมีลักษณะเป็นแบบจำลองที่สามารถอธิบายกระบวนการ ประสบการณ์ หรือปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง โดยสะท้อนเสียงของผู้ให้ข้อมูลผ่านการจัดระบบข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ จุดเด่นของแนวทางนี้อยู่ที่ศักยภาพในการนำไปใช้ต่อยอดสู่การออกแบบนโยบาย การสร้างสื่อสาธารณะ หรือการพัฒนาแนวคิดใหม่ที่ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มความหลากหลายทางเพศ ผู้สูงอายุ หรือแรงงานนอกระบบ ที่ต้องการแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิตแบบเฉพาะเจาะจง การที่ผู้วิจัยมีสถานะเป็น “คนใน” ของชุมชนที่ศึกษา ยังช่วยให้กระบวนการวิเคราะห์มีความลึกซึ้ง และสะท้อนความเป็นจริงในเชิงบริบทได้อย่างชัดเจน

ความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การวิจัยทั้ง 2 ระยะนี้ ผู้วิจัยมีการนำใช้แนวคิดมีความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ซึ่งสามารถประเมินได้ตามหลักเกณฑ์ที่ Guba และ Lincoln (1989) และ Yanwaree (2002) ได้กำหนดไว้สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งเป็น 4 ด้านสำคัญ ดังนี้

1. ความเชื่อถือได้ (Credibility) หมายถึงความสอดคล้องระหว่างข้อมูลที่ได้และการตีความของผู้วิจัยกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้นกับผู้ให้ข้อมูลและนักวิจัยเอง Yanwaree (2002) แนะนำให้นักวิจัยใช้เวลาศึกษาในสนามวิจัยอย่างต่อเนื่อง (Prolonged Engagement) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและลดอคติในการเก็บข้อมูล รวมทั้งช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่ได้ (Guba & Lincoln, 1989)

2. การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) Yanwaree (2002) ได้กล่าวถึง การถ่ายโอนผลการวิจัย ว่าเป็นความสามารถอ้างผลการวิจัยไปยังสภาพการณ์ในบริบทที่คล้ายคลึงกัน โดยได้เสนอให้ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive selection) การหาข้อสนเทศในทุก ๆ ด้านอย่างครบถ้วน หาข้อมูลของแนวคิดในสมมุติฐานที่สร้างขึ้น เพื่อสร้างแนวทาง อันอาจทำให้เกิดการถ่ายโอนผลวิจัยไปสู่บริบทอื่นๆ ที่คล้ายคลึงกันได้

3. การพึ่งพากับเกณฑ์อื่น (Dependability) หมายถึงการที่ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับแนวคิด หรือ กรอบทฤษฎีที่มีอยู่ (Yanwaree, 2002) ซึ่งอาจทำได้โดยการใช้วิธีอื่นๆ เข้าร่วมกันหลายวิธีในการตรวจสอบความตรงของข้อมูลของแนวคิดทฤษฎี การใช้นักวิจัยหลายคน

ร่วมสังเกตสิ่งเดียวกัน ฯลฯ เพื่อดูว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะไปในทิศทางเดียวกัน สนับสนุนกันหรือขัดแย้งกัน (Graneheim, 2004) หรืออาจใช้วิธีการวิเคราะห์บทสนทนาแบบแผนที่แตกต่างออกไป (Negative Case Analysis) (Guba & Lincoln, 1989)

4. การยืนยันผล (Confirmability) หมายถึง ความสามารถในการยืนยันผลอันเกิดจากข้อมูล ได้เสนอแนะให้ใช้วิธีการสะท้อนคิด (Reflection) ในทุกขั้นตอนของการวิจัย โดยอาจสะท้อนคิดร่วมกับทีมวิจัย (Member Checking) เพื่อให้การมองปัญหาของผู้วิจัยมีความชัดเจน หรืออาจทดสอบผลการศึกษาที่ได้และการตีความข้อมูล ด้วยการให้ผู้ให้ข้อมูลได้ตรวจสอบ (Guba & Lincoln, 1989)

การพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูล

การวิจัยทางคลินิกจำเป็นต้องมีการพิทักษ์สิทธิของผู้ให้ข้อมูลอย่างเคร่งครัด โดยผู้วิจัยจะต้องชี้แจงวัตถุประสงค์และขั้นตอนการดำเนินการวิจัยอย่างชัดเจน พร้อมทั้งขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการเข้าร่วมโครงการวิจัยโดยสมัครใจ ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างมีสิทธิที่จะถอนตัวออกจากการวิจัยได้ทุกเมื่อหากต้องการ โดยไม่มีผลกระทบตามมา

ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และจะถูกนำมาใช้เฉพาะสำหรับการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น การนำเสนอข้อมูลจะเกิดขึ้นในลักษณะภาพรวม โดยต้องได้รับความเห็นชอบจากกลุ่มตัวอย่างก่อนการเผยแพร่ เพื่อเคารพและปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้วิจัยจะต้องให้กลุ่มตัวอย่างลงนามในเอกสารยินยอมเข้าร่วมการวิจัย โดยยึดหลักการสำคัญคือ การเคารพความเป็นส่วนตัว (Respect for Privacy) และการรักษาความลับ (Respect for Confidentiality) ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในหลายสาขาวิชาชีพ โดยเฉพาะในสายงานที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคลหรือข้อมูลที่ละเอียดอ่อน โดยมีเป้าหมายในการปกป้องสิทธิความเป็นส่วนตัวของบุคคลและรักษาความลับของข้อมูลที่ได้รับมอบหมาย (CRC Café, 563)

ความเป็นส่วนตัว (Privacy) หมายถึงสิทธิของบุคคลในการปกป้องข้อมูลส่วนตัวจากการเข้าถึงของผู้อื่น รวมถึงข้อมูลต่างๆ ที่ควรได้รับการปกปิด เช่น ตัวอย่างทางชีววิทยา (ICH GCP 1.16) ในขณะที่การรักษาความลับ (Confidentiality) เกี่ยวข้องกับการป้องกันไม่ให้มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของอาสาสมัครให้แก่บุคคลที่ไม่ได้รับอนุญาต การละเมิดความลับ (Breach of Privacy) ไม่ว่าจะเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่ออาสาสมัครในด้านต่าง ๆ เช่น ทางร่างกาย จิตใจ เศรษฐกิจ กฎหมาย และสังคม (ICH GCP 1.16)

ผู้วิจัยมีหน้าที่เคารพสิทธิในการปกป้องศักดิ์ศรีของอาสาสมัครเสมอ และควรดำเนินการวิจัยด้วยความระมัดระวัง โดยให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวและการรักษาความลับของ

ข้อมูลส่วนบุคคล เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับอาสาสมัคร (CRC Café, 563) ผู้วิจัยต้องอธิบายให้อาสาสมัครเข้าใจถึงสิทธิของตนในการปกป้องความเป็นส่วนตัวส่วนตัว รวมถึง

- อาสาสมัครมีสิทธิออกจากโครงการเมื่อใดก็ได้
- อาสาสมัครมีสิทธิไม่ตอบคำถามที่อาจทำให้เกิดความไม่สบายใจ
- อาสาสมัครมีสิทธิปฏิเสธการขอเก็บตัวอย่างเพื่อการวิจัยในอนาคต

นอกจากนี้ ผู้วิจัยควรอธิบายวัตถุประสงค์ของการเก็บข้อมูล วิธีการจัดเก็บ การจัดการข้อมูล และการทำลายข้อมูลเมื่อสิ้นสุดการวิจัยอย่างชัดเจน (CRC Café, 563)

จริยธรรมการวิจัย

ผู้วิจัยได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรมในการดำเนินโครงการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ในวันที่ 13 กุมภาพันธ์ 2567 โดยมีหมายเลขรับรองโครงการวิจัยคือ SWUEC-672041 ซึ่งแสดงถึงการปฏิบัติตามมาตรฐานจริยธรรมที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัดในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้

บทที่ 4

ผลการวิจัย

อัตลักษณ์การบริการอย่างไทย เป็นการนำแนวคิด “ความเป็นไทย” (Thainess) ที่เกิดจากความรู้และวัฒนธรรมไทย มาใช้ในงานบริการบนเครื่องบิน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้โดยสาร ด้วยการสะท้อนถึงความอ่อนโยน ความใส่ใจ เป็นความรู้ที่กำหนดและถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติจริงของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน โดยอาศัยการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของครู ที่เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ ของครูผู้สอนเชื่อมโยงกับการถ่ายทอดอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยที่เป็นเอกลักษณ์ มาพัฒนาการสอนการบริการอย่างไทย ที่ทำให้พนักงานต้อนรับสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องในบทบาทผู้ให้บริการที่เป็นตัวแทนวัฒนธรรมไทยบนเวทีโลก ด้วยการนำเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ผสมผสานเข้ากับความเป็นตะวันตกได้อย่างลงตัว เป็นที่ยอมรับในระดับสากล แม้ว่าการพัฒนาไปสู่ความทันสมัย อาจมีส่วนทำให้ความเป็นไทยถูกลบเลือนหายไป ซึ่งจะเห็นได้จากงานบริการบนสายการบิน ที่เน้นความเป็นสากล เน้นความเป็นสังคมโลกสมัยใหม่ (Modernization) ค่อนข้างสูง จึงมีส่วนทำให้ขาดพื้นฐานที่จะเน้นความเป็นไทย แต่การบินไทยก็สามารถนำการบริการอย่างไทย มาถ่ายทอดในงานธุรกิจการบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ได้อย่างทันสมัย ตามความต้องการของผู้โดยสาร ทั้งยังเป็นการดึงดูดความสนใจ สร้างสรรค์วัฒนธรรมให้มีชีวิต อยู่กับธุรกิจการให้บริการบนเครื่องบิน ซึ่งถือเป็นประตูบานแรก ที่เปิดต้อนรับผู้โดยสารจากประเทศต่างๆ มาสู่ประเทศไทย และเป็นโอกาสที่ประเทศไทยจะใช้ความเป็นไทยซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ “ทุนทางวัฒนธรรม” มาสร้างคุณค่าความเป็นไทย ให้เป็น Soft power ที่มีบทบาทสำคัญ สามารถสร้างเป็นสินค้า สร้างภาพลักษณ์ของประเทศเป็นมุมบวกมากขึ้น และสามารถนำชาวต่างชาติเข้าประเทศในด้านการท่องเที่ยวและบริการ ทำให้ประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้ เสนอผลการวิจัยเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วยการศึกษาอัตลักษณ์ ของการบริการการอย่างไทย บนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย และศึกษาการสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย ดังนี้

ส่วนที่ 1 อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน ของสายการบินสัญชาติไทย

อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยที่เกิดจากการถ่ายทอดความรู้ เรื่องการบริการอย่างไทยของผู้ปฏิบัติหน้าที่ให้บริการบนเครื่องบิน โดยอาศัยความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการคิด และนำเสนอตามรูปแบบที่ได้รับการปลูกฝังสืบต่อกันมาจากประสบการณ์ และการฝึกอบรมของสายการบิน

ประกอบด้วย ความปลอดภัยที่ผสมผสานอัตลักษณ์ความเป็นไทย และ การใส่ใจ ดูแล อย่างไทยซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

แม้ว่าการเดินทางโดยเครื่องบินจะนับเป็นรูปแบบการเดินทางที่ปลอดภัยที่สุดในเชิงสถิติ แต่ก็ยังคงมีความเสี่ยงในด้านสุขอนามัยและสภาพร่างกายอันเนื่องมาจากปัจจัยแวดล้อมบนความสูง เช่น ความกดอากาศต่ำและการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิ ด้วยเหตุนี้ เทคโนโลยีการบินจึงได้พัฒนาให้ห้องโดยสารสามารถรักษาระดับความดันที่ใกล้เคียงกับพื้นดิน พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยตลอดการเดินทาง การเดินทาง การพัฒนาทางด้านการบินนั้นมีมาอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมการขนส่งทางอากาศนับเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูง สร้างผลกำไรให้กับสายการบิน ความปลอดภัยทางการบินจะถูกกำหนดและควบคุมโดยองค์การระหว่างประเทศ เช่น IATA ICAO และองค์การการบินภายในประเทศ และถือเป็นมาตรฐานที่ทุกสายการบินต้องปฏิบัติ จึงทำให้ทุกสายการบินมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยไม่แตกต่างกัน แต่การบริการไม่ได้ถูกควบคุมเช่นนั้น จึงทำให้เกิดการแข่งขันในด้านการบริการ ทั้งด้านอาหารเครื่องดื่ม ที่นั่งที่สบาย ระบบทางด้านความบันเทิง อย่างไรก็ดี ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเพียงลำพังไม่สามารถรับประกันความปลอดภัยได้อย่างสมบูรณ์ สิ่งที่ขาดไม่ได้คือบุคลากรที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะลูกเรือที่เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงต่อความปลอดภัยในห้องโดยสาร การฝึกอบรมลูกเรือให้มีความรู้ความสามารถทางเทคนิคควบคู่กับความสามารถในการสื่อสารและให้บริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของความปลอดภัยในการบิน โดยเฉพาะสายการบินไทยที่ได้นำความเป็นไทยมาผสมผสานอย่างประณีตกับมาตรฐานสากล เกิดเป็นเอกลักษณ์ของ “บริการอย่างไทย” ที่สะท้อนออกมาในทุกมิติของการให้บริการ

ตามแนวคิด Technology of the self ของ Foucault ที่มองว่าอำนาจและความรู้มีความสัมพันธ์กันในการกำหนดรูปแบบการปฏิบัติและการสื่อสารในสังคม รวมถึง การสร้างตัวตนเพื่อเลือกกระทำการต่าง ๆ ด้วยการลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเปลี่ยนแปลงตัวเองไปสู่ความสำเร็จของตน และเกิดการเรียนรู้ เพื่อต่อตรงกับมาตรฐานการบริการบนเครื่องบิน ด้วยการสร้างความแตกต่างของการบริการที่เหนือความคาดหมาย และยังคงไว้ซึ่งมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย การบริการแบบไทยบนเครื่องบิน โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1.1 หัวใจความเป็นไทยบนความปลอดภัยระดับโลก: การดูแลอย่างใส่ใจอย่างไทยที่ผสมผสานมาตรฐานความปลอดภัยสากล

การทำงานบนเครื่องบินนั้น ลูกเรืออาศัยหลักการ 3S ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านการฝึกอบรม 3S ได้แก่ ความปลอดภัย (Safety) ความมั่นคง (Security) และการบริการ (Service) และมีการย้ำเตือนเสมอในช่วงปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการส่งผ่านความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยและ

การบริการที่ดี เริ่มต้นจากการเตรียมความพร้อมก่อนขึ้นบิน การตรวจสอบระบบความปลอดภัย และอุปกรณ์ในห้องโดยสาร รวมถึงการทบทวนวิธีรับมือกับเหตุฉุกเฉินต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วง Take-off, Landing หรือช่วงเกิด Turbulence ซึ่งถือเป็นช่วงที่ต้องเฝ้าระวังมากที่สุด สิ่งที่ทำให้ “บริการอย่างไทย” แตกต่างจากสายการบินอื่น คือ การผสมผสานวัฒนธรรมความอ่อนโยนของไทยเข้ากับมาตรฐานด้านความปลอดภัย ผ่านท่าทีที่อ่อนน้อม น้ำเสียงที่สุภาพ และการใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อย ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนถึง การบริการอย่างไทย ที่แฝงไว้ซึ่งความนุ่มนวลแต่เปี่ยมด้วยวินัย ดังคำให้สัมภาษณ์ของ “ครูจิ” ที่ว่า

“Thai Touch คือเรื่องของ Safety ทั้งหมด แต่ทำให้นุ่มนวลแบบไทย จริง ๆ นี่คือนกยูงเทศ ควบคุมให้คนอยู่บนเครื่องบินอย่างเป็นระเบียบ ทำอย่างไรให้คนปลอดภัยโดยที่คนรู้สึก ว่าตัวเองไม่ถูกบังคับ”

บุคลิกภาพแบบไทยที่เต็มไปด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และ ความสุภาพ จึงกลายเป็นจุดเด่นของสายการบินไทย ลูกเรือทุกคนได้รับการปลูกฝัง “Service Mind” หรือจิตวิญญาณของการบริการ ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่การให้บริการอย่างเป็นมิตรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการสังเกตความต้องการของผู้โดยสารอย่างละเอียดลออ ไม่ว่าจะเป็น น้ำเสียง สีหน้า หรือท่าทาง เพื่อให้การดูแลนั้นตรงจุดและเป็นที่พึงพอใจอย่างสูงสุด โดยเฉพาะ ในช่วงเวลาที่ผู้โดยสารมีความเครียดหรือกังวล สะท้อนจากคำกล่าวของ “ครูเจ” ที่ว่า

“การเป็นพนักงานต้อนรับ ทำให้ต้องเป็นคนช่างสังเกต และไวต่อความรู้สึก ทั้งจาก น้ำเสียง อากัปกริยา ท่าทางต่าง ๆ ของผู้โดยสารว่า ขณะนั้นผู้โดยสาร มีความรู้สึกอย่างไร อยู่ใน ภาวะอารมณ์ไหน ทุกครั้งที่ลูกเรือให้บริการ ต้องนำความรู้และประสบการณ์ที่มี มาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุดต่อผู้โดยสาร हमันเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี เพื่อสร้างความสุขและความ ประทับใจให้กับผู้โดยสาร เพื่อจะได้กลับมาใช้บริการตลอดไป และต้องระลึกเสมอว่า ผู้โดยสาร คือบุคคลที่ยิ่งใหญ่เสมอ”

แนวทางการฝึกอบรมลูกเรือมุ่งเน้นให้ผู้ให้บริการ เป็นมากกว่าผู้ปฏิบัติงาน แต่เป็น “ตัวแทนของวัฒนธรรมไทย” ที่สื่อสารความเป็นมิตร ความไว้วางใจ และความปลอดภัยอย่าง นุ่มนวล เช่น การยิ้มที่จริงใจ การใช้คำพูดที่สุภาพ และการแสดงความห่วงใยอย่างไม่ล้าเส้น สิ่ง เหล่านี้แม้จะดูเล็กน้อย แต่กลับกลายเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความประทับใจที่ยั่งยืน เมื่อ อยู่ในสายงานบริการ ผู้ให้บริการต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน มีกิริยาจาสุภาพเรียบร้อย พร้อม เสมอที่จะให้บริการด้วยความเต็มใจ ไม่ตีตนเสมอหรือวางท่าเหนือกว่าผู้รับบริการ ลูกเรือต้องใส่

ใจ ดูแล ตั้งใจบริการอย่างจริงใจ ด้วยความมั่นใจ มีความภาคภูมิใจในงานและหน้าที่ความรับผิดชอบอยู่เสมอ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้รับการปลูกฝังให้มี Service Mind ที่เกิดจากคำว่า Service (การบริการ) + Mind (ใจ) เมื่อนำมารวมกันจึงหมายถึง ความเต็มใจในการให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า เพื่อให้เกิดความประทับใจและเป็นลูกค้าประจำที่ภักดีต่อธุรกิจ สิ่งเหล่านี้ได้รับการเน้นย้ำจากครูผู้ฝึกอบรมเสมอ โดยสะท้อนผ่านคำสัมภาษณ์ของ “ครูเจน” ผู้ให้ข้อมูลว่า

“สิ่งที่เราทำให้กับลูกค้าของเรา เราต้องให้ความสำคัญกับรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ เช่น การยิ้ม การพูดจาสุภาพ มันเป็นเรื่องที่สร้างความประทับใจได้...การบริการอย่างไทยต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตน เราต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนเป็นคนสำคัญเสมอ”

การบริการอย่างไทย เช่น ความสุภาพ อภัยยศยไมตรี การไหว้ การยิ้ม และความใส่ใจในรายละเอียด เป็นพฤติกรรมที่แสดงถึงความจริงใจและความเอาใจใส่ต่อผู้โดยสาร ลูกค้ารับรู้ได้ว่าตนเองได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดและเป็นมิตร ซึ่งช่วยลดความกังวลและสร้างบรรยากาศที่ปลอดภัย ยิ่งไปกว่านั้น พนักงานต้อนรับยังถูกปลูกฝังให้รู้จักใช้ “วิจารณญาณ” ในการดูแลผู้โดยสารแบบยืดหยุ่นตามสถานการณ์ โดยไม่ยึดติดเพียงแค่กฎระเบียบแต่ยังคำนึงถึงความปลอดภัยในการให้บริการ ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนอัตลักษณ์แบบไทยที่มีความ “เกรงใจ” และ “เอาใจใส่” เป็นรากฐานทางวัฒนธรรมในการปฏิบัติต่อผู้อื่น ดังนั้น แม้ว่าทุกสายการบินจะมีมาตรฐานความปลอดภัยที่ใกล้เคียงกันตามที่องค์การระหว่างประเทศกำหนด แต่ “ความปลอดภัยด้วยบริการอย่างไทย” กลับสร้างมิติใหม่ที่เหนือความคาดหวังของผู้โดยสาร ด้วยการบริการที่ให้ความรู้สึกปลอดภัยผ่านสัมผัสแห่งความใส่ใจ ด้วยรอยยิ้มและน้ำเสียงที่เป็นมิตร ผสานกับมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เข้มงวด เป็นหลักฐานว่าความปลอดภัยมิได้เป็นเพียงเทคโนโลยีหรือข้อบังคับ แต่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็น การบริการอย่างไทยที่เน้นการดูแลลูกค้าแบบใส่ใจในรายละเอียด ให้ความสำคัญกับความรู้สึกและประสบการณ์ของผู้โดยสาร ในขณะเดียวกัน สายการบินก็ต้องปฏิบัติตามมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัย (เช่น ICAO, CAAT) อย่างเคร่งครัด เช่น การสาธิตความปลอดภัย การตรวจสอบอุปกรณ์ และการปฏิบัติตามขั้นตอนในสถานการณ์ฉุกเฉิน การบริการอย่างไทยจึงได้รับการบูรณาการเข้ากับมาตรฐานสากล เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจว่าปลอดภัยและได้รับการดูแลอย่างมืออาชีพ การผสมผสานวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานการดูแลลูกค้าและความปลอดภัย ทำให้สายการบินไทยมีจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง ลูกค้าได้รับทั้งประสบการณ์ที่อบอุ่นแบบไทยและความมั่นใจในมาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก เราจะได้เห็นว่า วัฒนธรรมไทยไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสร้างความประทับใจ แต่ยังถูกหลอมรวมเข้ากับมาตรฐานการดูแลลูกค้าและความปลอดภัยในอุตสาหกรรมการบินอย่างกลมกลืน ส่งผลให้เกิด

การบริการที่มีเอกลักษณ์ สร้างความไว้วางใจ และตอบโจทย์ทั้งด้านความรู้สึกและความมั่นใจของผู้โดยสารในระดับสากล

1.2 สื่อสารด้วยความเป็นไทย: การสื่อสารวัฒนธรรมไทยผ่านมาตรการความปลอดภัยและการบริการบนสายการบินไทย

การสื่อสารด้วยความเป็นไทยมีบทบาทสำคัญในการให้บริการบนสายการบินไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการเน้นความปลอดภัย (Safety First) ซึ่งสะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างความรู้ด้านความปลอดภัยและการบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของวัฒนธรรมไทย ในการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย โดยเน้นการสร้างความรู้สึกรอบรู้และปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารผ่านการแสดงออกที่เป็นมิตรและอ่อนน้อม องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้การสื่อสารลักษณะนี้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่ การยิ้ม การไหว้ การแสดงความอ่อนน้อม และการใช้ท่าทาง น้ำเสียง สายตา ที่สะท้อนถึงความจริงใจและการให้เกียรติ

การยิ้มและการไหว้เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นไทยที่สื่อถึงความเคารพและความเป็นมิตร การฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินไทยเน้นการปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการที่ดี รวมถึงการสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีไทย เพื่อให้พนักงานสามารถถ่ายทอดความเป็นไทยให้กับผู้โดยสารได้อย่างถูกต้อง “ยิ้มสยาม” กลายเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของการบริการที่เป็นที่รู้จักทั่วโลก รอยยิ้มที่จริงใจช่วยสร้างความประทับใจและบรรยากาศที่อบอุ่น ทำให้การแจ้งข้อมูลด้านความปลอดภัยไม่ถูกมองว่าเป็นคำสั่ง แต่เป็นการสื่อสารที่มุ่งเน้นความใส่ใจ และยังสามารถคลี่คลายสถานการณ์ตึงเครียดได้ ในขณะเดียวกัน การไหว้ สะท้อนถึงความเคารพ ความอ่อนน้อม และการให้เกียรติผู้โดยสารทุกคน ไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้ใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยที่ว่า “ไปลา มาไหว้” การไหว้จึงต้องอ่อนน้อม ด้วยความตั้งใจจริง ๆ ซึ่งความเป็นไทยที่แสดงออกมาให้ผู้โดยสารเห็น การใช้วัฒนธรรมไทยในการบริการ เช่น การยิ้มและการแสดงความอ่อนน้อม ในการสร้างบรรยากาศที่ดี ผสมผสานความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานถือเป็นการสร้าง “First impression” ที่สำคัญ คุณลักษณะเหล่านี้สร้างความรู้สึกรอบรู้และปลอดภัยให้กับลูกค้า สร้างความประทับใจและความไว้วางใจในสายตาผู้โดยสารทั้งชาวไทยและต่างชาติ

การบริการที่เน้นความปลอดภัยผ่านการสื่อสารอย่างไทยยังแสดงออกผ่าน การฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินไทยที่เน้นการผสมผสานระหว่างความรู้ด้านความปลอดภัยและการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ไทย เพื่อให้พนักงานสามารถสื่อสารและปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสาร อีกทั้งมุ่งเน้นให้เข้าใจถึงจิตสำนึกในการให้บริการ ตั้งแต่ คำพูด ท่าทางการยืน การแต่งกาย ไปจนถึงความรู้ด้านวัฒนธรรมและ

ประเพณีไทย เพื่อให้พนักงานสามารถถ่ายทอดความเป็นไทยได้อย่างถูกต้องและกลมกลืนกับมาตรฐานความปลอดภัยสากล เช่น กฎระเบียบของ ICAO ดังที่ “ครูนา” ให้ข้อมูลว่า

“การฝึกอบรมพนักงานใหม่ เราจะเน้นที่การสร้างจิตสำนึกในการบริการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำในการพูดจา ท่าทางการยืน หรือแม้แต่การแต่งกาย นอกจากนี้ยังมีการสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีไทย เพื่อให้พนักงานสามารถถ่ายทอดความเป็นไทยให้กับผู้โดยสารได้อย่างถูกต้อง”

การสื่อสารเพื่อความปลอดภัยบนเครื่องบินไม่ได้จำกัดอยู่ที่การแจ้งเตือนหรือคำสั่งเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสื่อสารผ่านน้ำเสียงอ่อนโยน รอยยิ้มที่จริงใจ และสายตาที่เป็นมิตร ทำให้การแจ้งเรื่องความปลอดภัยดูเป็นการให้บริการตามปกติ ส่งผลให้ผู้โดยสารรู้สึกอบอุ่นและปลอดภัย สามารถควบคุมสถานการณ์และสร้างบรรยากาศที่ดีกับทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ตัวอย่างเช่น cabin walk around ลูกเรือจะใช้การสื่อสารที่ไม่ใช้คำพูด เช่น การยิ้มและมองไปที่เข็มขัดนิรภัยของผู้โดยสาร เพื่อเตือนให้รัดเข็มขัดโดยไม่ต้องกล่าวคำสั่งโดยตรง สิ่งนี้เป็นทักษะสำคัญที่องค์กรและครูฝึกอบรมได้ปลูกฝังให้กับพนักงานรุ่นใหม่ นับเป็นการใช้วัฒนธรรมไทยในการบริการ และการสื่อสารได้อย่างกลมกลืน การปฏิบัติหน้าที่ เช่น cabin walk around ถือเป็นตัวอย่างของการสื่อสารความปลอดภัยที่ผสมผสานการบริการอย่างไทย ลูกเรือจะเดินตรวจสอบความปลอดภัย เช่น เข็มขัดนิรภัย หน้าต่าง ช่องเก็บสัมภาระ และทางออกฉุกเฉิน โดยไม่เพียงทำตามมาตรฐานความปลอดภัย แต่ยังสื่อสารด้วย รอยยิ้ม สายตา และท่าทาง เพื่อให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความห่วงใย อบอุ่น และร่วมมือโดยสมัครใจ ดังที่ “ครูปอ” ให้ข้อมูลอีกรายกล่าวว่า

“แค่เราเดินผ่าน เราก็ยิ้มให้เขาแล้วก็มองไปที่เข็มขัดเขา ผมรู้สึกว่าเขาก็น่าจะเข้าใจละว่า ลืม... การสื่อสารโดยใช้แค่ลักษณะท่าทาง ผมว่าอันนี้คนไทยสื่อสารได้ง่ายอยู่แล้วนะไม่เหมือนฝรั่ง... ของเรานี้เป็นลักษณะที่มีความเป็นไทยอยู่แล้วนะครับ สร้าง awareness ให้ผู้โดยสารด้วยรอยยิ้มด้วยท่าทาง อันนี้สุดยอดแล้ว... มันเป็น safety ที่อยู่บนการบริการจากใจ”

นอกจากนี้ สายการบินไทยยังได้สร้าง ภาพลักษณ์ความรักและการดูแลผู้โดยสารผ่านคำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” ซึ่งเป็นการใช้ วาทกรรมเชิงวัฒนธรรม ที่ทรงพลัง ผสมกับการขับทเพลง “รักคุณเท่าฟ้า” เพื่อสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของความรัก ความห่วงใย และการโอบอุ้มผู้โดยสารไว้ภายใต้ท้องฟ้า เพลงนี้มีเนื้อร้องที่สะท้อนความงดงามของโลกและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ ทำให้คำขวัญนี้เป็นที่จดจำและเชื่อมโยงกับความอบอุ่นของการบริการอย่างไทย การบินไทยใช้คำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” ในช่วงเดียวกับที่มีการเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ของ

การบินไทย เป็นรูปดอกจាំปีหรือโบเสมา โดย วงดนตรีคาราบาวได้ จัดทำบทเพลงมอบให้การบินไทย ชื่อรักคุณเท่าฟ้า ในปี พ.ศ. 2528 เพื่อร่วมส่งเสริมให้คำขวัญ "รักคุณเท่าฟ้า" ที่การบินไทยเริ่มใช้มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 ให้เป็นที่จดจำอย่างแพร่หลายเรื่อยมา เป็นที่จดจำและเชื่อมโยงการบินไทยกับความเป็นไทยและความอ่อนน้อม ให้ความหมายลึกซึ้งที่ผูกพันกับภาพลักษณ์ของสายการบิน และสร้างการรับรู้เชิงบวกให้กับผู้โดยสารทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการบินไทยในฐานะสายการบินที่เป็นตัวแทนของประเทศไทย คำว่า "รักคุณเท่าฟ้า" สื่อถึงความรักและการดูแลของการบินไทยต่อผู้โดยสารเหมือนการโอบอุ้มไว้ภายใต้ท้องฟ้า และกลายเป็น สื่อที่มีพลังในการส่งเสริมคำขวัญของการบินไทยอย่างมีประสิทธิภาพ การบินไทย กำหนดคำขวัญและภาพลักษณ์ขององค์กร และสร้างอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับความเป็นไทยและความอ่อนน้อมอันเป็นเอกลักษณ์ ที่มีความหมายเชื่อมโยงกับความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของชาติ การสื่อสารผ่านคำขวัญนี้ได้รับการออกแบบเพื่อให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความรักและการดูแลของการบินไทย รวมถึงสร้างประสบการณ์ของผู้โดยสารในเชิงสัญลักษณ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้โดยสารในฐานะผู้บริโภคที่มุ่งเน้นถึงการบริการที่มีความเป็นกันเองและการดูแลด้วยความอบอุ่น แสดงให้เห็นถึงการบินไทยในฐานะผู้กำหนดกรอบการรับรู้ของสาธารณะเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่สะท้อนความเป็นไทย โดย“ครูตุ๋”ผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านกล่าวว่า

“การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้โดยสารโดยการแสดงออกถึงความเป็นมิตร การดูแลผู้โดยสารอย่างอบอุ่น ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวไทย การบริการแบบนี้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนและสามารถสร้างความแตกต่างจากสายการบินอื่นๆ ได้”

คำขวัญและบทเพลง “รักคุณเท่าฟ้า” เป็นผลของความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้สึกเชิงวัฒนธรรม และ การควบคุมการรับรู้ของผู้โดยสาร เป็นส่วนหนึ่งของภาพลักษณ์องค์กร เป็นการสร้างอัตลักษณ์ที่ยั่งยืน ที่ผู้โดยสารทั้งในและต่างประเทศสามารถจดจำและรู้สึกผูกพันได้ง่ายขึ้น ที่ส่งผลให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความหมายของการบินไทยในฐานะที่ไม่ใช่เพียงสายการบิน แต่ยังเป็นตัวแทนของความงดงามของประเทศไทย โดยมีเนื้อเพลงดังภาพ



หากฉันบิน บินไปได้ตั้งนก ฉันจะบิน บินไปในนภา หากฉันลอย ล่องลมเหนือฟ้าฟ้า ฉันจะมองลง มา ยังพื้นดิน
 โลกมนุษย์ แสงกว้างใหญ่เหลือเกิน ยิ่งมองยิ่งเพลิน จำเริญหัวใจ พื้นแผ่นดิน แลดูเป็นสีเขียว
 พื้นแผ่นน้ำ แลดูเป็นสีคราม อาจจะมีใครตั้งคำถาม ความงดงามของโลก อยู่ไหนใด
 โลกมนุษย์ แสงกว้างใหญ่เหลือเกิน ยิ่งมองยิ่งเพลิน จำเริญหัวใจ ความงาม ความรัก มีมา ตาม ธรรม ชาติ
 เต็ม วาด แต่ง แต้ม แสง สี ตาม ใน ใจคน มี ฟ้า มี น้ำ มี ดิน หิน หวาย และผู้คน ร่วม สุข ทุกข์ ทน สร้างแผ่นพื้น ดินไทย
 หากคุณบิน บินไปได้ตั้งนก ยามเมื่อคุณ บินไปในนภา ยามเมื่อคุณ ล่องลอยบนฟ้าฟ้า มองลงมา เบื้องล่าง ยังพื้นดิน
 โลกมนุษย์ แสงกว้างใหญ่ เหลือเกิน ยิ่งมอง ยิ่งเพลิน จำเริญ หัวใจ
 กระ แล เสียง เพลง นี้จากฟ้าฟ้า แสงไกล ผาก ความ ในใจ ให้มวล หมู่ชน ทุกคน
 ชื่น ความ เป็นจริงที่มองเห็นมา จากฟ้าเบื้องบน ฟ้า อยู่ คำ คน คนไม่อยู่คำ ฟ้า...

ภาพประกอบ 1 รักคุณเท่าฟ้า

ที่มา ผู้วิจัย

การนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล ช่วยให้สายการบินไทยได้รับการยอมรับในเวทีโลก ทั้งในด้านความปลอดภัยและคุณภาพการบริการ ทั้งช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรและเป็นแรงบันดาลใจในการรักษามาตรฐานความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง การสื่อสารด้วยความเป็นไทยในการให้บริการบนสายการบินไทย ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความรู้สึกอบอุ่นและความประทับใจ แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมความปลอดภัย การใช้รอยยิ้ม ท่าทางอ่อนน้อม สายตาที่ใส่ใจ และคำพูดที่สุภาพ สามารถ ให้น้ำวพฤติกรรมผู้โดยสาร ให้ปฏิบัติตามมาตรการความปลอดภัยโดยสมัครใจ ทำให้การบริการและความปลอดภัยกลายเป็นสิ่งที่ ไม่แยกขาดจากกัน แต่เชื่อมโยงอย่างกลมกลืนภายใต้บริบทของวัฒนธรรมไทย การผสมผสานระหว่างมาตรฐานความปลอดภัยสากลกับการสื่อสารที่สะท้อนวัฒนธรรมไทยในการให้บริการบนเครื่องบินของสายการบินไทย โดยเน้นการสร้างความรู้สึกอบอุ่นและปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารผ่านการแสดงออกที่เป็นมิตรและอ่อนน้อม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของสายการบินไทย และส่งเสริมความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทย

กล่าวได้ว่า การสื่อสารด้วยความเป็นไทยในการบริการบนสายการบินไทย เป็นการบูรณาการความรู้เชิงวัฒนธรรม ความรู้ด้านความปลอดภัย และศิลปะแห่งการบริการ เพื่อสร้างประสบการณ์การเดินทางที่อบอุ่น ปลอดภัย และน่าประทับใจ โดยมีรากฐานจากวัฒนธรรมไทยที่เน้นความอ่อนน้อม ความเคารพ และการดูแลซึ่งกันและกัน ผลลัพธ์นี้ไม่เพียงตอบสนองต่อมาตรฐานความปลอดภัยสากล แต่ยังสะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่สามารถสร้างความแตกต่างและความภาคภูมิใจในเวทีโลก

1.3 เสริมสร้างมิตรสัมพันธ์บนเครื่องบิน: เสริมสร้างความไว้วางใจผ่านการบริการที่ปลอดภัยและอบอุ่นใจ

การให้บริการบนเครื่องบิน หัวใจสำคัญที่ทำให้การเดินทางเต็มไปด้วยความราบรื่น และน่าประทับใจ คือ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกเรือและผู้โดยสาร ผ่านการให้บริการที่ไม่เพียงแค่สุภาพและเป็นมืออาชีพ แต่ยังต้องแฝงไปด้วยความอบอุ่นและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสายการบินไทย ลูกเรือไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่ให้บริการอาหาร หรือดูแลความสะดวกสบาย แต่ยังเป็น ผู้รักษาความปลอดภัย ที่มีหน้าที่ถ่ายทอดข้อมูลและควบคุมสถานการณ์ฉุกเฉิน โดยการใช้ภาษาที่สุภาพ อ่อนโยน แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องมีความหนักแน่นและชัดเจนเมื่อจำเป็น การผสมผสานระหว่าง การบริการ (Service) และ ความปลอดภัย (Safety) จึงเป็นทักษะที่ลูกเรือทุกคนต้องเรียนรู้และฝึกฝน เพื่อให้สามารถสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความร่วมมือจากผู้โดยสารได้อย่างเต็มที่ ลูกเรือต้องมีความรู้และความเข้าใจในขั้นตอนของการดูแลความปลอดภัย (safety protocols) รวมถึงการใช้ภาษา น้ำเสียงที่สุภาพ อ่อนโยน และมีความเป็นมืออาชีพ เพื่อที่จะบอกผู้โดยสาร เกี่ยวกับความปลอดภัย ด้วยการผสมผสานระหว่างการบริการและการรักษาความปลอดภัย ที่เหมาะสมในการสื่อสารกับผู้โดยสาร เป็นตัวอย่างของการสร้างและบังคับใช้มาตรฐานการสื่อสารที่สายการบินกำหนดขึ้น การใช้ภาษาที่สุภาพยังสะท้อนถึงความรู้และความเข้าใจในบริบทของวัฒนธรรมการให้บริการ ที่ผสมผสานกับการรักษาความปลอดภัย พนักงานต้อนรับในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการบริการ ต้องใช้ความรู้และทักษะในการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือจากผู้โดยสาร เป็นการสร้างและควบคุมมาตรฐานที่ชัดเจนในการให้บริการ และการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน ความเข้าใจ และความเข้าใจ ผ่านการสื่อสารและการบริการที่อบอุ่น การใช้คำพูดที่สุภาพ น้ำเสียงที่อ่อนโยน และการแสดงออกทางกาย เช่น รอยยิ้ม การมองตา หรือการโน้มตัว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกปลอดภัยและยินดีที่จะปฏิบัติตามคำแนะนำ การทำหน้าที่สองบทบาทนี้ควบคู่กัน จึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ต้องการทักษะพิเศษ ทั้งยังต้องแฝงไปด้วย ความเป็นไทย อันเป็นเอกลักษณ์สำคัญของสายการบินภูมิจินาเสนอ

การให้ข้อมูล อธิบายความมากขึ้น ด้วยคำพูดที่สื่อถึงความรู้สึกใส่ใจ เพิ่มความอ่อนโยน หรือสื่อสารด้วยแวตารอยยิ้ม และน้ำเสียงให้ผู้โดยสารปฏิบัติตามที่ลูกเรือบอก อาจทำให้ทุกคนร่วมมือร่วมใจ ใส่ใจดูแลตัวเองมากขึ้นในเรื่องความปลอดภัย นับเป็นตัวอย่างที่ดีของพนักงาน ในการสื่อสารที่อบอุ่น อ่อนโยน ให้ข้อมูลที่ชัดเจน ในระหว่างเที่ยวบิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสามารถดึงดูดผู้โดยสารได้โดยวิธีภาษาไทย เช่น คำทักทาย สวัสดี หรือสำนวนง่ายๆ และแบ่งปันข้อเท็จจริงที่น่าสนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณี หรือสถานที่ท่องเที่ยวของไทย เพิ่มพูนความรู้ของผู้โดยสาร และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การใช้ทักษะ ความรู้ความสามารถของพนักงานในการสร้างความเชื่อมั่น และความเข้าใจให้ผู้โดยสารปฏิบัติตามคำแนะนำ ในการดูแลความปลอดภัย โดยไม่ใช้อำนาจในรูปแบบที่ชัดเจน แต่เป็นอำนาจที่ซ่อนอยู่ในความสัมพันธ์ ที่สร้างขึ้น ทั้งนี้จากคำบอกเล่าของ “ครูเม” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

“การบริการ เราต้องรู้จักปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ต่างๆ เราต้องเรียนรู้วิธีการจัดการปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยไม่เสียความเป็นมืออาชีพ...เราต้องมีความยืดหยุ่นในการให้บริการ เราต้องสามารถปรับตัวให้เข้ากับลูกค้าแต่ละคน และทำให้เขารู้สึกว่าเราใส่ใจเขาจริงๆ”

การให้ความใส่ใจดูแล ด้วยความเป็นไทย และเน้นการบริการที่นุ่มนวล เป็นการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะของสายการบินไทย ที่แตกต่างจากสายการบินอื่น ๆ ความอ่อนน้อมและการเอาใจใส่เป็นส่วนหนึ่งของการถ่ายทอดความรู้ที่ลูกเรือต้องมี การใช้ภาษาและการสื่อสาร ระหว่างลูกเรือและผู้โดยสาร กำหนดให้ลูกเรือมีอำนาจในการควบคุมและรักษาความปลอดภัยบนเครื่องบิน ผ่านการใช้คำสั่งในสถานการณ์ฉุกเฉิน และการให้บริการอย่างสุภาพในสถานการณ์ปกติ หากเป็นสถานการณ์ฉุกเฉิน การใช้คำสั่ง จะมีความชัดเจนและเฉียบขาด เป็นการใช้ภาษาในลักษณะที่ต้องมีความแข็งแกร่ง สะท้อนถึงการควบคุมอำนาจและการบังคับใช้มาตรการด้านความปลอดภัย มาตรฐานการบริการที่ถูกกำหนด เช่น การแยกเสียงพูดในยามปกติและยามฉุกเฉิน เป็นผลมาจากความรู้ที่ได้รับฝึกฝนและบังคับใช้ในกระบวนการฝึกอบรม การใช้คำพูด และน้ำเสียงในบริบทต่าง ๆ เช่น การใช้คำสั่งที่เข้มงวดในสถานการณ์ฉุกเฉิน และการใช้คำพูดที่นุ่มนวลในสถานการณ์ปกติ เป็นการสร้างความรู้เกี่ยวกับการบริการและความปลอดภัย การฝึกอบรมนี้ช่วยสร้างความเข้าใจแก่ลูกเรือว่าการบริการและความปลอดภัยต้องไปด้วยกัน การสร้างมาตรฐานในการบริการ เช่น การใช้คำพูดที่สุภาพผสมผสานความอ่อนน้อมและความเป็นกันเองในบริบทการบริการอย่างไทย ในยามปกติ เช่น และการใช้คำสั่งที่ชัดเจนและเฉียบขาดในกรณีฉุกเฉิน เป็นการสร้างและควบคุมมาตรฐานที่ชัดเจนในการให้บริการและการรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉิน หนึ่งในจุดเด่นของการบินไทยคือ การบริการที่สะท้อนความเป็นไทย ซึ่ง

ประกอบด้วยความอบอุ่น เอื้อเฟื้อ และความอ่อนโยนที่เป็นลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมไทย ดังที่ “ครูจิ” ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“การบริการนี้ไม่ได้เป็นเพียงการทำตามหน้าที่ แต่เป็น “DNA ของลูกเรือการบินไทย” ที่ถูกปลูกฝังผ่านการฝึกอบรมอย่างเข้มงวด ตั้งแต่ การยกมือไหว้ การนั่งคุกเข่า การโน้มตัว การใช้คำพูดที่สุภาพ ไปจนถึง การควบคุมภาษากายและการแสดงออกในแต่ละวัฒนธรรม เพื่อให้บริการได้อย่างเหมาะสมกับผู้โดยสารจากหลากหลายเชื้อชาติ”

ความรู้และทักษะเหล่านี้ถูกส่งต่อจาก ครูฝึก (Instructor) ผ่านกระบวนการอบรมอย่างเป็นระบบ ลูกเรือทุกคนต้องผ่านการฝึกฝนจนถึงมาตรฐาน เช่น การยืนในท่า ballet third position การย่อตัวลงเพื่อพูดคุยกับผู้โดยสารอย่างสุภาพ หรือการควบคุมรอยยิ้มให้เหมาะสมตามบริบทวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ สิ่งเหล่านี้ทำให้การบินไทยมีมาตรฐานการบริการที่เป็นเอกลักษณ์และได้รับการยอมรับในระดับสากล

การบินไทยมีนโยบายที่เน้นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและผู้โดยสาร โดยให้ความสำคัญกับการบริการด้วยใจ การสร้างความอบอุ่นและความพึงพอใจให้แก่ผู้โดยสารทุกคน ทั้งนี้มาจากการฝึกอบรมที่เข้มงวดและการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กร และหล่อหลอมพนักงานให้เห็นถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์ที่ดี ระหว่างผู้ให้บริการและลูกค้า ที่เน้นการให้บริการอย่างมีอาชีพและใส่ใจในทุกรายละเอียด มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย ความเป็นมิตร และความใส่ใจในผู้โดยสารทุกคน ไม่ใช่เพียงการปฏิบัติหน้าที่ตามข้อกำหนด แต่ยังเกี่ยวข้องกับความเข้าใจ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้โดยสาร ทำให้การบินไทยเป็นสายการบินที่โดดเด่นในระดับสากล และผู้โดยสารสามารถสัมผัสถึง “ความเป็นไทย” ได้ตลอดการเดินทาง สัมผัสประสบการณ์การบินเหนือระดับกับการบริการที่ใส่ใจในทุกช่วงเวลาของการบินไทย โดยให้ความสำคัญกับทุกรายละเอียด ตั้งแต่การต้อนรับด้วยรอยยิ้ม การดูแลใกล้ชิดจากลูกเรือผู้เชี่ยวชาญ ไปจนถึงความสะดวกสบายในทุกเที่ยวบิน ไม่ว่าจะเดินทางเพื่อธุรกิจหรือพักผ่อน การบินไทยพร้อมให้บริการที่ดีที่สุด เพื่อให้ทุกการเดินทางของผู้โดยสารเต็มไปด้วยความพิเศษ สัมผัสได้ถึงคำว่า “การบริการที่ใส่ใจ” อย่างแท้จริง สิ่งนี้เกิดจากประสบการณ์ในการทำงาน และเป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านการฝึกอบรมจากองค์กร

นอกจากนี้ การบริการของการบินไทยยังสะท้อนถึงแนวคิด “Smooth as Silk” หรือการบริการที่ละมุนละไม เรียบง่าย แต่เปี่ยมด้วยคุณภาพ เปรียบเสมือนผ้าไหมที่สวยงามและราบรื่น การออกแบบการบริการให้ผสมผสานความเป็นไทยในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็น การตกแต่งบนเครื่อง การนำเสนออาหารไทยดั้งเดิม เช่น ผัดไทย แกงเขียวหวาน ข้าวเหนียวมะม่วง หรือแม้แต่

การกล่าวต้อนรับด้วยคำไทย ล้วนเป็นการสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและยากจะลืมเลือน การบริการของการบินไทยไม่ได้เป็นเพียงการทำตามกฎระเบียบหรือมาตรฐานที่กำหนดไว้เท่านั้น แต่ยังเป็น การสร้างความสัมพันธ์ที่มีความหมายระหว่างลูกเรือและผู้โดยสาร ผ่านความเอาใจใส่ ความนอบน้อม และความจริงใจ ซึ่งทั้งหมดนี้คือสิ่งที่สะท้อน “ความเป็นไทย” ในการบริการ ที่ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความอบอุ่นและความผูกพัน เหมือนได้กลับมาสู่บ้านเกิดทันทีที่ก้าวขึ้นบน เครื่องบินไทย การบริการที่อบอุ่นเช่นนี้ ไม่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจในระยะสั้น แต่ยัง สร้าง ความทรงจำและความผูกพันในระยะยาว ทำให้ผู้โดยสารหลายคนเลือกกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และอีกครั้ง เพราะที่นี่...คือบ้านของพวกเขาในท้องฟ้า ดังที่ “ครูตั๋” ผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า

“การบริการอย่างไทยคือการทำให้ผู้โดยสารรู้สึกเหมือนได้กลับบ้าน...แม้มีปัญหาใด ๆ ลูกเรือต้องแก้ไขเต็มที่เหมือนดูแลแขกที่มาเยือนบ้าน”

1.4 ความภาคภูมิใจในความเป็นไทย: ศักดิ์ศรีแห่งวัฒนธรรมที่สะท้อนผ่าน มาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก

สายการบินไทย ไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ให้บริการขนส่งทางอากาศตามมาตรฐานสากล แต่ยังเป็น “สายการบินแห่งชาติ” ที่ทำหน้าที่เป็น ตัวแทนของความเป็นไทย ผ่านการให้บริการที่ สะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทยอย่างชัดเจน ตั้งแต่การ ยิ้ม การไหว้ การใส่ชุดไทยเรือนต้น ไป จนถึงการใช้ โลโก้และสัญลักษณ์ ที่มีความหมายลึกซึ้งต่อประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของการบินไทย เปรียบเสมือน “ทูตวัฒนธรรม” ที่นำเสนอความเป็น ไทยสู่สายตาผู้โดยสารทั่วโลก โดยการฝึกฝนกิริยา การไหว้ที่สวยงามและการยิ้มอย่างจริงใจ กลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สายการบินอื่นไม่สามารถลอกเลียนได้ การไหว้ไม่ได้เป็นเพียงการ แสดงไมตรีจิตหรือความสุภาพอย่างเดียว แต่ยังแฝงไว้ด้วยความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของ ผู้โดยสารและองค์กร เช่น การไหว้ที่สื่อถึงการไม่มีอาวุธในมือและความเคารพ เป็นสัญลักษณ์ของ ความปลอดภัยและความไว้วางใจ ผู้โดยสารรู้สึกอุ่นใจและมั่นใจว่าบุคลากรมีความพร้อมทั้งด้าน จิตใจและความเชี่ยวชาญในการดูแลความปลอดภัย พนักงานต้อนรับถูกฝึกฝนให้มีจิตสำนึกใน ความเป็นไทยควบคู่กับมาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก สัญลักษณ์วัฒนธรรมไทย เช่น การไหว้ และรอยยิ้ม ช่วยสร้างความไว้วางใจและบรรยากาศที่เป็นมิตร อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของ ความ อบอุ่น และความเคารพ ที่ถูกถ่ายทอดอย่างต่อเนื่องมานานกว่า 65 ปี โดยสะท้อนผ่านคำ สัมภาษณ์ของ “ครูป๊” และ “คุณจอย” ผู้ให้ข้อมูลว่า

“การไหว้เป็นวัฒนธรรมไทยที่แสดงถึงไมตรี ความเคารพ และความจริงใจ ปรากฏจาก อาวุธในมือ และเปี่ยมด้วยอารยธรรม การบินไทยได้นำเอกลักษณ์นี้มาเป็นมาตรฐานที่โดดเด่น

ผ่านการไหว้ทั้งดงามและรอยยิ้มที่อบอุ่นจนกลายเป็นภาพจำระดับสากล แม้แต่พนักงานในต่างประเทศก็สามารถไหว้ได้อย่างสง่างาม เพราะไม่ใช่แค่การฝึกกิริยา แต่เป็นการสื่อสารจากใจ การไหว้ของการบินไทยจึงไม่ได้เป็นเพียงพิธีกรรม แต่เป็นการต้อนรับที่เต็มไปด้วยความภาคภูมิใจ ความสม่ำเสมอ (consistency) และความเป็นไทยที่สัมผัสได้ตั้งแต่ก้าวแรกบนเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า *‘There is no second chance for the first impression’*

โลโก้ของการบินไทย ก็สะท้อนถึงความเป็นไทย ผ่านการออกแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก ใบเสมา ที่อยู่ล้อมรอบวัด โดยการปรับวางใบเสมาเอียงลง สื่อถึงความเร็วที่พุ่งขึ้นตรงไปในท้องฟ้า และยังสื่อถึงความเป็นไทย ผ่านการใช้สีและสัญลักษณ์ที่มีความหมายลึกซึ้งสีม่วงของดอกกล้วยไม้ไทยที่สมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ในรัชกาลที่ 9 พระราชทานให้ รวมถึงสีทองที่สื่อถึงความรุ่งเรืองทางศาสนาและสีชมพูแทนดอกบัวและผ้าไหมไทย ประกอบกันเป็นผ้าไหมสีม่วงประกอบด้วยดินสีทอง ซึ่งเป็นโลโก้ของการบินไทยที่ผสมผสานเอกลักษณ์ไทย ช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้โดยสารว่ากำลังใช้บริการกับองค์กรที่มีมาตรฐานสูงและใส่ใจในรายละเอียด ที่ไม่ได้เป็นเพียงการออกแบบเชิงศิลปะ แต่สะท้อนให้เห็นถึงความหมายที่มีการจัดวางอย่างเป็นระบบ ทั้งการอ้างอิงใบเสมา และการใช้สีที่มีความหมายลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและสถาบันพระมหากษัตริย์ แสดงถึงการเชื่อมโยงความรู้ในเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ไทยกับองค์กร เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ ในฐานะองค์กรขนาดใหญ่ โลโก้ไม่ได้เป็นเพียงสัญลักษณ์ทางศิลปะ แต่เป็นเครื่องหมายที่แสดงถึงตัวตน ที่แฝงความหมายทางวัฒนธรรมและความเชื่อ ความเป็นมืออาชีพ และความน่าเชื่อถือในระดับนานาชาติ เป็นตัวแทนของชาติที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลที่สะท้อนถึงการปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านความปลอดภัยและคุณภาพของหน่วยงานกำกับดูแล เช่น CAAT หรือ ICAO การบินไทยไม่เพียงแต่สร้างอัตลักษณ์ผ่านโลโก้และชุดไทยเรือน แต่ยังปลูกฝังความรู้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทยให้กับพนักงาน ให้เข้าใจความหมายของตราสัญลักษณ์ รู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นไทย และสร้างการรับรู้ของพนักงานและสังคม โลโก้และเครื่องแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์และมีมาตรฐาน ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกมั่นใจว่าองค์กรให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและการดูแลอย่างจริงจัง สัญลักษณ์เหล่านี้ยังช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้กับบุคลากรและเป็นแรงบันดาลใจในการรักษามาตรฐานความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง การบินไทยยังเน้นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทยให้กับพนักงาน และให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลากรที่มีจิตสำนึกในความเป็นไทย ทั้งในด้านการบริการและความปลอดภัย นอกจากนี้ การบินไทยยังให้ความสำคัญกับ พิธีกรรมและความเชื่อทางศาสนา เช่น การเจิมเครื่องบินโดยสมเด็จพระสังฆราช และการตั้งนามพระราชทานให้กับเครื่องบินแต่ละลำ ที่มา

จากชื่อของจังหวัด หรือสถานที่สำคัญของประเทศไทย เช่น คุณ”แพร่” คุณ”สุโขทัย” คุณ”กาญจนบุรี” คุณ”ดอนเจดีย์” เป็นต้น รวมถึงการทำพิธีอัญเชิญแม่ย่านางลงจากเครื่องบิน เมื่อปลดประจำการเครื่องบิน สะท้อนถึงความสำคัญของการผสมผสานความรู้ทางศาสนาและพิธีกรรมทางวัฒนธรรมไทยกับการทำงานในสายการบินที่ยังคงรักษาความเป็นไทยอย่างมั่นคง ส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและวัฒนธรรมขององค์กร ความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมทางศาสนานี้มีบทบาทในการสร้างขวัญกำลังใจให้กับผู้ปฏิบัติงาน เป็นการสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อทางวัฒนธรรมไทยกับการปฏิบัติในการบินไทย ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความภาคภูมิใจในการทำงาน อีกทั้งเพื่อเป็นการแสดงความขอบคุณ การบินไทยมอบของที่ระลึก หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่แสดงถึงงานฝีมือของไทยให้แก่ผู้โดยสาร เช่น ช่อดอกกล้วยไม้ กระเป๋าผ้าไทยสำหรับใส่ของอำนวยความสะดวก บนเครื่องบิน เป็นการสร้างประสบการณ์แบบไทยที่น่าประทับใจ โลโก้และเครื่องแต่งกายของสายการบินสัญชาติไทยเป็นมากกว่าสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม แต่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารมาตรฐานความปลอดภัยและความเป็นมืออาชีพในระดับสากล สร้างความมั่นใจให้กับผู้โดยสารและเสริมภาพลักษณ์องค์กรในเวทีโลก

ความภูมิใจในความเป็นไทยนี้ยังส่งผลให้การบริการของการบินไทยมีความโดดเด่นในระดับสากล และเป็นที่ชื่นชมจากผู้โดยสารทั่วโลก การบริการอย่างไทย จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการบินไทย และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ ปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรฐานที่ ICAO กำหนดไว้ ลูกเรือของการบินไทยถือว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของการเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและผู้โดยสารทั่วโลก ผ่านการบริการที่แสดงถึง Service Beyond ซึ่งไม่เพียงแค่ตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า แต่ยังสร้างความประทับใจที่ลึกซึ้งด้วยการนำเสนอ ความเป็นไทย ในทุกมิติของ การบินไทยในฐานะสายการบินแห่งชาติ (Flag Carrier) ที่มีแถบธงไตรรงค์ของประเทศไทยติดคู่ตราสัญลักษณ์ ถือเป็นหนึ่งในสถาบันที่เป็นตัวแทนของประเทศไทย การบินไทย จึงมีบทบาทหน้าที่ รักษาความเป็นชาติไทย แสดงให้เห็นความเป็นไทยอย่างชัดเจน ส่งผ่านความเป็นไทย และวัฒนธรรมไทย ด้วยมาตรฐานการบริการอย่างไทย ไปสู่มาตรฐานสากลระดับโลก ในฐานะผู้เชื่อมโยงระหว่างประเทศไทยและชาวต่างชาติ ที่ความภูมิใจนี้ เป็นสิ่งที่ทุกคนในองค์กร รวมถึงคนไทยมีความภาคภูมิใจร่วมกัน โดยส่งผ่านโลโก้การบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของประเทศไทย การบินไทยเน้นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทยให้กับพนักงาน พร้อมกับการสร้างจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้โดยสารและองค์กร เช่น การปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด การเคารพพิธีกรรมทางศาสนามาก่อนขึ้นบิน (เช่น การไหว้แม่ย่านาง

เครื่องบิน) ซึ่งเป็นทั้งการสร้างขวัญกำลังใจและการตอกย้ำความสำคัญของความปลอดภัย ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์ “ครูเจ” ที่กล่าวว่า

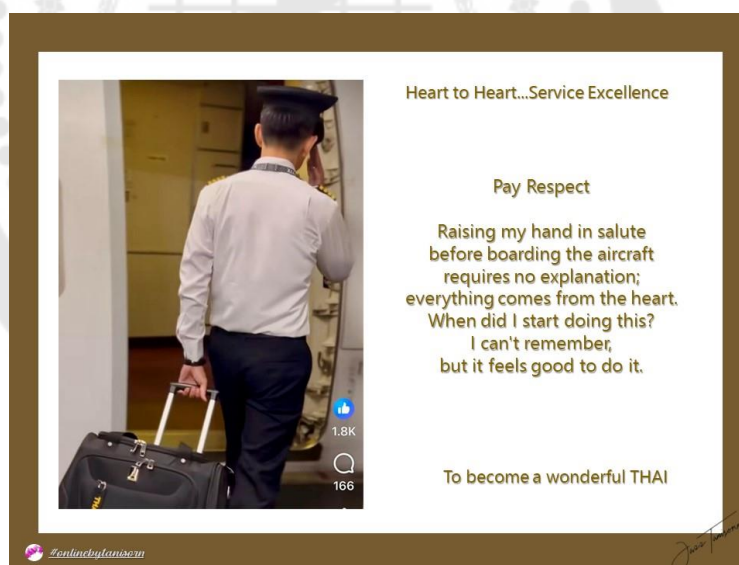
“ความเป็นการบินไทยเนี่ยมันก็โปะอยู่ตรงหน้าเรานะคะ ไปไหนมาไหนก็คือตัวแทนของชาติไทยนะคะ สมัยก่อนเรายังไม่มีคนรู้จัก สายการบินไทยคือประเทศไทยแล้วเอาธงไทยไปปัก แล้วทุกคนก็รู้จัก ทุกวันนี้แทบจะไม่มีใครในโลกนี้ไม่รู้จักการบินไทยนะคะนี่คือ สิ่งที่คุณการบินไทยภาคภูมิใจนะคะ”

ครูผู้ฝึกสอนของการบินไทย ได้ถ่ายทอด มาตรฐานทั้งความเป็นไทยและมาตรฐานความปลอดภัยให้ฝังอยู่ในจิตใจของลูกเรือ ไปสู่ผู้โดยสาร รวมทั้งคนในสังคมไทย ที่ชื่นชมการส่งผ่านความภาคภูมิใจนี้ สู่นายตาชาวโลก จึงจำเป็นที่การบินไทยต้องให้ความสำคัญกับการสร้างบุคลากร ต้องสร้างครู ที่มีจิตสำนึก มีกระบวนการถ่ายทอดความรู้ และปลูกฝัง ความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ความเป็นชาติ ทั้งความเชื่อทางศาสนา วัฒนธรรมไทย ความเป็นไทยให้กับลูกเรือเพื่อรักษาเอกลักษณ์ของชาติ และอัตลักษณ์ของการบินไทยให้ดำรงอยู่ สะท้อนความเชื่อมโยงความเป็นไทย ทั้งในด้านความรู้ ความเชื่อ และความเป็นชาติที่การบินไทยและพนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบต่อความสำคัญของตราสัญลักษณ์ ชื่อเสียง ความภูมิใจของประเทศไว้กับตัวเอง จนทำให้พนักงานทุกคนต้องระลึกไว้เสมอในฐานะตัวแทนของประเทศไทย สื่อถึงความภาคภูมิใจของคนไทยและผู้โดยสาร ต้องรักษามาตรฐานให้คนไทยยอมรับ จึงต้องระมัดระวังความประพฤติ ปฏิบัติ ที่เหมาะสม ไม่สร้างความเสียหายต่อประเทศ และองค์กร อีกทั้งสังคมไทย ซึ่งเป็นตัวแทนของความเป็นไทยก็ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ควบคุมทั้งมาตรฐานความเป็นไทยและมาตรฐานความปลอดภัย สังคมไทยจึงมีสิทธิพูดถึงการบินไทย สายการบินแห่งชาติในฐานะเจ้าของ ลูกเรือในฐานะพนักงาน และคนไทยต้องแสดงความเป็นไทยที่ชัดเจน ทำหน้าที่อย่างเต็มประสิทธิภาพ แม้เกิดเหตุการณ์ที่มีความตึงเครียด ก็พยายามให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุดเพื่อปกป้องตราสัญลักษณ์แห่งความภูมิใจ ทั้งนี้แสดงถึงความประพฤติ ปฏิบัติของลูกเรือ ผูกโยงกับเอกลักษณ์ของชาติ และยังสะท้อนถึง ความสามารถของครูฝึกที่ปลูกฝังความสำคัญของตราสัญลักษณ์แห่งความภูมิใจ ส่งผ่านไปถึงจิตใจของลูกเรือผู้ปฏิบัติงาน ครูฝึกของการบินไทยมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดทั้งอัตลักษณ์ไทยและมาตรฐานความปลอดภัยให้ฝังอยู่ในจิตใจของลูกเรือ กระบวนการนี้ช่วยให้พนักงานทุกคนตระหนักถึงหน้าที่ในฐานะตัวแทนของชาติและผู้ดูแลความปลอดภัยของผู้โดยสารอย่างแท้จริง สิ่งนี้นับเป็นประโยชน์อย่างยิ่งของการบินไทยในการสร้างให้คนในองค์กรให้มีใจรัก มีความเข้าใจในสัญลักษณ์ของความภูมิใจ โดย สร้างกระบวนการ

ถ่ายทอดวัฒนธรรม ใส่ความรู้ ปลุกฝังแนวคิดที่ดี แก่ลูกเรือให้ส่งต่อถึงผู้โดยสาร และย้อนกลับมาสู่องค์กร ดังคำกล่าวของ “คุณนุ” ผู้ปฏิบัติงานท่านหนึ่งว่า

“ธงชาติไทยที่โบกสะบัดอยู่ท้ายเครื่องบินทุกครั้งที่ย่อออกไปบิน รวมถึงการได้มีโอกาสปฏิบัติงานบนเครื่องบินพระที่นั่งหรือ ได้ปฏิบัติงานในเที่ยวบินเพื่อช่วยเหลือประชาชนคนไทยในวิกฤติต่างๆ ถือเป็นเกียรติและความภูมิใจของลูกเรือที่ได้ทำหน้าที่เสมือนทูตวัฒนธรรม เป็นตัวแทนของบริษัท และประเทศไทย”

นอกจากนี้ยังส่งเสริมให้พนักงานผู้ปฏิบัติรู้สึกว่าเป็นการดำเนินการที่มีความหมายทางสังคมและวัฒนธรรม ความภาคภูมิใจอาจเห็นได้จากการประพฤติ ปฏิบัติของลูกเรือ รวมทั้งนักบินในแต่ละเที่ยวบิน ที่แสดงออกด้วยการไหว้ที่ประตูทางเข้าเครื่องบินเพื่อเป็นการแสดงความเคารพต่อการเดินทางและการแสดงความเคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์และขอพรให้การเดินทางปลอดภัย พิธีกรรมเหล่านี้ไม่ได้มีเพียงความหมายเชิงศาสนา แต่ยังช่วยสร้างขวัญกำลังใจและความมั่นใจให้กับทั้งผู้ปฏิบัติงานและผู้โดยสาร ว่าทุกขั้นตอนของการเดินทางได้รับการดูแลอย่างพิถีพิถัน ดังภาพ



ภาพประกอบ 2 การทำความเคารพ แม่น่านาง

ที่มา FB Page mythaimypride

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100066498169236>

การบินไทยนำ ความรู้ทางวัฒนธรรมและศาสนาพิธีกรรมและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาผสมผสานกับมาตรฐานความปลอดภัยสากล เช่น การประกาศความปลอดภัยด้วย

ภาษาสุภาพและท่าทางแบบไทย และส่งเสริมอัตลักษณ์ของพนักงาน ต่อความเชื่อและวัฒนธรรมไทย การเคารพ แม่ย่านางเครื่องบิน แสดงให้เห็นถึงการสร้าง ความรู้และความเชื่อในมิติทางศาสนาและจิตวิญญาณ ที่ยังคงมีบทบาทในการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการบินสมัยใหม่ ใช้วัฒนธรรมในการสร้าง อัตลักษณ์ ให้กับพนักงานและเครื่องบิน การที่พนักงานการบินไทยทำพิธีไหว้แม่ย่านางและแสดงความเคารพต่อเครื่องบินก่อนทุกเที่ยวบิน เป็นตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ทางวัฒนธรรม และ อำนาจที่ควบคุมการปฏิบัติ สถาบันการบินไทยมีบทบาทในการควบคุมพฤติกรรมของพนักงานผ่านการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมและความเชื่อทางวัฒนธรรม ความรู้ไม่ได้เป็นเพียงแค่ความเชื่อส่วนบุคคล แต่เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติ พิธีกรรมและสัญลักษณ์เหล่านี้ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะสายการบินที่มีเอกลักษณ์และมาตรฐานสูง พิธีกรรมและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในงานบริการของสายการบินไทย โดยผสมผสานคุณค่าทางจิตใจเข้ากับมาตรฐานสากล สร้างความไว้วางใจให้กับผู้โดยสาร และเป็นรากฐานสำคัญของการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในองค์กร ลูกเรือทุกคนสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรฐานที่ ICAO กำหนดไว้ และยังส่งผ่านความเป็นไทยให้ผู้โดยสารได้สัมผัสผ่านการบริการที่ใส่ใจ ดูแลอย่างไทย ความเป็นไทยจึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่เหนือความคาดหมาย (service beyond) ของการบินไทย

การฝึกอบรมพนักงานต้อนรับเน้นทั้งทักษะความปลอดภัยและการแสดงออกทางวัฒนธรรม เพื่อให้ผู้โดยสารรู้สึกได้รับการดูแลอย่างครบถ้วนทั้งในเชิงเทคนิคและจิตใจการบริการอย่างไทยที่ผสมผสานกับมาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก สร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้โดยสารทั่วโลก ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของสายการบินไทย ความปลอดภัยจึงเป็นทั้งพันธกิจหลักและเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์องค์กรที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล จะเห็นได้ว่า ความปลอดภัยในงานบริการของสายการบินไทยไม่ได้แยกขาดจากอัตลักษณ์ไทย แต่ถูกบูรณาการอย่างกลมกลืน ทั้งในเชิงนโยบาย การฝึกอบรม วัฒนธรรมองค์กร และการปฏิบัติจริง เพื่อให้เกิดความไว้วางใจและความประทับใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร

1.5 วิถีไทย ในงานบริการ: รายละเอียดเล็กน้อยจากหัวใจ...เหนือกว่าข้อบังคับ

ของ ICAO

วัฒนธรรมไทยมีรากฐานมาจากศาสนาพุทธ และสะท้อนถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคนไทย แม้ว่าจะได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมต่างชาติ แต่คนไทยสามารถปรับใช้ให้สอดคล้องกับลักษณะดั้งเดิมของตนเองได้ ทำให้วัฒนธรรมไทยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะในการบริการของการบินไทยที่มุ่งเน้นการดูแลและเอาใจใส่ผู้โดยสารอย่างอบอุ่น เสมือนเป็นครอบครัว

เดียวกัน การบริการของการบินไทยสะท้อนถึงความเป็นมิตร ความเอื้อเฟื้อ และการให้บริการด้วยใจที่อบอุ่น เป็นมิตร ทั้งนี้ได้รับคำยืนยันจาก “ครูจิม” ครูฝึกท่านหนึ่งว่า

“พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินได้รับการปลูกฝังให้ใส่ใจในทุกความต้องการของผู้โดยสาร ทำให้การบริการเปรียบเสมือน “บ้าน” ที่ปลอดภัยและสบายใจ ผู้โดยสารรู้สึกถึงความเป็นไทย ตั้งแต่ก้าวขึ้นเครื่อง ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจและเชื่อมโยงความรู้สึกกับบ้านเกิด...จะเห็นได้จากเที่ยวบินที่บินกลับเข้าประเทศไทย เมื่อนักบิน ประกาศว่า มีความยินดีที่ได้ต้อนรับท่าน ผู้โดยสารทุกท่านบนเที่ยวบิน ของการบินไทย เดินทาง กลับบ้าน กลับสู่ประเทศไทย ก็สร้างความอบอุ่น รู้สึกถึงความเป็นมิตร เป็นเพื่อนร่วมชาติ เพียงแค่ก้าวขึ้นเครื่องการบินไทยก็รู้สึกว่าเหมือนได้เหยียบแผ่นดินไทยแล้ว ตามคำกล่าวที่ว่า...*Thai airways feels like HOME*”

เพราะพนักงานต้อนรับในฐานะเจ้าของบ้านต้องให้บริการเต็มที่ การบริการที่ออกมาจากใจจึงสวยงามเสมอ สื่อได้ถึงใจ และสำคัญกว่าคำพูด ที่มักจะพบเห็นเสมอในการบริการของพนักงาน พนักงานต้อนรับ ซึ่งมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานมายาวนาน พบว่าแนวคิดเรื่อง “การบริการอย่างไทย” มิใช่เพียงเทคนิคหรือทักษะในเชิงวิชาชีพ แต่เป็นระบบคุณค่าที่ฝังรากลึกในวัฒนธรรมการให้บริการ ซึ่งสะท้อนผ่านจิตสำนึกและการรับรู้ในบทบาทของตนเอง ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนว่า แนวคิดดังกล่าวถูกปลูกฝังผ่านการฝึกอบรมและการส่งต่อคุณค่าจากรุ่นสู่รุ่น โดยมีวลีสำคัญที่ได้รับการย้ำเตือนและถ่ายทอดอยู่เสมอว่า: “เป็นธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ จะยากดีตามมีตามเกิดให้เลอเลิศกายา กว่าจะกลับ...”

เมื่อผู้โดยสารสัมผัสบริการที่อบอุ่น ใส่ใจ และเป็นมิตรแบบไทย จะเกิดความเชื่อมั่นว่าหากเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิด พนักงานจะสามารถดูแลและจัดการสถานการณ์ได้อย่างมืออาชีพ และเอาใจใส่ การบริการจึงไม่ใช่แค่ “หน้าที่” แต่เป็น “ธรรมเนียม” ที่ยึดถือมาแต่โบราณ ซึ่งพนักงานต้อนรับของสายการบินต้องถือปฏิบัติด้วยความภาคภูมิใจ ผู้โดยสารเปรียบเสมือนแขกที่มาบ้าน ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด เช่น เจ็บป่วย เหนื่อยล้า หรือทุกข์ใจ พนักงานจะต้องทำให้ผู้โดยสารรู้สึก “อิมหน้า สำนวณ และมีความสุขก่อนจากไป” แม้ในสถานการณ์ที่เกิดปัญหาบนเครื่อง ลูกเรือจะต้องพยายามอย่างเต็มที่เพื่อแก้ไขสถานการณ์ให้ดีที่สุด การบริการแบบนี้จึงเป็นอัตลักษณ์ที่ฝังอยู่ใน DNA ของลูกเรือการบินไทย โดยเน้นการดูแลด้วยความอ่อนน้อม อ่อนโยน จริงใจ และไม่แสดงอำนาจเหนือผู้รับบริการ อีกทั้งยังสะท้อนความเข้าใจในหลักการของ “Thai Hospitality” ซึ่งเน้นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ความเกรงใจ และการเอาใจใส่ต่อความรู้สึกของผู้โดยสารอย่างลึกซึ้ง พฤติกรรมของพนักงานต้อนรับมิได้เกิดจากการบังคับขององค์กรเท่านั้น หากแต่เป็นผลจากการฝึกฝนตนเอง (self-discipline) เพื่อให้บรรลุถึง “ความเป็นมือ

อาชีพแบบไทย” ที่กลมกลืนระหว่างมาตรฐานความปลอดภัยและความใส่ใจในรายละเอียดที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้โดยสาร การบริการอย่างไทยในสายการบิน ไม่ใช่เพียงกลยุทธ์ทางการตลาดหรือภาพลักษณ์องค์กรเท่านั้น แต่เป็น “ระบบคุณค่าทางวัฒนธรรม” ที่ถ่ายทอดผ่านคนทำงานและกลายเป็นทุนวัฒนธรรมที่สำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างขององค์กรในเวทีโลก การบริการอย่างไทยที่โดดเด่นและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรในฐานะสายการบินที่ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพการบริการอย่างแท้จริง ลูกค้ายิ่งรู้สึกมั่นใจและเลือกใช้บริการซ้ำ ซึ่งสะท้อนจากคำสัมภาษณ์ของ “ครูแจน” ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งกล่าวว่า

“พนักงานต้อนรับของการบินไทยไม่ได้มองตนเองเป็นเพียง ‘พนักงานบริการ’ ธรรมดา แต่เปรียบเสมือน ‘เจ้าของบ้าน’ หรือ *hostess* ที่ต้อนรับแขกด้วยน้ำใจไมตรี ความอบอุ่น และความใส่ใจในทุกรายละเอียด คำว่า ‘*hostess*’ จึงไม่ใช่แค่ตำแหน่งงาน แต่สะท้อนจิตวิญญาณของการดูแลผู้มาเยือนให้รู้สึกได้รับการต้อนรับอย่างดีที่สุด ความเป็นไทยในการบริการคือการใส่ใจลูกค้าเหมือนแขกที่มาเยี่ยมบ้าน ทำให้รู้สึกอบอุ่นและเป็นกันเอง ด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน การไหว้ที่ขาดไม่ได้ และคำถามที่ติดปาก เช่น ‘ทานข้าวมาหรือยัง’ ซึ่งเป็นสิ่งที่เราปลูกฝังกันมาและนำมาใช้ได้เลย”

การบริการของการบินไทยยังคงเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เช่น การโน้มตัวหรือนั่งคุกเข่าให้บริการผู้โดยสาร ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยที่เน้นความเคารพและอ่อนน้อม เป็นความงดงามด้วยวัฒนธรรมไทย เส้นที่ไทย ที่จะไม่ยืนคำศรัทธาผู้ใหญ่ เป็นความภูมิใจของการบินไทยที่ไม่มีใครเหมือน ลูกเรือได้รับการอบรมเรื่องมารยาทในการให้บริการอย่างเข้มงวด รวมถึง *nonverbal language* สีหน้า ท่าทาง การเดิน การนั่ง การพายมือ การยกมือไหว้ ลูกเรือต้องฝึกปฏิบัติให้ได้มาตรฐานของกองโรงเรียนและฝ่ายฝึกอบรม รวมถึงการอบรมทั้งมารยาทวัฒนธรรมไทยและสากล เรียนรู้นิสัยของผู้โดยสารหลายชาติ หลายภาษา เพื่อที่จะปรับใช้ให้ ส่วนการยืนพูดคุยกับผู้โดยสาร ลูกเรือจะได้รับการฝึกให้ยืนในท่าไขว้ขา (*ballet third position*) ประสานมือเล็กน้อย และโน้มตัวเพื่อให้ดูสุภาพ การย่อตัวลงนั่ง ก็จะทำให้เกิดความชัดเจนของข้อความที่สื่อสาร ดังนั้นก่อนที่ลูกเรือจะได้รับการอนุมัติให้ปฏิบัติงานบนเที่ยวบินนั้น จะได้รับการฝึกฝนอย่างเข้มงวดทุกเรื่อง และเมื่อปฏิบัติงานบนเที่ยวบิน ก็ยังมี *supervisor* ขึ้นตามประเมินอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มั่นใจได้ในความเป็นมืออาชีพ นโยบายสำคัญที่เคยทำให้การบินไทยรุ่งเรืองและเป็นที่หนึ่งด้านบริการ มาจาก โคลงสี่บรรทัด “เป็นธรรมเนียมไทยแท้แต่โบราณ ใครมาถึงเรือนชานต้องต้อนรับ อย่างยากดีตามมีและตามเกิด ให้เพลินเพลิดกายกว่าจะกลับ”

มาตรฐานการบริการของการบินไทยที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นและเป็นที่รู้จักทั่วโลกด้วยบริการแบบ Smooth as Silk ที่เปรียบเสมือนผ้าไหมที่เรียบลื่น สื่อถึงความราบรื่นและความพึงพอใจในการเดินทางที่ผู้โดยสารจะได้รับ การบริการของการบินไทยถูกออกแบบให้มีความละมุนละไม เรียบง่าย สอดแทรกความเป็นไทยผ่านการบริการและการตกแต่งที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้าง Brand Identity ที่แตกต่างและน่าจดจำในระดับสากล การบริการของการบินไทยเน้นความสม่ำเสมอและความประณีต โดยใช้วาทกรรม "Smooth as Silk" เป็นความแยบยลของการบินไทยในการสร้างความภูมิใจ ในความเป็นไทย เป็นมาตรฐานระดับสากล สะท้อนถึงความหรูหรา แต่ยังอิงอยู่บนความเป็นไทย ที่คนไทยเองก็สามารถเข้าถึงได้ เข้าใจง่าย และยังคงมีความเลิศหรู การฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัย และการบริการเป็นส่วนสำคัญ จนได้รับการยอมรับและสอดแทรกเข้าไปในพฤติกรรม การบริการที่สมบูรณ์แบบ การสื่อสารนี้เป็นการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นความสามารถของครูผู้สอนของการบินไทย ที่สะท้อนถึงความเป็นไทยผ่านการบริการที่ดีเยี่ยมและมีเอกลักษณ์เฉพาะขององค์กร เป็นกระบวนการ ที่การบินไทยและครูผู้สอนสร้างขึ้น โดยใช้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานและคุณภาพของความปลอดภัย และการบริการที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย โดดเด่น ด้วยการให้บริการที่นุ่มนวล ราบรื่น ไม่มีรอยสะดุด ซึ่งเปรียบเสมือนผ้าไหม อันเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างและน่าจดจำ “คุณตา” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

“การบริการอย่างไทยมีผลมาก ๆ เพราะผู้โดยสารส่วนใหญ่รู้สึกถึงความอบอุ่นและความเป็นกันเองเมื่อได้รับการบริการแบบไทยๆ ที่สร้างความประทับใจและทำให้พวกเขารู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างดี ซึ่งทำให้พวกเขายากกลับมาใช้บริการอีกในอนาคต...มีอยู่ครั้งหนึ่งที่ผู้โดยสารจากยุโรปมาขอบคุณฉันหลังจากที่เขาได้รับการบริการจากเรา เขาบอกว่าไม่เคยเจอการบริการที่อบอุ่นและเอาใจใส่แบบนี้มาก่อน เขารู้สึกเหมือนได้รับการดูแลจากครอบครัว นั่นทำให้ฉันรู้สึกภูมิใจมากที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประสบการณ์ดี ๆ ให้กับผู้โดยสาร”

ความรู้ที่สร้างขึ้นและส่งต่อการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานการให้บริการที่การบินไทย ได้กำหนดไว้ว่า การบริการที่ดีเลิศควรมีลักษณะอย่างไร โดยเน้นความสม่ำเสมอและความประณีต สอดแทรกความเป็นไทยผ่านการใช้ปฏิบัติ และการสัมผัสที่ละมุนละไมต่อผู้โดยสาร ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการสร้างความประทับใจ และใช้อำนาจในการควบคุมพฤติกรรมในการให้บริการที่สมบูรณ์แบบของพนักงาน และการควบคุมผ่านการฝึกอบรม ซึ่งการส่งต่อความรู้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้แนวคิดนี้เป็นที่ยอมรับและปฏิบัติตามในองค์กร

วัฒนธรรมไทยที่ถูกนำมาใช้ในการบริการบนเครื่องบิน ไม่เพียงแต่สร้างความประทับใจในด้านความเป็นมิตรและความอบอุ่น แต่ยังเสริมความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับลูกค้า ผ่านการดูแลที่ใส่ใจทั้งในรายละเอียดและมาตรฐานระดับโลก การเผยแพร่เรื่องราวของความเป็นไทยผ่านการนำเสนออาหารบนเครื่องบินของการบินไทย ภายใต้แนวคิด "สำหรับไทย ดำรับดั้งเดิม" ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์แห่งรสชาติ และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย การบินไทยนำเสนออาหารไทยยอดนิยม เช่น ผัดไทย แกงเขียวหวาน ข้าวเหนียวมะม่วง มาบริการผู้โดยสาร ด้วยการนำเอาภูมิปัญญาของคนไทยมาปรับใช้ในการคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพและปลอดภัย รวมถึงปรับปรุงส่วนผสม เช่น การหลีกเลี่ยงถั่วลิสงและกลั่นเครื่องปรุงที่อาจไม่เหมาะสมกับผู้โดยสารนานาชาติ ทั้งยังเน้นการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาล ที่มีในประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุน ส่งเสริม และกระจายรายได้สู่เกษตรกร การบริการอาหารบนเครื่องบินมีขั้นตอนพิเศษ เริ่มจากการคัดเลือกวัตถุดิบ การเตรียมอาหาร และการใช้กรรมวิธีทางเทคนิค เช่น Blast Chiller เพื่อรักษาคุณภาพอาหารและความปลอดภัย ที่ถือเป็นหัวใจสำคัญอาหารที่เสิร์ฟบนเครื่องบินจึงสะท้อนถึงภูมิปัญญาไทยและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้โดยสารจากทั่วโลก ดังคำสัมภาษณ์ของ “ครูเอ” ที่ว่า

“ การบินไทยจัดทำอาหารที่ประณีต สะอาด รสชาติอร่อย เพื่อผู้โดยสารคนสำคัญแทนคำขอบคุณจากใจ ที่ได้เลือกใช้บริการของการบินไทย โดยได้เชิญอาจารย์ศรีสมร คงพันธุ์ เป็นที่ปรึกษาเพื่อการปรุงอาหารไทยที่ถูกต้องและผสมผสานภูมิปัญญาไทย ในการจัดทำเชิตเมนูสำหรับไทยขึ้น เพื่อเผยแพร่และโชว์ความเป็นไทยสู่สากล”

นอกจากนี้ การบินไทยยังมีการฝึกอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงประวัติความเป็นมาของสำหรับไทย เพื่อให้สามารถถ่ายทอดความรู้ด้านวัฒนธรรมอาหารไทยให้แก่ผู้โดยสาร การบินไทยใช้ "อาหาร" เป็นเครื่องมือในการสื่อสารและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในบริบทการบินระหว่างประเทศ ทั้งนี้ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของอาหารไทยไว้ ในขณะเดียวกันก็ปรับให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้โดยสารนานาชาติ เป็นการสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมไทยและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในระดับสากล สำหรับไทย รักคุณเท่าฟ้า (Inflight Menu Design and styling) เป็นการนำเสนออาหารและเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์ไทย ด้วยชุดอุปกรณ์ การจัดวางผสมผสานการให้บริการที่เป็นมาตรฐานแบบตะวันตก มีการให้คำอธิบายเกี่ยวกับส่วนผสมที่ใช้ และเทคนิคการทำอาหาร เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม ทั้งนี้มีการฝึกอบรม ถ่ายทอดความรู้ ประวัติความเป็นมาของสำหรับไทย ให้แก่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน เพื่อนำไปถ่ายทอดให้ผู้โดยสารได้รับรู้ ในการเผยแพร่เรื่องราวของความเป็นไทยผ่านอาหาร “สำหรับไทย ดำรับดั้งเดิม”

และการออกแบบเมนูอาหารบนเครื่องบิน สะท้อนถึงการสร้างความรู้เกี่ยวกับ วัฒนธรรมอาหารไทย และนำเสนอผ่านการบริการอาหาร การบินไทยผลิต "ความรู้" เรื่องราวประวัติศาสตร์ อัตลักษณ์ และภูมิปัญญา ที่เกี่ยวกับ "สำหรับไทย" ผ่านการคัดเลือกวัตถุดิบ เทคนิคการปรุง และการดัดแปลงให้เข้ากับผู้โดยสารนานาชาติ ความรู้ในเชิงวัฒนธรรมและการบริการ ที่เชื่อมโยงกับการบินระหว่างประเทศนี้ สร้างและปรับใช้เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารจากหลากหลายประเทศได้ และยังคงรักษาเอกลักษณ์ของความเป็นอาหารไทย ทั้งยังมีการกำหนดมาตรฐานการบริการ กระบวนการผลิต และควบคุมคุณภาพอาหาร บนเครื่องบิน เพื่อรักษาคุณภาพอาหารและมาตรฐานความปลอดภัย เป็นการควบคุมกระบวนการอาหารที่ถูกต้องตามมาตรฐานความปลอดภัยทางการบิน สะท้อนให้เห็นถึงการบินไทยในฐานะสถาบัน ที่กำหนดว่าอะไรคืออาหารที่เหมาะสมกับการให้บริการ และควรดัดแปลงอย่างไร ให้ผู้โดยสารนานาชาติสามารถรับประทานได้โดยรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทย เป็นการสร้างและเผยแพร่ความรู้ด้านอาหารในระดับสากล รวมถึงสร้างประสบการณ์ของผู้โดยสาร การบินไทยจึงใช้ อาหารเป็นเครื่องมือในการสื่อสารและส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในบริบทของการบินระหว่างประเทศ

งานบริการในธุรกิจการบิน ยังมีความผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมตะวันตก กับ ภาพลักษณ์ของความเป็นไทย ทั้งที่เป็นนามธรรม และรูปธรรม ได้อย่างลงตัว ซึ่งอาจเห็นได้จาก เครื่องแบบชุดไทยของพนักงาน กิริยาการไหว้ รอยยิ้ม การจัดชุดสำหรับไทย หรือ อาหารไทยที่ให้บริการบนเครื่องบิน เครื่องดื่มจากพืชสมุนไพรไทย อุปกรณ์เครื่องใช้บนเครื่องบิน เช่น ลายสีสัน ของแก้วผู้โดยสาร และฉากกั้น เพลงไทย ภาพยนตร์เกี่ยวกับพระราชกรณียกิจ และความบันเทิงที่น่าเสนอบนเที่ยวบิน รวมถึง วัดวาอาราม สถานที่สำคัญต่างๆ ของไทย ของชำร่วย และสินค้า OTOP ที่มีบริการ และจำหน่ายบนเครื่องบิน สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศชาติ ความเป็นไทยในเชิงรูปธรรม ที่เห็นได้จากงานบริการ เช่นเครื่องแต่งกาย การไหว้ รอยยิ้มจากแวตตา กิริยาท่าทาง คำพูด ความนอบน้อม และอาหารไทย ส่วนความเป็นไทย ในเชิงนามธรรม ที่เห็นได้ในงานบริการเช่น ความใส่ใจ ความช่วยเหลือ ที่นอกเหนือจากการปฏิบัติงานตามหน้าที่ ที่ไม่ได้ระบุเป็นลายลักษณ์อักษร ความเป็นเพื่อนมนุษย์ ความอบอุ่นประทับใจ ด้วยรอยยิ้มจากใจ เป็นต้น ส่วนความเป็นไทย ที่จับต้องไม่ได้นั้น ก็อาจสัมผัสได้ด้วยสายตา คือ ความอ่อนน้อม อ่อนโยน และรอยยิ้ม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคนไทยมาแต่เดิม จนได้รับการกล่าวขานว่า “The Land of Smiles” เป็นสิ่งที่ได้แสดงให้เห็น ท้นที่ที่ก้าวขึ้นเครื่อง ผู้โดยสารทั้งไทย และชาวต่างชาติจะพบกับการทักทายด้วยการสวัสดี แบบไทย พร้อมรอยยิ้ม ที่พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมให้ระมัดระวังเป็นพิเศษ เป็นรอยยิ้มจากใจ ของคนไทย ไม่ใช่การฝืนยิ้ม แม้ว่าในบางครั้งการเดินทาง

ที่ยาวนาน อาจเกิดความเหนื่อยล้าขึ้นได้ พนักงานต้อนรับ จะได้รับการย้ำเตือนเสมอในทุกเที่ยวบิน ความเป็นไทยเป็นบรรทัดฐาน ประเพณี ที่สั่งสม และแสดงถึงอัตลักษณ์ไทย ที่มีคุณค่า มีวัฒนธรรม มีความเป็นชาติ สู่ภาพลักษณ์ (Brand Image) ให้คนรุ่นต่อ ๆ ไป ได้เรียนรู้ เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างทัศนคติ แนวคิด คำพูด ให้การบริการลูกค้ามีความคล่องตัว สร้างความประทับใจ ดังคำกล่าวของ “คุณจิม” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งว่า

“การบริการอย่างไทยไม่ใช่เพียงหน้าที่ แต่คือมรดกที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น แม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไป วิถีความเป็นไทยยังคงมั่นคงและกลายเป็นแบบอย่างของการให้บริการที่สัมผัสได้จากประสบการณ์จริงของลูกค้า พนักงานต้อนรับจึงต้องฝึกฝนทั้งบุคลิกภาพ ความมั่นใจ ความสุภาพ และจิตใจที่เปี่ยมด้วยเมตตา ดูเป็นธรรมชาติ มีไมตรีจิต พร้อมดูแลด้วยความเต็มใจและจริงใจ ความเป็นไทยในการบริการจึงไม่ใช่สิ่งโบราณ แต่คือวัฒนธรรมร่วมสมัยที่ปรับได้กับทุกยุคทุกวัย เป็นเสน่ห์ที่ฝังอยู่ในวิถีชีวิตและฝึกฝนได้อย่างต่อเนื่อง”

เครื่องแต่งกายของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ออกแบบอย่างพิถีพิถัน โดยผสมผสานความงามแบบไทย เช่น ชุดไทยประยุกต์ สีล้นที่สื่อถึงความสงบและความมั่นใจ ช่วยสร้างความประทับใจและความไว้วางใจแก่ผู้โดยสาร เครื่องแต่งกายที่เป็นระเบียบ สะอาด และเหมาะสม สะท้อนถึงการเตรียมพร้อมและความเป็นมืออาชีพของบุคลากร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัย อีกทั้งการแต่งกายที่เหมาะสมยังช่วยให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างคล่องตัวในสถานการณ์ฉุกเฉิน และเป็นที่จดจำในฐานะตัวแทนองค์กรที่มีมาตรฐานระดับโลก การผสมผสานทางวัฒนธรรม การต้อนรับแบบไทยที่มีเอกลักษณ์ และมีอิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ดี ของลูกค้า ให้เกิดความพึงพอใจ และตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีก “คุณนิ” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งเล่าว่า

“พนักงานต้อนรับของสายการบินต้องให้บริการผู้โดยสารทั้งชาวไทยและต่างชาติ จึงต้องได้รับการฝึกอบรมให้มีบุคลิกภาพที่ดี มั่นใจในตนเอง คล่องตัว กระตือรือร้น สุภาพ จริงใจ และดูเป็นธรรมชาติ การแต่งกายต้องเรียบร้อย สะอาด เหมาะสมกับกาลเทศะ และมีบุคลิกที่น่าประทับใจ มีจิตสำนึกในการต้อนรับและบริการ ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ และไม่ตรีจิต มีเมตตาและเห็นอกเห็นใจผู้โดยสารทุกคน”

การบริการอย่างไทยในสายการบินแห่งชาติ มีบทบาทที่สำคัญในการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Hybridity) โดยเน้นความเป็นไทยและคุณค่าทางวัฒนธรรมไทยในการให้บริการบนมาตรฐานสากล พนักงานต้อนรับมีความเป็นมืออาชีพ พยายามปรับตัวและให้ความสำคัญกับ

รายละเอียดเล็กๆ ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า มีมารยาทที่ยอมรับในระดับสากล เน้นความอบอุ่นและความเป็นมิตร ที่แสดงออกทางพฤติกรรมและสื่อสารอย่างเป็นธรรมชาติ โดยมีการสร้างประสบการณ์ที่ทันสมัยและเป็นเอกลักษณ์ ให้บริการที่สะดวกสบายและครอบคลุมทุกด้าน สร้างความภูมิใจและความเชื่อมั่น รวมถึงการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติอย่างเป็นประโยชน์และยั่งยืน ในการดำเนินงานของสายการบิน เพื่อให้สายการบินมีการบริการที่มีคุณภาพสูงและมีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในระดับนานาชาติ

1.6 ครูผู้สอนวิธีการเรียนรู้...ปลูกฝังหัวใจปลอดภัยแบบไทย: แนวทางการฝึกอบรมที่ไม่ละเลยความปลอดภัย

พัฒนาการในเรื่องของ ความปลอดภัยนั้น มีมาตั้งแต่ช่วงแรก ๆ ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็น ยุคบุกเบิกของอุตสาหกรรมการบิน (aviation industry) ที่เรียกว่า Technical factor นับเป็นยุคเริ่มต้นของอุตสาหกรรมการบิน ที่เริ่มจากการพัฒนาระบบเครื่องยนต์และอุปกรณ์การบินเพื่อเพิ่มความปลอดภัย จากองค์ความรู้เครื่องบินรบในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง เนื่องจากอุบัติเหตุส่วนใหญ่มาจากความบกพร่องของเครื่องยนต์ และต่อมา คือ Human factor ที่มุ่งเน้นการสื่อสารและการทำงานร่วมกันระหว่างลูกเรือและเจ้าหน้าที่ภาคพื้น เช่น การฝึกอบรม CRM (Crew Resource Management) เพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสาร การตัดสินใจ และการแก้ไขความขัดแย้งของบุคลากร ช่วยลดอุบัติเหตุที่เกิดจากข้อผิดพลาดของมนุษย์ จนมาถึงยุค Organizational Factor ที่เน้นการจัดการความปลอดภัยในระดับองค์กร ด้วยระบบ SMS (Safety Management System) ผนวกความปลอดภัยเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจ ให้ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการดูแลความปลอดภัยและป้องกันอุบัติเหตุ

มาตรฐานด้านความปลอดภัยในอุตสาหกรรมการบินได้รับการควบคุมจากหน่วยงานระดับประเทศและนานาชาติ เช่น CAAT (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย) และ AOCC (ข้อกำหนดผู้ดำเนินการทางอากาศ) เพื่อให้เป็นมาตรฐานที่สากลและยอมรับทั่วโลก การจัดฝึกอบรมที่ได้รับการอนุมัติจากองค์กร และหน่วยงานของรัฐ ซึ่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินจะต้องดำเนินการฝึกอบรมตามโปรแกรมซ้ำทุกปี เพื่อให้แน่ใจว่าบุคลากรแต่ละคน มีอำนาจในการปฏิบัติภารกิจและหน้าที่ด้านความปลอดภัยที่ลูกเรือได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติในกรณีฉุกเฉิน ลูกเรือได้รับการฝึกฝน และสามารถใช้อุปกรณ์ฉุกเฉินและช่วยชีวิตที่จำเป็นต้องพกพา เช่น เสื้อชูชีพ แพชูชีพ สไลด์อพยพ ทางออกฉุกเฉิน ถังดับเพลิงแบบพกพา อุปกรณ์ออกซิเจน ชุดปฐมพยาบาลและป้องกันภัยส่วนบุคคล และเครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ ดังปรากฏในการปฏิบัติการของอากาศยาน ภาคผนวก 6 บทที่ 12 (ICAO Annexes and Documents) กฎของ CAAT (The Civil Aviation Authority of Thailand) และ AOCC (Air Operator Certificate

Requirements) เป็นมาตรฐานที่กำหนดและ ควบคุมกิจกรรมของสายการบิน ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงข้อมูลหรือข้อกำหนด แต่เป็นการบังคับใช้เพื่อรักษาความปลอดภัย ซึ่งเป็นที่ยอมรับและนำไปสู่การปฏิบัติ การรักษามาตรฐานความปลอดภัยและการให้บริการในระดับสากล เป็นการเน้นย้ำถึงการบูรณาการความรู้ และอำนาจในการดำเนินการเพื่อรักษาความปลอดภัย และการให้บริการที่มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับและถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติจริงของลูกเรือ เพื่อสร้างให้ลูกเรือมีทัศนคติ และพฤติกรรมที่สอดคล้องกับสิ่งที่องค์กรกำหนดขึ้น การบริการที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการรักษามาตรฐานความปลอดภัย Safety และ Service ถือเป็นความรู้ ที่สร้างขึ้นในบริบทของสายการบินไทย ความหมายของคำว่า "Safety" และ "Service" นั้นไม่ได้เป็นเพียงแค่ว่าคำที่ใช้อธิบายหรือทำให้เข้าใจง่าย ๆ แต่เป็นส่วนหนึ่งของระบบที่มีการสร้างความหมายและกำหนดขอบเขตโดย ความรู้และอำนาจ ที่มีอยู่ในองค์กร ที่เกี่ยวข้อง เช่น สายการบิน หน่วยงานกำกับดูแล เช่น CAAT และมาตรฐานที่ถูกกำหนดโดย AOCR ดังที่ “ครูเม” ผู้ให้สัมภาษณ์เล่าว่า

“การบริการอย่างไทยนี่คือ safety นะ คือสิ่งที่เราพยายามให้ความปลอดภัยผู้โดยสารสูงสุด เราคิดถึงเรื่องsafetyตลอดเวลา แล้วก็เรื่องservice แต่จริงๆแล้ว safety first นั้นแหละมันก็คือการบริการอย่างไทยที่เป็น safety first แต่ว่าลักษณะการพูดจา การที่จะบอกให้ผู้โดยสารเข้าใจเนี่ยมันคือความแตกต่างจากอื่น”

Safety Management System (SMS) เป็นระบบการจัดการความปลอดภัยที่สนับสนุนให้ทุกคนในองค์กรไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใด มีส่วนร่วมในเรื่องความปลอดภัยผ่านการรับรู้และป้องกันอุบัติเหตุตั้งแต่ต้น ผสานแนวคิดด้านความปลอดภัยสมัยใหม่เข้ากับกระบวนการเชิงรุก ที่มีประสิทธิภาพที่ด้านความปลอดภัยที่คุ้มค่าการลงทุน เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเพื่อเพิ่มความปลอดภัยในทุกส่วนขององค์กร และได้รับการสนับสนุนอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมการบิน โดยเน้นที่ส่งผลให้เกิดความปลอดภัยและประโยชน์ทางการเงินจริง โดย SMS จะถูกผนวกเข้ากับกระบวนการทางธุรกิจ เพื่อให้การจัดการด้านความปลอดภัยเป็นส่วนสำคัญที่ไม่แยกจากการบริหารจัดการอื่น ๆ ที่ โครงสร้างของ SMS ช่วยให้องค์กรเข้าใจสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานของตนได้ดีขึ้น ทำให้กระบวนการมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนทางธุรกิจวิธี

Crew Resource Management (CRM) เป็นการฝึกอบรมเพื่อให้การทำงานร่วมกันมีประสิทธิภาพสูงสุด ในด้านความปลอดภัย เกิดความตระหนักรู้และมีทักษะที่สำคัญในการทำงาน มีความระมัดระวัง เป็นแนวทางในการเพิ่มความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการบิน โดยมุ่งเน้นที่การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันของนักบินและบุคลากรทางการบิน เพื่อลด

อุบัติเหตุจากข้อผิดพลาดของมนุษย์ ซึ่งสาเหตุหลักกว่า 80% ของอุบัติเหตุทางการบินเกิดจากมนุษย์ โดย แนวทางของการฝึกอบรม CRM แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ การอบรมเริ่มต้น (Initial Training), การอบรมประจำปี (Recurrent Training), และการอบรมปฏิบัติการ (Operations Training) โดยเน้นมนุษย์ปัจจัย มุ่งพัฒนาศักยภาพของบุคลากรผ่านการสื่อสาร การตัดสินใจ การแก้ไขความขัดแย้ง และการบริหารจัดการความเครียด เน้นการตระหนักรู้สถานการณ์ (Situation Awareness) ในทุกขณะที่จะช่วยให้สามารถติดตามและแก้ไขปัญหาทันที สร้าง safety awareness ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติตามขั้นตอนฉุกเฉิน (Emergency Procedures) ช่วยลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ผิดพลาดความตึงเครียด และความขัดแย้งในการทำงาน ซึ่งทำให้องค์กรการบินสามารถเพิ่มความปลอดภัยและความเชื่อมั่นในปฏิบัติการได้รวมทั้งเสริมการอบรม หลักสูตร Non-Technical Skill (NTS) Safety and Emergency Procedure ให้เกิดทักษะในการเข้าสังคม การทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดความปลอดภัยปลอดภัยมากขึ้นในการทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยงสูงเช่นการบิน

การฝึกอบรมด้าน CRM, NTS และ SMS ถือเป็นกระบวนการสำคัญที่สายการบินไทยกำหนดและบังคับใช้เพื่อเสริมสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและการทำงานเป็นทีมในองค์กร เป้าหมายหลักของการอบรมเหล่านี้คือการเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานและสนับสนุนการตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูง ความตระหนักรู้ด้านความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ลูกเรือมีอำนาจในการควบคุมและจัดการกับเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเหมาะสม ความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมไม่เพียงแต่ช่วยพัฒนาทักษะการทำงานของลูกเรือเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างความชอบธรรมในการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกเรือสามารถตัดสินใจและดำเนินการตามขั้นตอนที่ถูกต้องในสถานการณ์ที่ท้าทายได้อย่างมั่นใจ การผสมผสานระหว่างความปลอดภัยและการบริการผ่านการอบรม CRM และ NTS จึงสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างความรู้ที่ถูกรสร้างและนำไปใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการทำงานเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการควบคุมและจัดการสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการให้บริการแก่ผู้โดยสาร ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักของอุตสาหกรรมการบิน

นอกจากนี้ ผู้สอนในด้านความปลอดภัยและการบริการจำเป็นต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิด เพราะความรู้ทั้งสองด้านนี้ไม่สามารถแยกจากกันได้ ความปลอดภัยถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการให้บริการในสายการบิน ในขณะที่การบริการที่ดีจะช่วยส่งเสริมให้การรักษาความปลอดภัยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งสององค์ประกอบนี้จึงทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการควบคุม

และจัดการสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการบิน การผสมผสานระหว่างการรักษาความปลอดภัยและการให้บริการจึงเป็นหัวใจสำคัญของงานในสายการบิน โดยมุ่งเน้นให้ลูกเรือมีทัศนคติที่พร้อมและสามารถปฏิบัติตามมาตรฐานได้อย่างมีประสิทธิภาพและปลอดภัย

ความอ่อนน้อมอ่อนโยน ที่สังคมจนเป็นอัตลักษณ์ที่แสดงออกมานั้น เป็นพื้นฐานสำคัญทั้งความปลอดภัย และการบริการ อันเป็นหัวใจในเนื้องาน ที่กลมกลืนอยู่ด้วยกันมีอยู่ในลูกเรือทุกคนซึ่งหมายถึง การสื่อสารที่แสดงความคิด ความรู้สึก และความต้องการอย่างตรงไปตรงมา โดยไม่ก้าวร้าว (Assertive) ความยืดหยุ่นและปรับตัวได้ (Resilience) การสื่อสารที่ชัดเจน กระชับ และถูกต้อง (Clear-concise- correct communication) และความตระหนักรู้สถานการณ์ (Situation awareness) คนแม่การบริการอย่างไทยจะเน้นความอ่อนโยน แต่ก็คงความเข้มแข็ง และยังคงมาตรฐานสากลอย่างเคร่งครัด สะท้อนจากคำกล่าว ของ **ครูตุ๋** ที่ว่า

“เมื่อเผชิญเหตุที่อาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยบนเครื่องบิน ลูกเรือต้องใช้การสื่อสารแบบ *assertive* ซึ่งอยู่ระหว่าง *passive* และ *aggressive* คือไม่กลัวจนไม่กล้าสื่อสาร และไม่ก้าวร้าว แต่ยังคงความสุภาพ มีความเข้มแข็งและเด็ดเดี่ยว คุณลักษณะนี้ผสมผสานกับความอ่อนโยนและเอกลักษณ์แบบไทยที่เป็นหัวใจของวิชาชีพลูกเรือ ลูกเรือจะต้องมีคุณสมบัติสำคัญ ได้แก่ *resilience* ปรับตัวได้ในทุกสถานการณ์ การสื่อสารที่ชัดเจน กระชับ และถูกต้อง (*clear, concise, correct*) กระบวนการรับรู้และวิเคราะห์สถานการณ์ (*perceive, understand, imagine*) *situation awareness* หรือความตระหนักรู้สถานการณ์ล่วงหน้า เพื่อป้องกันเหตุร้ายก่อนเกิดขึ้น (*proactive* มากกว่า *reactive*) การฝึกฝนนี้รวมถึงการปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ตั้งแต่ก่อนออกบิน เช่น การมีวินัย ตรงต่อเวลา และความอ่อนโยนแต่เข้มแข็ง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบาย 5 ข้อของ DO ที่เน้นการเตรียมพร้อมและความปลอดภัยสูงสุด **keyword** เหล่านี้มีปรากฏอยู่จริงในวิชา CRM ที่ลูกเรือต้องอบรมทุกปี”

การใช้ CRM ช่วยลดอุปสรรคทางวัฒนธรรม เสริมสร้างการทำงานเป็นทีม และลดความตึงเครียดระหว่างเที่ยวบิน สายการบินไทยมุ่งสร้างสมดุลระหว่างความปลอดภัยและการบริการ สื่อสารมาตรการด้านความปลอดภัยอย่างสุภาพและเป็นมิตร สะท้อนเอกลักษณ์ของการผสมผสานมาตรฐานสากลเข้ากับความเป็นไทย

การอบรมเวชศาสตร์การบินเบื้องต้น เป็นส่วนหนึ่งของความรู้ ในการให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารบนเครื่องบินตั้งแต่เด็กเล็กๆ จนถึงสูงวัย เวชศาสตร์เป็นเรื่องของ *service* และ *safety* กล่าวคือ เป็น *service* ที่เป็น ทั้งความปลอดภัยและให้บริการผู้โดยสาร ส่วน *security* นั้นเกี่ยวข้องกับอุปกรณ์ที่ขึ้นเครื่อง ที่ลูกเรือต้องตรวจสอบอายุการใช้งาน (*expiry date*) ถ้าหมดอายุการใช้งานแล้วก็ไม่สามารถนำมาใช้ทั้งในด้านการบริการและความปลอดภัยได้ กล่าวคือลูกเรือ

ต้องตรวจสอบว่าอุปกรณ์ บนเครื่องบินในส่วนที่อยู่ในความรับผิดชอบนั้นมีครบ พร้อมใช้งาน ไม่หมดอายุการใช้งาน โดย “ครูแจน” เล่าว่า

“เวลาที่ลูกเรือให้บริการผู้โดยสาร service ถือเป็นสิ่งสำคัญ แต่ต้องควบคู่กับ security เช่น การขึ้นรถเครื่องดื่มและรถบริการ (service trolley) ที่ต้องระวังเมื่อเบรก เพื่อให้เกิดทั้ง safety และ security ขณะให้บริการ ในสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ในครัว safety จะมีความสำคัญความสำคัญของ service จะลดลงตามสถานการณ์ เช่น ในช่วงเครื่องบินขึ้นหรือลง (Take off หรือ Landing) ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ปลอดภัยต้องมาก่อน จึงมีการปิดบริการบางส่วน แต่ในช่วงก่อนเครื่องขึ้น ก็จะเน้น security โดยต้องตรวจสอบอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งาน”

การบริการบนสายการบินเป็นบริการที่เป็นมาตรฐานสากล ได้รับการยอมรับ ทั้งในด้านมาตรฐานความปลอดภัยจากองค์กรสากลระดับโลกหลายแห่ง เช่น องค์การบริหารการบินแห่งชาติ (Federal Aviation Administration - FAA), องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization : ICAO) โดยมีลักษณะ การบริการอย่างไทย เป็นโครงการพิเศษ (Specific Program) ที่เข้ามาเสริม ควบคู่กับ การอบรมหลักสูตรอุตสาหกรรมการบินที่สำคัญ (Industry Mandatory Courses) ที่มุ่งเน้น ฝึกอบรมพนักงานในแนวทางการให้บริการตามหลักการที่ปรากฏใน Procedures and Routines, Thai Passenger Service Manual, Contents page 1 คือ Desire to serve, Extra Touch, Attitude และ Passenger Contact เพื่อการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ด้วยการนำเอาความแข็งแกร่งของความเป็นไทย มาเป็นจุดแข็งในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในธุรกิจการบิน ซึ่งมีบริการพื้นฐานโดยทั่วไป ตามลักษณะมาตรฐานการบิน โดย “คุณแตน” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า

“การบินไทยใช้ลักษณะพิเศษของ ผลิตภัณฑ์และบริการในการสร้างความภักดีของลูกค้า สอดแทรกความเป็นไทย ความเป็นพี่น้อง มีความเป็นเพื่อนมนุษย์ที่เอื้อเฟื้อ เกื้อกูลกันด้วยความ เป็นไทยที่ถูกสอนกันมา กลายเป็นการบริการอย่างไทย โดยไม่ได้มองลูกค้าหรือผู้รับบริการเป็นเพียงลูกค้า แต่ก็มองไปถึงความเป็นเพื่อนมนุษย์ ร่วมชาติ ร่วมโลก ที่มีศักดิ์ศรีในการสร้างความแตกต่าง และสร้างผลตอบแทนที่มีมูลค่าสูงในธุรกิจการบิน”

ลูกเรือการบินไทย ต้องผ่านการฝึกอบรมตามมาตรฐานสากลซ้ำทุกปี เพื่อให้มั่นใจว่า สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ตามข้อกำหนดของ CAAT และ ICAO รวมถึงมีความพร้อมใช้อุปกรณ์ ฉุกเฉินและช่วยชีวิตอย่างถูกต้อง เช่น เสื้อชูชีพ แพชูชีพ สไลด์อพยพ ถังดับเพลิง อุปกรณ์ออกซิเจน ชุดปฐมพยาบาล และเครื่องกระตุ้นหัวใจไฟฟ้าอัตโนมัติ

ในช่วงฝึกอบรมลูกเรือใหม่ของสายการบิน ครูผู้สอน (Inflight Instructor) ได้ จำลองสถานการณ์ฉุกเฉินบนเครื่องบิน โดยเน้นให้ลูกเรือแสดงพฤติกรรมบริการที่ผสมผสานอัตลักษณ์ไทยกับมาตรฐานความปลอดภัยสากล ครูผู้สอนเน้นย้ำให้ลูกเรือทุกคน “ไหว้” ทักทายผู้โดยสารด้วยรอยยิ้มและน้ำเสียงสุภาพ และในระหว่างการสาธิตการใช้อุปกรณ์นิรภัย ลูกเรือแสดงความใส่ใจ ถามไถ่และให้ความช่วยเหลือผู้โดยสารที่มีข้อจำกัดทางร่างกาย ด้วยความสุภาพและอดทน เมื่อมีการประกาศแจ้งเตือนเรื่องความปลอดภัย ลูกเรือใช้ภาษาสุภาพ อธิบายเหตุผลอย่างใจเย็น พร้อมทั้งแสดงท่าทางที่สุภาพและให้ความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร เมื่อจบการฝึกอบรม ครูผู้สอนสะท้อนกลับ (reflection) ให้ลูกเรือเห็นว่า “อัตลักษณ์ไทย” ไม่ได้เป็นเพียงแนวคิดนามธรรม แต่คือพฤติกรรมที่แสดงออกผ่านการดูแล เอาใจใส่ และการสื่อสารอย่างสุภาพในทุกขั้นตอน แม้ในยามวิกฤต ลูกเรือที่ผ่านการฝึกอบรมในลักษณะนี้ สามารถผสมผสาน “หัวใจบริการแบบไทย” กับมาตรฐานความปลอดภัยได้อย่างกลมกลืน การแสดงออกถึงอัตลักษณ์ไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม การพูดจาสุภาพ และความใส่ใจในรายละเอียด ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกมั่นใจและไว้วางใจในความปลอดภัย ครูผู้สอนมีบทบาทสำคัญในการสร้างการเรียนรู้ โดยใช้การฝึกอบรมที่เน้นพฤติกรรมจริง ไม่ใช่แค่ทฤษฎี เพื่อปลูกฝังหัวใจปลอดภัยแบบไทยอย่างยั่งยืน

“อัตลักษณ์” ไม่ใช่เพียงแนวคิดหรือคุณลักษณะเชิงนามธรรม แต่เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างเป็นรูปธรรมผ่านการกระทำของลูกเรือในสถานการณ์จริง โดยมีครูผู้สอนเป็นผู้สานต่อและปลูกฝังแนวทางดังกล่าวผ่านการฝึกอบรมที่ไม่ละเลยมาตรฐานความปลอดภัย การบูรณาการ ความรู้ ความเชื่อ และมาตรฐานความปลอดภัย เข้าไว้ด้วยกัน ทำให้การบินไทยไม่ได้เป็นเพียงสายการบินเพื่อการเดินทาง แต่ยังเป็น สถาบันที่รักษาและถ่ายทอดวัฒนธรรม ความเป็นไทย ภาควิมิใจในความเป็นไทย และมาตรฐานความปลอดภัยในระดับสากล ลูกเรือการบินไทยจึงไม่ใช่เพียงพนักงานบริการ แต่เป็น ตัวแทนของชาติ ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงประเทศไทยกับชาวต่างชาติผ่านบริการที่เปี่ยมด้วย ความอบอุ่น และความปลอดภัย ทั้งหมดนี้สะท้อนถึงการบูรณาการอัตลักษณ์ไทยกับความปลอดภัยในงานบริการบนเครื่องบินอย่างแท้จริง ดังคำกล่าวของ “คุณนุ” ว่า:

“ธงชาติไทยที่โบกสะบัดอยู่ท้ายเครื่องบินทุกครั้งที่ย่อออกไปบิน รวมถึงการได้ปฏิบัติงานบนเครื่องบินพระที่นั่ง หรือได้ปฏิบัติงานในเที่ยวบินเพื่อช่วยเหลือประชาชนคนไทยในวิกฤติต่าง ๆ ถือเป็นเกียรติและความภูมิใจของลูกเรือที่ได้ทำหน้าที่เสมือนทูตวัฒนธรรม เป็นตัวแทนของบริษัทและประเทศไทย”

สิ่งเหล่านี้คือ ความภาคภูมิใจที่คนการบินไทยและคนไทยทุกคนร่วมกันรักษาและส่งต่อ ผ่านทุกการให้บริการของสายการบินแห่งชาติ

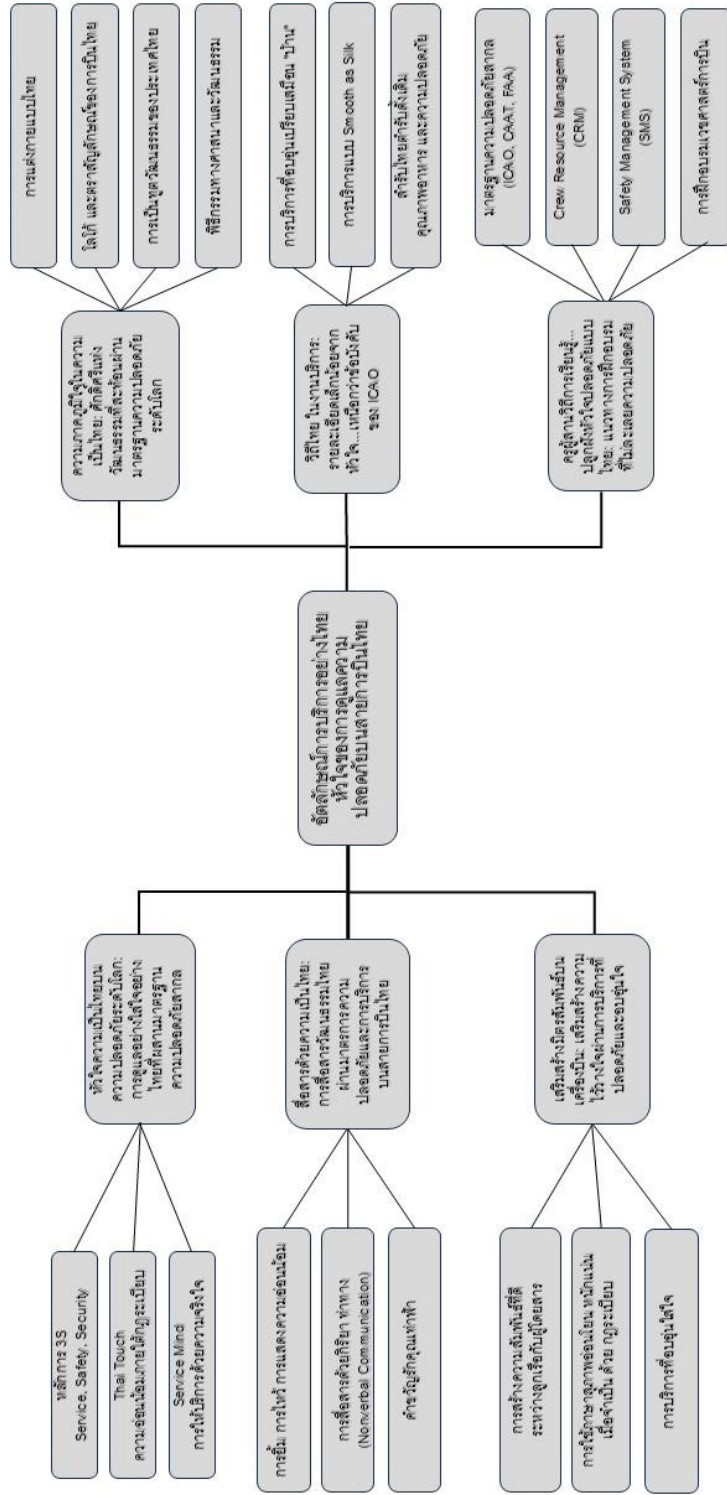
การปลูกฝังวัฒนธรรมไทยในกระบวนการฝึกอบรม ทำให้พนักงานต้อนรับมีจิตสำนึกในความรับผิดชอบต่อความปลอดภัยของลูกค้า ทั้งในเชิงกายภาพ (การปฏิบัติตามมาตรฐาน) และจิตใจ (การดูแลเอาใจใส่) สายการบินไทยนำวัฒนธรรมไทยมาผสมผสานกับมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล เช่น การปฏิบัติตามกฎระเบียบของ CAAT และ ICAO ควบคู่กับการบริการอย่างไทยที่เน้นความละเอียดอ่อนและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สิ่งนี้ทำให้ผู้โดยสารมั่นใจว่าทั้งความปลอดภัยและประสบการณ์การเดินทางจะได้รับการดูแลอย่างรอบด้าน

การบินไทยเป็นสายการบินสัญชาติไทยที่ตั้งชื่อว่า “ไทย” และใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Thai” ที่มีภาพพจน์เป็นสากล เป็นที่ยอมรับ และออกแข่งขันกับตลาดทุนนิยม มีการบริการอย่างไทยเป็นสินค้าอัตลักษณ์ ที่ไม่ใช่เป็นเพียงมูลค่าใช้สอย หรือมูลค่าแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ แต่เป็นมูลค่าทางวัฒนธรรม เป็นสัญลักษณ์แห่งอัตลักษณ์ ที่มีจุดขาย เป็นสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของอัตลักษณ์ที่พึงปรารถนา เมื่อมีการสื่อสารออกไป ด้วยคำว่า “รักคุณเท่าฟ้า” หรือ “Smooth as Silk” ซึ่งเป็นจุดขายของการบินไทย เราจะนึกถึงการบริการจากใจของสายการบินไทย สะท้อนอัตลักษณ์ที่เป็นที่รู้จัก และภาคภูมิใจของผู้ให้ และผู้ให้บริการ

การบินไทยนำบริการอย่างไทย หรือความเป็นไทยเผยแพร่ไปสู่สายตาชาวโลกในฐานะสายการบินแห่งชาติ ที่มีผลต่อการตลาด โดยไม่ได้ทำให้ความเป็นไทยถูกลดทอนลงให้เหลือเป็นเพียงเครื่องหมาย แต่สามารถปรับตัวในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทย กับวัฒนธรรมสากลได้เป็นอย่างดี โดยสามารถต่อกร กับวัฒนธรรมสากล และไม่ถูกลัทธิบริโภคนิยมครอบงำวัฒนธรรมไทยที่ดั้งเดิม ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์

นอกจากนี้การบินไทยยังใช้การบริโภคความเป็นไทยในรูปแบบการผสมผสานทางวัฒนธรรม (Cultural Hybridity) โดยเอาการบริการอย่างไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของความเป็นไทย ผสมผสานกับการบริการที่เป็นมาตรฐานสากล เพื่อสร้างความแตกต่าง และความโดดเด่น ของสินค้า และบริการให้กับการบินไทยตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทการบินไทยมากกว่า 65 ปี เพื่อให้คนไทยชื่อภาพของสายการบินไทยที่เป็นสายการบินแห่งชาติ ด้วยความเป็นไทยบนมาตรฐานของการบิน ดังปรากฏจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการของการบินไทย

อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนสายการบินสัญชาติไทย



ภาพประกอบ 3 สรุปอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย บนเครื่องบินสัญชาติไทย

ส่วนที่ 2 การสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทย บนเครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย

การบริการอย่างไทยมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อยกระดับคุณภาพให้สูงสุด ผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญที่แสดงออกอย่างชัดเจน ความรู้และทักษะที่ฝังลึกในตัวบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตและพัฒนาศักยภาพในการให้บริการ สร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าในเรื่องคุณภาพของบริการที่ได้รับ อย่างไรก็ตาม บางครั้งความรู้และทักษะเหล่านี้อาจแสดงออกผ่านพฤติกรรมและทัศนคติที่ดูเหมือนเป็นเรื่องธรรมดา ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่อาจรับรู้ถึงศักยภาพที่แท้จริงของบุคลากรได้ ดังนั้น หน่วยงานที่ให้บริการจึงมักกำหนดมาตรฐานและกระบวนการที่ชัดเจน เพื่อสนับสนุนให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความคาดหวัง

กระบวนการเรียนรู้ของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินประกอบด้วย ความรู้สองประเภทหลัก คือ ความรู้แฝงฝัง (Implicit Knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ซึ่งช่วยให้ครูสามารถพัฒนาและถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานและการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความรู้แฝงฝังหมายถึงทักษะและประสบการณ์ที่สะสมอยู่ในตัวบุคคล แต่ไม่ได้ถูกถ่ายทอดอย่างชัดเจนหรือเป็นลายลักษณ์อักษร มักถูกนำมาใช้ในการแก้ไขสถานการณ์หรือปฏิบัติงานโดยไม่จำเป็นต้องอธิบายเป็นขั้นตอน ส่วนความรู้ชัดแจ้งเป็นข้อมูลที่สามารถอธิบายและบันทึกไว้ในรูปแบบเอกสาร คู่มือ หรือฐานข้อมูล ซึ่งสามารถถ่ายทอดและนำไปใช้ซ้ำได้ง่าย

สำหรับความรู้ชัดแจ้งเกี่ยวกับการบริการอย่างไทย มักจะครอบคลุมข้อมูลเชิงระบบ เช่น วัตถุประสงค์ แนวคิด และขั้นตอนการให้บริการอย่างไทย ตัวอย่างเช่น การต้อนรับลูกค้าอย่างอบอุ่น การสื่อสารที่ชัดเจน และการประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ข้อมูลเหล่านี้ถูกบันทึกและสื่อสารผ่านคู่มือหรือเอกสารอย่างเป็นทางการ และถูกนำไปใช้ในการฝึกอบรมพนักงานเพื่อให้เข้าใจและปฏิบัติตามมาตรฐานที่สายการบินไทยกำหนดไว้ โดยเน้นความสม่ำเสมอ ความประณีต และการแสดงออกถึงความเป็นไทยผ่านการใช้ปฏิบัติและสัมผัสที่อ่อนโยนต่อลูกค้า ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจและควบคุมพฤติกรรมของพนักงานให้บริการอย่างสมบูรณ์แบบ

สายการบินไทยในฐานะสายการบินแห่งชาติ (Flag Carrier) มีบทบาทสำคัญในการรักษาและแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย ถ่ายทอดวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ไทยสู่สายตาชาวโลก ผ่านมาตรฐานการบริการที่ผสมผสานความเป็นไทยกับมาตรฐานสากล ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาบุคลากรและครูผู้สอนที่มีประสิทธิภาพจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับองค์กร

ส่วนความรู้แฝงฝังที่เกี่ยวข้องกับการบริการอย่างไทย มักเกิดจากประสบการณ์ตรง เช่น การรับรู้ความต้องการของลูกค้า หรือการจัดการกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ซึ่งเป็นความรู้ที่สะสมผ่านการปฏิบัติงานจริงและการเรียนรู้ด้วยตนเองโดยไม่จำเป็นต้องบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ครูผู้ฝึกสอนของสายการบินไทยจึงต้องมีจิตสำนึกในความเป็นไทย มีความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย รวมถึงความเชื่อทางศาสนาและอัตลักษณ์ชาติ เพื่อถ่ายทอดความรู้และปลูกฝังความเข้าใจในความสำคัญของการบริการอย่างไทยแก่ลูกเรือ เพื่อรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของสายการบินไทยให้คงอยู่สืบไป ทั้งยังส่งต่อทั้งมาตรฐานความเป็นไทยและมาตรฐานความปลอดภัยให้ฝังลึกในจิตใจของลูกเรือและผู้โดยสาร รวมถึงสังคมไทยโดยรวม

การเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นหัวใจสำคัญสำหรับครูผู้สอนการบริการอย่างไทย เนื่องจากงานบริการมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ครูจึงต้องฝึกฝนทักษะและเรียนรู้วิธีการใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ เพื่อปรับปรุงและอัปเดตความรู้ให้ทันสมัย ทั้งการศึกษาข้อมูลใหม่ ๆ และพัฒนาทักษะการสื่อสารกับผู้โดยสาร การฝึกปฏิบัติจริงช่วยให้ครูเผชิญปัญหาและเรียนรู้วิธีแก้ไข พร้อมรับฟังคำติชมจากผู้โดยสาร เพื่อนร่วมงาน และผู้บังคับบัญชา เพื่อยกระดับการบริการ ครูผู้สอนต้องมีความสามารถในการปรับตัวและเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์ รวมถึงการถ่ายทอดประสบการณ์จริงที่สะสมมากกว่า 10 ปี ซึ่งเป็นความรู้และทักษะที่ฝังลึกและมีคุณค่า การเรียนรู้จากประสบการณ์และการพัฒนาด้วยตนเองจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การสอนการบริการอย่างไทยมีประสิทธิภาพ ถ่ายทอดความรู้และทักษะเฉพาะตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อจิตใจของลูกเรือผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นหัวใจของการสร้างประสบการณ์บริการที่น่าประทับใจและยั่งยืนสะท้อนจากคำกล่าวของ “ครูดีก” ที่ว่า

“การเรียนรู้ด้วยตนเองถือเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะงานบริการนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ การเรียนรู้ด้วย ตนเองช่วยให้เราอัปเดตตัวเองได้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาข้อมูลใหม่ ๆ หรือการพัฒนาทักษะการ สื่อสารกับผู้โดยสาร...การฝึกฝนและปฏิบัติงานจริงเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะการทำงานจริงจะทำให้เราเจอปัญหาและเรียนรู้วิธีการ แก้ไขปัญหาได้จริงๆ อีกอย่างหนึ่งคือการฟังความคิดเห็นและคำติชมจากผู้โดยสาร เพื่อนร่วมงาน และหัวหน้า เพื่อที่จะปรับปรุงการบริการของเราให้ดียิ่งขึ้น”

กระบวนการค้นคว้าความรู้ ด้วยแนวทางการสร้างทฤษฎีจากฐานราก (Grounded theory approach) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้นการสร้างทฤษฎีจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยตรง

จากภาคสนาม การสร้างเงื่อนไขการเรียนรู้สำหรับครูผู้สอนด้านการบริการบนเครื่องบิน สายการบิน บินสัญชาติไทย จะเน้นการผสมผสานวัฒนธรรมไทยในบริบทการทำงานระดับสากล โดยเรียนรู้ ผ่านการฝึกปฏิบัติจริง การสะท้อนตนเอง และการสร้างแรงจูงใจภายใน ซึ่งจะพัฒนาครูผู้สอน ให้สามารถถ่ายทอดบริการอย่างไทย อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

แนวคิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning: SDL) ตามที่ Guglielmino และ Skager นำเสนอ มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผู้เรียน Guglielmino นิยาม SDL ว่าเป็น กระบวนการที่บุคคลริเริ่มและควบคุมการเรียนรู้ของตนเอง ตั้งแต่การกำหนดเป้าหมาย วิเคราะห์ ทรัพยากร วางแผน ไปจนถึงการประเมินผล โดยผู้เรียนต้องมีแรงจูงใจและความรับผิดชอบในทุก ขั้นตอน องค์ประกอบสำคัญในการประเมินความพร้อม ได้แก่ ความรับผิดชอบต่อตนเอง ความสามารถควบคุมกระบวนการเรียนรู้ ความกระตือรือร้น และทักษะคิดวิเคราะห์เพื่อปรับใช้ ความรู้ รวมถึงความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสถานการณ์ใหม่

ส่วน Skager มอง SDL เป็นกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ที่ผู้เรียนสามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีปัจจัยสำคัญคือ แรงจูงใจภายในจากความอยากรู้อยากเห็น และเป้าหมายส่วนตัว การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการสะท้อนผลเพื่อพัฒนาตนเอง รวมถึงการตั้งเป้าหมาย วางแผน และวิเคราะห์ผลการเรียนรู้ด้วยตนเอง ทั้งสองผู้เชี่ยวชาญเห็นตรงกันว่า SDL เป็นกระบวนการที่ผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ผู้เรียนมีบทบาทควบคุมและรับผิดชอบต่อ เป้าหมายและผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่และทุกเวลา ความสำเร็จของ SDL ขึ้นอยู่กับแรงจูงใจภายใน ความสามารถวิเคราะห์ และความยืดหยุ่นในการปรับตัว จึงเป็นทักษะ สำคัญที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและช่วยพัฒนาทักษะทั้งด้านวิชาชีพและชีวิตส่วนตัวอย่าง ยั่งยืน

2.1. กลยุทธ์การสร้างการเรียนรู้สำหรับครูผู้สอน

เพื่อให้ครูผู้สอนสามารถบรรลุเป้าหมายและเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาครู ภายในองค์กรสายการบินไทย จำเป็นต้องมีการสนับสนุนจากองค์กรและผู้บริหาร รวมถึงนโยบาย ที่ชัดเจน กลยุทธ์เหล่านี้ควรรวมถึงการพัฒนาทักษะการสื่อสาร การปลูกฝังอัตลักษณ์ความเป็น ไทย การนำเทคนิคการเรียนรู้ที่ทันสมัยมาใช้ และการประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ครู สามารถผสมผสานองค์ความรู้ด้านความปลอดภัยและการบริการได้อย่างลงตัว ถ่ายทอดความรู้ ได้อย่างมีคุณภาพ และเสริมสร้างมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศ นอกจากนี้ การส่งเสริมให้ครู พัฒนาการตนเองอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งการนำเสนอความสำเร็จและการยกย่องบทบาทของครู จะ

ช่วยกระตุ้นแรงบันดาลใจและสร้างความมุ่งมั่นในการพัฒนาวิชาชีพของครูผู้สอน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการบริการของสายการบิน และเพิ่มความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร

2.1.1 การสนับสนุนจากผู้บริหารและองค์กร

การสนับสนุนจากผู้บริหารและองค์กรเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้ครูผู้สอนเกิดแรงจูงใจและช่วยยกระดับคุณภาพของครูผู้สอน ให้สามารถพัฒนาศักยภาพได้อย่างเต็มที่ องค์กรที่ดีควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ โดยผู้บริหารควรยกย่องและส่งเสริมบทบาทของครูผ่านการนำเสนอความสำเร็จของครูที่โดดเด่น เช่น การยกย่องในที่ประชุมองค์กรหรือการมอบรางวัล “ครูต้นแบบ” หรือ “Instructor of the Year” การได้รับคำชมจากผู้โดยสารหรือการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ดังคำสัมภาษณ์ของ “ครูต้น” ที่ว่า

“องค์กรให้ความสำคัญกับครูที่สามารถรักษามาตรฐาน และสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ดีในหน่วยงาน เช่น มีการนำเสนอชื่อในบอร์ดเกียรติยศ หรือรับเกียรติบัตรจากผู้บริหาร หากได้รับคำชมจากผู้โดยสาร”

นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดนโยบายการพัฒนา เช่น IDP (Individual Development Plan) ที่บังคับให้ครูต้องทำแผนพัฒนาตนเองและมีเป้าหมายการเรียนรู้รายปีพร้อมทั้งการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่เหมาะสม จะช่วยสนับสนุนการศึกษาอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรมีระบบความก้าวหน้าและรางวัลเพื่อกระตุ้นการพัฒนาวิชาชีพ ซึ่งจะช่วยรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพในองค์กรไว้

2.1.2 การพัฒนาทักษะการสอนและการถ่ายทอด

ในโลกยุคใหม่ที่ผู้เรียนมีความหลากหลายและความคาดหวังสูง การพัฒนาทักษะการสอนและการถ่ายทอดความรู้สำหรับครูผู้สอนจึงไม่ใช่แค่การมีความรู้เฉพาะทาง แต่ต้องสามารถสื่อสาร มีบุคลิกน่าเชื่อถือ และเข้าใจจิตวิทยาผู้เรียน โดยต้องส่งเสริมให้ครูมีทักษะที่เป็นระบบและสามารถสื่อสารได้ดีทั้งภาษาไทยและอังกฤษ เพื่อตอบสนองกับผู้เรียนที่หลากหลายและสภาพแวดล้อมนานาชาติ องค์กรควรจัดฝึกอบรมเสริมทักษะการใช้ NLP (Neuro-Linguistic Programming) เพื่อช่วยให้ครูสามารถอ่านพฤติกรรมและเข้าใจรูปแบบการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลได้ดีขึ้น รวมถึงการอบรมด้าน เทคนิค Storytelling, Visual Communication และ การใช้เทคโนโลยี e-learning การใช้เทคนิคการสอนแบบ Interactive เช่น Role-Playing เป็นวิธีที่ช่วยให้ครูสามารถถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่กระตุ้นการคิดวิเคราะห์ นอกจากนี้ ครูควรได้รับการฝึกอบรมเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวโน้มการบริการเพื่อ

ปรับตัวให้ทันสมัย รวมทั้งเข้าถึงจิตวิทยาการเรียนรู้ของผู้ใหญ่เพื่อออกแบบการสอนที่เหมาะสมและมีประสิทธิผล ดังคำสัมภาษณ์ของ “ครูต้อง” ที่ว่า

“การสอนรุ่นใหม่ต้องเข้าใจภาษาที่เขาใช้ ต้องรู้ว่าเขาชอบเรียนแบบไหน และใช้เทคนิคที่เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ เช่น role-playing, gamification หรือใช้ meme สื่อสารก็ได้ ถ้ามันช่วยให้เข้าใจง่าย”

2.1.3 การส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยในงานบริการ

การส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยในงานบริการอย่างเช่น การปลูกฝังแนวคิด "Service Beyond" และสื่อสารด้วยคำพูดและพฤติกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย เช่น การไหว้และรอยยิ้ม จะช่วยให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจในบริการแบบไทย ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความประทับใจให้กับผู้โดยสาร ประสิทธิผล ดังคำสัมภาษณ์ของ “ครูเจน” ที่ว่า

“เราถูกสอนมาตั้งแต่วันแรกว่า การบริการของเราไม่ใช่แค่เสิร์ฟอาหาร แต่เราต้อง ‘เสิร์ฟใจ’ ด้วย... ไหว้ให้สวย ยิ้มให้จริงใจ มันคือภาพจำของการบินไทยที่ไม่มีใครลอกเลียนได้”

การออกแบบบทเรียนจึงเน้นทั้งภาคทฤษฎีและสถานการณ์จำลองที่ต้องใช้ความสามารถในการสื่อสารอย่างไทย เช่น การรับมือกับผู้โดยสารที่มีความทุกข์ใจ การใช้คำพูดสุภาพแม้ในสถานการณ์ตึงเครียด หรือการปรับ “tone of voice” เพื่อปลอบโยนผู้โดยสาร การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่ทันสมัยจำเป็นต้องสร้างสถานการณ์จำลอง (Role-Playing) เพื่อฝึกแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี เช่น วิดีโอหรือแบบทดสอบออนไลน์ เพื่อให้ผู้เรียนเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก อาจใช้เทคนิค NLP เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารของพนักงานการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่ทันสมัย ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจว่าความเป็นไทยนั้นไม่ใช่แค่ “ท่าที” แต่คือ “เจตนาและความจริงใจ” ที่แสดงผ่านภาษากาย น้ำเสียง และพฤติกรรม

2.1.4 การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริง (Experiential Learning)

ครูผู้สอนที่มีประสบการณ์ตรงจากการให้บริการบนเครื่องบินสามารถถ่ายทอดกรณีศึกษาและบริบทจริงได้อย่างมีชีวิตรูปร่าง และนำมาใช้ฝึกวิเคราะห์ในชั้นเรียน ซึ่งสะท้อนแนวคิดของ Experiential Learning อย่างชัดเจน ดังที่ “ครูจิม” เล่าว่า

“เวลาเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น มีผู้โดยสารเป็นลม เราไม่ได้ใช้แค่ขั้นตอน แต่ใช้ ‘สติ’ และ ‘ใจ’... เราจึงบอกเด็กเสมอว่า ต้องฝึกตอบสนองให้เป็นธรรมชาติ ไม่ใช่แค่จำขั้นตอน แต่เข้าใจมันจริงๆ”

การเรียนรู้จากการปฏิบัติงานจริงคือหัวใจหลักของการพัฒนาคุณภาพการสอน การประเมินแบบ 360 องศาจากผู้โดยสาร เพื่อนร่วมงาน เพื่อใช้พัฒนาหลักสูตร และให้ครูได้นำกรณีเหล่านั้นมาวิเคราะห์กับผู้เรียน เช่น การนำ กรณีผิดพลาดของการสื่อสารเรื่องอาหาร หรือ

ปัญหาจากการใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม มาใช้ฝึกให้ผู้เรียนพัฒนา “ความละเอียด” และ “สติ” และองค์กรควรใช้ข้อมูลสำคัญเหล่านี้ในการปรับปรุงการสอน นอกจากนี้ยังมีการประชุม Reflection Meeting หลังการบิน เช่น การถอดบทเรียนว่าเหตุการณ์ใดจัดการดี และเหตุใดควรปรับปรุง ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ทรงพลัง และนำไปปรับใช้ในบทเรียนได้ตรงจุด เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนาระบบการสอนอย่างต่อเนื่อง สิ่งนี้จะช่วยสร้างความเข้าใจในแนวโน้ม การบริการและการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน

เห็นได้ว่ากลยุทธ์การพัฒนาครูผู้สอนที่มีประสิทธิภาพนั้นต้องอาศัย “ระบบสนับสนุน” ทั้งจากนโยบายองค์กร ทรัพยากร การออกแบบหลักสูตร และการฝึกปฏิบัติที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง โดยใช้ “วัฒนธรรมไทย” เป็นหัวใจสำคัญของความแตกต่าง และใช้ “เทคโนโลยีการเรียนรู้” เป็นกลไกในการยกระดับความเป็นมืออาชีพในระดับสากล

2.2 เจาะลึกที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของครูผู้สอนการบริการอย่างไทย

เงื่อนไขเป็นปัจจัยที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้การฝึกอบรมผู้สอนเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเงื่อนไขที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของครูผู้สอนการบริการอย่างไทย ซึ่งการผสมผสานเงื่อนไขและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ จะช่วยให้การฝึกอบรมครูผู้สอนสามารถรักษามาตรฐานของการบริการอย่างไทยในระดับสากลได้อย่างยั่งยืน

2.2.1 เจาะลึกจาก นโยบายและวัฒนธรรมองค์กร

วัฒนธรรมองค์กรที่เข้มแข็ง และนโยบายที่ชัดเจน มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการหล่อหลอม “บริการอย่างไทย” ให้คงความโดดเด่นในระดับสากล โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมสายการบินที่มีการแข่งขันสูง และตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสารจากหลากหลายวัฒนธรรม การวางกรอบนโยบายด้านการพัฒนาและถ่ายทอดคุณค่าทางวัฒนธรรมจึงเป็น กลไกสำคัญ ในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคุณภาพการให้บริการ อัตลักษณ์ไทย และมาตรฐานระดับโลก และรากฐานสำคัญสู่การพัฒนาครูผู้สอนและบริการอย่างไทย นโยบายและวัฒนธรรมองค์กรจึงไม่ใช่เพียง “แนวทางบนกระดาษ” แต่ได้ถูกแปลงเป็น “เงื่อนไขเชิงปฏิบัติ” ที่มีผลจริงต่อคุณภาพการเรียนรู้ การบริการ และการพัฒนาอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมของครูผู้สอนและลูกเรือ สร้างความยั่งยืนของแบรนด์ และความเชื่อมั่นของผู้โดยสารจากรุ่นสู่รุ่น

2.2.1.1 การกำหนดเป้าหมายและมาตรฐานการบริการขององค์กร ในบริบททางวัฒนธรรมและความคาดหวังของลูกค้า องค์กรได้กำหนดนโยบายที่เน้น “การบริการด้วยใจ” และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับผู้โดยสารอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกับตำแหน่งครูผู้สอน ซึ่งได้รับหน้าที่ไม่เพียงแต่ถ่ายทอดทักษะ แต่ต้องถ่ายทอด “ความเป็นไทย” ผ่านรอยยิ้ม

การไหว้ และภาษากายที่แสดงถึงความอบอุ่น สะท้อนจากคำสัมภาษณ์ของ “ครูตา” ที่ว่า “องค์กรกำหนดให้ครูทุกคนต้องจัดทำแผนพัฒนาตนเองรายปี รวมถึงเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมใหม่ ๆ เช่น การเรียนรู้เรื่อง cross-cultural communication เพื่อเข้าใจความหลากหลายของผู้โดยสาร” นโยบายองค์กรที่เน้นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานและผู้โดยสาร โดยให้ความสำคัญกับการบริการด้วยใจ มีการตั้งเป้าหมายด้านการพัฒนาคุณภาพในระยะยาว เช่น กำหนดนโยบายให้ครูต้องจัดทำแผนพัฒนาตนเองรายปี การเข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานบริการหรือการเรียนรู้เทคนิคใหม่ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ปรับนโยบายองค์กรเพื่อส่งเสริมความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย และ บูรณาการความรู้เรื่องอัตลักษณ์ไทยที่ช่วยสร้างความโดดเด่นในการแข่งขัน ให้สอดคล้องกับบริการระดับสากล และเน้นว่าการบริการอย่างไทย ต้องกลายเป็นจุดขายที่สะท้อน Soft Power และเพิ่ม Loyalty ของผู้โดยสารอย่างเป็นระบบ สร้างมาตรฐานที่สอดคล้องกับระดับสากล ทั้งด้านความปลอดภัยและการบริการ

2.2.1.2 การสนับสนุนทรัพยากร ถือเป็นเงื่อนไขเชิงระบบที่สำคัญอย่างยิ่ง องค์กรได้จัดหาเครื่องมือฝึกอบรมที่ทันสมัย เช่น Mock-up Cabin, Simulation Room, และ e-learning modules สำหรับครูผู้สอนและพนักงาน เพื่อให้สามารถจำลองสถานการณ์ได้ใกล้เคียงของจริงมากที่สุด รวมถึง งบประมาณและการเข้าถึง ผู้เชี่ยวชาญ จัดหาเครื่องมือ การจัดทำสื่อการเรียนรู้ เช่น เอกสาร คู่มือ หรือ เทคโนโลยีที่ช่วย และทรัพยากรที่เหมาะสม การรวบรวมองค์ความรู้จากประสบการณ์จริงมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ในองค์กร เช่น การจัดทำ SOP (Standard Operating Procedure) ช่วยวางแผนทางปฏิบัติและส่งต่อองค์ความรู้จากประสบการณ์จริงไปยังรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งครูผู้สอนจะต้องอาศัยเอกสารเหล่านี้ในการวางแผนการเรียนการสอน และปรับเนื้อหาให้ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้โดยสารที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ส่งเสริมการรับผิดชอบตนเองเป็นการสร้างเงื่อนไขให้ครูสามารถเริ่มต้นพัฒนาตนเอง รวมถึงการตั้งเป้าหมายรายบุคคลของครู พร้อมระบบประเมินเพื่อทบทวนความก้าวหน้าในการพัฒนาตนเอง ทั้งในด้านภาษา บุคลิกภาพ และเทคนิคการสื่อสารกับผู้โดยสารต่างชาติสะท้อนจากคำสัมภาษณ์ของ “ครูตุ้” ที่ว่า

“องค์กรให้เรามีพื้นที่ในการคิด วิเคราะห์ และออกแบบหลักสูตรใหม่ได้ โดยเอาเคสจริงจากที่เคยเจอมาเป็นตัวอย่างให้เด็กเข้าใจง่ายขึ้น นี่คือทุนความรู้ที่ไม่มีในตำรา”

2.2.1.3 นโยบายส่งเสริมอัตลักษณ์ไทย การถ่ายทอดอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยในบริบทของการบิน นับเป็นการถ่ายทอดคุณค่าและพิธีกรรมสู่การบริการระดับโลก การบินไทยมีบทบาทในการควบคุมการปฏิบัติ พฤติกรรมของพนักงานผ่านการถ่ายทอดความรู้

เกี่ยวกับพิธีกรรมและความเชื่อทางวัฒนธรรม ที่เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติ สร้างคนในองค์กรให้มีใจรัก มีความเข้าใจในสัญลักษณ์ของความภูมิใจ องค์กรให้ความสำคัญกับการถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยผ่านบริการอย่างเป็นระบบ โดยสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่ผสมผสานพิธีกรรมไทย (เช่น การไหว้, การพูดจานอบน้อม) กับมาตรฐานสากล (เช่น Safety Protocols และ Time Efficiency) โดย สร้างกระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรม ใส่ความรู้ ปลุกฝังแนวคิดที่ดีแก่ลูกเรือให้ส่งต่อถึงผู้โดยสาร และย้อนกลับมาสู่องค์กร ดังคำกล่าวของ “ครูตุ้ม” ว่า

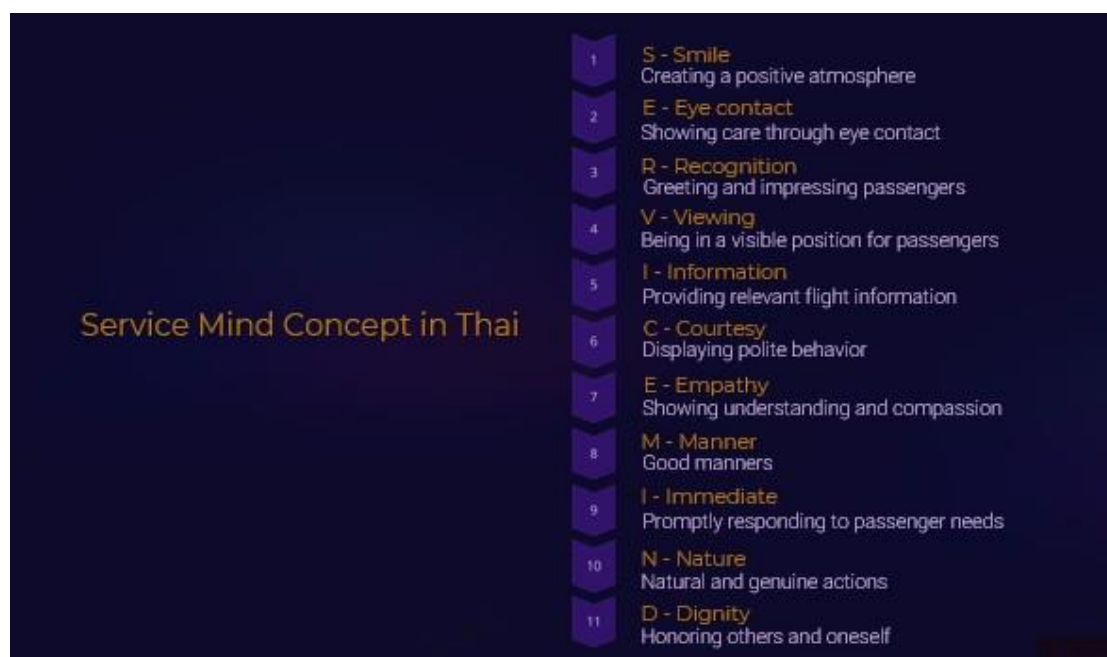
“สิ่งที่ครูผู้สอนเน้นย้ำเสมอมา คือ เอกลักษณ์ของการบินไทย แม้เวลาจะเปลี่ยนไป 60 กว่าปี โลกและเทคโนโลยี จะพัฒนา เปลี่ยนไปมากแค่ไหน หรือ คนจะเปลี่ยน Generation ไปแล้ว ก็ตาม แต่เรายังรักษา อัตลักษณ์ของการต้อนรับและการบริการอย่างไทยที่ส่งงามจากรุ่นสู่รุ่น จนเป็นความภูมิใจของสายการบินแห่งชาติ ของคนไทย”

สายการบินออกนโยบายที่สนับสนุนการสื่อสารเอกลักษณ์ไทยผ่านการบริการ การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในบริบทบริการ การสร้างความมั่นใจในทักษะเฉพาะตัว เช่น การสอนให้ครูพัฒนาการใช้สายตา น้ำเสียง และภาษากายที่สื่อถึงความจริงใจและความนอบน้อม ซึ่งสะท้อนถึงอัตลักษณ์ “บริการแบบไทย” ส่งเสริมให้ครูเรียนรู้การแปลความหมายของพฤติกรรมผู้โดยสารในแง่สัญลักษณ์ เช่น การสื่อสารด้วยสายตา รอยยิ้ม และน้ำเสียง เพื่อปรับบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคล โดยครูต้องเป็นผู้เริ่มต้นการเรียนรู้ด้วยตนเอง และรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ เช่น การพัฒนาทักษะด้านภาษาและการบริการ และการพัฒนาของครูผู้สอน โดยครูสะท้อนผลลัพธ์การสอนและปรับปรุงวิธีการให้สอดคล้องกับผู้เรียนและบริบทที่เปลี่ยนแปลง ช่วยให้ครูสามารถวิเคราะห์ความสำเร็จและจุดที่ต้องพัฒนาตนเองอย่างมีทิศทางและวัดผลได้ ทั้งยังตั้งเป้าหมายในการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถที่สอดคล้องกับมาตรฐานการบริการอย่างไทย นโยบายนี้ยังสะท้อนผ่านการอบรมเรื่อง Cultural Awareness และ Service Mind ที่ครูผู้สอนต้องเข้าใจและสามารถ “แปลความหมาย” ของพฤติกรรมผู้โดยสารได้ เช่น เข้าใจความเครียดผ่านสีหน้า หรือปรับน้ำเสียงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ เพื่อสร้างความสบายใจแก่ผู้โดยสารแสดงออกถึงความสุภาพและการให้ความสำคัญกับลูกค้า การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ไทยกับบริบทการบิน การให้ความสำคัญกับการ “สื่อสารเชิงสัญลักษณ์” อย่าง “ต่ายม” หรือ “การไหว้แบบไทย” ที่ยังคงใช้แม้ในยุคที่ต้องสวมหน้ากากอนามัย คือ ตัวอย่างของการพัฒนาอัตลักษณ์ภายใต้ข้อจำกัดใหม่ สร้างความแตกต่างที่จับต้องได้ นับเป็นการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง และสร้างมาตรฐานใหม่ของการบริการที่ตอบโจทย์ทั้งในแง่วัฒนธรรมและความคาดหวังของผู้โดยสาร เป็นการปรับตัวเพื่ออนาคต ปรับวัฒนธรรมไทยให้เข้ากับบริการมาตรฐานสากล เช่น การบริการที่

สุภาพและตรงเวลา รวมถึงการพัฒนานุคลิกภาพและกิริยามารยาท (Professional Etiquette) และสอนทักษะด้านการใช้ภาษาที่สุภาพ ท่าทางที่เหมาะสม

2.2.1.4 การสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดประสบการณ์จริงจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง
องค์กรสนับสนุนให้มีการถ่ายทอดประสบการณ์จริงจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง ครูผู้สอนสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ที่เกิดจากการฝึกฝน ผ่านการเรียนรู้จากตัวอย่างจริง รวมถึงการใส่ใจในรายละเอียดของผู้โดยสาร มีการจัดทำเอกสารหรือแนวทางการเรียนรู้เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ให้คนรุ่นใหม่ในองค์กร เพื่อสร้างความเป็นไทยในงานบริการ การใช้วัฒนธรรมไทยเป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่สะท้อนถึงการเรียนรู้ที่ปรับใช้แนวคิดสากลให้เข้ากับบริบทท้องถิ่น เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของผู้เรียน อีกทั้งยังแสดงถึง การเรียนรู้แบบชี้นำตนเองที่เกิดขึ้นในบริบทการทำงาน โดยใช้ประสบการณ์และความคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาตนเองและองค์กรอย่างต่อเนื่องในสถานการณ์ที่หลากหลาย การถ่ายทอดประสบการณ์ตรงและทักษะด้านการบริการให้กับคนรุ่นใหม่ในองค์กร รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจผ่านตัวอย่างเหตุการณ์จริง ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่ต้องอาศัยบริบทและสถานการณ์จริงในการพัฒนา จะเห็นได้จากการที่ครูผู้สอนได้อาศัยประสบการณ์จากการทำงานจริง การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Service Mind จนสามารถร่วมกันพัฒนา สร้างบทเรียน และการสอนให้ทันสมัย สอดคล้องกับประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้น ครูแสดงถึงการพัฒนานตนเอง โดยเน้นการสะท้อน การตั้งเป้าหมาย การเรียนรู้จากประสบการณ์ และการพัฒนาทัศนคติที่เป็นบวก สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ครูสามารถถ่ายทอดแนวคิด เรื่อง Service Mind เป็นแนวทางในการปลูกฝังจิตสำนึกในการบริการ ที่ได้ร่วมกันพัฒนาเพื่อใช้ฝึกอบรมพนักงานของการบินไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งต่ออัตลักษณ์การบริการอย่างไทย ไปยังรุ่นต่อไปได้อย่างยั่งยืน ครูผู้สอนได้นำสิ่งที่เรียนรู้มาปรับปรุงบริการ เช่น การใช้ ตายิ้ม หรือ ไหว้ เป็นจุดเด่นของการบริการในช่วงที่ลูกค้าต้องสวมหน้ากากอนามัยในเวลาปฏิบัติการ นับเป็นการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง และสร้างมาตรฐานใหม่ของการบริการที่ตอบโจทย์ทั้งในแง่ วัฒนธรรมและความคาดหวังของผู้โดยสาร เป็นการปรับตัวเพื่ออนาคต ปรับวัฒนธรรมไทยให้เข้ากับบริการมาตรฐานสากล เช่น การบริการที่สุภาพและตรงเวลา รวมถึงการพัฒนานุคลิกภาพและกิริยามารยาท และสอนทักษะด้านการใช้ภาษาที่สุภาพ ท่าทางที่เหมาะสม ดังจะเห็นได้จากการที่ครูผู้สอนใช้หลักการ Service Mind ในการถ่ายทอดทักษะการบริการและความปลอดภัย โดยมีความโดดเด่น ที่ไม่ได้หมายถึงเพียงการให้บริการที่เป็นเลิศ แต่ต้องสามารถสื่อสารและบังคับใช้มาตรการความปลอดภัยได้อย่างแนบเนียนและมีประสิทธิภาพ โดยการสร้างความไว้วางใจ ความร่วมมือ และการตอบสนองอย่างรวดเร็วในทุกสถานการณ์ สิ่งนี้สะท้อนถึงแนวคิด การผสมผสาน

ความปลอดภัยเข้ากับการบริการ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของการบินไทย ที่เน้นความเป็นมิตร ควบคู่กับ มาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก และเป็นความสามารถของครูผู้สอนในการสร้างสรรค์ภาษา กาย (Body Language) ร่วมกับการสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูด (Non-verbal Communication) ที่ สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย ดังภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 ความหมายของคำว่า Service Mind ของสายการบินไทย
ที่มา ผู้วิจัย

การฝึกอบรมนี้ผสมผสาน การบริการอย่างไทย และ ความปลอดภัยระดับสากล เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและได้รับการยอมรับในระดับสากล ทำให้ลูกเรือสามารถให้บริการอย่างอบอุ่นและปลอดภัยต่อผู้โดยสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเห็นได้ Service Mind ในการฝึกอบรมของลูกเรือการบินไทยเป็นการผสมผสาน การบริการอย่างไทย และ ความปลอดภัยระดับสากล เข้าด้วยกัน โดยครูผู้สอนถ่ายทอดแนวคิดว่าการบริการที่ดี คือ การดูแลผู้โดยสารอย่างปลอดภัยและอบอุ่น ลูกเรือได้รับการฝึกให้สามารถสื่อสารด้านความปลอดภัยได้อย่างแนบเนียน ผ่านความสุภาพ ความเข้าอกเข้าใจ และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้การบริการของการบินไทยมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสายการบินอื่น และได้รับการยอมรับในระดับสากล

2.2.1.5 การส่งเสริมให้ครูผู้สอนพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ครูผู้สอนสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และกระตุ้นให้ผู้เรียนรู้สึกปลอดภัย เสริมแรงจูงใจ

และมีความภาคภูมิใจในบทบาทการเป็นตัวแทนของความเป็นไทย ด้วยแนวคิด Self-Concept เช่น การเล่าประสบการณ์ที่สร้างแรงบันดาลใจ การยกตัวอย่างที่ทำให้ผู้เรียนเห็นภาพชัดเจนเกี่ยวกับ การบริการอย่างไทย และส่งเสริมการสร้างบรรยากาศการมีส่วนร่วมในห้องเรียน การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน โดยเห็นได้จากผลลัพธ์ที่พนักงานการบินไทยได้รับการฝึกฝนให้มีความมั่นใจในบทบาทของตนเองในการเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมไทย เน้นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย เช่น การดูแลผู้โดยสารอย่างนอบน้อม องค์กรกระตุ้นครูผู้สอนชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเป็นตัวแทนวัฒนธรรมไทยและบทบาทในฐานะผู้สร้างประสบการณ์ที่ดีให้ผู้โดยสาร เช่น การให้บริการด้วยรอยยิ้ม การไหว้ และการสื่อสารที่สุภาพ และการใช้ภาษาที่เหมาะสม การพัฒนานี้แสดงให้เห็นว่าพนักงานสามารถพัฒนาตนเองบนพื้นฐานของแนวคิดที่ได้รับการปลูกฝังจากครูฝึกอบรม รวมถึงความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย เช่น การเป็นทูตวัฒนธรรม ครูเน้นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย เช่น การใช้รอยยิ้ม การไหว้ และการดูแลผู้โดยสารอย่างนอบน้อม ช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจภายในให้พนักงานต้องการพัฒนาตัวเอง กระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้ เช่น การไหว้อย่างถูกต้อง การแสดงความนอบน้อม หรือการแสดงออกถึง บริการจากใจ ครูผู้สอนที่ผ่านการฝึกอบรมและเข้าใจวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง จะเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดแนวคิดและทักษะเหล่านี้สู่พนักงานรุ่นใหม่ ทำให้วัฒนธรรมการบริการที่เน้นความปลอดภัยและความใส่ใจถ่ายทอดต่อเนื่องและยั่งยืนในองค์กร ครูผู้สอนมีบทบาทในการสอนและสร้างแรงบันดาลใจให้กับรุ่นใหม่ เพื่อรักษาความเป็นไทยในระดับสากล เป็นการเชื่อมโยงการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถคิดวิเคราะห์และสร้างองค์ความรู้ใหม่จากสิ่งที่ได้เรียนรู้ อีกทั้งส่งเสริมครูผู้สอนสร้างโอกาสให้ผู้เรียนได้ฝึกปฏิบัติจริงในสถานการณ์จำลองหรือบนเครื่องบิน การใช้วาทกรรมที่สะท้อนถึงความนอบน้อม ส่งเสริมให้ครูผู้สอนใช้วิธีเล่าเรื่องราวและสถานการณ์จริงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการบริการ เช่น การสื่อสารด้วยน้ำเสียงที่อ่อนโยน และการใช้ภาษาที่เหมาะสม นำผู้เรียนเข้าอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาในสถานการณ์จริง การเล่าประสบการณ์ของครูผู้สอน เช่น การแก้ไขปัญหาฉุกเฉินบนเครื่องบิน ครูผู้สอนสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับสถานการณ์จริง นำประสบการณ์ตรง เช่น การจัดการกับสถานการณ์ผู้โดยสารที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม การจัดบริการให้กับผู้โดยสารในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือการแก้ปัญหาทันที่บนเครื่องบิน มาใช้เป็นตัวช่วยในการเรียนรู้ เช่น เล่าถึงการแก้ปัญหาผู้โดยสารที่ไม่พอใจกับอาหารที่ได้รับ โดยเน้นการดูแลด้วยใจและการปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด ครูสะท้อนถึงสิ่งที่เคยทำและวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงวิธีการถ่ายทอด เช่น การปรับการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียนรุ่นใหม่ที่มี

แนวคิดและพื้นฐานต่างจากรุ่นก่อน อีกทั้ง ครอบคลุมถึงการปรับการอบรมเรื่องบริการจากใจ ให้เข้ากับมาตรฐานความปลอดภัย (safety) และการบริการ (service) อย่างสมดุล ซึ่งเป็นการช่วยเสริมสร้างความเข้าใจในจุดเด่นและจุดที่ต้องพัฒนา เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ครูผู้สอนยังออกแบบ Home room ที่ไม่ใช่เพียงแค่การอบรมกฎระเบียบ แต่แฝงด้วยธรรมชาติหรือคำคมที่สร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเองของครูที่เกิดขึ้นได้ดีเมื่อมีความยืดหยุ่นในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้

2.2.1.6 การปรับปรุงหลักสูตรให้ทันสมัยตามมาตรฐานสากล (IATA, ICAO) การพัฒนาหลักสูตรตามมาตรฐานและอัตลักษณ์ไทยมีความสำคัญเพราะ มาตรฐาน IATA (International Air Transport Association) และ ICAO (International Civil Aviation Organization) นับเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยให้เนื้อหาและการฝึกอบรมมีความเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินในระดับโลก ดังคำกล่าวของ “ครูเม” ว่า

“การที่หลักสูตรของเราต้องอิงกับมาตรฐานของ IATA และ ICAO คือเพื่อให้ลูกเรือของเราสามารถให้บริการได้อย่างปลอดภัยและมีอาชีพในทุกสถานการณ์ ไม่ว่าจะบินไปประเทศไหน ก็มั่นใจได้ว่าเรามีมาตรฐานเดียวกับนานาชาติ”

ดังนั้นการปรับปรุงเนื้อหาให้ทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการบินจะช่วยรักษาความทันสมัยของหลักสูตร รักษาความน่าเชื่อถือและความปลอดภัย ของสายการบินในสายตาของผู้โดยสารจากหลากหลายประเทศ ช่วยพัฒนาเนื้อหาให้ทันสมัย เช่น การรับมือกับภาวะฉุกเฉินในเที่ยวบิน ความรู้เรื่องโรคอุบัติใหม่ และมาตรการการบินในภาวะวิกฤต เช่น COVID-19 สร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะเมื่อผลงานมาตรฐานสากลเข้ากับความประณีตแบบไทย นอกจากนี้ การนำ Case Study จริงมาบูรณาการในหลักสูตร ช่วยให้ผู้เรียนเห็นภาพสถานการณ์ชัดเจนและพัฒนาทักษะการตัดสินใจ เช่น การรับมือกับผู้โดยสารก้าวร้าว หรือการสื่อสารภายใต้ภาวะกดดัน

2.2.1.7 การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร เป็นกลยุทธ์ระยะยาวที่สำคัญในการพัฒนาครูผู้สอน และถ่ายทอดอัตลักษณ์บริการอย่างไทยให้สอดคล้องกับโลกสมัยใหม่ องค์กรได้วางแนวทางที่ชัดเจน ทั้งในด้านนโยบาย การจัดสรรทรัพยากร และการสร้างโครงสร้างสนับสนุน นโยบายองค์กรที่ส่งเสริมการพัฒนา สนับสนุนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผ่านเทคโนโลยี เช่น e-Learning จัดทำคู่มือ SOP (Standard Operating Procedures) ที่พิถีพิถันตามมาตรฐานความปลอดภัยเข้ากับอัตลักษณ์ไทย เช่น การให้บริการด้วย “ภาษากายที่สุภาพ” หรือ “น้ำเสียงนอบน้อม” ที่สะท้อนถึง Thai Hospitality การจัดการอบรมหรือกิจกรรมพัฒนาครู จัดให้มี

สื่อการเรียนรู้ เช่น เอกสาร คู่มือ หรือเทคโนโลยีที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ มีคู่มือ แนวทางปฏิบัติ และเอกสารอ้างอิงเกี่ยวกับอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย และแนวปฏิบัติที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ องค์การจัดหาทรัพยากรจากภายนอก เช่น เทคโนโลยี e-Learning หรือการจัดอบรมสนับสนุนด้านโครงสร้าง การใช้ การเรียนรู้ด้วยตนเอง ในการบริการอย่างไทยแสดงผ่านการพัฒนาตัวเองจากการฝึกอบรม การแก้ปัญหา และการถ่ายทอดความรู้จากครูสู่พนักงานรุ่นใหม่ และการปรับตัวต่อความท้าทายในบริบทจริงได้อย่างสมบูรณ์แบบ ส่งเสริมให้มีแบ่งปัน ประสบการณ์และแนวปฏิบัติที่ดีเช่น ใช้กรณีศึกษาจากครูรุ่นพี่หรือผู้เชี่ยวชาญด้านบริการ มาช่วย แบ่งปันประสบการณ์และสร้างความตระหนักถึงบทบาทสำคัญของการบริการในมุมมองระดับโลก ดังที่ “ครูดี๊ก” กล่าวว่า

“เครื่องมือในการพัฒนาความรู้และทักษะของลูกเรือ โดยมีการสร้างเพจ e-learning ที่เกี่ยวข้องกับการบริการ และการสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการบนเครื่องบิน เช่น การพูดภาษาอังกฤษกับผู้โดยสาร และการจัดการกับ case ต่างๆ บนเครื่องบิน...การปรับตัวและการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทักษะ ใหม่ๆ ที่จำเป็น ในการบริการอย่างไทย เช่น การใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์และฝึกฝนทักษะต่างๆ”

สิ่งนี้จะทำให้ลูกเรือและครูผู้สอนสามารถ เรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วย เทคโนโลยีดิจิทัลองค์กรต้องสร้างนโยบายสายการบินในการส่งต่อความรู้ มีการ ถ่ายทอดองค์ความรู้จากครูรุ่นพี่ผ่าน Coaching, Storytelling และการใช้กรณีศึกษา เช่น การรับมือผู้โดยสาร วิกฤติ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่เป็นที่ยอมรับและปฏิบัติตามในองค์กร ประสบการณ์ในการทำงาน เป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดผ่านการฝึกอบรมจากองค์กร สนับสนุนการพัฒนาทักษะครู ด้วยการจัดการอบรมหรือจัดกิจกรรมพัฒนาครู ส่งเสริมการเรียนรู้ มีคู่มือ แนวทางปฏิบัติ และเอกสาร อ้างอิงเกี่ยวกับอัตลักษณ์การบริการอย่างไทย เช่น การใช้ ภาษา การแสดงกิริยา มารยาท และแนวปฏิบัติที่เหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ครูผู้สอน ทำการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของความเป็นไทย เช่น ความ นอบน้อมและการดูแลใส่ใจซึ่งเป็นหัวใจของบริการ อีกทั้งมีการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการถ่ายทอดความรู้ผ่านบทเรียนจริงเพื่อเพิ่มพูนทักษะและความชำนาญในการบริการ ส่งเสริมให้ ครูใช้การทำ Coaching เพื่อส่งต่อประสบการณ์และทักษะจากการเล่าเรื่องราวและตัวอย่างจริง เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและรักษาอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยในงานบริการ รวมถึงสอนพนักงาน รุ่นใหม่ถึงวิธีปฏิบัติงาน เช่น การฝึกให้พนักงานเข้าใจถึงความสำคัญของมาตรฐานความปลอดภัย และการให้บริการที่เป็นเลิศ ซึ่งเป็นการส่งต่อองค์ความรู้จากครูรุ่นพี่ ทั้งยังมีการอบรมพนักงานให้

ปรับตัวตามวัฒนธรรมของผู้โดยสาร เช่น ความสุภาพและการใช้รอยยิ้มในบริบทที่เหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับการผสมผสานความเป็นไทยกับมาตรฐานสากลเช่น การสร้างโปรแกรมฝึกอบรมที่เน้น การบริการอย่างไทย โดยบูรณาการทั้งการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง เป็นเครื่องมือในการฝึกสอน เช่น การแสดงความอบอุ่นด้วยสายตาแม้ในช่วงที่ต้องสวมหน้ากาก การไหว้แบบไทยในบริบทที่เหมาะสม หรือการใช้ “เสียงนุ่ม” ในการให้คำแนะนำด้านความปลอดภัย เป็นตัวอย่างของการเชื่อมโยงระหว่าง Soft Skill และมาตรฐานสากล การใช้เทคโนโลยี และการสะท้อนตนเอง การสร้างการบริการอย่างไทย ผ่านอาหารและการบริการ ซึ่งครูผู้สอนมีการตั้งเป้าหมายและการปรับตัว โดยต้องฝึกฝนตัวเองให้เข้าใจวัฒนธรรมของผู้โดยสารหลากหลายชาติ และเรียนรู้ที่จะปรับตัวให้บริการได้ตรงใจลูกค้าแต่ละคน การแลกเปลี่ยนความรู้กับครูผู้สอนหรือเพื่อนร่วมงานช่วยเสริมสร้างวิธีการสอนใหม่ๆ เช่น การทำงานร่วมกันช่วยให้ครูเข้าใจมุมมองที่หลากหลาย และพัฒนาวิธีแก้ปัญหาให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร การใช้ประสบการณ์และการเรียนรู้จากสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น การแก้ไขปัญหาฉุกเฉิน การปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมของผู้โดยสารแต่ละชาติ และการเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในอดีต สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้ด้วยตนเองที่มีแรงจูงใจมาจากภายในของครูที่ต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยครูจะนำประสบการณ์จริงมาถอดบทเรียน และนำกลับไปปรับปรุงการฝึกอบรม และพัฒนาทักษะตลอดเวลา ดังที่ “ครูต้อง” ให้สัมภาษณ์ว่า

“การเรียนรู้แบบ self-learning เป็นวิธีการที่ดีในการพัฒนาทักษะการบริการ และสามารถปรับตัวเข้ากับการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ..การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการนำประสบการณ์นั้นมาสอนให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีในตำรา แต่มีความสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการบริการ”

นอกจากนี้ การที่ผู้ให้บริการต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เช่น ความผิดพลาดในการจัดเสิร์ฟอาหาร หรือการรับมือกับผู้โดยสารที่มีพฤติกรรมไม่เหมาะสม การนำ case ที่เกิดข้อผิดพลาดบนเที่ยวบินมาเป็นกรณีศึกษาในห้องเรียน เพื่อให้ผู้เรียนเห็นความสำคัญของการตัดสินใจที่ถูกต้อง ถือเป็นตัวอย่างของการเรียนรู้แบบ Problem-Based Learning ของครูผู้สอนที่กระตุ้นความคิดวิเคราะห์ (Critical Thinking) และการค้นหาวิธีแก้ปัญหาด้วยตัวเอง บรรยายภาคการเรียนรู้ สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมมีความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้จากเพื่อนร่วมวิชาชีพ ดังคำให้สัมภาษณ์ของ “ครูตอง” ที่ว่า

“บางครั้ง เรานำเหตุการณ์ที่พลาดในการเสิร์ฟหรือการจัดที่นั่งมาเป็น case ให้เด็กเรียนรู้ เช่น ถ้าคุณเจอเหตุการณ์แบบนี้ คุณจะจัดการอย่างไร เพื่อไม่ให้ผู้โดยสารเสียความรู้สึก”

รวมถึงการจัดให้มี Workshop, Peer Learning และชุมชนแห่งการเรียนรู้ (Learning Community) ภายในหน่วยฝึกอบรม เป็นการส่งเสริมให้ครูผู้สอนแลกเปลี่ยนแนวทางการสอนและปรับปรุงกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตช่วยรักษามาตรฐานความเป็นมืออาชีพ

การปรับปรุงหลักสูตรตามมาตรฐานสากล และการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในองค์กร คือสองกลยุทธ์ที่เกื้อหนุนกันในการสร้าง “ครูผู้สอนที่มีคุณภาพ” และ “พนักงานบริการที่มี Thai Touch” ครอบคลุมทั้งในด้านความปลอดภัย (Safety), การบริการ (Service) และความสามารถในการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม (Cultural Sensitivity) การผสมผสานเทคโนโลยี การเรียนรู้ด้วยตนเอง และการถ่ายทอดประสบการณ์ คือแนวทางสำคัญที่จะรักษาอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยให้เท่าทันโลก และตอบสนองความคาดหวังของผู้โดยสารในอนาคต

2.2.2 เจาะลึกด้านคุณสมบัติของผู้สอน

ในบริบทของสายการบินที่เน้นความเป็นเลิศด้านบริการอย่างไทย “ครูผู้สอน” มิใช่เพียงผู้ถ่ายทอดทักษะการบริการทั่วไป แต่เป็นผู้สืบทอดและส่งต่ออัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยที่ผสมผสานเข้ากับมาตรฐานสากลอย่างแยบยล บทบาทของครูผู้สอนจึงต้องอาศัยคุณสมบัติที่มากกว่าความรู้เชิงวิชาการ หากแต่ต้องประกอบด้วยประสบการณ์ตรง ความเข้าใจเชิงลึกในงานบริการ และทักษะในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และออกแบบการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับบริบทของการบินอย่างแท้จริง การปลูกฝังการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินไม่สามารถทำได้เพียงด้วยคู่มือหรือหลักสูตรสำเร็จรูป หากแต่ต้องอาศัยประสบการณ์จริงที่สั่งสมและตกผลึกจนกลายเป็นความรู้เชิงลึก (Tacit Knowledge) ที่ครูผู้สอนสามารถนำมาถ่ายทอดอย่างมีชีวิตชีวาและเป็นรูปธรรม ความสามารถในการเชื่อมโยงสถานการณ์จริงกับการเรียนรู้ ผ่านการจำลองสถานการณ์ ฝึกปฏิบัติ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์จึงเป็นหัวใจสำคัญของผู้สอนในยุคใหม่

การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญเป็นสิ่งสำคัญ โดยครูผู้สอนควรมีประสบการณ์ตรงในการการทำงานในตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินไม่น้อยกว่า 10 ปี เนื่องจากประสบการณ์ตรง ช่วยให้ผู้สอนเข้าใจความท้าทายในการทำงานจริง อีกทั้งการเผชิญสถานการณ์หลากหลายช่วยสร้างคลังความรู้เชิงประสบการณ์ และการผ่านมาตรฐานสากลช่วยรับประกันคุณภาพการสอนในระดับนานาชาติ มีความเชี่ยวชาญในการจัดการ

สถานการณ์ฉุกเฉินบนเครื่องบิน สร้างการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง เน้นการปฏิบัติจริง ส่งเสริมให้ครูได้ทดลองทำงานในสถานการณ์จริง หรือฝึกซ้อมในสถานการณ์จำลอง (simulation training) สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียน มีความจำเป็น เพราะห้องจำลองสถานการณ์บนเครื่องบิน (Mock-up Cabin) จะช่วยสร้างประสบการณ์ใกล้เคียงสถานการณ์จริง ช่วยเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น การจัดการกับผู้โดยสารที่ไม่พอใจ การบริการผู้โดยสารพิเศษ หรือสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อให้ครูผู้สอนมีโอกาสเผชิญสถานการณ์จริงและค้นหาวิธีแก้ปัญหา ครูผู้สอนเก็บรวบรวมข้อมูลจากประสบการณ์จริง บันทึกเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการให้บริการบนเครื่องบิน นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มาวิเคราะห์เชิงลึก เพื่อค้นหาประเด็นสำคัญและรูปแบบที่เกิดขึ้นซ้ำๆ ซึ่งจะช่วยให้ครูผู้สอนสามารถเข้าใจถึงปัญหาได้ดียิ่งขึ้น และจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ครูผู้สอนสามารถสร้างทฤษฎีที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์จริง หรือแนวทางการสอนที่เหมาะสมกับพนักงานบริการบนเครื่องบินได้ ครูผู้สอนนำทฤษฎีที่สร้างขึ้นไปใช้ในการสอนพนักงานบริการบนเครื่องบิน โดยเน้นการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง การเรียนรู้จากตัวอย่าง การสังเกตเพื่อนร่วมงาน และการฝึกปฏิบัติ การพัฒนาโดยใช้ประสบการณ์จริงของครูผู้สอนการบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน เห็นได้จาก แนวทางการบริการจากใจ (Thai Touch) ที่ให้บริการด้วยความอบอุ่น อ่อนโยน และความอบอุ่นนั้น มีการถ่ายทอดอย่างชัดเจนจากรุ่นพี่ไปยังรุ่นน้อง ซึ่งเป็นพื้นฐานของการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง (Experiential Learning) โดยลูกเรือสามารถนำประสบการณ์นี้ ไปปรับใช้เพื่อพัฒนา การทำงานของตนเอง ส่งเสริมให้ครูใช้ Role-Playing การสร้างกรอบความรู้และประสบการณ์ใหม่ ออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมครูผู้สอน สอนหลักการบริการอย่างไทยที่ผสมผสานกับมาตรฐานสากล ด้วยเทคนิคการเรียนรู้จากกรณีศึกษา และสถานการณ์จำลอง เช่น การดูแลผู้โดยสารที่มีความต้องการพิเศษ วิเคราะห์ประสบการณ์ของครูผู้สอนในบริบทการบินไทยและสร้างความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมไทย จัด Workshop การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Peer Learning) รวบรวมข้อมูลจากการเรียนรู้ทั้งหมด เช่น ความคิดเห็นของผู้โดยสาร ผลการประเมินประสิทธิภาพการบริการ เพื่อพัฒนากระบวนการฝึกอบรมต่อไป หลังจากนำทฤษฎีไปใช้ในการสอนแล้ว ครูผู้สอนทำการประเมินผลการเรียนรู้ของพนักงานและปรับปรุงทฤษฎีหรือแนวทางการสอนให้เหมาะสมกับสถานการณ์และความต้องการของพนักงานบริการบนเครื่องบินต่อไป จะเห็นได้ว่าครูผู้สอนวิเคราะห์ประสบการณ์การทำงาน เช่น ปัญหาที่เคยพบและวิธีการแก้ไข เพื่อนำมาใช้ปรับปรุงการสอน เช่นการปรับวิธีการสอนเรื่องมารยาทไทยให้เข้าใจง่ายขึ้นสำหรับลูกเรือรุ่นใหม่ ครูผู้สอนตั้งเป้าหมายพัฒนาผู้เรียนให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ไทยและ

มอบบริการที่ประทับใจในระดับสากล เช่น การสร้างกระบวนการสอนที่เน้นความสำคัญของ Service Mind อย่างครบถ้วน นอกจากนี้ครูผู้สอนยังเรียนรู้จากรุ่นพี่และเพื่อนร่วมงาน เพื่อพัฒนาวิธีการสอนที่เหมาะสมและตอบโจทย์ เช่น การรับฟังคำแนะนำจากครูรุ่นเก่าเกี่ยวกับการถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทย และครูผู้สอนมองว่าการพัฒนาตนเองไม่มีที่สิ้นสุด โดยใช้โอกาสทุกครั้งที่มิเพื่อเรียนรู้และเติบโต นับเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ตลอดชีวิต เช่น การอ่านหนังสือเกี่ยวกับการบริหารคน เช่น “How to Win Friends and Influence People” เพื่อพัฒนาทักษะเพิ่มเติม ดังที่สะท้อนจากคำบอกเล่าของ “ครูตึก” ผู้ให้สัมภาษณ์ว่า

“การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการนำประสบการณ์นั้นมาสอนให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีในตำรา แต่มีความสำคัญในการพัฒนาความสามารถในการบริการ...สอนเรื่องประสบการณ์ที่พี่เล่าว่ามันเกิดอะไรขึ้นจากตรงนั้นมันไม่มีในหนังสือไม่มีตำราแต่มันอยู่ที่ตัวฉัน...คำว่าประสบการณ์เนี่ยแต่ละcase ที่เข้ามามันสั่งสมมาเรื่อย ๆ บางทีพี่ว่า 10ปียังน้อยไปเลยนะ ในการทำงานที่พี่จะเป็นครูเนอะ สิ่งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้ประสบการณ์และการเรียนรู้ด้วยตนเองในการพัฒนาการสอนการบริการอย่างไทย ให้เราถ่ายทอดความรู้และทักษะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ... การเรียนรู้แบบ self-learning เพื่อพัฒนาการสอนการบริการอย่างไทยนั้น จำเป็นต้องมีการปลูกฝังอยู่ในพนักงานทุกระดับในองค์กร”

2.2.3 เจาะลึกการสร้างแรงจูงใจภายใน

2.2.3.1 สร้างความตระหนักถึงบทบาทตัวแทนวัฒนธรรมไทยของผู้ปฏิบัติงาน การเชื่อมโยงคุณค่าของวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานสากล การยกย่อง ให้คำชมเชยจากผู้โดยสารและองค์กร การยกย่องและให้ Feedback เชิงบวก เพื่อสร้างความมั่นใจในตนเองและแรงผลักดันในการพัฒนา การให้ feedback อย่างสร้างสรรค์หลังจากฝึกอบรม เพื่อปรับปรุงพฤติกรรมและทักษะของครูให้สอดคล้องกับมาตรฐานการบริการอย่างไทย การเห็นความสำเร็จจากการสร้างความประทับใจแก่ผู้โดยสารการเล่าเรื่องราวที่สร้างแรงบันดาลใจจากประสบการณ์การบริการจริง ครูผู้สอนรุ่นอาวุโสเล่ากรณีศึกษา เช่น การสร้างความประทับใจให้ผู้โดยสารจนเกิดความไว้วางใจในสายการบิน หรือการแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การรับมือกับผู้โดยสารที่ต้องการความช่วยเหลือพิเศษ ดังคำกล่าวของ “ครูตาล” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งที่ว่า

“เราสอนให้ลูกเรือเฝ้าสังเกตและใส่ใจผู้โดยสาร วันหนึ่งระหว่างเดินตรวจในห้องโดยสาร สังเกตเห็นผู้โดยสารคนหนึ่งไม่ได้ทานอาหาร จึงเข้าไปสอบถาม ทราบว่าเขาท้องเสียจากการทานอาหารข้างทาง และรู้สึกไม่สบาย เราจึงจัดหาชุปูน ๆ จากชั้นหนึ่ง พร้อมยาและน้ำให้

ด้วยความใส่ใจและประณีตในการจัดวาง จนผู้โดยสารประทับใจ นี่คือน้ำใจที่การบินไทยปลูกฝังให้กับลูกเรือทุกคน—การดูแลด้วยหัวใจมากกว่าแค่หน้าที่”

2.2.3.2 การปลูกฝังความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย เช่น การไหว้ การยิ้ม และการพูดจาที่อบอุ่น การปลูกฝังความภาคภูมิใจ เป็นการกระตุ้นให้รุ่นใหม่เห็นคุณค่าของตนเองว่าเป็นตัวแทนของประเทศไทย (Ambassador) สร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเองและสืบสานอัตลักษณ์ไทย การสะท้อนความภูมิใจในอาชีพและการเป็นตัวแทนของประเทศไทยผ่านการบริการอย่างไทย ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญในการพัฒนาตัวเองในงานบริการ เพื่อให้ครูผู้สอนของการบินไทย ได้ถ่ายทอด มาตรฐานทั้งความเป็นไทยและมาตรฐานความปลอดภัยให้ฝังอยู่ในจิตใจของลูกเรือ ไปสู่ผู้โดยสาร รวมทั้งคนในสังคมไทย ที่ชื่นชมการส่งผ่านความภาคภูมิใจนี้ สู่นายตาชาวโลก จึงจำเป็นที่การบินไทยต้องให้ความสำคัญกับ การสร้างบุคลากร ต้องสร้างครู ที่มีจิตสำนึก มีกระบวนการถ่ายทอดความรู้ และปลูกฝัง ความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ ความเป็นชาติ ทั้งความเชื่อทางศาสนา วัฒนธรรมไทย ความเป็นไทย นับเป็นการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนและมีคุณค่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการเรียนรู้ด้วยตนเอง ดังคำกล่าวของ “ครูแจจ” ผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งที่ว่า

“การฝึกอบรมพนักงานใหม่ เราจะเน้นที่การสร้างจิตสำนึกในการบริการที่ดี ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำในการพูดจา ท่าทางการยืน หรือแม้แต่การแต่งกาย นอกจากนี้ยังมีการสอนเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีไทย เพื่อให้พนักงานสามารถถ่ายทอดความเป็นไทยให้กับผู้โดยสารได้อย่างถูกต้อง”

การสร้างเงื่อนไขการเรียนรู้ของครูผู้สอนต้องอาศัยการสนับสนุนจากองค์กร การพัฒนาทักษะการสื่อสาร การปลูกฝังอัตลักษณ์ไทย การใช้เทคนิคการเรียนรู้ที่ทันสมัย และการประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ครูสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ได้อย่างมีคุณภาพและเสริมสร้างมาตรฐานการบริการที่เป็นเลิศ

2.3 ผลลัพธ์ที่เกิดจากการผสมผสานเงื่อนไขและกลยุทธ์

การผสมผสานเงื่อนไขและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น ทำให้เห็นผลลัพธ์ที่ จะตามมา ดังนี้

2.3.1 ผลต่อคุณภาพการบริการ

การยกระดับมาตรฐานการบริการบนเครื่องบินที่สะท้อนความเป็น “ไทย” ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นการปลูกฝังอัตลักษณ์ไทย

ที่โดดเด่น เช่น การแสดงออกผ่านรอยยิ้มและการไหว้ ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญ นอกจากนี้ ยังมีการสร้างเงื่อนไขที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะของครูผู้สอน และการนำเทคนิคการเรียนรู้ที่ทันสมัยมาใช้ เพื่อเสริมสร้างความสามารถให้กับลูกเรือในการให้บริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและโดดเด่นในระดับนานาชาติ การให้ความสำคัญกับรายละเอียดทางวัฒนธรรม เช่น การไหว้ การยิ้ม และการใช้ภาษาที่สุภาพ เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าในประสบการณ์ของผู้โดยสาร ส่งผลให้ผู้โดยสารมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ และเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ขณะเดียวกัน ลูกเรือก็สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและแสดงความเป็นมืออาชีพในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ การถ่ายทอดองค์ความรู้ และทักษะเหล่านี้ผ่านครูผู้สอนที่มีความเชี่ยวชาญและสามารถปรับเปลี่ยนวิธีการสอนให้เหมาะสมกับคนรุ่นใหม่ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นพลังในการเรียนรู้และสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์สายการบินไทย การส่งเสริมการบริการอย่างไทยที่เน้นความสุภาพ อ่อนโยน และใส่ใจในรายละเอียด ช่วยสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ผู้โดยสาร ซึ่งนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและเพิ่มความภักดีต่อแบรนด์ในระยะยาว

นอกจากนี้ การออกแบบกระบวนการเรียนรู้ที่ทันสมัย เช่น การใช้บทบาทสมมติ (Role-Playing) และการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง (Experiential Learning) ช่วยให้ผู้เรียนสามารถรับมือกับสถานการณ์ที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นการพัฒนาความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับ ความแตกต่างระหว่างรุ่น เนื่องจากผู้เรียนในยุคปัจจุบันอาจมีแนวคิดและพื้นฐานที่แตกต่างจากรุ่นก่อน ครูผู้สอนจึงต้องมีความยืดหยุ่นและปรับวิธีการถ่ายทอดความรู้ให้เหมาะสมกับผู้เรียนทุกกลุ่ม เพื่อให้การเรียนรู้เกิดประสิทธิผลสูงสุด สะท้อนจาก คำกล่าวของ **ครูจา** ว่า

“การฝึกอบรมที่เน้นทั้งทักษะการบริการและความปลอดภัย การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง การสะท้อนประสบการณ์ที่ชัดเจน รวมถึงการสนับสนุนจากองค์กร สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ครูผู้สอนถ่ายทอดอัตลักษณ์และมาตรฐานสากลได้อย่างกลมกลืน ทำให้ลูกเรือมีความมั่นใจ และพร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างมืออาชีพ ซึ่งนำไปสู่คุณภาพบริการที่โดดเด่นและความพึงพอใจของผู้โดยสารในระดับสากล”

2.3.2. ผลต่อความปลอดภัย

แม้ว่าภาพจำของการบริการอย่างไทยจะเน้นความอ่อนน้อมและอบอุ่น แต่แท้จริงแล้ว สิ่งเหล่านี้เป็น “เครื่องมือเชิงวัฒนธรรม” ที่เสริมการสื่อสารด้านความปลอดภัยอย่างมีประสิทธิภาพ การฝึกอบรมที่เน้นทั้งด้าน Service Mind และมาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก

(IATA, ICAO) ช่วยให้ลูกเรือสามารถสื่อสารอย่างมั่นใจ รวดเร็ว และอ่อนโยนในสถานการณ์ที่อาจมีความตึงเครียด เช่น Turbulence หรือ Emergency Landing ลูกเรือสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพในทุกสถานการณ์ ตอบสนองต่อเหตุการณ์ฉุกเฉิน เทคนิคเช่น Immediate Response และ Eye Contact ที่ช่วยให้ลูกเรือสามารถสังเกต อ่านสถานการณ์ ผิดปกติจากสีหน้าและพฤติกรรมของผู้โดยสารได้อย่างทันที่ และตอบสนองต่อสถานการณ์ ผิดปกติได้อย่างรวดเร็ว ลดความเสี่ยงและเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้โดยสาร การใช้ภาษากายและ น้ำเสียงที่สุภาพและมั่นใจช่วยให้ผู้โดยสารเข้าใจมาตรการความปลอดภัยได้ดีขึ้น และพร้อมให้ ความร่วมมือในสถานการณ์ฉุกเฉิน เป็นการสื่อสารด้านความปลอดภัย แม้จะมีการฝึกอบรม แต่ บางสถานการณ์อาจเกิดแรงกดดันสูง ครูต้องเตรียมวิธีรับมือเพื่อช่วยลดความเครียดของลูกเรือ สะท้อนจากคำกล่าวของ **ครูปอง** ว่า

“เมื่อครูเน้นการฝึกปฏิบัติจริง การสร้างสถานการณ์จำลอง จากประสบการณ์ และการประเมินอย่างต่อเนื่องรวมทั้ง การปลูกฝังวัฒนธรรมความเป็นไทยและมาตรฐานสากล จะมีผลที่สำคัญต่อความปลอดภัย ลูกเรือสามารถตัดสินใจและรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่าง มั่นใจและเป็นระบบ ขณะเดียวกันก็ถ่ายทอดมารยาทและจิตบริการอย่างเป็นธรรมชาติ ส่งเสริมให้ การเรียนรู้ด้านความปลอดภัยไม่ใช่เพียงทฤษฎี แต่เป็นทักษะที่ฝังอยู่ในตัวตนของลูกเรืออย่าง แท้จริง”

2.3.3. ผลต่อครูผู้สอน

ครูผู้สอนถือเป็นหัวใจของการถ่ายทอดทั้งองค์ความรู้และอัตลักษณ์ โดยได้รับการ สนับสนุนจากองค์กรผ่าน นโยบาย Self-Reflection, Workshop, Learning by doing และ Experiential Learning ซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจและประสิทธิภาพในการออกแบบการสอน ช่วยให้ ครูผู้สอนสามารถพัฒนาทักษะตนเองและปรับปรุงวิธีการถ่ายทอดได้อย่างต่อเนื่อง สามารถรักษา มาตรฐานของบริการแบบไทยในระดับสากลได้อย่างยั่งยืน ดังคำให้สัมภาษณ์ของ “ครูติ”ว่า

“การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง และการนำประสบการณ์นั้นมาสอนให้กับ ผู้อื่น มันไม่มีในหนังสือ แต่มันอยู่ที่ตัวฉัน”

และครูผู้สอนที่ได้รับการยกย่องจากองค์กรจะมีแรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง และสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับลูกเรือรุ่นใหม่ การปลูกฝังอัตลักษณ์ไทย ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและความภาคภูมิใจในบทบาทของครูผู้สอน ในฐานะตัวแทนของวัฒนธรรมไทยในระดับสากล ครูผู้สอนยังมีบทบาทในการเชื่อมโยงองค์ความรู้กับแนวทางการสอนที่เข้าใจโลกของคนรุ่นใหม่

ใหม่ พร้อมทั้งพัฒนาเครื่องมือการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับบริบทจริง อย่างไรก็ตาม แม้ระบบการพัฒนาจะดีเพียงใด แต่หากขาดการจัดการภาระงานที่เหมาะสมครูผู้สอนอาจมีภาระงานเพิ่มอาจทำให้เกิดความเหนื่อยล้าและส่งผลกระทบต่อคุณภาพการสอนได้ เนื่องจากต้องรับผิดชอบงานหลายด้าน เช่น การออกแบบหลักสูตร ผูกอบรม และประเมินผล ซึ่งอาจนำไปสู่ความเหนื่อยล้า หากไม่มีระบบสนับสนุนที่ดีจากองค์กร

2.3.4. ผลต่อองค์กรสายการบิน

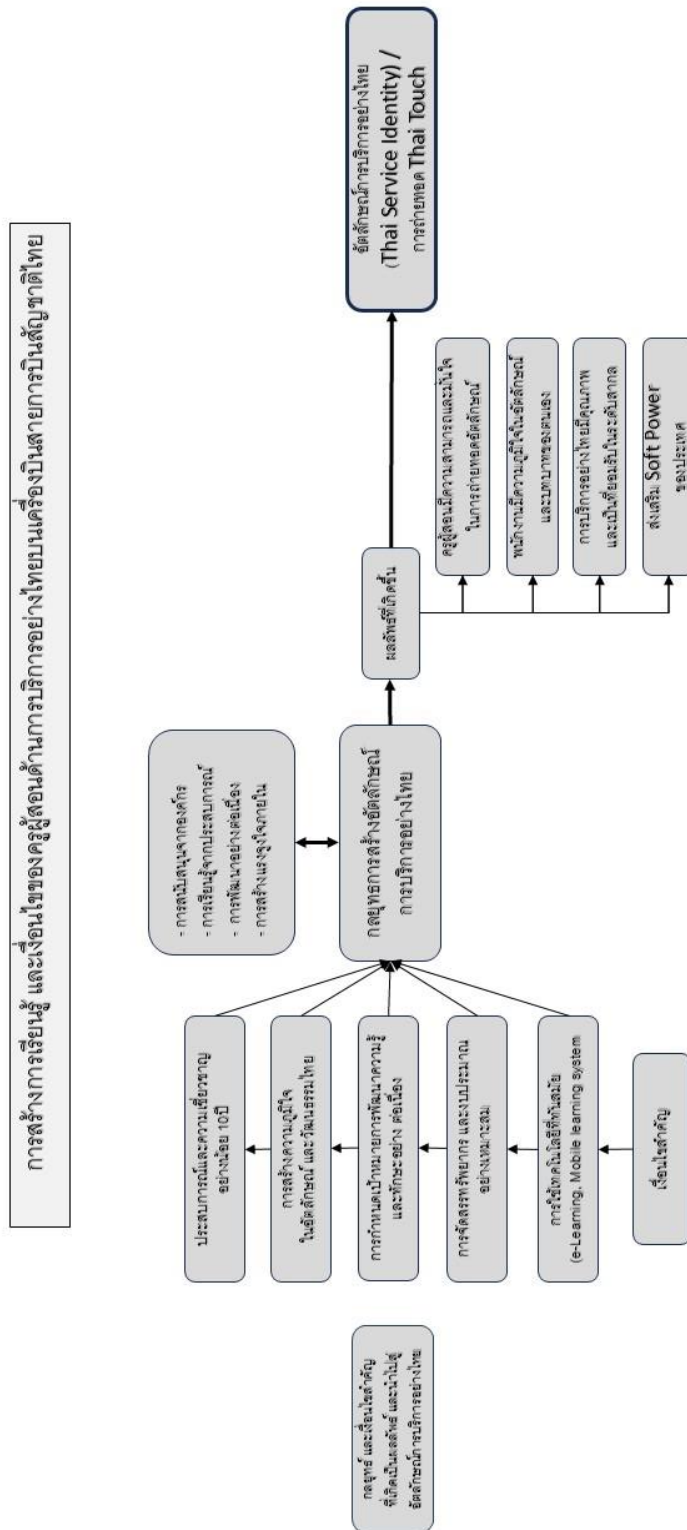
ในเชิงกลยุทธ์ องค์กรสามารถใช้การบริการอย่างไทยเป็นจุดขายที่โดดเด่นในระดับโลก โดยเฉพาะเมื่อผสานกับมาตรฐานสากล กลายเป็น “DNA ของแบรนด์” ที่มีคุณค่าทั้งในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม การผสมผสานอัตลักษณ์ไทยเข้ากับมาตรฐานระดับโลกช่วยให้สายการบินสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นในตลาดโลก เป็นส่วนหนึ่งของสร้างจุดเด่นในการแข่งขัน ความพึงพอใจของผู้โดยสารนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำ และส่งเสริมชื่อเสียงของสายการบินในฐานะผู้นำด้านบริการ ช่วยเพิ่มรายได้และชื่อเสียง รวมถึงระบบแรงจูงใจ เช่น รางวัลและโอกาสก้าวหน้าในสายงาน สิ่งเหล่านี้ช่วยรักษาครูผู้สอนและลูกเรือที่มีคุณภาพไว้กับองค์กร อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับเทคโนโลยี เช่น Simulation, Mock-up Cabin และ e-Learning ช่วยให้การฝึกอบรมทันสมัยและตอบโจทย์ผู้เรียนยุคใหม่ ซึ่งอาจมีค่าใช้จ่ายสูง นับเป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนในการฝึกอบรม ที่องค์กรต้องบริหารจัดการงบประมาณอย่างเหมาะสม และพิจารณาผลตอบแทนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว แต่ผลลัพธ์ที่เด่นชัดคือ การบริการอย่างไทยกลายเป็น Soft Power ที่สร้างทั้งมูลค่าแบรนด์ และ ความเชื่อมั่นจากผู้โดยสาร พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า สะท้อนจากคำกล่าวของ “ครูปา” ว่า

“การฝึกอบรมที่เน้นทั้งทักษะวิชาชีพและอัตลักษณ์องค์กร การเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติจริง การสะท้อนประสบการณ์ และการสนับสนุนจากองค์กร จะมีผลที่ชัดเจนต่อองค์กรสายการบิน ทั้งการพัฒนาคุณภาพบริการที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การสร้างความผูกพันและความภาคภูมิใจในวิชาชีพของบุคลากร ทำให้อัตลักษณ์ของสายการบินโดดเด่นในตลาดโลก ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างภาพลักษณ์ของสายการบิน”

จะเห็นได้ว่า กลยุทธ์และเงื่อนไขเหล่านี้มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพของบริการ ความปลอดภัย ครูผู้สอน และองค์กรสายการบิน โดยช่วยสร้างมาตรฐานใหม่ของ Service Mind ที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทยเข้ากับมาตรฐานระดับโลก อย่างไรก็ตาม องค์กรต้อง

เตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทาย เช่น ความแตกต่างระหว่างรุ่น ต้นทุนในการฝึกอบรม และแรงกดดันในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อให้ผลลัพธ์เหล่านี้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน





ภาพประกอบ 5 สรุป การสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของผู้สอนด้านการบริการอย่างไทย บนเครื่องเป็นสายการบินสัญชาติไทย

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการสร้างการเรียนรู้ของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย โดยใช้การวิเคราะห์วาทกรรมเพื่อทำความเข้าใจถึงอัตลักษณ์ของการบริการและเงื่อนไขที่ส่งเสริมการเรียนรู้ในบริบทนี้ โดยมุ่งเน้นคุณค่า (Axiology) การแสดงถึงค่านิยม ที่มีมุมมองต่อความเป็นไทย นั้น ว่าการบริการอย่างไทยมีคุณค่า มีความเป็น ชาติ มีความเป็นไทย สอดแทรกไว้ มีวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ที่น่าดู น่าชมแฝงอยู่มากมาย เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ต้องดำรงรักษา หาไม่ได้ในตำรา ไม่ใช่เรื่องของวัตถุนิยมอย่างดี แต่มีคุณค่าทางจิตใจ ตามการตีความของแต่ละคน เป็นงานสร้างความรู้ชุดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของคนที่ให้บริการบนเครื่องบิน โดยชุดความรู้ที่เรียกว่าการบริการอย่างไทย (Service Embracing Thainess) ถือเป็นงานพัฒนาศึกษาศาสตร์ ภายใต้การพัฒนาที่ทุกงานบริการ ทุกกิจกรรม ทุกธุรกิจ มุ่งที่จะใช้หลักคิด ทฤษฎี และวิถีปฏิบัติแบบสากล (ตะวันตก) แต่ลักษณะงานบริการของสายการบินไทย ยังสามารถชูเอกลักษณ์ ความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี และเป็นการสร้างความรู้ใหม่ ที่รู้เท่าทันการพัฒนา อย่างสร้างสรรค์ บนพื้นฐานของสิทธิ เสรีภาพ ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ การพึ่งพาตนเอง และความเป็นธรรมในสังคม เพื่อเป็นทางเลือก บนพื้นฐานของความทันสมัยของการบริการ และสามารถทำในสิ่งที่เป็นเรื่อง ของจิตใจ ผ่านกระบวนการที่เรียกว่าการบริการอย่างไทย ซึ่งถือเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง ทั้งทางด้านการเสริมสร้างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศไทย ที่มีการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลัก เพราะการบริการอย่างไทยเป็นการบริการที่แตกต่าง เน้นความคานความหมาย เน้นอุนิยม ที่สามารถสร้างการแข่งขันในตลาดโลกได้ ถ้าเรายังคงส่งต่อการบริการอย่างไทย ไปถึงคนรุ่นต่อไป

1. สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของครูผู้สอนในฐานะผู้ควบคุมความรู้และถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยผ่านกระบวนการฝึกอบรมอย่างมีระบบ โดยเน้นย้ำว่าการบริการอย่างไทยไม่ได้เป็นเพียงทักษะการบริการที่ฝึกฝนได้เท่านั้น แต่เป็นการสร้างตัวตน (subjectivity) ที่สะท้อนวัฒนธรรม อารมณ์ ร่างกาย และอำนาจสถาบันไปพร้อมกัน

อัตลักษณ์ไม่ได้เป็นเพียงภาพลักษณ์ที่สวยงาม หากแต่เป็นระบบวาทกรรมที่ผ่านการจัดการอย่างซับซ้อน ครูผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้ควบคุมวาทกรรมนี้อย่างเป็นระบบ สื่อสารและ

ผลิตซ้ำ อัตลักษณ์และค่านิยมขององค์กรผ่านร่างกายของผู้เรียน โดยอาศัยแนวคิดของ Foucault ที่ว่า "อำนาจไม่ใช่สิ่งที่กดขี่ แต่เป็นสิ่งที่ผลิตความรู้และความหมาย" ดังนั้น การบริการอย่างไทย บนเครื่องบินจึงเป็นกระบวนการสร้างความหมายใหม่ ที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับ มาตรฐานวิชาชีพระดับโลก ผ่านบทบาทของครูผู้สอนที่เปรียบเสมือนผู้ควบคุมเครื่องมือวาทยกรรม ในอุตสาหกรรมการบิน อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยประกอบด้วยพฤติกรรมและท่าทางเฉพาะ เช่น การไหว้ รอยยิ้ม และท่าทีที่อ่อนน้อม ซึ่งแสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความอบอุ่น และมิตรไมตรี จุดเด่นเหล่านี้ทำหน้าที่ไม่เพียงสร้างภาพลักษณ์องค์กร แต่ยังปลูกฝังความ ภาคภูมิใจในความเป็นไทยแก่พนักงานต้อนรับ และได้รับการออกแบบมาเพื่อสะท้อนถึง ภาพลักษณ์ของชาติไทยในระดับโลก ที่สะท้อนความภาคภูมิใจในชาติ และเป็นพลังในการ ขับเคลื่อน Soft Power ของประเทศ โดยถูกกำกับและกำหนดภายใต้กรอบขององค์กรในการสร้าง แปรนดท์ที่แตกต่างและทรงคุณค่า ที่ใช้องค์ประกอบจาก Body Language เช่น การยิ้ม การไหว้ เป็นเครื่องมือสร้างสร้างความประทับใจตั้งแต่เริ่ม ทั้งยังเป็นการนำวัฒนธรรมมาสร้างตัวตนของ พนักงานให้เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ชาติ และ ความเป็นไทย ที่ถูกใช้เป็นกลยุทธ์สำคัญของการ บริการ สื่อถึงความอบอุ่น อ่อนโยน และมิตรไมตรี พร้อมถูกบูรณาการกับมาตรฐานสากลเพื่อเสริม ศักยภาพของแบรนด์ไทย

อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยที่ถ่ายทอดโดยสายการบินสัญชาติไทย ไม่ได้เป็นเพียง ลักษณะทางวัฒนธรรม แต่ถูกกำหนดให้เป็นมาตรฐานที่สามารถ ฝึกฝน ควบคุม และ วัดผลได้ ประกอบด้วย ความอ่อนน้อมถ่อมตน รอยยิ้ม การไหว้แบบไทย การพูดจาสุภาพ การบริการด้วยใจ และ ความใส่ใจในรายละเอียดเล็กน้อย ทั้งหมดนี้รวมอยู่ในการบริการอย่างไทย ซึ่งทำหน้าที่ เสมือน แปรนดท์วัฒนธรรม ของการบินไทย ที่สื่อถึงความเป็นไทยในระดับนานาชาติ การบริการ อย่างไทยจึงเป็นการแสดงออกทางกายภาพที่ผ่านการฝึกฝนอย่างเข้มข้น และกลายเป็นวาทยกรรม หลักที่ควบคุมพฤติกรรมของพนักงานต้อนรับ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของชาติ การถ่ายทอดอัต ลักษณ์ไทยของครูไม่ได้เป็นเพียงการสอนทักษะทางร่างกาย แต่ยังเป็นการปลูกฝังแนวคิดให้ พนักงานต้อนรับตระหนักในบทบาทของตนในฐานะ ทูตวัฒนธรรม ที่สะท้อนภาพลักษณ์ของชาติ สื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการบริการ ที่สะท้อนคุณค่าแบบไทย โดยครูใช้เรื่องเล่า ความสำเร็จขององค์กร และพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น การสวมชุดไทย หรือการเข้าร่วมพิธีทางศาสนา เพื่อเสริมสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของวัฒนธรรมและความภูมิใจในหน้าที่ ทั้งหมดนี้ถูกรวมอยู่ใน แนวคิดความเป็นไทย ซึ่งกลายเป็นแนวทางปฏิบัติที่ถูกกำหนด และจัดการไว้ผ่านคู่มือฝึกอบรม และการประเมินผล เช่น SOP ขององค์กร เป็นการสร้าง มาตรฐานวัฒนธรรมที่นำมาทำเป็นแบบ

แผน กลายเป็น ระบบแห่งความจริง โดยมีพื้นฐานมาจากอุดมการณ์ขององค์กรและรัฐที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยเข้ากับอำนาจและเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจของรัฐ รวมถึงภาพลักษณ์ของชาติในระดับนานาชาติ จึงกล่าวได้ว่า ครูผู้สอนในบริบทนี้ จึงไม่ใช่เพียงผู้ถ่ายทอดความรู้ แต่เป็นผู้ที่สร้าง – ควบคุม – ออกแบบ และกำหนดกรอบอัตลักษณ์ในการให้บริการที่สอดคล้องกับบริบทโลกาภิวัตน์ โดยยังรักษาอัตลักษณ์ไทยไว้อย่างชัดเจน

การฝึกฝนทั้งร่างกายและจิตใจของผู้เรียน โดยไม่เพียงถ่ายทอดทักษะการบริการ ถ่ายทอดอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยให้แก่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย แต่ยังเป็นการแสดงออกที่หลอมรวมระหว่างวาทกรรม ความเป็นไทย และ ความเป็นสากล การยิ้ม การสบตา หรือแม้แต่วิธีการหมอบในการไหว้ล้วนถูกกำหนดเป็นบรรทัดฐานผ่านคู่มือฝึกอบรมที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของความรู้ที่สถาปนาโดยองค์กร เพื่อให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ที่องค์กรต้องการสร้างต่อสายตาผู้โดยสารและสังคมโลก พนักงานต้อนรับจึงต้องปฏิบัติตามแบบแผนที่กำหนดไว้อย่างเข้มงวด ซึ่งสะท้อนถึงอำนาจเชิงวาทกรรมและการควบคุมเชิงสัญลักษณ์ กระบวนการถ่ายทอดไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในระดับเนื้อหาหรือเทคนิคการบริการเท่านั้น แต่แฝงด้วยอำนาจทางวาทกรรมที่กำหนด ความเป็นไทย ให้อยู่ในกรอบที่สามารถฝึกฝน ประเมิน และควบคุมได้ ครูผู้สอนไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาทักษะในระดับปฏิบัติการเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นผู้สื่อสารวาทกรรมหลักขององค์กร ซึ่งมีเป้าหมายในการสร้างพนักงานให้เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมไทย หล่อหลอมให้พนักงานต้อนรับกลายเป็น ทูตวัฒนธรรม ที่สื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการบริการ ที่สะท้อนคุณค่าแบบไทย เช่น ความอ่อนน้อมถ่อมตน การให้เกียรติ การไหว้ และการยิ้มอย่างจริงใจ การควบคุมความรู้ของครูจึงเป็นอำนาจเชิงวาทกรรมที่แทรกซึมอยู่ในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การฝึกทักษะไปจนถึงการประเมินผล โดยเป้าหมายคือการผลิตบุคลากรที่ internalize อัตลักษณ์ความเป็นไทย จนกลายเป็นธรรมชาติในพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งสะท้อนแนวคิด เทคโนโลยีแห่งตนเอง ของ Foucault ที่บุคคลสามารถแปลงตนเองให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคมหรือองค์กร

ครูผู้สอนมีการเรียนรู้และพัฒนาตนเองผ่านแนวทางการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง ซึ่งเน้นการตั้งเป้าหมาย การสะท้อนตนเอง และการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง กระบวนการนี้ช่วยให้ครูสามารถเชื่อมโยงความรู้เชิงทฤษฎีกับการปฏิบัติจริง เช่น การปรับการสื่อสารตามสถานการณ์ต่าง ๆ การให้ความสำคัญกับรายละเอียดของผู้โดยสาร และการรักษาความเป็นไทยควบคู่กับมาตรฐานสากล โดยองค์กรมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเรียนรู้ของครูผู้สอน ทั้งในด้านทรัพยากร เทคโนโลยี เช่น e-Learning, mock-up cabin และการออกแบบหลักสูตรที่มีความ

ชัดเจน ครูได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (workshop) และการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเพิ่มทักษะ ความมั่นใจ และการถ่ายทอดความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเรียนรู้ในบริบทนี้จึงเป็นกระบวนการที่ผูกโยงระหว่าง อัตลักษณ์แบบไทย กับ ความเป็นมืออาชีพสากล โดยผู้เรียนต้องมีการปรับตัว เรียนรู้ และฝึกฝนตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงกายภาพและจิตใจ เพื่อให้สอดคล้องกับวาทกรรมขององค์กร และสามารถเป็น ตัวแทนทางวัฒนธรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การผสมผสานวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานสากลจึงไม่ใช่เพียง กลยุทธ์ทางการตลาด แต่คือการสร้างและควบคุมวาทกรรมอย่างเป็นระบบผ่านบทบาทของ ครูผู้สอนที่ทำหน้าที่ทั้งผู้สื่อสาร ผู้ควบคุม และผู้ผลิตอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยบน เครื่องบิน บทบาทของครูผู้สอนการบริการอย่างไทย (Inflight Instructor) ได้รับการเน้นย้ำว่าเป็น หัวใจสำคัญ เป็นตัวแทน ในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยผ่านการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการชี้นำ ตนเอง ครูผู้สอนมีบทบาทสำคัญในการปลูกฝังคุณค่าของความเป็นไทย ให้กับพนักงาน โดยเน้น การเรียนรู้เชิงปฏิบัติ การสะท้อนตนเอง และการเชื่อมโยงกับผลกระทบทางเศรษฐกิจ เพื่อสร้าง บุคลากรที่มีคุณภาพและพร้อมขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้งยังมีบทบาทเป็น ผู้ควบคุมความรู้ในการบริการ โดยใช้เครื่องมือที่เรียกว่า Service Mind เพื่อฝึกพนักงานให้ สามารถผสมผสานความปลอดภัยในการบิน เข้ากับความอ่อนโยนของบริการแบบไทย ทำให้ ผู้โดยสารรู้สึกอบอุ่นใจและไว้วางใจ ดังนั้นครูผู้สอนต้องมีความเข้าใจลึกซึ้งในวัฒนธรรมไทย มีความสามารถในการผสมผสานภาษากาย (Body Language) กับการสื่อสารแบบไม่ใช้คำพูด (Nonverbal Communication) เพื่อสร้างและถ่ายทอดการบริการที่เหนือความคาดหมาย สร้าง บรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนาน และพัฒนาคุณภาพของบุคลากรเพื่อให้ตอบสนองต่อความ ต้องการของตลาดแรงงานในยุคปัจจุบัน รวมถึงการพัฒนาบทบาทและแนวทางของครูผู้สอนที่ทำให้ อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยเป็น Soft Power ทั้งนี้ ครูไม่ได้เป็นเพียงผู้ถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) แต่ยังเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) และเป็นแบบอย่าง (Role Model) ที่ช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาแนวคิด อัตลักษณ์ และทักษะที่สามารถใช้เป็นเครื่องมือของ Soft Power ในบริบทการทำงาน ครูต้องมีบุคลิกที่สง่างาม มีวาทีศิลป์ และสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีเพื่อให้ผู้เรียนเห็นตัวอย่างของการใช้ Soft Power ในชีวิตจริง ครูต้องฝึกให้ผู้เรียนมีจิตสำนึกใน การให้บริการอย่างมีคุณค่า ไม่ใช่แค่การทำงานตามหน้าที่ แต่เป็นการให้บริการที่สร้างอิทธิพลใน เชิงบวก ฝึกให้ผู้เรียนสามารถสื่อสารอย่างมีเสน่ห์ โน้มน้าว และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า สอนให้ผู้เรียนเข้าใจว่า Soft Power ของไทยคืออะไร และจะนำไปปรับใช้ในบริบทสากลได้อย่างไร

ครูที่สอนให้เกิด Soft Power ต้องเป็นมากกว่าผู้สอน แต่ต้องเป็น Mentor, Role Model และ Facilitator ที่ช่วยให้ผู้เรียนสามารถ สร้างอิทธิพลผ่านวัฒนธรรม และการสื่อสาร โดยการสอนต้อง เน้น Experiential Learning, Communication Skills, และ Cultural Intelligence เพื่อให้ Soft Power กลายเป็นส่วนหนึ่งของตัวตนของผู้เรียน และสามารถใช้เป็นเครื่องมือที่สร้างความแตกต่าง ในอุตสาหกรรมบริการระดับโลก ด้วยการสอนผ่านการลงมือทำ (Experiential Learning) โดยใช้ กรณีศึกษา (Case Study) หรือสถานการณ์จำลอง (Simulation) เพื่อฝึกให้พนักงานเข้าใจวิถีนำ ความเป็นไทย ไปใช้ในงานจริง ส่งเสริมให้พนักงานสะท้อนตนเองว่า ความเป็นไทย สามารถเพิ่ม คุณค่าในงานบริการอย่างไร และช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสารได้อย่างไร เช่น การ ต้อนรับผู้โดยสารด้วยน้ำเสียงสุภาพและภาษากายที่อบอุ่น ครูต้องปลูกฝังคุณค่าของความเป็น ไทย เช่น ความสุภาพ น้ำใจ และความละเอียดอ่อน ผสมผสานเอกลักษณ์ไทยเข้ากับมาตรฐาน ระดับโลก เช่น IATA/ICAO เพื่อสร้างสมดุลระหว่างความเป็นไทยและความทันสมัย เพื่อให้ พนักงานสามารถนำไปใช้ในงานบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ครูผู้สอนต้องส่งเสริม Creative Economy ผ่านทุนทางวัฒนธรรมด้วยการ ใช้ความเป็นไทย เป็นเครื่องมือในการดึงดูด นักท่องเที่ยวและนักลงทุน และเชื่อมโยง Soft Power กับผลกระทบต่อ Nation Economic เพื่อให้ พนักงานเห็นคุณค่าของบทบาทตนเองในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ทั้งขององค์กร และประเทศไทย ครูที่สอนให้เกิด Soft Power ต้องเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้สามารถสร้างอิทธิพลผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และอัตลักษณ์ของตนเอง โดยเฉพาะในบริบทของอุตสาหกรรมบริการ เช่น สายการบิน

2. อภิปรายการวิจัย

ภายใต้การพัฒนาที่ทุกงานบริการและธุรกิจมุ่งใช้หลักคิดและวิถีปฏิบัติแบบสากลตาม อิทธิพลตะวันตก การวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การบริการของสายการบินไทยยังคงรักษาและชูอัตลักษณ์ ของความเป็นไทยได้อย่างดีเยี่ยม โดยสะท้อนถึงคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมและการบริการที่เหนือ ความคาดหมาย การบินไทยถือเป็นตัวแทนของการนำเสนอวัฒนธรรมไทยสู่เวทีสากล โดยการ ผสมผสานระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นไทยกับมาตรฐานสากลผ่านบริการอย่างไทยทำให้เกิด เอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สร้างความประทับใจแก่ผู้โดยสาร และสร้างจุดขายที่แตกต่างใน อุตสาหกรรมการบิน พนักงานต้อนรับได้รับการฝึกอบรมเพื่อสร้าง การบริการจากใจ ที่มีรากฐาน จากวัฒนธรรมไทย ทำให้เกิดความผูกพันและความประทับใจกับผู้โดยสาร ทั้งยังรักษาและสืบทอดอัตลักษณ์ความเป็นไทยอย่างยั่งยืน นับเป็นการใช้วัฒนธรรมในฐานะกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อสร้างจุดขายและเสริมสร้างอัตลักษณ์ในตลาดการบริการ แสดงให้เห็นว่าสายการบินไทยใช้

วัฒนธรรมไทยเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ระดับสากล โดยการสร้างประสบการณ์ที่ประณีตและเป็นมิตรให้แก่ผู้โดยสาร (Kongkul, 2016)

2.1 อัตลักษณ์การบริการอย่างไทยบนเครื่องบิน

งานวิจัยอัตลักษณ์ ของการบริการการอย่างไทย บนเครื่องบินนี้ ใช้มุมมองผ่านแนวคิดความเป็นไทย การผสมผสานทางวัฒนธรรม และเทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault มาเป็นกรอบในการสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยบนสายการบินสัญชาติไทย อาจกล่าวได้ว่า การใส่ใจดูแลอย่างไทยในงานบริการนั้น สามารถเชื่อมโยงได้กับแนวคิดทั้งสาม โดยที่ผู้ให้บริการไม่เพียงต้องพัฒนาทักษะและความสามารถในการทำงานตามกฎระเบียบเท่านั้น แต่ยังต้องพัฒนาตัวตนและทัศนคติการให้บริการที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย เช่น ความเกรงใจ การให้เกียรติ และการสร้างความรู้สึกเป็นมิตรกับลูกค้า (Wongkitrungrueng et al., 2019) การบูรณาการนี้ทำให้พนักงานบริการไม่เพียงมีความสามารถในการให้บริการที่เป็นมิตรและอบอุ่น แต่ยังสร้างประทับใจและความผูกพันระหว่างตนเองและลูกค้าได้อย่างยั่งยืน เป็นการให้ความสำคัญกับการบริการที่มีประสิทธิภาพและความตั้งใจของพนักงานผู้ให้บริการบนเครื่องบิน สะท้อนถึงความพยายามในการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ที่แตกต่างของการบริการอย่างไทยที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากมาตรฐานการบริการทั่วไป พนักงานผู้ให้บริการต้องเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย เป็นการฝึกฝนตนเองให้มีความประพฤติที่เหมาะสมพร้อมทั้งการใช้ภาษาไทยและคำทักทายที่เป็นเอกลักษณ์ในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมไทย เช่น การสวมใส่ชุดไทยและการตกแต่งภายในบนเครื่องบิน (Yoosakul, 2011)

การสื่อสารด้วยวัฒนธรรมไทยในงานบริการ สามารถแสดงให้เห็นถึงการสร้างอัตลักษณ์และความเชื่อมโยงเชิงวัฒนธรรมของพนักงานและองค์กรได้อย่างลึกซึ้ง โดยแนวคิดนี้ช่วยให้เข้าใจถึงการฝึกฝนตนเองของพนักงานต้อนรับเพื่อแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์แบบไทย โดยพนักงานได้รับการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานสังคมและค่านิยมองค์กร (Brown, 2008) เพื่อแสดงถึงความเป็นไทยโดยใช้ทักษะเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการดูแลผู้โดยสารอย่างอบอุ่นและเป็นมิตร เช่น การยิ้ม การไหว้ และการใช้ท่าทางแบบไทย การสื่อสารผ่านภาษากายนี้ (non-verbal language) สะท้อนถึงความเป็นไทยที่สร้างความประทับใจ และเชื่อมโยงกับผู้โดยสารโดยไม่ต้องใช้คำพูดมากมาย แสดงถึงการควบคุมการแสดงออกและการสื่อสารที่มีความหมายต่อการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้โดยสารโดยตรง (Yüksel, 2008) สิ่งนี้เป็นทักษะสำคัญที่องค์กรและครูฝึกอบรมได้ปลูกฝังให้กับพนักงานรุ่นใหม่ แสดงถึง อำนาจ ที่แฝงอยู่ในความรู้เชิงวัฒนธรรม และ

ถ่ายทอด ปลูกฝัง จากผู้มีประสบการณ์ ส่งต่อวิธีการปฏิบัติที่ถูกต้องและเหมาะสม จากรุ่นสู่รุ่นในองค์กร ส่งต่อไปยังคนรุ่นใหม่ โดยมุ่งเน้นให้บริการที่สร้างความรู้สึกรอบอุ้มและปลอดภัย นับเป็นความสามารถขององค์กร และ ครูผู้ฝึกอบรม ที่ ปลูกฝังให้ผู้ปฏิบัติงาน ใช้วัฒนธรรม ความเป็นไทยในการสื่อสารได้อย่างกลมกลืน (Yusof et al., 2024) ซึ่ง “เทคโนโลยีแห่งตัวตน” กล่าวถึงการฝึกฝนตนเองและการเปลี่ยนแปลงภายในตนเองให้มีความสอดคล้องกับบรรทัดฐานที่สังคมต้องการ (เบญจวรรณ อุทัย, 2561) ในกรณีนี้ การบินไทยได้สร้างอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยขึ้นโดยการฝึกฝนพนักงานให้แสดงความเป็นไทย เช่น การยิ้มและการไหว้เพื่อแสดงความเคารพและความอ่อนน้อม และปลูกฝังให้พนักงานมีจิตสำนึกและทัศนคติที่เหมาะสมกับมาตรฐานที่องค์กรตั้งไว้ การขับเคลื่อนการสร้างอัตลักษณ์บริการแบบไทยด้วยแนวคิดความเป็นไทย ที่รวมประสาธสัมผัสทั้งหก เช่น การมองเห็น การสัมผัส การสัมผัส และการได้กลิ่น รวมถึงคำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” ที่ทำหน้าที่เป็นวาทกรรมเชิงสัญลักษณ์ เป็นการสร้างความรู้สึกรักเชิงสัญลักษณ์และจิตวิญญาณให้กับคำขวัญนี้ (Tungtakanpoung, 2016) ผ่านการใช้ท่วงทำนอง และเนื้อร้องที่สะท้อนถึงความงดงามของโลกและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ อีกทั้งคำขวัญนี้ให้ความหมายลึกซึ้งที่ผูกพันกับภาพลักษณ์ของสายการบิน และสร้างการรับรู้เชิงบวกให้กับผู้โดยสารทั้งในและต่างประเทศ เป็นการใช่วาทกรรมเชิงวัฒนธรรมและการสื่อสาร เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของการบินไทยในฐานะสายการบินที่เป็นตัวแทนของประเทศไทย คำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” ยังสะท้อนถึงการใช้ ความรู้เชิงวัฒนธรรมและการสื่อสาร เพื่อสร้างความรู้สึกรักและการดูแลและการบริการที่อบอุ่น และใส่ใจแก่ผู้โดยสาร คำว่า “รักคุณเท่าฟ้า” สื่อถึงความรักและการดูแลของการบินไทยต่อผู้โดยสารเหมือนการโอบอุ้มไว้ภายใต้ท้องฟ้า และกลายเป็น สื่อที่มีพลัง ในการส่งเสริมคำขวัญของการบินไทยอย่างมีประสิทธิภาพ (Amatyakul & Polyorat, 2016)

การบินไทยในฐานะสถาบัน กำหนดคำขวัญและภาพลักษณ์ขององค์กร คำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” เป็นผลจากการใช้ อำนาจเชิงวาทกรรม (discursive power) นี้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่เชื่อมโยงกับความเป็นไทยและความอ่อนน้อมอันเป็นเอกลักษณ์ ที่มีความหมายเชื่อมโยงกับความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและจิตวิญญาณของชาติ (คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว., 2545ก; Clark, 2021) การสื่อสารผ่านคำขวัญนี้ได้รับการออกแบบเพื่อให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความรักและการดูแลของการบินไทย รวมถึงสร้างประสบการณ์ของผู้โดยสารในเชิงสัญลักษณ์เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้โดยสารในฐานะผู้บริโภคที่มุ่งเน้นถึงการบริการที่มีความเป็นกันเองและการดูแลด้วยความอบอุ่น แสดงให้เห็นถึงการบินไทยในฐานะผู้กำหนดกรอบการรับรู้ของสาธารณะเกี่ยวกับคุณภาพการบริการที่สะท้อนความเป็นไทย การบินไทยใช้ ความรู้ทางวัฒนธรรมและศาสนาเพื่อสร้างขวัญ

กำลังใจและส่งเสริมอัตลักษณ์ของพนักงาน ต่อความเชื่อและวัฒนธรรมไทย การเคารพแม่ย่านาง เครื่องบิน แสดงให้เห็นถึงการสร้างความรู้และความเชื่อในมิติทางศาสนาและจิตวิญญาณ ที่ยังคงมีบทบาทในการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมการบินสมัยใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงการใช้อำนาจทางวัฒนธรรมในการสร้าง อัตลักษณ์ ให้กับพนักงานและเครื่องบิน (วิจารณ์ พานิช, 2555ก) การที่พนักงานการบินไทยทำพิธีไหว้แม่ย่านางและแสดงความเคารพต่อเครื่องบินก่อนทุกเที่ยวบิน เป็นตัวอย่างของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ความรู้ทางวัฒนธรรม และ อำนาจที่ควบคุมการปฏิบัติ สถาบันการบินไทยมีบทบาทในการควบคุมพฤติกรรมของพนักงานผ่านการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับพิธีกรรมและความเชื่อทางวัฒนธรรม ความรู้ไม่ได้เป็นเพียงแค่ความเชื่อส่วนบุคคล แต่ถูกสถาบันทำให้เป็นมาตรฐานในการปฏิบัติ ลูกเรือทุกคนสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามมาตรฐานที่ ICAO กำหนดไว้ (Helmreich, 1999) และยังส่งผ่านความเป็นไทยให้ผู้โดยสารได้สัมผัสผ่านการบริการที่ใส่ใจ ดูแลอย่างไทย ความเป็นไทยจึงเป็นส่วนหนึ่งของการบริการที่เหนือความคาดหมาย (service beyond) ของการบินไทยเป็นตัวอย่างของการผสมผสานระหว่าง ความรู้ และ อำนาจ ในการสร้างกรอบวาทกรรมที่แสดงถึงความเคารพ “ความปลอดภัยด้วยบริการอย่างไทย” สร้างมิติใหม่ที่เหนือความคาดหวังของผู้โดยสาร ด้วยการบริการที่ให้ความรู้สึกลดภัยผ่านสัมผัสแห่งความใส่ใจ ด้วยรอยยิ้มที่จริงใจและน้ำเสียงที่เป็นมิตร ผสานกับมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เข้มงวด เป็นหลักฐานว่าความปลอดภัยมิได้เป็นเพียงเทคโนโลยีหรือข้อบังคับ แต่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็น “วัฒนธรรมของการบริการ” ที่สายการบินไทยได้ถ่ายทอดคุณค่าเหล่านี้จากฐานสู่ฐาน เป็นอัตลักษณ์ที่ผสานหัวใจและมาตรฐานระดับโลก และถือเป็น soft power ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์และความสัมพันธ์เชิงบวกให้กับผู้โดยสารผ่านการสื่อสารที่อ่อนน้อมและเป็นมิตร (Thanasit, Kannapat, & Bavornluck, 2023)

จะเห็นได้ว่าการใช้แนวคิด เทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Foucault ในการวิเคราะห์ อัตลักษณ์การบริการอย่างไทย แสดงให้เห็นถึงวิธีการที่การบินไทยได้นำความเป็นไทยมาผสมผสานอย่างกลมกลืนในงานบริการ ทั้งในรูปแบบ วัฒนธรรมจับต้องได้ และที่เป็นนามธรรม เป็นการผสมผสานประสาทสัมผัสทั้งหก ได้แก่ การมองเห็น (ชุดไทย การตกแต่งภายใน) การได้กลิ่น (สมุนไพรไทย) การลิ้มรส (อาหารไทยแบบสำรับ) การได้ยิน (ดนตรีไทย) การสัมผัส (เช่น การไหว้ รอยยิ้ม น้ำเสียงสุภาพ) โดยพนักงานผ่านการฝึกอบรมที่บริการที่ใส่ใจเข้มข้นตามแนวคิด Technology of the Self เพื่อสร้าง การบริการที่สื่อถึงความใส่ใจ ละเมียดละไม และสร้างประสบการณ์บริการที่อบอุ่นน่าจดจำ เน้นการสร้างประสบการณ์ที่อบอุ่น เป็นเอกลักษณ์ผ่าน การบริการอย่างไทย ทุกองค์ประกอบล้วนสะท้อนวัฒนธรรมไทย ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความเป็น

เอกลักษณ์ในการเดินทาง การบินไทยฝึกอบรมพนักงานต้อนรับเพื่อให้สามารถสื่อสารความเป็นไทยผ่านการยิ้ม การสบตา และการไหว้ จะสื่อความในใจถึงความเต็มใจต้อนรับ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์จากความเป็นไทย (Suksudthi et al., 2023) พนักงานต้อนรับต้องสังเกตและตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารอย่างเป็นกันเอง พร้อมปรับพฤติกรรมและควบคุมอารมณ์ในทุกสถานการณ์ การบริการอย่างไทยของการบินไทยจึงเป็นการหล่อหลอมบุคลิกภาพตามมาตรฐานสากล สะท้อนถึงการปรับตัวและการพัฒนาตนเองที่ผสมวัฒนธรรมไทยได้อย่างมีเอกลักษณ์ (Gilroy, 1993) ด้วยการดูแลอย่างเอื้ออาทรที่นับเป็น หัวใจสำคัญของการบริการด้วยหัวใจความเป็นมนุษย์

เน้นเช่นเดียวกับวัฒนธรรมการบริการอย่างไทย ซึ่งหมายถึงหรือความใส่ใจอย่างไทย และเอาใจใส่ทุกมิติของผู้รับบริการ โดยเฉพาะการบริการที่แสดงออกด้วยความอ่อนโยนและมีน้ำใจ รวมถึงการใส่ใจและเข้าอกเข้าใจผู้อื่น ถือเป็นหัวใจหลักของการบริการอย่างไทย ซึ่งสะท้อนคุณค่าทางสังคมไทยที่เน้นความมีน้ำใจ ความถ่อมตน และการสร้างความอบอุ่นให้แก่ผู้อื่น การบริการอย่างไทยที่สายการบินไทยนำมาใช้สอดคล้องกับแนวคิด Humanistic Care ที่ได้รับความนิยมในสาขาต่าง ๆ เช่น การแพทย์ การพยาบาล และการให้คำปรึกษา แนวคิดนี้มุ่งเน้นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและการดูแลที่ให้ความสำคัญกับความเป็นมนุษย์ โดยเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่เต็มไปด้วยความเข้าใจ ความเห็นอกเห็นใจ และการสนับสนุนทางอารมณ์ (จินดา มาศ โกศลชื่นวิจิตร, 2556) การดูแลในลักษณะนี้จะมุ่งเน้นไปที่ความรู้สึกและประสบการณ์ส่วนบุคคลของผู้รับบริการ รวมถึงการเคารพในความเป็นตัวตนและศักดิ์ศรีของแต่ละบุคคล นอกจากนี้ ยังเป็นการประยุกต์ใช้หลักจิตวิทยามนุษยนิยม (Humanistic Psychology) เพื่อจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าในอุตสาหกรรมการบินพลเรือน โดยเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ดีและความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน ผ่านการเคารพและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะตัวของลูกค้า รวมถึงการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าอย่างจริงจัง เพื่อสร้างความพึงพอใจและความภักดีต่อแบรนด์ (Agarwal, 2024)

การเคารพความแตกต่างของลูกค้าแต่ละราย โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของกลุ่มผู้โดยสารที่มีวัฒนธรรมและภาษาที่หลากหลาย ถือเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพบริการ นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นและตอบรับความคิดเห็นเหล่านั้นอย่างจริงจัง ยังช่วยให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าของตนเองมีส่วนร่วมหนึ่งของการพัฒนาบริการอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งการนำแนวคิดจิตวิทยามนุษยนิยมมาใช้ในการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relation Management - CRM) เน้น

การให้ความสำคัญกับประสบการณ์ทางอารมณ์ ความต้องการเฉพาะตัว และการสื่อสารที่มีความหมายระหว่างพนักงานและลูกค้า ซึ่งช่วยให้สายการบินสามารถสร้างบรรยากาศการบริการที่อบอุ่นและเป็นมิตร ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดอย่างยั่งยืน (Yu, 2023)

ความภาคภูมิใจการบินไทยเน้นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในความเป็นไทยให้กับพนักงาน โดยใช้วัฒนธรรมเป็น ทูทางสังคมและเศรษฐกิจ ผ่านการฝึกฝนและการสื่อสารอัตลักษณ์ เช่น คำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” หรือการไหว้แม่ย่านางบนเครื่องบิน ถือเป็นการต่อยอดบทบาทของพนักงานในฐานะ “ทูตวัฒนธรรม” ที่เผยแพร่คุณค่าไทยในระดับสากล ทั้งยังช่วยให้เห็นถึงการพัฒนาตนเองผ่านการฝึกฝนและการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของพนักงาน (Foucault, 1991) ซึ่งสะท้อนถึงการฝึกอบรมทักษะและทัศนคติที่แสดงถึงความเป็นไทยอย่างเป็นระบบ เช่น การไหว้ การยิ้ม การพูดจาที่สุภาพ และการแสดงออกด้วยความอ่อนน้อม อันเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ของพนักงานให้โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ การปฏิบัติเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการฝึกฝนเพื่อสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นผ่าน “เทคโนโลยีแห่งตัวตน” (Foucault, 1988) พนักงานมีบทบาทเสมือน “ทูตวัฒนธรรม” ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์องค์กรและความเป็นไทย ทั้งการใช้สัญลักษณ์วัฒนธรรม เช่น ชุดไทย โลโก้ และการบริการแบบอย่างไทย ก็เป็นการสร้างความสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ที่ช่วยให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความใส่ใจและการบริการที่อบอุ่น การแสดงออกที่ละเอียดอ่อนนี้ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงคุณค่าของวัฒนธรรมไทย (Nopas et al., 2022) อีกทั้งการปลูกฝังความภาคภูมิใจในความเป็นไทยผ่านคำขวัญ “รักคุณเท่าฟ้า” ช่วยเสริมความภาคภูมิใจและจิตสำนึกของพนักงานต่อบทบาทในฐานะตัวแทนประเทศ ความภาคภูมิใจนี้ไม่ใช่เพียงแค่การปฏิบัติหน้าที่ แต่ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกถึงคุณค่าของการเป็นคนไทย ซึ่งสะท้อนผ่านพฤติกรรมและการสื่อสารของพนักงานโดยผสมผสานมาตรฐานสากลของ ICAO กับความเป็นไทยได้อย่างกลมกลืน การบริการที่มีน้ำเสียงอ่อนโยนและรอยยิ้มนี้สร้าง service beyond ที่ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกสบายใจ การไหว้แม่ย่านางบนเครื่องบินเป็นตัวอย่างของการสร้างกรอบวาทกรรมทางวัฒนธรรม ที่แสดงถึงความเคารพในความเชื่อและประเพณีไทย (Fadhel et al., 2024) ซึ่ง Foucault มองว่าเป็นวิธีการใช้ความรู้เชิงวัฒนธรรมในการกำหนดพฤติกรรมของพนักงาน ช่วยให้เข้าใจถึงการใช้องค์ความรู้ไทยในการสร้างอัตลักษณ์พนักงานผ่านการฝึกฝนและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ทำให้พนักงานสามารถแสดงออกถึงจิตวิญญาณและคุณค่าของการบินไทยอย่างลึกซึ้ง (Foucault, 1980; เบญจวรรณ อุบัติหาร, 2561)

ความเป็นไทย วิถีไทย ในงานบริการ นอกจากบทบาทของพนักงานบริการที่เชื่อมโยงกับความเป็นไทย มาเสริมสร้างคุณค่าและความหมาย พนักงานไม่เพียงแต่ให้บริการตามหน้าที่เท่านั้น แต่ยังพัฒนาตนเองตามวิถีไทยผ่านการเรียนรู้และถ่ายทอดวัฒนธรรม (Nopas et al., 2022) เช่น สำหรับอาหารไทย การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และการเล่าเรื่องราวของอาหารไทย ล้วนเป็นการสะท้อน การพัฒนาตนตามคุณค่าชุมชน และส่งต่ออัตลักษณ์ให้กับผู้โดยสารทั่วโลก อย่างลึกซึ้ง นำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและยั่งยืนแก่ประเทศไทย โดยการผสมผสานแนวคิด ความเป็นไทย การผสมผสานทางวัฒนธรรม และ เทคโนโลยีแห่งตัวตน ในการบริการสายการบินแห่งชาติ ยังมองเป็นการพัฒนาตัวตนที่สะท้อนผ่านการปรับตัวของผู้ให้บริการให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและค่านิยมไทย โดยการพัฒนาเหล่านี้มุ่งเน้นที่การสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Besley, & Peters, 2007) พร้อมทั้งเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของประเทศในระดับสากล ดังจะเห็นได้จาก การบริการของการบินไทยภายใต้แนวคิด "สำหรับไทยดำรงดั้งเดิม" นับเป็นการใช้ความรู้ความสามารถในการคัดเลือกและจัดเตรียมอาหารไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมพื้นบ้าน ตลอดจนการสร้างประสบการณ์พิเศษให้แก่ผู้โดยสารผ่านเมนูอาหารที่มาจากภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรม (Sirivadhanawaravachara, 2024) ซึ่งพนักงานผู้ให้บริการได้รับการฝึกฝนให้เป็นตัวแทนความเป็นไทย ผ่านการเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของอาหาร รวมถึงการดูแลใส่ใจ เป็นการฝึกฝนและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามกรอบแนวคิดที่ยึดมั่นในคุณค่าและค่านิยมไทย เพื่อสร้างประสบการณ์การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ การปรับเปลี่ยนตนเองของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของการบินไทยให้สามารถตอบสนองผู้โดยสารจากหลากหลายวัฒนธรรม (Canclini, 1990) ไม่ว่าจะเป็นการปรับเมนูอาหารให้เหมาะสมกับผู้โดยสารนานาชาติ หรือการใช้วัตถุดิบตามฤดูกาลเพื่อสนับสนุนเกษตรกรในประเทศ ถือเป็นการนำแนวคิดเทคโนโลยีแห่งตัวตน มาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและควบคุมพฤติกรรม การให้บริการได้อย่างยืดหยุ่นตามสถานการณ์ ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้โดยสาร

การบริการอย่างไทยจึงเป็น เครื่องมือ ในการพัฒนาตัวตนของผู้ให้บริการให้สามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ไทย เช่น การทักทายด้วยคำว่า "สวัสดี" การไหว้อย่างอ่อนน้อม และการให้บริการด้วยรอยยิ้มที่จริงใจ ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างตัวตนที่อิงคุณค่าทางสังคมที่ยอมรับกันในระดับสากล ขณะเดียวกันยังคงรักษาเอกลักษณ์ที่ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกถึงความพิเศษของการบริการอย่างไทย การฝึกอบรมและการถ่ายทอดเรื่องราวของความเป็นไทยผ่านสำหรับไทย ไม่เพียงแค่สอนเรื่องทักษะการให้บริการ แต่ยังสร้างให้พนักงานตระหนักถึงความสำคัญของการสืบทอดอัตลักษณ์ไทย การฝึกอบรมนี้สะท้อนถึงการพัฒนาตนเองโดยการยึดถือคุณค่าของชุมชน

และประเพณี เพื่อให้พนักงานสามารถเผยแพร่ความรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยไปสู่ลูกค้าได้ในทุกการบริการ ซึ่งการส่งต่อคุณค่าเหล่านี้จากรุ่นสู่รุ่น แสดงถึงบทบาทของการบินไทยในฐานะสถาบันที่ช่วยกำหนดและสืบทอดคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยให้อยู่คู่สังคมไทยต่อไป (Thurlow & Aiello, 2007)

การผสมผสานระหว่างความเป็นไทยกับมาตรฐานการให้บริการแบบสากล ทำให้การบริการของการบินไทยเป็นการผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับสากล เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจให้กับลูกค้าเพื่อสร้างความภาคภูมิใจและส่งเสริมการมีอัตลักษณ์ในประเทศ (Kankaew & Kuosuwat, 2023) กล่าวคือ การนำเสนอตัวตนผ่านเครื่องบินไทย การจัดวางเมนูอาหาร และการเลือกใช้วัตถุดิบท้องถิ่นแสดงถึงความสามารถในการผสมผสานองค์ประกอบของตะวันตก เช่น ความสะอาดสบายและมาตรฐานความปลอดภัยที่เข้มงวด เข้ากับการบริการอย่างไทยที่อบอุ่น อ่อนน้อม และใส่ใจในรายละเอียด วัฒนธรรมไทยคือตัวอย่างที่ดีของการผสมผสาน เป็นของชาติ มีเอกลักษณ์ และเป็นพันทาง hybridity ตลอดเวลา (Harrison, 2010) การนำเสนอความเป็นไทยผ่านบริการในสายการบินแห่งชาติเป็นการพัฒนาตัวตนของพนักงานให้สามารถนำเสนอบริการที่เหนือกว่าความคาดหมายและแสดงถึงคุณค่าที่หลากหลายผ่านสิ่งที่จับต้องได้ เช่น อาหารและเครื่องใช้ต่าง ๆ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น รอยยิ้มและความเกรงใจ การบริการของสายการบินไทยที่นำเสนอความเป็นไทยสู่เวทีสากล เป็นการสะท้อนเอกลักษณ์ระดับประเทศผ่านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทย สายการบินไทยใช้ ความเป็นไทย นำเสนอวัฒนธรรมไทยผ่านการบริการที่อบอุ่น มีการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับสามารถสื่อสารความเป็นไทยผ่านการยิ้ม การสบตา และการไหว้ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์จากความเป็นไทยที่อบอุ่นและเป็นกันเอง เป็นการนำเสนอ Cultural Hybrids ที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับสากล เพื่อสร้างความภาคภูมิใจ สร้างเอกลักษณ์ที่ดึงดูดใจให้กับลูกค้า (พัชรพร ดิวงษ์, 2556) และส่งเสริมอัตลักษณ์ของประเทศ การบริการของสายการบินไทยนำเสนอความเป็นไทยสู่เวทีสากล เป็นการสะท้อนเอกลักษณ์ระดับประเทศผ่านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทย ดังนั้นการนำความเป็นไทย และการบริการอย่างไทยมาใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการดำเนินธุรกิจนั้น จำเป็นต้องปลูกฝังอยู่ในพนักงานทุกระดับในองค์กร ในการสร้างพนักงานที่มีประสิทธิภาพและเพื่อแข่งขันในด้านคุณภาพการบริการ นับเป็นความท้าทายของสายการบิน ในการรักษาความเป็นไทยในบริบทความหลากหลายทางวัฒนธรรม (ณัฐกานต์ บุญเย็น, ดวงใจ บุญโยง และ พิษญา ศรีพรหม, 2568)

ความเป็นไทยในงานบริการที่สอดแทรกอยู่ในธุรกิจการบิน นั้นได้สร้างแบรนด์ ที่มีมูลค่ามหาศาลในปัจจุบัน ประสบการณ์ในการใส่ใจ ดูแลอย่างไทยที่เกิดขึ้นนั้น เป็นการสร้างความทรงจำที่ดีให้กับลูกค้า (Moment of Truth) ที่อาจไม่มีในตำรา เพราะตามหลักสากลนั้นเน้นเรื่องของการเคารพกฎ กติกา ที่แตกต่างจากบริบทของความเป็นไทย จึงเป็นหน้าที่ของทุกหน่วยที่จะต้องสนับสนุน สร้างคุณค่า วัฒนธรรมความเป็นไทย ให้ปรากฏแก่สายตาชาวโลก หากเรา ไม่รู้ค่า ละเลยไม่เอาใจใส่ ไม่นำเอาต้นทุนที่สั่งสมมาเป็นร้อยปี มาสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจให้คนในประเทศ ก็เท่ากับเป็นการละทิ้งโอกาสอย่างน่าเสียดาย ความเป็นไทยคือบรรทัดฐาน วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปวัตถุที่สั่งสม และแสดงถึงอัตลักษณ์ไทย ที่สามารถใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริการให้ลูกค้าได้สัมผัสร่วมกันกับผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม และการต้อนรับแบบไทยที่มีเอกลักษณ์ และมีอิทธิพลต่อประสบการณ์เชิงบวก ให้เกิดความพึงพอใจ และความตั้งใจที่จะกลับมาใช้บริการอีกในขณะเดียวกัน ก็สามารถสร้างภาพลักษณ์ ที่ส่งผลต่อการเลือกรับบริการของสายการบิน (Suksudthi et al., 2023)

การนำเสนอความเป็นไทย ช่วยสร้างความแตกต่างให้สายการบินไทยในอุตสาหกรรมการบินที่มีการแข่งขันสูง เป็นการใช้วัฒนธรรมในฐานะกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างจุดขายและเสริมสร้างอัตลักษณ์ในตลาดการบริการ (Kankaew & Kuosuwat, 2023) แสดงให้เห็นว่าสายการบินไทยใช้วัฒนธรรมไทยเป็นกลยุทธ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ระดับสากล โดยการสร้างประสบการณ์ที่ประณีตและเป็นมิตรให้แก่ผู้โดยสาร หากเปรียบเทียบกับการศึกษาของ ธีรพัชร ศรีมาร์ตน์ (2558) ที่ได้ดึงเอาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า การดึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมล้านนามาเป็นจุดขายให้โรงแรมสามารถสร้างความน่าสนใจในกลุ่มนักท่องเที่ยว และสะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นล้านนาผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ ซึ่งการบินไทยก็นำเอาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ในเชิงการเสริมสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย เพื่อสร้างความโดดเด่นในอุตสาหกรรมการบิน โดยการประยุกต์ในแง่ของการบริการ การตกแต่ง และการนำเสนอวัฒนธรรมไทย (กระทรวงวัฒนธรรม, 2563) ในกรณีของสายการบินไทย มีความผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมตะวันตก กับภาพลักษณ์ของความเป็นไทย ทั้งที่เป็นนามธรรม และรูปธรรม ได้อย่างลงตัว ซึ่งอาจเห็นได้จาก เครื่องแบบชุดไทยของพนักงาน กิริยาการไหว้ รอยยิ้ม การจัดชุดสำหรับไทย หรือ อาหารไทยที่ให้บริการบนเครื่องบิน เครื่องดื่มจากพืชสมุนไพรไทย อุปกรณ์เครื่องใช้บนเครื่องบิน เช่น ลายสีสัน ของเก้าอี้ผู้โดยสาร และฉากกั้น เพลงไทย ภาพยนตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระราชกรณียกิจ และความบันเทิงที่นำเสนอบนเที่ยวบิน รวมถึง วัดวาอาราม สถานที่สำคัญต่าง ๆ ของไทย ของข้าวสวย และ

สินค้า OTOP ที่มีบริการ และจำหน่ายบนเครื่องบิน สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย การเน้นอัตลักษณ์ความเป็นไทย ด้วยการใช้วัสดุและการตกแต่งภายในที่สะท้อนวัฒนธรรมไทยในห้องโดยสาร ช่วยเสริมให้เกิดบรรยากาศที่น่าจดจำและไม่เหมือนใคร เช่นเดียวกับโรงแรมที่เน้นการตกแต่งด้วยศิลปะไทยและการเลือกใช้วัสดุที่เป็นเอกลักษณ์ การบินไทยนำเสนอเมนูอาหารและเครื่องดื่มแบบไทยในเที่ยวบิน เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นสำหรับผู้โดยสาร รวมถึงเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล (Farrelly, 2016) การบินไทยใช้ชุดไทยและการแต่งกายที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ไทยในการบริการช่วยให้พนักงานดูน่าเชื่อถือและเป็นที่จดจำ เช่นเดียวกับการนำชุดพื้นเมืองมาสวมใส่ในงานบริการของโรงแรมบูติกในเชียงใหม่ อีกทั้งการบินไทยการนำอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมาใช้ในบริการที่ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าทางอารมณ์ให้แก่ผู้โดยสารที่ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมไทยตั้งแต่การเดินทาง (Fadhel et al., 2024)

การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกเรือและผู้โดยสาร สะท้อนให้เห็นถึงการผสมผสานแนวคิดความเป็นไทย การผสมผสานทางวัฒนธรรม เข้ากับกรอบคิด เทคโนโลยีแห่งตัวตน ของ Michel Foucault ในการสร้างมาตรฐานการบริการที่มีเอกลักษณ์ ทั้งด้านความเป็นไทยและความเป็นมืออาชีพ ซึ่งทำให้เกิดการบริการที่โดดเด่น คือ การสื่อสารด้วยความอ่อนโยน อ่อนน้อม การดูแลใส่ใจ และความปลอดภัยบนเครื่องบิน เพื่อสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นบนเครื่องบิน พนักงานต้อนรับได้รับการฝึกฝนให้มีทักษะการควบคุมตนเอง เพื่อการบริการที่เหมาะสมในทุกสถานการณ์ พร้อมทั้งปฏิบัติตามมาตรฐานสากลด้านความปลอดภัย โดยมีแนวคิด Crew Resource Management (CRM) เป็นเครื่องมือเสริมที่ช่วยให้ลูกเรือทำงานร่วมกันและลดอุปสรรคจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม นับเป็นการใช้ เทคโนโลยีแห่งตัวตน ที่พนักงานต้อนรับได้รับการฝึกฝนเพื่อสร้างอัตลักษณ์และวิถีคิดเกี่ยวกับการบริการในแบบฉบับของไทย รวมถึงการฝึกอบรมให้มีทักษะการควบคุมตนเองเพื่อปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ต่าง ๆ พนักงานต้อนรับเรียนรู้ที่จะควบคุมอารมณ์ ความคิด และการแสดงออกผ่านท่าทางและน้ำเสียง เพื่อให้เกิดการบริการที่ส่งผลดีต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้โดยสาร และการฝึกอบรมที่เน้นมาตรฐานสากลและการบริการอย่างไทย เป็นการควบคุมอำนาจผ่านการพัฒนาตนเอง และสร้างมาตรฐานเชิงวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของการบินไทย (Fraser, 1981)

นอกจากนี้ Foucault ยังกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และอำนาจ ในกรณีของการบริการบนเครื่องบิน พนักงานต้องใช้ความรู้เกี่ยวกับการสื่อสารและความปลอดภัยอย่าง

เหมาะสมและมีขั้นเชิง สะท้อนถึงการใช้อำนาจในรูปแบบที่ซ่อนเร้น ไม่ใช่อำนาจที่เผด็จการหรือสั่งการโดยตรง แต่เป็น อำนาจผ่านความสัมพันธ์ ความเชื่อใจ และความเข้าใจ ที่ถูกสร้างขึ้นผ่านการสื่อสารและการบริการที่อบอุ่น การใช้คำพูดที่สุภาพ น้ำเสียงที่อ่อนโยน และการแสดงออกทางกาย เช่น รอยยิ้ม การมองตา หรือการโน้มตัว จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้โดยสารรู้สึกปลอดภัยและยินดีที่จะปฏิบัติตามคำแนะนำ แม้ว่าในสถานการณ์ฉุกเฉินพนักงานอาจต้องใช้ในการสื่อสารที่ชัดเจนและเด็ดขาด แต่ในสถานการณ์ปกติ การใช้คำพูดที่สุภาพและน้ำเสียงนุ่มนวลสร้างความไว้วางใจให้กับผู้โดยสาร แสดงถึงอำนาจที่ซ่อนอยู่ผ่านความสัมพันธ์เชิงบวก (Shailaja, 2024)

ในการบริการที่มีมาตรฐานนี้ไม่ได้เพียงพอเพื่อความพึงพอใจของลูกค้า แต่ลูกเรือต้องได้รับการฝึกอบรมที่เน้นมาตรฐานสากลและการบริการอย่างไทย ให้มีทักษะการควบคุมตนเองเพื่อปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมในสถานการณ์ต่างๆ พนักงานต้อนรับเรียนรู้ที่จะควบคุมอารมณ์ ความคิด และการกระทำ เป็นการควบคุมอำนาจผ่านการพัฒนาตนเอง สร้างมาตรฐานเชิงวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ของการบินไทย เปรียบเทียบกับงานวิจัยของ Clark (2021) พบว่าการสื่อสารของพนักงานต้อนรับในแง่ Safety Talk และ Service Talk เน้นการฝึกฝนให้เข้มงวดในเรื่องความปลอดภัย เช่น การฝึกคำสั่งอพยพซึ่งต้องตะโกนเพื่อความปลอดภัย ในขณะที่ Service Talk มีอิสระในการใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้โดยสาร มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในทีม โดยเฉพาะในด้านการสื่อสาร การตัดสินใจ การจัดลำดับความสำคัญ และการแก้ปัญหา ที่ช่วยให้ลูกเรือสื่อสารกันอย่างเปิดเผย ลดช่องว่างระหว่างลำดับชั้น ตามแบบ Crew Resource Management (CRM) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มความปลอดภัยในอุตสาหกรรมการบิน และสร้างวัฒนธรรมการสื่อสารอย่างเปิดเผยที่ช่วยให้ทุกคนสามารถแสดงข้อกังวลด้านความปลอดภัยได้โดยไม่เกรงกลัวต่ออำนาจของผู้บังคับบัญชา (Helmreich, Merritt, & Wilhelm, 1999) อีกทั้งยังวิเคราะห์ว่าการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างลูกเรือสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของพนักงานต้อนรับ รวมถึงการใช้คำศัพท์เฉพาะทางและวิธีการพูดที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการบินเชิงพาณิชย์

ในด้านมาตรฐานความปลอดภัย หากพิจารณาถึงการสื่อสารด้วยวัฒนธรรมไทยในงานบริการแบบไทย ที่เน้นความอ่อนโยนและใส่ใจในรายละเอียด เช่น การยิ้ม การพูดจาสุภาพ และความมีมารยาท ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริการอย่างไทย แม้จะมีความเหมือนในด้านการใส่ใจในการบริการ แต่ต่างกันในเรื่องความเข้มงวดของความปลอดภัยและการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล อย่างไรก็ตาม การบริการอย่างไทยยังมุ่งเน้นการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ผสมผสานการแสดงออกซึ่งความอ่อนน้อมซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างเป็นมือ

อาชีพ โดยพยายามสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายและเป็นมิตร ไม่ใช้อำนาจในรูปแบบที่ชัดเจน แต่เป็นอำนาจที่ซ่อนอยู่ในความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้น ทำให้การพูดถึงความปลอดภัยดูนุ่มนวลมากขึ้น รวมถึงการใช้แนวคิดของ Crew Resource Management (CRM) ที่มีบทบาทสำคัญในการลดอุปสรรคจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมและสังคม ซึ่งอาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของลูกเรือ โดย CRM ช่วยสร้างความไว้วางใจจากผู้โดยสาร ช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกันของลูกเรือ เพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยอย่างเข้มงวด (Federal Aviation Administration, 2004; Helmreich et al., 1999) ขณะเดียวกัน การผสมผสานการบริการอย่างไทยที่ใส่ใจและให้ความสำคัญกับมารยาท ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายและเป็นมิตรในขณะปฏิบัติตามมาตรฐานสากล แม้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน ช่วยสร้างความเข้าใจแก่ลูกเรือว่าการบริการและความปลอดภัยต้องไปด้วยกัน ซึ่งสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของการบริการที่ผสมผสานความปลอดภัยและความเป็นไทย (Setyaningsih, 2015)

นอกจากนี้การใช้คำพูดเชิงบวก สุภาพ และสร้างสรรค์ มีผลต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดี และช่วยลดความขัดแย้งระหว่างพนักงานกับผู้โดยสาร เป็นแนวทางการสื่อสารที่ช่วยลดความขัดแย้ง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม โดยบรรจุแนวทางการสื่อสารในการแก้ปัญหาในทุกขั้นตอนของงานบริการ เพื่อช่วยให้พนักงานมีทักษะการสื่อสารที่ดีขึ้น สามารถปรับตัวและรับมือกับสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวทางการสื่อสารที่พัฒนาขึ้น เน้นไปที่ 3S ได้แก่ ความปลอดภัย (Safety) ความมั่นคง (Security) และ การบริการ (Service) เพื่อให้พนักงานต้อนรับสามารถให้บริการได้อย่างมีมาตรฐาน โดยยึดหลักนี้ และสุดท้าย พนักงานสามารถใช้แนวทางมาตรฐานนี้ในการเรียนรู้และฝึกฝน พัฒนาทักษะการสื่อสารและการแก้ปัญหาได้ด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับมาตรฐานการบริการระดับสากล นำไปสู่การพัฒนามาตรฐานทักษะการสื่อสาร สำหรับพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของการบินไทย ช่วยให้สามารถ แก้ไขปัญหาการบริการบนเครื่องบินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความขัดแย้ง และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้โดยสาร นอกจากนี้ ยังเน้น การเรียนรู้และพัฒนาด้วยตนเอง เพื่อให้พนักงานสามารถปรับปรุงศักยภาพการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง (วิลาศ ดวงกำเนิด, 2564)

จากผลการศึกษาที่มุ่งสำรวจอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย พบว่าหัวใจสำคัญที่แฝงอยู่ภายใต้ความอ่อนโยน อ่อนน้อม และความใส่ใจในรายละเอียดของการบริการอย่างไทย คือแนวคิด ความปลอดภัยมาก่อน (Safety First) ซึ่งเป็นแก่นกลางของทุกกระบวนการให้บริการ โดยเฉพาะในบริบทของอุตสาหกรรมการบินที่มี

มาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล เช่น ICAO และ IATA เป็นกรอบควบคุม แม้ว่าการบริการของลูกเรือจะเน้นการสร้างประทับใจผ่านการบริการอย่างไทย เช่น รอยยิ้ม การไหว้ การพูดจาสุภาพ และความอบอุ่นที่ถ่ายทอดออกมาผ่านภาษากาย (Body Language) และวัฒนธรรม (Shailaja, 2024) แต่แท้จริงแล้ว สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมสร้างความรู้สึกลดภัยให้กับผู้โดยสาร ทั้งทางกายภาพและทางอารมณ์ งานบริการบนเครื่องบินจึงไม่ได้เพียงเพื่อความสุนทรีย์ แต่เป็นระบบวาทกรรมที่จัดวางไว้อย่างละเอียดอ่อน เพื่อควบคุม พัฒนา และปลูกฝังพฤติกรรมที่สอดคล้องกับมาตรฐานความปลอดภัย การให้บริการแบบไทยที่อบอุ่นและเป็นมิตร ถูกหลอมรวมเข้ากับการฝึกอบรมด้านความปลอดภัยอย่างเข้มข้น เช่น การเตรียมความพร้อมในสถานการณ์ฉุกเฉิน การใช้เครื่องมือจำลอง (Mock-up Cabin) การฝึกปฏิบัติในสถานการณ์จริง (Simulation) และการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการนำวัฒนธรรมไทยมาประยุกต์ใช้ร่วมกับความเป็นมืออาชีพ เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างความปลอดภัย ความน่าเชื่อถือ และเสน่ห์แห่งความเป็นไทย อีกทั้งในบริบทของเทคโนโลยีและการแข่งขันในระดับโลก การบริการอย่างไทยจึงไม่ได้หยุดเพียงการรักษาความงามเชิงวัฒนธรรม หากแต่เป็น Soft Power ที่แฝงพลังของความรู้ ความสามารถ และการควบคุมที่มุ่งเป้าหมายเดียวกัน คือ สร้างความรู้สึกลดภัยอย่างลึกซึ้งให้แก่ผู้โดยสาร และยกระดับภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความน่าเชื่อถือในเวทีสากล (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) การบริการอย่างไทยในทุกภาคส่วนจึงสามารถเป็นต้นแบบ Soft Power ที่ขยายผลได้ในหลากหลายธุรกิจบริการ เพื่อสร้างความแตกต่าง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความไว้วางใจในระดับนานาชาติ (Lertputtarak, & Samokhin, 2023) แนวคิดการผสมผสานอัตลักษณ์วัฒนธรรมกับมาตรฐานสากลและความปลอดภัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจบริการอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ในโรงแรม ร้านอาหาร หรือธุรกิจบริการสุขภาพ โดยเน้นการฝึกอบรมบุคลากรให้เข้าใจทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล สร้างความประทับใจควบคู่กับความมั่นใจในบริการ เช่น การบริการในโรงแรมไทยที่เน้นความอบอุ่น การดูแลแบบครอบครัว และความเอื้อเฟื้อ พร้อมทั้งมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยที่เข้มงวด (Alaa-Eldeen, 2022)

กล่าวได้ว่า การบริการอย่างไทยเป็นมากกว่าการสร้างภาพพจน์หรือความประทับใจชั่วคราว แต่เป็น วัฒนธรรมของการบริการ ที่นำเสนอความปลอดภัยผ่านความใส่ใจ ความละเอียดละไม และความเป็นมนุษย์ ซึ่งกลายเป็นจุดแข็งสำคัญที่หล่อหลอมทั้งตัวตนของพนักงาน และอัตลักษณ์ของสายการบินให้โดดเด่นอย่างยั่งยืน การให้บริการที่มีคุณภาพสูงนั้นจะ

สร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันในตลาด โลกสอดคล้องกับกลยุทธ์ชาติไทย (2018-2037) ที่มุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการในอนาคต (Kungwola, 2023)

2.2 การสร้างการเรียนรู้ และเงื่อนไขของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย

ในยุคที่อุตสาหกรรมบริการต้องการบุคลากรที่มีทักษะการบริการและความรู้ด้านความปลอดภัย ครูผู้สอนจึงต้องพัฒนาตนเองแบบต่อเนื่องเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง การศึกษาแนวทางการพัฒนาครูผู้สอนผ่านหลักการ SERVICE MIND แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning) ที่ไม่เพียงแต่ช่วยพัฒนาทักษะการสอนเท่านั้น แต่ยังสร้างความเชี่ยวชาญในการบูรณาการระหว่างงานบริการและมาตรการความปลอดภัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ “การบริการอย่างไทย” จึงมิใช่แค่ทักษะ แต่คือ อัตลักษณ์ (Identity) ที่ต้องสืบทอด ถ่ายทอด และแสดงออกอย่างต่อเนื่อง กลยุทธ์ในการพัฒนาแนวคิดนี้ให้รักษาคุณภาพภายใต้แรงกดดันจากโลกยุคใหม่ ไม่ได้เกิดจากการกำหนดนโยบายเท่านั้น แต่ต้องอาศัย กระบวนการเรียนรู้ที่ยังรากในจิตสำนึกของผู้สอน กลยุทธ์ที่เกิดการเรียนรู้จากสถานการณ์จริง (Experiential Learning) การฝึกอบรมโดยใช้สถานการณ์จำลอง หรือปัญหาจริงบนเที่ยวบินมาเป็นกรณีศึกษา ผู้เรียนได้รับทักษะที่สามารถนำไปใช้ได้ทันทีในสถานการณ์จริง ช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจบริบทของการบริการที่แท้จริง ไม่ใช่แค่ตามคู่มือ ครูผู้สอนใช้ประสบการณ์การทำงานจริงเป็นฐานในการพัฒนาการสอน โดยการสังเกต วิเคราะห์ และสะท้อนถึงสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น (Garrison, 1997; Li, 2022) เช่น การสังเกตการตอบสนองของผู้โดยสารต่อรอยยิ้ม หรือการวิเคราะห์ความสำเร็จในการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน การครูผู้สอนเป็นแบบอย่าง (Role Model) เป็นต้นแบบที่ “สอนด้วยหัวใจ” มากกว่าคำพูด ความเป็นมืออาชีพ และความสามารถในการสื่อสารวัฒนธรรมไทย ที่ถูกถ่ายทอดผ่านพฤติกรรม ช่วยสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีแนวคิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้สื่อเรียนรู้ เช่น e-learning, mobile platform และ video case simulation ช่วยให้การเรียนรู้สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา และยังเปิดโอกาสให้ครูเรียนรู้ในแบบของตนเอง (Li, 2022)

กลยุทธ์ที่เกิดจากการสร้างแรงบันดาลใจ เช่น การปลูกฝังความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทยและการบริการ การบ่มเพาะคุณค่าและความหมายของการเป็นผู้ให้บริการแบบไทย โดยใช้เรื่องเล่าและประสบการณ์ที่สร้างพลังใจ ทำให้การเรียนรู้เกิดจากแรงบันดาลใจ ไม่ใช่เพียงภาระหน้าที่เชื่อมโยงความรู้ด้านการบริการเข้ากับมาตรการความปลอดภัย โดยไม่แยกเป็นเรื่อง ๆ แต่นำมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน เช่น การใช้รอยยิ้มและการสบตาในการสื่อสารข้อมูลด้าน

ความปลอดภัย อีกทั้งการมีประสบการณ์ตรงทำให้สามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Mikolich et al., 2024)

กลยุทธ์ที่เกิดจากการสะท้อนและพัฒนาตนเอง เช่นการจัดกิจกรรม Reflection หรือ Journaling ช่วยให้ครูได้มองย้อนกลับไปถึงบทบาทของตนและสร้างแนวทางพัฒนาที่ลึกซึ้งขึ้น การสะท้อนและวิเคราะห์สถานการณ์อย่างลึกซึ้งเพื่อหาแนวทางการพัฒนา เช่น การประเมินตนเองหลังการสอนแต่ละครั้ง การศึกษาเพิ่มเติมจากหนังสือและแหล่งความรู้ต่างๆ เพื่อพัฒนาทักษะการสอน ปรับเปลี่ยนวิธีการสอนให้เข้ากับผู้เรียนและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยใช้ความเข้าใจในความต้องการเฉพาะของแต่ละบุคคล การพัฒนาทักษะและคุณภาพการสอนของครูผู้สอนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ครูสามารถวิเคราะห์และปรับเปลี่ยนแนวทางการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับผู้เรียนต่างรุ่นและวัฒนธรรมที่หลากหลาย การรักษาความต่อเนื่องของวัฒนธรรมองค์กร (Cultural Continuity) ทำให้สายการบิณยังคงมีเอกลักษณ์โดดเด่นที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมใน ตลาดโลก เป็นการสะท้อนและประเมินตนเองทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ไม่หยุดนิ่ง (Roberts, 2011)

กลยุทธ์ระดับองค์กร ที่เกิดจาก นโยบายและการสนับสนุน โดย องค์กรจัดทำ แผนพัฒนาครูผู้สอนอย่างเป็นระบบ โดยมีนโยบายสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต จัดสรรงบประมาณสำหรับการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน และการเข้าร่วมสัมมนาวิชาการในระดับชาติ และนานาชาติ สร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครูผู้สอน จัดตั้งกลุ่มพัฒนาวิชาชีพ (Professional Learning Community) สนับสนุนการจัดประชุมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการเป็นพี่เลี้ยง (Mentoring System) ระหว่างครูผู้มีประสบการณ์กับครูใหม่ สนับสนุนให้ครูทำการวิจัยเพื่อพัฒนาวิธีการสอน จัดหาทุนสนับสนุนการวิจัย สร้างหน่วยงานวิจัยและพัฒนาการศึกษา และส่งเสริมการตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิชาการ จัดระบบการยกย่องครูผู้มีความดีเด่น มีการแต่งตั้งครูผู้เชี่ยวชาญ ครูดีเด่น จัดรางวัลการสอนที่เป็นเลิศ และเชื่อมโยงผลการพัฒนาตนเองกับการเลื่อนตำแหน่งและปรับขึ้นเงินเดือน จัดหาเทคโนโลยีการศึกษาที่ทันสมัย สร้างห้องสมุด และแหล่งเรียนรู้ที่ครบครัน จัดให้มีเวลาสำหรับการพัฒนาตนเองในตารางงาน และสร้างบรรยากาศองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้ รวมถึงมีระบบประเมินการพัฒนาครูที่ชัดเจน จัดทำแผนพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) มีการติดตามผลการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงแผนการพัฒนาตามผลการประเมิน (Bakken et al., 2011)

ผลลัพธ์ของกระบวนการสร้างการเรียนรู้ของครูผู้สอนด้านการบริการอย่างไทยบน เครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทยสะท้อนถึงความสำเร็จในหลายมิติ ทั้งในด้านการพัฒนาตนเอง การถ่ายทอดความรู้ การบูรณาการบริการกับความปลอดภัย และการสนับสนุนจากองค์กร

โดยครูผู้สอนเกิดการพัฒนาดังต่อไปนี้เนื่องจากการสะท้อนและประเมินตนเอง ซึ่งส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างไม่หยุดนิ่ง และนำไปสู่ความเชี่ยวชาญแบบองค์รวมที่สามารถถ่ายทอดทั้งทักษะการบริการและความปลอดภัยควบคู่กันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบการณ์ตรงของครูยังส่งผลให้เกิดความมั่นใจในการสอน และสามารถตอบคำถามหรือแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างคล่องแคล่วและเหมาะสมกับบริบทจริง การถ่ายทอดความรู้ของครูผู้สอนเน้นการสอนแบบปฏิบัติจริง ทำให้ผู้เรียนสามารถนำทักษะไปใช้ได้ทันทีในสถานการณ์การทำงานจริง ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีพลังและเป็นรูปธรรม อีกทั้งครูยังมีแรงบันดาลใจในการสอนที่เน้นการปลูกฝังความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย ส่งเสริมให้ผู้เรียนตระหนักถึงคุณค่าของการบริการอย่างไทย และเกิดทัศนคติในการพัฒนาด้านตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นรากฐานของการเติบโตทางวิชาชีพในระยะยาวกลยุทธ์เหล่านี้นำไปสู่ ผลลัพธ์ที่มีนัยสำคัญ ในการยกระดับคุณภาพของครูผู้สอนและระบบการบริการบนเครื่องบิน ให้มีความเชี่ยวชาญแบบองค์รวมคือ ครูสามารถถ่ายทอดทั้งทักษะการบริการและความปลอดภัยในเวลาเดียวกัน ผู้เรียนสามารถเข้าใจความหมายของ “บริการแบบไทย” และถ่ายทอดได้อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ใช่จากการท่องจำ แต่จากความรู้สึกภายใน การมีประสบการณ์ตรงทำให้สามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความมั่นใจในการสอน การสื่อสารวัฒนธรรมไทยในระดับนานาชาติทำให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจและพร้อมทำหน้าที่ “ทูตวัฒนธรรม” ได้อย่างสง่างาม ครูผู้สอนการบริการบนเครื่องบินต้องทำหน้าที่เป็นต้นแบบทั้งในด้านทักษะการบริการและการแสดงออกถึงคุณค่าความเป็นไทย เช่น ความสุภาพ มารยาท และจิตบริการ (วิลาศ ดวงกำเนิด, 2564; อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2546)

ด้านความปลอดภัยและการบริการ เกิดการบูรณาการอย่างสมบูรณ์แบบ โดยไม่มีการแยกส่วนหรือให้ความสำคัญเพียงด้านใดด้านหนึ่ง ครูผู้สอนสามารถหล่อหลอมแนวปฏิบัติให้ลูกเรือมีความเข้าใจว่า ความปลอดภัยและการบริการคือส่วนที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ความสามารถในการจัดการสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างมั่นใจและเหมาะสมของลูกเรือแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ของการสอนที่เชื่อมโยงมารยาทไทยเข้ากับมาตรฐานการบริการระดับสากล และก่อให้เกิดความเป็นเลิศในระดับนานาชาติอย่างชัดเจน และในมิติของการสนับสนุนจากองค์กร ครูผู้สอนได้รับการยอมรับทั้งในระดับองค์กรและอุตสาหกรรมในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนการบริการ องค์กรมีบุคลากรที่ทันสมัย มีความรู้และทักษะที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร โดยเฉพาะในด้านการศึกษา การบริการที่เป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ (International Air Transport Association (IATA), 2023) อีกทั้งยังมีการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร อันนำไปสู่ระบบการพัฒนา

ครูที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษาคุณภาพและอัตลักษณ์ของการบริการอย่างไทยในระดับสากล กลยุทธ์เหล่านี้นำไปสู่ ผลลัพธ์ที่มีนัยสำคัญ ในการยกระดับคุณภาพของครูผู้สอนและระบบการบริการบนเครื่องบิน ให้มีความเชี่ยวชาญแบบองค์รวมคือ ครูสามารถถ่ายทอดทั้งทักษะการบริการและความปลอดภัยในเวลาเดียวกัน (Bunbut, 2019) ผู้เรียนสามารถเข้าใจความหมายของ บริการแบบไทย และถ่ายทอดได้อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ใช่จากการท่องจำ แต่จากความรู้สึกภายใน การมีประสบการณ์ตรงทำให้สามารถตอบคำถามและแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความมั่นใจในการสอน การสื่อสารวัฒนธรรมไทยในระดับนานาชาติทำให้พนักงานรู้สึกภาคภูมิใจและพร้อมทำหน้าที่ “ทูตวัฒนธรรม” ได้อย่างสง่างาม (Aman, 2024) และจากกลยุทธ์และผลลัพธ์เหล่านี้เอง จึงได้นำไปสู่ “เงื่อนไขที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง” สำหรับครูผู้สอนในบริบทสายการบิน ซึ่งถือเป็นหัวใจของการสร้างพนักงานรุ่นใหม่ให้ไม่เพียง “บริการได้ดี” แต่ยัง “ภาคภูมิใจและเข้าใจในสิ่งที่ให้” อย่างแท้จริง (Garrison, 1997) จะเห็นได้ว่าเงื่อนไขที่สำคัญในการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองของครูคือ การเรียนรู้จากประสบการณ์ การสะท้อนและปรับปรุง การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน และการสร้างความร่วมมือกับเครือข่าย โดยเชื่อมโยงกับการถ่ายทอดอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้อย่างต่อเนื่องในบทบาทผู้ให้บริการที่เป็นตัวแทนวัฒนธรรมไทยบนเวทีโลก การให้พื้นที่และโอกาสในการเรียนรู้ เช่น การจัด workshop หรือฝึกปฏิบัติจริง (Dekker et al., 2008) การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรและเวลาสำหรับพัฒนาทักษะที่สำคัญ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้แนวคิดการเรียนรู้แบบชี้นำตนเองในการพัฒนาความรู้และการถ่ายทอดอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยอย่างยั่งยืนในบริบทสายการบิน

การเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง ในบริบทของการบริการอย่างไทยนี้เกิดขึ้นผ่านการถ่ายทอดประสบการณ์จริง การสอนเชิงจิตวิทยา และการสร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งทำให้พนักงานทั้งผู้สอนและผู้เรียนสามารถพัฒนาตนเองและนำคุณค่านี้ส่งต่อไปกับรุ่นถัดไป นับเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยให้องค์กรรักษาอัตลักษณ์และมาตรฐานของตนเองได้อย่างยั่งยืน ครูผู้สอนเป็นตัวแทน (representation) ของชุดความรู้และวัฒนธรรมการบริการอย่างไทย ที่ถ่ายทอดผ่านประสบการณ์ และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติจริง (Nopas, 2023) งานวิจัยชี้ให้เห็นถึงกระบวนการสร้างการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง ซึ่งเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาครูผู้สอนด้านการบริการบนเครื่องบิน การสนับสนุนจากองค์กร ความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย และการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การบริการอย่างไทย สามารถถ่ายทอดได้อย่างมี

ประสิทธิภาพและยั่งยืน ในระดับสากลได้ โดยมีเงื่อนไขสำคัญที่จะช่วยเสริมกระบวนการพัฒนาให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น คือ การสนับสนุนจากองค์กรและวัฒนธรรมองค์กร การสนับสนุนส่งเสริมการพัฒนาครูผู้สอนที่ชัดเจนช่วยกำหนดทิศทางการพัฒนา รวมถึงการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณที่เหมาะสมช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน และเป็นการสร้างระบบแรงจูงใจและความก้าวหน้าในวิชาชีพที่จะช่วยรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพ (Lemmetty, & Collin, 2020) อีกทั้งการสนับสนุนการเรียนรู้ด้วยทรัพยากรที่เหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่ทันสมัย เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ที่มีความจำเป็นเพราะห้องจำลองสถานการณ์บนเครื่องบิน (Mock-up Cabin) ช่วยสร้างประสบการณ์ใกล้เคียงสถานการณ์จริง ช่วยเตรียมความพร้อมสำหรับสถานการณ์ฉุกเฉิน (Padaki et al., 2018) บรรยายภาคการเรียนรู้สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมมีความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ช่วยเพิ่มพูนความรู้จากเพื่อนร่วมวิชาชีพ

การสังเกตและการเรียนรู้หน้างานจริงเป็นรากฐานของการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง ที่สอดคล้องกับสายการบิน โดยเน้น การเรียนรู้หน้างานของครู Kodom-Wiredu et al. (2022) การฝึกอบรมที่มุ่งเน้นสถานการณ์ในสภาพแวดล้อมการทำงานจริงที่จำลองช่วยเพิ่มกระบวนการทางปัญญา ทำให้สามารถวิเคราะห์และการตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้นแนวทางนี้เตรียมทั้งนักบินและ ATCO เพื่อจัดการกับสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความสามารถในการปฏิบัติงาน (Kolotusha, 2024) ส่งเสริมการถ่ายทอดประสบการณ์ตรงจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง เน้นการสร้างทฤษฎีและแนวทางการสอนที่ยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ รวมถึงการใช้กรณีศึกษา (Case Study) จากปัญหาที่เกิดขึ้นบนเที่ยวบินมาวิเคราะห์และถ่ายทอดแนวทางแก้ไข การจัดหาเครื่องมือ เช่น e-Learning และ Mobile Learning Systems เพื่อให้ครูพัฒนาตัวเอง ด้วยการใช้เทคโนโลยีเช่น วิดีโอสาธิต และสื่อการเรียนรู้ออนไลน์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ และทำให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้น (Johnson, 2020)

การจัดอบรมที่กระตุ้นให้ครูวิเคราะห์ปัญหาและตัดสินใจ เช่น การสอนลูกเรือในสถานการณ์ฉุกเฉิน การเรียนรู้การปรับตัวในวัฒนธรรมหลากหลาย เช่น การบริการที่ตอบสนองผู้โดยสารจากภูมิหลังที่แตกต่าง เน้นการฝึกปฏิบัติจริง และการเรียนรู้วัฒนธรรม (Pinto & Nakatani, 2022) เช่นเดียวกับแนวทางการบริการอย่างไทย ที่ต้องถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านงานบริการ รวมถึงการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ระหว่างผู้สอน และการส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิตช่วยรักษามาตรฐานความเป็นมืออาชีพ รวมถึงการจัดทำคู่มือ SOP และอบรมเพื่อถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทย ในช่วงเข้าก่อนเข้าสู่บทเรียน มี Home room เพื่อขัดเกลาทัศนคติ

(attitude) สร้างแนวคิดเชิงบวก (positive thinking) ปลุกฝัง ด้วยการนำเรื่องราว ข้อคิด มาเล่าให้ผู้เรียนได้เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดวิธีคิด และความรู้สึกที่ดี เพื่อให้เกิดมุมมองในสิ่งที่ดี อีกทั้งเงื่อนไขด้านคุณสมบัติของผู้สอน ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ การทำงานในตำแหน่งพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินไม่น้อยกว่า 10 ปี เนื่องจากประสบการณ์ตรงช่วยให้ผู้สอนเข้าใจความท้าทายในการทำงานจริง อีกทั้งการเผชิญสถานการณ์หลากหลายช่วยสร้างคลังความรู้เชิงประสบการณ์ และการผ่านมาตรฐานสากลช่วยรับประกันคุณภาพการสอนในระดับนานาชาติรวมถึงมีความเชี่ยวชาญในการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินบนเครื่องบิน การเรียนรู้จากประสบการณ์จริง (Experiential Learning) โดยใช้สถานการณ์จำลองและสถานการณ์จริง เช่น การบริการผู้โดยสารที่มีความต้องการพิเศษ หรือการแก้ไขปัญหาหน้างาน (Rurak, 2017)

การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและความสนใจของผู้เรียน โดยการส่งเสริมความร่วมมือ เน้นถึงความสำคัญของการแบ่งปันประสบการณ์และความคิดระหว่างผู้เรียน ซึ่งมีส่วนช่วยในการเปลี่ยนแนวทางการฝึกอบรมจากการเรียนรู้แบบดั้งเดิม (Dara & Kesavan, 2024) ทั้งนี้รวมถึงการสร้างแรงจูงใจภายใน สร้างความภาคภูมิใจในบทบาทของการเป็นตัวแทนวัฒนธรรมไทยในบริบทระดับโลก จากการปลุกฝังความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย เช่น การยิ้ม การไหว้ และการบริการด้วยใจ การตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ที่มีคุณค่า เช่น การพัฒนาทักษะการถ่ายทอด การบริการอย่างไทย ที่เป็นเอกลักษณ์ และการยกย่อง ให้คำชมและ Feedback เชิงบวกที่สร้างแรงบันดาลใจจากองค์กรหรือผู้โดยสาร รวมถึงการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ให้ครูมีโอกาสดำเนินการพัฒนาคู่มือความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่องอย่างต่อเนื่องในการรักษาความเป็นมืออาชีพมีความจำเป็นทั้งในด้าน การวิจัยและพัฒนาที่ช่วยสร้างนวัตกรรมการสอน รวมถึงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างสายการบินช่วยเพิ่มมุมมองใหม่ โดยมีการตั้งเป้าหมายและแผนพัฒนาตนเองรายปี และการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยี เช่น e-Learning เพื่อเสริมการเรียนรู้ มีการพัฒนาระบบประกันคุณภาพ การติดตามประเมินผลช่วยพัฒนาอย่างมีทิศทางการสอน การปรับปรุงต่อเนื่องช่วยยกระดับคุณภาพการสอนช่วยรักษามาตรฐานการสอน การประเมินผลการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องช่วยให้สามารถระบุปัญหาและข้อบกพร่องในการเรียนรู้ได้ทันทั่วทั้งที่ นอกจากนี้ยังสามารถปรับปรุงวิธีการสอนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Muhammad et al., 2024; Huang, 2008)

การเรียนรู้และการฝึกอบรมสำหรับครูผู้สอนด้านการบริการบนเครื่องบินเป็นเรื่องที่สำคัญยิ่งในสายการบินไทย เนื่องจากความเป็นมืออาชีพและคุณภาพการบริการมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้โดยสารและชื่อเสียงของสายการบิน นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบในการพัฒนาความสามารถและความเชี่ยวชาญของ

ครูผู้สอน ซึ่งจะช่วยยกระดับคุณภาพการบริการบนเครื่องบินและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้โดยสาร ดังเช่นการวิจัยของ ภิสันต์ ดินะคัต (2565) ที่เน้น “การเรียนรู้จากประสบการณ์” และ “ความสัมพันธ์ในที่ทำงาน” แต่ มีเป้าหมายต่างกันตรงที่ โรงแรมเน้น ความเข้าใจข้ามวัฒนธรรม ส่วนสายการบินเน้น ถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทย ผ่านแรงจูงใจภายในโดยใช้กรณีศึกษาและการเล่าเรื่องเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในบทบาท การสะท้อนตนเอง โดยพัฒนาตนเองและปรับปรุงวิธีการบริการ และที่สำคัญคือการสนับสนุนจากองค์กร แสดงให้เห็นว่าการสร้างเงื่อนไขการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง สำหรับครูผู้สอนด้านการบริการบนเครื่องบินสายการบินสัญชาติไทย เป็นเครื่องมือสำคัญที่ส่งเสริมให้ครูผู้สอนสามารถพัฒนาทักษะ ปรับตัวต่อบริบทการบริการที่เปลี่ยนแปลง และเพิ่มความมั่นใจในการถ่ายทอด การบริการอย่างไทย ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยสู่การบริการในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

หนึ่งในจุดแข็งที่โดดเด่นของการบริการอย่างไทย คือการไหว้ การยิ้ม และการสื่อสารอย่างสุภาพ สิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจและความแตกต่างในการบริการ ทั้งยังสะท้อนถึงนโยบายขององค์กรที่มุ่งส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยควบคู่กับการยกระดับคุณภาพบริการสู่มาตรฐานสากลได้อย่างกลมกลืน อย่างไรก็ตามการรักษาความเป็นไทยในบริบทของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะเมื่อต้องให้บริการแก่ผู้โดยสารจากวัฒนธรรมที่แตกต่าง ยังคงเป็นความท้าทายที่ครูผู้สอนต้องเผชิญและบริหารจัดการอย่างเหมาะสม (Thurlow & Aiello, 2007)

การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ภายในองค์กรผ่านการจัดหาแหล่งทรัพยากร การอบรม และการให้ข้อเสนอแนะในเชิงบวก ช่วยกระตุ้นแรงจูงใจภายในของครูผู้สอน และส่งเสริมความภาคภูมิใจในบทบาทของตนเอง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความร่วมมือระหว่างองค์กรสนับสนุนจากองค์กรและแรงจูงใจภายในมีบทบาทร่วมกันในการขับเคลื่อนการเรียนรู้แบบ SDL อย่างมีประสิทธิภาพ (Hersey & Blanchard, 1969) ในยุคที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาทักษะและความรู้ของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น แรงจูงใจ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล และบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้ กลายเป็นสิ่งสำคัญมากขึ้น นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์หรือเครื่องมือใหม่ ๆ เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ คอร์สอบรมดิจิทัล หรือเครื่องมือสนับสนุนด้วย AI และ Machine Learning ต่าง ๆ ก็ถูกมองว่าเป็นแนวโน้มสำคัญในการสร้างรูปแบบการเรียนรู้ใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์อุตสาหกรรมบริการในอนาคต

นอกจากแนวคิดและเครื่องมือ ยังมีการวิเคราะห์กรณีศึกษาขององค์กรที่นำแนวทางการเรียนรู้ด้วยตนเองมาใช้ ซึ่งพบว่ามีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพการทำงานและระดับความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ บทบาทของเทคโนโลยี เช่น e-Learning แอปพลิเคชันมือถือ และเครื่องมือการสื่อสารออนไลน์ ยังช่วยให้ผู้เรียนสามารถเข้าถึงเนื้อหาและพัฒนาตนเองได้อย่างสะดวกและต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ครูผู้สอนยังคงเผชิญกับอุปสรรค เช่น เวลาที่จำกัด ความไม่มั่นใจในแหล่งข้อมูล และความท้าทายด้านการจัดการตนเอง ซึ่งต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสมจากทั้งระบบองค์กรและทรัพยากรภายนอก และสุดท้าย ผลกระทบจากการเรียนรู้ด้วยตนเองยังสามารถสะท้อนผ่านตัวชี้วัดทางธุรกิจ เช่น ระดับความพึงพอใจของลูกค้า คุณภาพการบริการ และความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ซึ่งตอกย้ำว่า SDL ไม่เพียงเป็นเครื่องมือพัฒนาบุคลากร แต่ยังเป็นกลยุทธ์ที่มีศักยภาพในการยกระดับคุณภาพบริการขององค์กรในภาพรวมอีกด้วย (Manon, 2010; Frei & Morriss, 2012)

ข้อเสนอแนะ

การบริการอย่างไทยมิใช่เพียงกระบวนการที่มุ่งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสาร หากแต่เป็นการถ่ายทอดคุณค่า ความเป็นชาติ และวัฒนธรรมไทยที่ฝังรากลึกในวิถีชีวิตของผู้น้อยอย่างกลมกลืน การไหว้ที่นอบน้อม รอยยิ้มที่เปี่ยมด้วยมิตรไมตรี และความอ่อนน้อมที่สะท้อนถึงการเคารพและเชื้อเพื่อ ล้วนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่สามารถหาได้จากตำรา แต่เกิดจากจิตสำนึกแห่งการ “บริการด้วยใจ” ซึ่งควรถูกธำรงรักษาและสืบทอดไปยังรุ่นต่อรุ่น นับเป็น “อัตลักษณ์แห่งการให้บริการที่ควรค่าแก่การสืบสาน”

บริบทของธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการบิน บุคลากรที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์แห่งการบริการอย่างไทยได้อย่างแท้จริง คือทรัพยากรที่ทรงคุณค่า พนักงานต้อนรับจึงต้องได้รับการพัฒนาอย่างเข้มข้น ทั้งด้านบุคลิกภาพ ความสุภาพ ความคล่องแคล่ว ความจริงใจ และความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์กับผู้โดยสาร การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพจึงมุ่งสร้างจิตสำนึกในงานบริการ เพื่อให้บุคลากรสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้โดยสารได้อย่างเต็มที่ ทั้งนี้ก็เพื่อสร้างความประทับใจที่ยั่งยืนและกระตุ้นให้ผู้โดยสารกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ครูผู้สอนในหลักสูตรการบริการของสายการบินสัญชาติไทย จึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดทั้งความรู้ ทักษะ และค่านิยมผ่านกระบวนการเรียนรู้แบบชี้นำตนเอง (Self-Directed Learning) เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและพัฒนาศักยภาพครูให้สามารถออกแบบการสอนที่เน้นคุณภาพระดับสูง การบริการอย่างไทยในบริบทของสายการบินจึงเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการผสมผสานวัฒนธรรมพื้นถิ่นเข้ากับมาตรฐานบริการระดับสากลอย่างลงตัว

ในยุคแห่งโลกาภิวัตน์ ที่วัฒนธรรมหลากหลายเคลื่อนที่ข้ามพรมแดนอย่างรวดเร็ว การรักษา “ความเป็นไทย” ในการบริการยิ่งท้าทายและซับซ้อนมากขึ้น ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีความสามารถในการปรับตัว และเข้าใจความต้องการของผู้โดยสารจากหลากหลายวัฒนธรรม โดยยังคงความเป็นไทยไว้อย่างสง่างาม การใช้ “Thainess” หรือความเป็นไทยในฐานะ Soft Power บนเวทีโลก จำเป็นต้องดำเนินอย่างระมัดระวังและมีวิจารณญาณ เพราะแม้จะมีศักยภาพในการสร้างภาพลักษณ์และเศรษฐกิจให้กับประเทศ แต่ก็มีทั้งข้อดีและข้อจำกัดที่ต้องตระหนักในแต่ละบริบท Thainess ในรูปแบบอาหาร (Food), แฟชั่น (Fashion), มวยไทย (Fighting), เทศกาล (Festival) ฯลฯ ช่วยให้ไทยมีเอกลักษณ์โดดเด่นบนเวทีโลก และสามารถต่อยอดเป็นสินค้าส่งออกทางวัฒนธรรม สร้างรายได้และมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นการสร้างจุดขายทางวัฒนธรรม การนำเสนอความเป็นไทยที่เน้นความอ่อนน้อม มีน้ำใจ มิตรไมตรี และความคิดสร้างสรรค์ ทำให้ต่างชาติมองไทยในแง่บวก และเกิดความรู้สึกผูกพันกับวัฒนธรรมไทย เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับวัฒนธรรมไทย สังคมไทย และประเทศไทย นอกจากนี้ การผสมผสานวัฒนธรรมไทยกับสากล (cultural hybridization) ยังช่วยให้ต่างชาติเข้าถึงและเข้าใจไทยมากขึ้น

อย่างไรก็ดี สิ่งที่ควรระวังคือ หาก Thainess ถูกนำเสนอแบบตายตัว หรือถูกควบคุมโดยรัฐหรือองค์กรอย่างเข้มงวด อาจนำไปสู่การปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์และการปรับตัว เช่น การห้ามดัดแปลงวัฒนธรรมบางอย่าง หรือการตีความว่าอะไร “เหมาะสม/ไม่เหมาะสม” ที่อาจขัดกับความเข้าใจของโลกสมัยใหม่ หากนำเสนอความเป็นไทยแบบยึดติดกับภาพจำเดิม ๆ เช่น “ไทยต้องเป็นแบบนี้เท่านั้น” อาจทำให้ต่างชาติมองไทยเป็นเพียงความแปลกใหม่ในเชิงท่องเที่ยว มากกว่าการเข้าใจแก่นสารหรือศักยภาพร่วมสมัยของไทย อย่างไรก็ตาม การนำเสนอ Thainess ที่ไม่คำนึงถึงรากเหง้าและความหลากหลายของไทย อาจทำให้สูญเสียความลึกซึ้งและเสน่ห์ที่แท้จริงของวัฒนธรรม

ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเลือกนำเสนอ Thainess ที่มีพลวัตโดย เปิดโอกาสให้วัฒนธรรมไทยปรับตัวและผสมผสานกับวัฒนธรรมโลก โดยไม่ทิ้งรากเหง้าของตนเอง เช่น การนำความเป็นไทยด้วยบริการอย่างไทย และความปลอดภัยด้วยความเป็นไทยในระดับมาตรฐานสากล ให้เป็นที่ยอมรับบนเวทีโลก และต้องสื่อสารความเป็นไทยในบริบทที่โลกเข้าใจ โดยไม่ควรนำเสนอแต่เพียง “ไทยในแบบเรา” แต่ควรสื่อสารให้ต่างชาติเข้าใจคุณค่าของความเป็นไทยในภาษาสากล เช่น การอธิบายความหมายของพิธีกรรมไทยในงานระดับนานาชาติ หรือการใช้ศิลปะร่วมสมัยเป็นสื่อกลาง อีกทั้งในฐานะที่เป็นคนไทย จะต้องรักษาและต่อยอดรากเหง้าด้วยการส่งเสริมการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากชุมชนท้องถิ่นสู่สากล โดยไม่ละทิ้งรากฐานความเป็นไทย แต่ปรับให้เข้ากับ

บริบทใหม่ เช่น การพัฒนาเทศกาลพื้นบ้านให้เป็น event ระดับนานาชาติ โดยเปิดกว้างต่อความคิดสร้างสรรค์ที่ รัฐและสังคมควรสนับสนุนให้เกิดการทดลองและสร้างสรรค์ Thainess ในรูปแบบใหม่ๆ โดยไม่ปิดกั้นหรือกลัวการเปลี่ยนแปลง

Thainess ที่เป็น Soft Power จะมีพลังและยั่งยืนก็ต่อเมื่อเปิดรับการเปลี่ยนแปลง กล้าผสมผสานกับวัฒนธรรมโลกโดยไม่ละทิ้งรากเหง้าของตนเอง และนำเสนอในรูปแบบที่โลกเข้าใจและเข้าถึงได้จริง ไม่ใช่เพียงการยึดติดกับภาพจำหรือกรอบเดิม ๆ การใช้ Thainess อย่างสร้างสรรค์และยืดหยุ่นจะเป็น “ประตู” เปิดโอกาสใหม่ ๆ ให้กับเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก ด้วยเหตุนี้ การบริการอย่างไทย จึงไม่ใช่เพียงกลยุทธ์ทางธุรกิจ แต่คือ “สินทรัพย์เชิงวัฒนธรรม” ที่สามารถเปลี่ยนเป็นพลังทางเศรษฐกิจในเวทีระดับโลก ภายใต้อัตลักษณ์ที่ชัดเจนและโดดเด่น ประเทศไทยได้รับการยกย่องให้เป็น “จุดหมายปลายทางแห่งความอบอุ่น” ที่ผู้มาเยือนจะสัมผัสได้ถึงความจริงใจและความเป็นมนุษย์ในทุกการบริการ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลจากการผสมผสานอันชาญฉลาดระหว่างวัฒนธรรมไทยกับมาตรฐานบริการระดับโลกอย่างแท้จริง

การนำข้อมูลจากงานวิจัยไปใช้ ควรเน้นการพัฒนาครูผู้สอนให้เป็นต้นแบบที่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมผสมผสานมาตรฐานสากล และสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกและสร้างสรรค์ ขณะเดียวกันควรสืบสานและพัฒนาความเป็นไทยให้ทันสมัยและตอบโจทย์บริบทโลกาภิวัตน์ การนำข้อมูลไปใช้ควรเน้นการประยุกต์ใช้กับการฝึกอบรมและพัฒนาหลักสูตรสำหรับครูผู้สอน เพื่อให้สามารถถ่ายทอดความเป็นไทยอย่างมีประสิทธิภาพและทันสมัย และควรมีการประเมินผลลัพธ์ของการนำความเป็นไทยไปใช้ในงานบริการ ทั้งในด้านความพึงพอใจของลูกค้าและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ควรมีแนวทางหรือโมเดลการผสมผสานความเป็นไทยกับมาตรฐานสากล เช่น การบริการที่เน้นใจบริการควบคู่กับความปลอดภัยและความเป็นมืออาชีพ การพัฒนาครูผู้สอนและการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับบริบทความเป็นไทยและมาตรฐานสากล จะไม่เพียงเป็นเครื่องมือในการรักษาอัตลักษณ์องค์กร แต่ยังสามารถเป็นพลังขับเคลื่อนธุรกิจการบินและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หากได้รับการต่อยอดอย่างมีทิศทางในเชิงนโยบายและการวิจัยอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1. การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของบุคลากร คือการลงทุนเพื่ออนาคตขององค์กร ควรมีการวางแผนพัฒนาทักษะของครูผู้สอนและพนักงานในทุกระดับอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้แบบ Self-Directed Learning (SDL) ผ่าน Workshop, Simulation

และ Coaching รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านภาษาวัฒนธรรมข้ามชาติ (Cultural Intelligence) เพื่อให้สามารถให้บริการผู้โดยสารจากทั่วโลกได้อย่างมืออาชีพและมีอัตลักษณ์ ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและพัฒนาครูผู้สอนอย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงและการสะท้อนตนเองควรถูกนำมาใช้ในการฝึกอบรมพนักงานและครูผู้สอนอย่างเป็นระบบ โดยเน้นการสร้างพื้นที่การเรียนรู้ การจัด workshop และใช้เทคโนโลยี เช่น e-Learning และ mock-up cabin เพื่อฝึกฝนสถานการณ์จำลอง การเรียนรู้ควรสนับสนุนให้ครูผู้สอนพัฒนา “Soft Skills” เช่น ความเข้าใจวัฒนธรรม การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และการรับมือกับความหลากหลาย สร้างเครือข่ายการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์สร้างระบบที่เปิดโอกาสให้ครูผู้สอนและพนักงานสามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทำงานซึ่งกันและกัน รวมถึงการดึงภาคีเครือข่ายภายนอก เช่น โรงแรมชั้นนำ หรือสายการบินระหว่างประเทศ มาร่วมพัฒนาหลักสูตร เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ที่ทันสมัย

2. การส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยเป็นทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งที่สำคัญ สะท้อนจากผลการวิจัยที่พบว่า การบริการอย่างไทยไม่ได้เป็นเพียงแนวคิดด้านการตลาด แต่เป็น Soft Power ที่สามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้จริง การรักษาและส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยในการบริการจึงควรถูกนำไปบูรณาการในกลยุทธ์ทางธุรกิจของสายการบิน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ และยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศ การบูรณาการ “การบริการอย่างไทย” กับการตลาดระดับโลก ควรออกแบบแคมเปญการตลาดที่เน้น “ความเป็นไทย” อย่างสร้างสรรค์ เช่น “Discover Thainess Through Our Hospitality” เพื่อสร้างภาพจำเชิงวัฒนธรรมให้กับสายการบินและประเทศในภาพรวม ใช้ Thai Touch เป็นจุดขายในการสร้างความแตกต่างที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ พร้อมกับแปลงอัตลักษณ์ไทยให้กลายเป็นประสบการณ์ระดับพรีเมียมที่มีมูลค่าเพิ่มใช้ Thainess เป็น Soft Power ทางเศรษฐกิจ Thainess ไม่ใช่แค่วาทกรรม แต่ต้องเป็น “พลังที่จับต้องได้” ซึ่งจะเกิดขึ้นได้เมื่อสามารถแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณค่า เช่น โรงแรมระดับ 5 ดาวอย่าง Banyan Tree หรือ Dusit Thani ที่ขยายธุรกิจด้วยวัฒนธรรมบริการแบบไทย Thai Hospitality จึงควรถูกส่งออกในรูปแบบของโมเดลธุรกิจบริการ และเป็นส่วนหนึ่งของ Nation Branding เพื่อผลักดันเศรษฐกิจท่องเที่ยวไทยให้เติบโต ต้องออกแบบ Soft Power เชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจ Soft Power จะเกิดผลเมื่อถูกเชื่อมโยงกับเป้าหมายเชิงเศรษฐกิจ เช่น การยกระดับแบรนด์ประเทศ (Nation Branding) การสร้างความภาคภูมิใจของลูกค้า และการขยายตลาดบริการที่มีเอกลักษณ์ Soft Power ที่แข็งแกร่งต้องอิงกับกลยุทธ์ที่สามารถผลักดันวัฒนธรรมไทยให้

กลายเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชาติในระยะยาว “การบริการอย่างไทย” คือรูปธรรมของ Thainess ที่ถูกออกแบบให้กลายเป็น Soft Power อย่างมีระบบ การพัฒนาบุคลากร การฝึกอบรมที่ยั่งยืน และการบูรณาการกับกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ คือหัวใจสำคัญที่จะทำให้บริการแบบไทยไม่เพียงเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังเป็นเครื่องมือในการสร้าง “เศรษฐกิจแห่งความเป็นไทย” ที่แข่งขันได้ในเวทีโลก

3. การนำผลวิจัยไปใช้ในเชิงนโยบายและการฝึกอบรม ผลการวิจัยเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ผ่านครูผู้สอนได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหลักสูตรฝึกอบรมใหม่ โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ไทยควบคู่ไปกับมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล เช่น ICAO และ IATA เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างความเป็นมืออาชีพและความอบอุ่นแบบไทย ซึ่งตอบสนองทั้งความต้องการของตลาดโลกและความคาดหวังของผู้โดยสาร หลักสูตรนี้อาจพัฒนาเป็นโมเดลที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์การบริการที่โดดเด่น ผ่านการพัฒนาบุคลากรให้มีทั้งความเป็นไทยและความเป็นเลิศด้านการบริการ พร้อมส่งเสริมการพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง โดยกรอบแนวคิดนี้ถูกออกแบบมาเพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการของสายการบินไทย ด้วยการผสมผสานความเป็นไทยเข้ากับความเป็นมืออาชีพในระดับสากล เช่น โมเดล Thai Service Professional Identity (T-SPI) ซึ่งเมื่อนำมาปรับใช้จะช่วยให้อาสาสมัครไทยรักษาจุดแข็งด้านวัฒนธรรม พร้อมเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก โดยองค์ประกอบของ T-SPI จะประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ที่สนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์การบริการที่มีเอกลักษณ์และมาตรฐานสูงอย่างแท้จริง คือ

3.1 ความเป็นไทย (Thainess) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้กับบริการของสายการบินไทย โดยเน้นการนำเสนอวัฒนธรรมไทยผ่านบริการที่อบอุ่น ด้วยรอยยิ้มและความใส่ใจแบบไทย การแสดงความเคารพด้วยการไหว้ และมารยาทไทยที่งดงาม และการใช้ภาษาและวัฒนธรรมไทยในการสื่อสารกับผู้โดยสารที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นไทย

3.2 ความเป็นเลิศในการบริการ เพื่อที่มุ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานสากล ผ่านการฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการให้บริการที่สูง ด้วยการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้เพื่อปรับปรุงมาตรฐานการบริการ และการสร้างประสบการณ์พิเศษสำหรับผู้โดยสารเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า

3.3 การพัฒนาวิชาชีพ (Professional Development) เป็นองค์ประกอบที่สามของโมเดล T-SPI ซึ่งให้ความสำคัญกับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของพนักงาน โดยส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed Learning) เพื่อให้พนักงานสามารถพัฒนาทักษะได้ตามความ

สนใจและความถนัด รวมถึงการจัดอบรมที่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล และการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างพนักงาน เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความรู้ซึ่งกันและกัน

3.4 การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความเป็นไทยเป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนโมเดล T-SPI โดยมุ่งเน้นการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมวัฒนธรรมไทย เช่น การฝึกอบรมมารยาทไทย การสาธิตศิลปะไทย และการจัดงานประเพณีไทยภายในองค์กร รวมถึงการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและเสนอแนวคิดใหม่ๆ เพื่อบูรณาการความเป็นไทยเข้ากับการบริการระดับสากล ซึ่งจะช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับสายการบินไทย

3.5 การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมที่มีคุณภาพเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนโมเดล T-SPI โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีในการเรียนการสอน เช่น e-Learning และการจำลองสถานการณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ อันประกอบด้วย เทคโนโลยีในการเรียนการสอน โดยใช้ e-Learning และการจำลองสถานการณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ด้วยการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ ห้องจำลองสถานการณ์ เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน รวมถึงการออกแบบหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและมาตรฐานสากล มีการวิเคราะห์ความต้องการ การปรับปรุงหลักสูตรอย่างต่อเนื่อง และการร่วมมือกับผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้มีระบบการประเมินที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาทักษะ วัดความก้าวหน้าและระบุจุดที่ต้องปรับปรุง อาจมีการใช้การประเมินแบบ 360 องศา การทดสอบทักษะเชิงปฏิบัติ และการติดตามผลระยะยาว

3.6 การสร้างแรงจูงใจภายในองค์กรเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนโมเดล T-SPI ให้ประสบความสำเร็จ โดยเน้นการให้การรับรองและรางวัลสำหรับพนักงานที่แสดงความเป็นเลิศในการบริการ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเน้นการสร้างบรรยากาศที่เปิดกว้างสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแบบสร้างสรรค์ รวมถึงการกำหนดเส้นทางความก้าวหน้าในอาชีพที่ชัดเจนสำหรับพนักงานทุกระดับ

3.7 หนึ่งในผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการนำโมเดล T-SPI มาใช้คือการรักษาอัตลักษณ์ความเป็นไทย ซึ่งจะทำให้สายการบินไทยเป็นที่รู้จักในฐานะสายการบินที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการบริการที่ผสมผสานความเป็นไทยเข้ากับมาตรฐานสากล การนำเสนอวัฒนธรรมไทยผ่านบริการ อาหาร และการตกแต่งภายในเครื่องบิน ช่วยสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างให้กับผู้โดยสาร และมีภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากล การรักษาอัตลักษณ์ความเป็นไทยจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสายการบินไทยในเวทีระดับโลก และได้รับการยอมรับในด้านการบริการที่มีเอกลักษณ์

3.8 ผลลัพธ์ที่คาดหวังจากการนำโมเดล T-SPI มาใช้คือการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสายการบินไทยในตลาดการบินระดับโลก โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถในการปรับตัวและตอบสนองความต้องการของตลาดในยุคโลกาภิวัตน์ และยังมุ่งเน้นการสร้างภาพพจน์และความภาคภูมิใจจากผู้โดยสาร ผ่านการให้บริการที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนและการเพิ่มส่วนแบ่งตลาดในอุตสาหกรรมการบิน

3.9 โมเดล T-SPI จะช่วยให้สายการบินไทยสามารถรักษาจุดแข็งด้านวัฒนธรรมพร้อมกับปรับปรุงและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันในระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ การนำโมเดลไปใช้ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่ายในองค์กร นอกจากนี้ การติดตามผลและการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้โมเดลมีประสิทธิภาพและทันสมัยอยู่เสมอ นอกจากนี้ ยังสามารถขยายผลแนวคิดนี้ไปประยุกต์ใช้ในส่วนอื่นๆ ขององค์กรเพื่อสร้างความสอดคล้องและเป็นเอกภาพ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาการเปรียบเทียบอัตลักษณ์การบริการอย่างไทยกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ เพื่อพัฒนาแนวทางการสร้างจุดแข็งเฉพาะของไทยในอุตสาหกรรมการบิน

2. ศึกษาผลกระทบของการบริการอย่างไทย ต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำและความภาคภูมิใจของผู้โดยสาร เพื่อยืนยันคุณค่าของวัฒนธรรมในเชิงธุรกิจ

3. วิจัยกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ในกลุ่มพนักงานรุ่นใหม่ (Gen Z) และการปรับหลักสูตรการฝึกอบรมให้เหมาะสมกับความหลากหลายทางรุ่นและวัฒนธรรมการเรียนรู้ใหม่

องค์กรที่สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยาวนานและยั่งยืนมากกว่า 65 ปี ย่อมไม่ใช่เพียงผลจากการวางกลยุทธ์ที่แม่นยำหรือการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเท่านั้น หากแต่เป็นเพราะรากฐานที่มั่นคงจาก "บุคลากรคุณภาพ" ที่ร่วมกันร้อยเรียงวัฒนธรรม ประเพณี และคุณค่าองค์กร จากรุ่นสู่รุ่น จนหล่อหลอมกลายเป็น "ตำนาน" บุคลากรเหล่านี้คือหัวใจขององค์กร คือผู้ที่มีทั้งความรู้ ความสามารถ ความซื่อสัตย์ ความจริงใจ ความอดทน และที่สำคัญคือ "ความสามัคคี" ที่หลอมรวมทุกคนไว้เป็นหนึ่งเดียว พวกเขาคือแรงขับเคลื่อนที่ทำให้องค์กรสามารถฝ่าฟันอุปสรรคทั้งหลาย และก้าวผ่านความเปลี่ยนแปลงอย่างไม่หยุดยั้ง ด้วยสติปัญญาและจิตใจที่มั่นคง

องค์กรใดที่เติบโตอย่างมั่นคง ย่อมต้องมี "วัฒนธรรม" เป็นเสาหลักอันมั่นคง และวัฒนธรรมนั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากตำรา หากแต่ถูกบ่มเพาะจากประสบการณ์ การกระทำ และการส่ง

ต่อแนวทางการทำงานด้วยหัวใจ จากคนรุ่นก่อนสู่คนรุ่นใหม่ การรำลึก ยกย่อง และให้เกียรติ บุคลากรรุ่นบุกเบิกจึงไม่ใช่เพียงพิธีกรรม แต่คือ “จิตวิญญาณแห่งความกตัญญู” ที่สะท้อน รากเหง้าของวัฒนธรรมไทยอันงดงาม และ เป็น “วัฒนธรรมองค์กร: มรดกแห่งคุณค่าที่เชื่อมอดีต ปัจจุบัน และอนาคตของการบินไทย” ดังเช่นที่บรรพบุรุษของชาติได้รักษาผืนแผ่นดินไว้ด้วยเลือด เนื้อและชีวิต พวกเขามีได้เพียงสร้างประเทศ หากยังปลูกฝังความเป็นไทยไว้อย่างลึกซึ้ง ลูกหลาน จึงมีหน้าที่สืบสาน ไม่เพียงเพื่อรักษาชาติ แต่เพื่อดำรงคุณค่าความเป็นไทยไว้คู่กับอนาคตของโลก

ในโลกยุคใหม่ที่เทคโนโลยีพัฒนาอย่างรวดเร็ว พนักงานรุ่นใหม่จึงต้องเป็นผู้เชื่อม ร้อยอดีตกับอนาคตอย่างไร้รอยต่อ โดยนำความรู้ความสามารถสมัยใหม่มาเสริมพลัง พร้อมเคารพ และสืบสานคุณค่าทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษในองค์กรได้วางรากฐานไว้ พวกเขาไม่เพียงแต่ต้อง เก่งและทันสมัย แต่ยังต้อง “รู้ราก” ของตน

การบริการอย่างไทยที่สื่อสารผ่าน “การให้อย่างอบอุ่น” และ “รอยยิ้มที่จริงใจ” มิได้ เป็นเพียงมารยาท หากคือ “อัตลักษณ์” ที่ทรงพลัง เป็นเสมือนภาพสะท้อนจิตวิญญาณของการบิน ไทย ที่พร้อมต้อนรับทุกคนด้วยหัวใจไทยแท้ วัฒนธรรมการให้บริการที่เป็นมากกว่างาน แต่คือการ ส่งมอบ “ความรู้สึก” ที่สร้างความทรงจำอันงดงามให้กับผู้โดยสารทุกคน การรักษาและส่งต่อ วัฒนธรรมองค์กร คือการปกป้องรากเหง้าที่หล่อเลี้ยงองค์กรไว้ การยกย่องคนรุ่นก่อนคือการเคารพ ในอดีต และการพัฒนาคนรุ่นใหม่คือการเปิดทางให้อนาคตก้าวไปข้างหน้าอย่างสง่างาม

เพราะ “วัฒนธรรมสร้างชาติ และวัฒนธรรมสร้างไทย” การบินไทยจึงไม่เพียงเป็น สายการบิน แต่คือ “ผู้ส่งต่อวัฒนธรรมไทยสู่นานาชาติ” อย่างสง่างามและมั่นคง

บรรณานุกรม

- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347-356.
- Aaker, J. L., Fournier, S., & Brasel, S. A. (2004). When good brands do bad. *Journal of Consumer Research*, 30(3), 404-419.
- Agarwal, D. (2024). The role of customer relationship management in the airline industry. *American Journal of Economics and Business Administration*, 16(1), 41-45.
- Aggarwal, P., Jun, S. Y., & Huh, J. H. (2011). Scarcity messages: A consumer competition perspective. *Journal of Advertising*, 40(3), 19-30.
<https://doi.org/10.2753/JOA0091-3367400302>
- Alaa-Eldeen, M. (2022). Exploring the growing importance of cultural diversity. *Athens Journal of Tourism*, 9(4), 365-382. <https://www.athensjournals.gr/tourism/2022-9-4-4-Eldeen.pdf>
- Aman, H. M. (2024). Cultural identities in marketing and branding: Appreciation vs. appropriation. *AIJR Proceedings*, 170-177.
- Amatyakul, S., & Polyorat, K. (2016). Brand personality. *Executive Journal*, 36(2), 89-101.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press.
- Atkins, K. (2005). *Commentary on descartes*. Blackwell.
- Baker, C., & Jane, E. A. (2016). *Issues of subjectivity and identity cultural studies: theory and practice*. Sage.
- Bakken, B. E., Gould, J. M., & Kim, D. H. (2011). Experimentation in learning organizations: A management flight simulator approach. *European Journal of Operational Research*, 59(1), 167-182.
- Baudrillard, J. (1968). *The System of Objects*: Verso.
- Baudrillard, J. (1975). *The Mirror of Production*: Telos Press.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society*: Sage.

- Besley, T. & Peters, M. A. (2007). *Subjectivity & Truth: Foucault, Education, and the Culture of Self*. Peter Lang Publishing.
- Beyer, P. F. (1998). Globalization and religion: The universalizing effects of modernity In J. A. B. N. J. Demerath *The sage handbook of the sociology of religion* (pp. 187-202): Sage.
- Bhabha, H. (1994). The Location of Culture. *JSTOR*, 23(1), 227-232 .
- Bloomberg. (2023). *Thai Airways International PCL*.
<https://www.bloomberg.com/profile/company/THAI:TB#xj4y7vzkg>
- Bold, C. (2012). *Using Narrative in Research*. Replika press.
- Bowlby, J. (1982). Attachment and loss: Retrospect and prospect. *American Journal of Orthopsychiatry*, 52(4), 664-678. <https://doi.org/10.1111/j.1939-0025.1982.tb01456.x>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research In Psychology*, 3(2), 77-101.
- Brown, M. (2008). Foucauldian technologies of the self, participatory cultural production and new media. *The Journal of New Media and Culture*, 5(1), 68-84.
- Bunbut, T. (2019). Creative education from airline cabin crew's services training. *Proceedings of Suan Sunandha Rajabhat University Research Conference*.
<http://personnel.ssru.ac.th/useruploads/files/20190702/c1f82fb9e0d2c37b6e21d0dd391af99922d2a4a1.pdf>
- Burke, P. J., & Reitzes, D. C. (1991). An identity theory approach to commitment. *Social Psychology Quarterly*, 54(3), 239-251.
- Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas*: Grijalbo.
- Carlsen, L. B., Hermansen, M. V., & Vrale, G. B. (1984). *Professional nursing supervision*. Gyldendal
- Choi, J.-B. (2002). Globalization and Culture. *Journal of Communication Inquiry*, 26(4), 446-450. <https://doi.org/10.1177/0196859902026004007>
- Charmaz, K. (2014). Grounded Theory in Global Perspective: Reviews by International Researchers. *Qualitative Inquiry*, 20(9), 1074-1084.

- Clark, B. L. (2021). *Safety talk and service culture: Flight attendant discourse in commercial aviation*. University of London.
- Danaher, G., Schirato, T., & Webb, J. (2000). *Understanding Foucault*. Sage.
- Dara, V.L. & Kesavan, C. (2025), Analyzing the concept of participatory learning: strategies, trends and future directions in education. *Kybernetes*, 54(7), 3882-3915. <https://doi.org/10.1108/K-12-2023-2581>
- Dekker, S., Dahlström, N., van Winsen, R., & Nyce, J. M. (2008). *Crew resilience and simulator training in aviation*. CRC Press.
- Eide, E., & Kunelius, R. (2001). Activists as interpretive communities: Making sense of globalization protests. In B. Zelizer & S. Allan (Eds.), *Journalism after September 11* (pp. 139-159). Routledge.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. Norton & Company.
- Fadhel, M., Bintang, A. R., & Nelwati, S. (2024). Menggali Makna Identitas Nasional :Cerminan dan Jati diri Bangsa. *Guruku/Guruku, Kampar*, 2(3), 220–224.
- Farrelly, N. (2016). Being Thai: a narrow identity in a wide world. *Southeast Asian Affairs is an academic journal*, 1, 331-344.
- Federal Aviation Administration. (2004). *Crew Resource Management (CRM) training*: AC 120-51E.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- Foucault, M. (1980). *Power/Knowledge: Selected Interviews and Other Writings*: Pantheon Books.
- Foucault, M. (1988). *Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault*. University of Massachusetts Press.
- Foucault, M. (1991). *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. (A. Sheridan, Trans.). Penguin Books.
- Foucault, M. (2004). *Technology of the Self*. Routledge.
- Fraser, N. (1981). Foucault on modern power: Empirical insights and normative confusions. *Praxis International*, 1(3), 272–287.

- Frei, F., & Morriss, A. (2012). *Uncommon Service: How to Win by Putting Customers at the Core of Your Business*. Harvard Business School.
- Friedman, T. L. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*: Farrar, Straus and Giroux.
- García Canclini, N. (1995). *Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity*: University of Minnesota Press.
- Garrison, D. R. (1997). Self-directed learning: Towards a comprehensive model. *Adult Education Quarterly*, 48(1), 18-33.
- Geuens, M., Weijters, B., & Wulf, K. (2009). A new measure of brand personality. *International Journal of Research in Marketing*, 26(2), 97-107.
<https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2008.12.002>
- Gilroy, P. (1993). *The black Atlantic: Modernity and double consciousness*. VERSO.
- Goffman, E. (1986). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Goode, W. (1957). Community within & community: The professions. *American Sociological Review*, 22, 194-200.
- Graneheim, U. H. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Educ Today*, 24(2), 105-120.
- Guba, G. E., & Lincoln, Y. S. (1989). *Fourth generation evaluation*. Sage.
- Guglielmino, L. M. (1977). *Development of self-directed learning readiness scale (SDLRS)*. (Doctoral degree). University of Georgia.
- Hall, S. (1990). Cultural identity and diaspora. *The Journal of Cinema and Media*, 36, 222-237.
- Harrison, R. V. (2010). *The ambiguous allure of the West: Traces of the colonial in Thailand*. Hong Kong University Press.
- Helmreich, R. L., Merritt, A. C., & Wilhelm, J. A. (1999). The evolution of Crew Resource Management training in commercial aviation. *The International Journal of Aviation Psychology*, 9(1), 19-32.

- Herminingrum, S. (2017). Transglobal Culture, Hybrid Food, and Cultural Identity. *The IAFOR International Conference on Arts & Humanities, Hawaii Conference Series 2017*.
- Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1969). *Management of Organizational Behavior: Utilizing Human Resources* (3rd ed.). Prentice Hall.
- Horobin, H. (2014). *Professionalism and practice*. Routledge.
- Huang, M. (2008). *Factors influencing self-directed learning readiness amongst Taiwanese nursing students*. (Doctoral degree). Queensland University of Technology.
- International Air Transport Association (IATA). (2023). *The importance of continuous learning in aviation careers*.
<https://www.iata.org/en/publications/newsletters/aviation-learning/>
- International Council for Harmonisation of Technical Requirements for Pharmaceuticals for Human Use (ICH). (2016). *Guideline for Good Clinical Practice E6(R2)*.
https://database.ich.org/sites/default/files/E6_R2_Guideline_Integrated.pdf
- Isaeva, T. (2016). Analysis of approaches to university professors' professional activity evaluation (the case of Russia) *The EUrASEANs: Journal on Global Socio-Economic Dynamics*, 1(1), 61-68.
- Issarapakdee, P. (2016). *Branding 4.0*. Amarin Printing and Publishing.
- Issarapakdee, S. (2017). Competence brand personality: การใช้แนวคิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์. *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 1(1), 1–15.
- Jackson, P. (2019). Introduction: Manners and the Thai habitus. In *Manners and the Thai Habitus* (pp. 1–16). Cambridge University Press.
- Johnson, S. S. (2020). The Future of Work. *American Journal of Health Promotion*, 34(7), 809-812.
- Jory, P. (1999). Thai Identity, Globalisation and Advertising Culture. *Asian Studies Review*, 23(4), 461-487.
- Kankaew, K., & Kuosuwat, B. (2023). Thainess in airlines services strategy: a case from Thailand. *E3S Web of Conferences*, 389, 05009.

- Kannapat, K. (2023). Thainess in airlines services strategy: a case from Thailand. *E3S Web of Conferences*, 389, 05009.
- Knight, J. (2004). Internationalization remodeled: Definition, approaches, and rationales. *Journal of Studies in International Education*, 8(1), 5–31.
<https://doi.org/10.1177/1028315303260832>
- Knowles, M. S. (1975). *Self-Directed Learning: A Guide for Learners and Teachers*. Association Press.
- Kodom-Wiredu, J. K., Coetzer, A., Redmond, J., & Sharafizad, J. (2022). Informal learning research in hospitality and tourism: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 52, 13-28.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.05.011>
- Kolb, D. A., & Fry, R. (1975). *Towards and Applied Theory of Experiential Learning*. John Wiley and Sons.
- Kolb, D. A., Rubin, I. M., & McIntyre, J. (1979). *Organizational psychology: An experiential approach*. Prentice Hall.
- Kolotusha, V. (2024). Design of professional competencies of aviation operators by the method of situation-oriented training in a uniform educational environment. *Technology Audit and Production Reserves*, 4(2), 34-41.
- Kongkul, C. (2016). An organizational culture management: A case study of Thai Airways International (Public) Company Limited attaining a highest performance service satisfaction. *The 2016 International Academic Research Conference in Milan*, 213-218.
- Kongpolphrom, W. (2018). Thainess realisation in selected travel websites *Interdisciplinary Research Review*, 13(4), 63-67.
- Krueger, R. A. (1988). *Moderating Focus Groups*. Sage Publications.
- Kungwola, K. (2023). Airline service quality (AIRQUAL) improvement approach for Thai Airways during the rehabilitation. *E3S Web of Conferences*, 389, 05012.

- Laovoravit, V. (2024). The development of service quality indicators for the airline business in Thailand. *Rajabhat Journal of Sciences, Humanities & Social Sciences*, 23(1), 1–15. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/assr/article/view/274666>
- Leavitt, T. (1983). The Globalization of Markets. *Harvard Business Reviews*, 61, 92-102.
- Lemmetty, S., & Collin, K. (2020). Self-Directed Learning as a Practice of Workplace Learning: Interpretative Repertoires of Self-Directed Learning in ICT Work. *Vocations and Learning*, 13, 47–70.
- Lertputtarak, S., & Samokhin, D. (2023). Adapting soft power in tourism management in Thailand. *Journal of Liberal Arts and Service Industry*, 6(1), 14–20. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/download/260847/173484>
- Li, N. (2022). Application of Situational Teaching in Civil Aviation Cabin Service —— Taking Special Passenger Service as an Example. *Frontiers in Educational Research*, 5(7), 15-30.
- Manon, W. (2010). *Management and development of labour in the Thai aviation industry* (Doctoral dissertation, National Institute of Development Administration). Tourism Library, TAT. Retrieved from http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/NIDA0250/NIDA0250_fulltext.pdf
- McCall, G. J. (1987). *The structure, content, and dynamics of Self: Continuities in the study of role-identities*. Wiley.
- McNair, L. D., Newswander, C., Boden, D., & Borrego, M. (2011). Student and faculty interdisciplinary identity in self-management teams. *Journal of Engineering Education*, 100(2), 374-396.
- McNay, L. (1996). *Foucault: A critical introduction*. Continuum International Publishing Group.
- Merkel, W. (2014). Is capitalism compatible with democracy? *Springer Nature*, 8(2), 109-128, <https://doi.org/10.1007/s12286-014-0199->
- Meydan, C., & Akkas, H. (2024). *The Role of Triangulation in Qualitative Research: Converging Perspectives*: IGI Global.

- Mikolich, B., Shank, G., & Thomas, D. (2024). LifeFlight case studies. *Critical Care Nursing Quarterly*, 47(2), 126–142.
- Ministry of Culture. (2020). *Cultural Products of Thailand (CPOT)*.
<https://www.cpotshop.com/>
- Muhammad, S. M., Tomalá, M. P. C., Coello, C. R. M., Silva, S. A. C., & Silva, C. (2024). Assessment methods and their impact on learning outcomes in education. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(5), 3336-3350.
- Mulder, N. (2000). *Inside Thai society: Interpretations of everyday life*. Silkworm Books.
- Murray, S. (2003). Social identity and social categorization. In S. T. Fiske, D. T. Gilbert, & G. Lindzey (Eds.) *Handbook of Social Psychology*. Wiley.
- Nattachak, P., Pinunta, R., & Pabhassorn, P. (2012). Readiness Preparation for the Selection of a Flight Attendant: A Case Study of Thai Airways International Public Company Limited. *Nakhon Phanom University Journal*, 2(2), 98-105.
- Nederveen Pieterse, J. (2015). *Globalization and culture: Global mélange* (3rd ed.). Rowman & Littlefield.
- Nopas, D. (2023). Development of a self-directed workplace learning program to enhance cultural competence for the registered nurses from the international hospitals in Thailand. *Asian Journal of Education and Training*, 9(4), 98–107
- Nopas, D., Pathhumcharoenwattana, W., & Ratana-Ubol, A. (2022). The Understanding about Cultural Intelligence of Cabin Crew from Thailand's International Airlines. *Higher Education Studies*, 12(2), 84-92.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (1996). *Globalisation and competitiveness: Relevant indicators*.
https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/1996/01/globalisation-and-competitiveness_g17a152b/885511061376.pdf
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2020). *Making Thailand's services sector more competitive through international trade*.
https://www.oecd.org/en/publications/making-thailand-s-services-sector-more-competitive-through-international-trade_f36f505d-en.html

- Padaki, A., Redha, W., Clark, T., Nichols, T., Jacoby, L., Slivka, R., Ranniger, C., & Lehnhardt, K. (2018). Simulation Training for In-Flight Medical Emergencies Improves Provider Knowledge and Confidence. *Aerospace Medicine and Human Performance*, 89(12), 1076–1079
- Piaget, J. (1970). *Science of education and the psychology of the child*. Orion.
- Pinto, M. J. A., & Nakatani, M. S. M. (2022). Tourism and hospitality education in high school: A lifelong learning approach. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 7(2), 71-83.
- Pongwiritthong, R. (2016). Tourists' behaviors and marketing mix towards "Discover Thainess" for tourism development guidelines in the Northern Region of Thailand. *International Journal of Research in Marketing and Management*, 13(4), 1499–1510.
- Renard, R. D. (2006). Creating the Other Requires Defining Thainess against Which the Other Can Exist: Early-Twentieth Century Definitions. *Southeast Asian Studies*, 44(3), 295-320.
- Reynolds, C. J. (2002). *National Identity and Its Defenders: Thailand Today*. Silkworm Books.
- Ritchie, J., & Spencer, L. (2002). *Qualitative Data Analysis for Applied Policy Research*. Sage.
- Roberts, T. G. (2011). What Is Experiential Learning. *The Agricultural Education Magazine*, 83(4), 4-10.
- Rodrigue, J.-P. (2024). *The geography of transport systems* (6th ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003343196>
- Rueschemeyer, D. (1983). *The Sociology of Profession*. The Macmillan Press.
- Rurak, A. (2017). Simulators in the process of flight training. *Safety and Defense*, 3, 1–8
- Sattayanurak, S. (2016). *The Construction of Mainstream Thought on "Thainess" and the "Truth" Constructed by "Thainess"*. <https://www.semanticscholar.org/>
- Scholte, J. A. (2005). Globalization and the future of democracy. *International Political Science Review*, 26(2), 137-162. <https://doi.org/10.1177/0192512105051507>.

- Sengur, K. F., Kilic, D., & Erdogan, B. (2022). *Global Air Transport Management and Reshaping Business Models for the New Era*. Hersey: IGI Global.
- Setyaningsih, Y. (2015). Language Use and Communication Skills for Flight Attendants. *Directory of Open Access Journals*, 7(2), 113–120.
- Shailaja, N. (2024). The Interplay of Body Language and Paralanguage: Enhancing Communication through Nonverbal Cues. *International Journal of Science and Research*, 13(11), 1080–1085.
- Sirivadhanawaravachara, A. (2024). Exploring the top five Thai dishes for international travelers: A culinary journey. *World Journal Of Advanced Research and Reviews*, 24(3), 995–1007.
- Skager, R. W. (1978). *Lift long education practice*. Institute for Education.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. Retrieved July 3, 2025, from <https://www.marxists.org/reference/archive/smith-adam/works/wealth-of-nations/>
- Smith, C. M. (2008). Foucauldian technologies of the self, participatory cultural production and new media. *NMEDIAC: The Journal of New Media & Culture*, 1–15. http://www.ibiblio.org/nmediac/summer2008/tech_ofthe_self.html
- Smith, K. C. (2006). *Understanding identity in social contexts*. Academic Press.
- Stables, A. (2003). Learning, identity and classroom dialogue. *Journal of Educational Enquiry*, 4(1), 1-18.
- Statt, D. A. (1988). *The Concise Dictionary of Psychology*. Routledge.
- Stiglitz, J. E. (2002). Globalization and Its Discontents. *Economic Notes*, 32(1), 132-142.
- Stryker, S. (1987). *Identity theory: Developments and extensions*. John Wiley & Sons.
- Suchada, S., & Boonyanmethaporn, P. (2024). Embracing Thai culture to drive service innovation in the aviation business: Thriving for sustainability and market leadership. *PMR: Princess of Naradhiwas University Journal*, 17(2), 1–15. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/PMR/article/view/5057>
- Suksudthi, T., Kankaew, K., & Kuosuwat, B. (2023). Thainess in airlines services strategy: a case from Thailand. *E3S Web of Conference*, 389, 1-7.

Thai Airways International. (2025). *About Thai Airways – Our Story*.

<https://www.thaiairways.com/th-th/content/company-profile/our-story>

Thai Airways International Public Co., Ltd. (2025). *Marketing strategy 2025: Elevating customer experience under the concept of the new worlds of tomorrow*.

<https://everydaymarketing.co/pr/thai-airways-marketing-2025-elevates-experience-under-the-concept-of-the-new-worlds-of-tomorrow/>

The Civil Aviation Authority of Thailand. (CAAT). (2024). *Available Thailand Aircraft*

Registration Mark Information as at 8 July 2024. <https://www.caat.or.th/wp-content/uploads/2024/01/Aircraft-Registration-Information-8-Jul-2024-1.pdf>

Thurlow, C., & Aiello, G. (2007). National pride, global capital: a social semiotic analysis of transnational visual branding in the airline industry. *Visual Communication*, 6(3), 305–344.

Timm, P. R. (2011). *Customer service: career success through customer loyalty* (5th ed). Prentice Hall.

Tomlinson, J. (2022). Globalization and Culture. *Journal of Communication Inquiry*, 26(4), 446-452.

Tourism Authority of Thailand (TAT). (2025). *TAT leads Thailand's sustainable tourism future with innovation*. <https://www.tatnews.org/2025/03/tat-leads-thailands-sustainable-tourism-future-with-innovation/>

Tuncer, F. (2023). Discussing Globalization and Cultural Hybridization. *Journal of Cultural Studies*, 12(1), 1-15.

Tungtakanpoung, M. (2016). *Employee Behaviour And The Role Of Culture: The Case of Thai Airways*. London Metropolitan University.

Ushakov, D., Bandurin, V., & Bandurin, A. (2017). Montenegro. *Journal of Economics*, 13(1), 171-179.

Vedantu. (2025). *Impact of globalisation: Key effects on economy, culture and society*.

<https://www.example.com/impact-of-globalisation>

- Vivatanapaiboonlap, P., & Pham, T. T. H. (2025). Portrayal of Thai soft power in Thai series: A case study of I Told Sunset About You. *Journal of Community Development Research (Humanities and Social Sciences)*, 18(2), 33-50. <https://so18.tci-thaijo.org/index.php/JCDR-HS/article/view/891>
- Volkov, Y., & Kurbatov, V. (2022). Hybrid identity: Factors of formation and forms of manifestation. *HUMANITIES OF THE SOUTH OF RUSSIA*, 11, 15-26.
- Wilensky, H. L. (1964). The Professionalization of Everyone. *The American Journal of Sociology*, 70(2), 137-158
- Wongkitrungrueng, A., Nuttavuthisit, K., Szabo-Douat, T., & Sen, S. (2019). Customer deference to service providers in ordinary service encounters. *Journal of Service Theory and Practice*, 29(2), 189-212.
- Wongsuwan, W. (2015). *A study on service quality and customer satisfaction: A comparison between a premium airline and a low-cost long-haul airline* (Independent Study Paper, Thammasat University). https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5721040912_4417_2357.pdf
- Worasuwannarak, B. & Kankaew, K. (2022). The Image Value of Southeast Asia Airlines: A Study of Attribute That Led to Image Value of Choosing Southeast Asia Airlines by Mean-End Theory Approach. In K. Kankaew (Ed.), *Global Air Transport Management and Reshaping Business Models for the New Era* (pp. 192-206). IGI Global Scientific Publishing. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4615-7.ch009>
- Yanwaree, N. (2002). *Receiving family caregiving as perceived by people Living with HIV/AIDS*. (Ph.D. Dissertation). Chiangmai University.
- Yoosakul, N. (2011). The Passenger Service Excellence of Thai Airways International's Cabin Crew. *Journal of Academic for Public and Private Management*, 18(1), 87-134.
- Yu, X. (2023). The application of humanistic psychology in managing customer relationships in the civil aviation industry: Focusing on customer experience and sustainable relationships. *Journal of Aviation Management*, 15(2), 123-135.

- Yüksel, A. (2008). Nonverbal Service Behavior and Customer's Affective Assessment. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 9(1), 57–77.
- Yusof, H. S. M., Zahari, A. S. M., & Hamzah, M. I. (2024). Understanding and enhancing cultural intelligence in the workplace. *International Journal of Entrepreneurship and Management Practices*, 7(25), 190–197.
- Zakharchenko, A., Maksimtsova, Y., Iurchenko, V., Shevchenko, V., & Fedushko, S. (2019). Under the Conditions of Non-Agenda Ownership : Social Media Users in the 2019 Ukrainian Presidential Elections Campaign. *COAPSN-2019 International Workshop on Control, Optimisation and Analytical Processing of Social Networks*, 199-219.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- กรณ์ จาติกวณิช. (2566). กรณ์ ยกซอฟต์แวร์ไทยที่ทั่วโลกยอมรับ แท็ก ไอจีบ๊าว-จาพนม หลัง เจอคลิปไวรัสเด็กอเมริกันชอบมวยไทย.
https://www.matichon.co.th/politics/news_4246618
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2563). รายงานผลการดำเนินงานโครงการผลิตภัณท์วัฒนธรรมไทย.
https://ccdg.m-culture.go.th/web-upload/1025xf4cb9b62e06bbeb6ca71b7f542163179/m_document/2899/2284/file_download/73c244af81b1eabb37a8afd3fc35199b.pdf
- กิตติพัฒน์ นนทปัทมดุษฎี. (2550). การวิจัยเชิงคุณภาพในสวัสดิการสังคม: แนวคิดและวิธีวิจัย. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- โกวิท วงศ์สุรวัฒน์. (2555). มรว.คึกฤทธิ์ ปราโมช กับการสร้างความเป็นไทยสมัยใหม่. *สารคดี*, 31(365), 64-69.
- เกษียร เตชะพีระ. (2554). วัฒนธรรม “ทอดทิ้งความไม่เป็นไทย”. มติชน.
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13.
<https://www.iok2u.com/article/strategic-plan/plan13-2565-2569-sum>
- ขัตติยา หาญพานิชน์. (2557). เทคนิคการให้บริการด้วยใจ (Service mind). ห้องสมุดศาลยุติธรรม.
- คณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2551). แนวทางการพัฒนาครูในระบบอุดมศึกษา. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว. (2545ก). *สี่แผ่นดิน*. สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

- คึกฤทธิ์ ปราโมช, ม.ร.ว. (2545ข). หลายชีวิต. สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.
- จารุวรรณ เขียวน้ำชุม. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุทุกระดับที่มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้แบบนำตนเองของนักศึกษาครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จินดามาศ โกศลชื่นวิจิตร. (2556). การดูแลอย่างเอื้ออาทร: หัวใจสำคัญของการบริการด้วยหัวใจความเป็นมนุษย์. วารสารวิจัยสุขภาพและการพยาบาล, 29(2), 134-141.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์. (2542). คนกับอัตลักษณ์ 2. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2550). ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ณัฐกานต์ บุญเย็น, ดวงใจ บุญโยง และ พิษญา ศรีพรรณ. (2568). อัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมในกระแสโลกาภิวัตน์. วารสารกวีวันพะเยา, 2(1), 17-27.
- ณัฐนรี เจนจัด. (2557). การศึกษา “ความเป็นไทย” ในสื่อใหม่ กรณีศึกษาโฆษณาของธุรกิจสายการบิน. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐพงศ์ รักงาม. (2559). แนวคิดอัตลักษณ์ท้องถิ่นภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงในยุคโลกาภิวัตน์. วารสาร มจร.อุบลปริทรรศน์, 9(2), 1-14.
- ณัฐพงศ์ รักงาม. (2560). ผลกระทบของโลกาภิวัตน์: การท้าทายอัตลักษณ์ท้องถิ่น. ใน ณัฐพงศ์ รักงาม (บ.ก.), สังคมไทยกับกระแสโลกาภิวัตน์ (หน้า 35-52). โครงการเผยแพร่ความรู้สู่สังคม.
- นภาพรณ ะหวานนท์. (2550). ทฤษฎีฐานรากในเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทักษ์ เฉลิมเตียรณ. (2548ก). การเมืองระบบพ่อขุนอุปถัมภ์แบบเผด็จการ. มูลินนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- ทักษ์ เฉลิมเตียรณ. (2548ข). รัฐไทยกับการสร้างความชอบธรรม: กรณีสถาบันพระมหากษัตริย์: มติชน.
- ธนกร หมิ่นชัน. (2560). ตะวันตกพบตะวันออก: การผสมผสานและการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมในสังคมไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาทัศนศิลปศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธมลวรรณ ธีระบัญชา, สุบัน บัวขาว, และ จุฑาทิพย์ พหลภาคย์. (2564). การจัดการแบรนด์ไทยในตลาดโลก: มุมมองจากความเป็นสากล. วารสารการจัดการธุรกิจ, 12(2), 112-130.
- ธัญพัชร ศรีมาร์ตัน. (2558). อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับกระบวนการกลายเป็นสินค้า: กรณีศึกษาโรงแรมปิงนครา บุติก โฮเทล แอนด์สปา เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ธิติพันธ์ ธนภัทรธีรานันท์. (2561). *ความเป็นไทยที่ใช้ในการออกแบบโรงแรมในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรพัฒน์ พูลทอง. (2558). วาบทกรรมอาณานิคมของสยามในลิลิตพาว์พ. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 22(2), 115-137.
- บริษัท การบินไทย จำกัด. (2559). *ข้อมูลสัญลักษณ์ของ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)*
https://www.thaiairways.com/th_TH/about_thai/company_profile/index.page
- เบญจวรรณ อุปัทมฉาย. (2561). แนวคิดเรื่องตัวตนที่รู้จักและกระบวนการสร้างตัวตนของมิเชล ฟูโกต์. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า*, 5, 1-54.
- ปภาพัศร์ วงษ์ประคอง, ปิยะพงษ์ ไสยโสภณ, และ จุฬารัตน์ วัฒนนะ. (2565). การจัดกิจกรรมโดยใช้แนวความคิดการรับรู้ความสามารถของตนเองเพื่อเสริมสร้างความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยการนำตนเอง. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 22(1), 101-111
- ประเวศ วะสี. (2533). *การสร้างคลังภูมิปัญญาไทยเพื่อการศึกษา*. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ประเวศ อินทองปาน. (2561). *ความเป็นไทย: รากฐานของวัฒนธรรมร่วมสมัย*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปริศญา คูหามุขและธাত্রี ไต้ฟ้าพูล. (2561). *การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านการเป็นเจ้าภาพการประกวดมิสยูนิเวิร์ส 2018 ประเทศไทย*. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาณิส โพธิ์ศรีวังชัย. (2566). วัฒนธรรมไทย: การผสมผสานในกระแสโลก. *วารสารวิชาการไทยศึกษา*, 18(1), 45-58.
- พัชรพร ดีวงศ์ (2556). การผสมผสานวัฒนธรรมต่างชาติผ่านสื่อโทรทัศน์. *วารสารนักบริหาร*, 33(1), 87-94.
<https://www.tcithaijo.org/index.php/executivejournal/article/view/80740>
- พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต. (2558). บทวิจารณ์หนังสือ ระเบียบวิธีทฤษฎีสถานราก (Grounded Theory). *Journal of Social Development and Management Strategy*, 14(2), 102-138.
- ยุธิดา มิจินา. (2553). *อัตลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพศชาย*. (สังคมวิทยา มหบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. นานมีบุ๊คส์
พับลิเคชันส์.
- วรชัย ทองไทย. (2555). ประชากรและการพัฒนา. วารสารสถาบันวิจัยประชากรและสังคม
มหาวิทยาลัยมหิดล, 32(4), 23-30.
- วรจักร วรวิรรณ. (2563). การสร้างความเป็นตัวตนของชาวนาอินทรี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏ
ร้อยเอ็ด, 14(3), 177-189.
- วิศรา อนันตโท. (2561). อัตลักษณ์การบริการแบบไทย. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา, 9(1), 146-147.
- วัชร คำเขียว. (2558). องค์ประกอบแห่งความเป็นเลิศทางธุรกิจการบินของประเทศไทย. วารสาร
บริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, 6(2), 1-19.
- วิชัย เปรมมณีสกุล, สุนันทา พาสุนันท์, สิริกร เลิศลัคนาธาร, วีระพันธ์ ช่วยประสิทธิ์และธาริษ พล
เสน. (2564). การวิจัยเชิงเอกสารเพื่อสังเคราะห์คุณลักษณะและบทบาทของพนักงาน
ต้อนรับบนเครื่องบิน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์,
5(2), 34-48.
- วิจารณ์ พานิช. (2555ก). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. มูลนิธิสดศรีสฤษดิ์วงศ์.
- วิจารณ์ พานิช. (2555ข). โลกาภิวัตน์กับความเป็นนานาชาติ: แนวคิดและแนวปฏิบัติ. สถาบันวิจัย
สังคม.
- วิทยา ด้านธำรงกุล. (2546). กระแสโลกาภิวัตน์ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทย. วารสารการศึกษา,
2(2), 39-52.
- วิลาศ ดวงกำเนิด. (2564). การพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อแก้ปัญหาในงานบริการบนเครื่องบิน ของ
พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). การประชุมระดับชาติและ
นานาชาติ ครั้งที่ 4 มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 4, 334-343.
- ศรัณย์ อมาตยกุล, ก่อพงษ์ พลโยธราช และวาลี ปรีชาปัญญากุล. (2560). การใช้แนวคิดการบริโภค
เชิงสัญญะร่วมกับแนวคิดบุคลิกภาพตราสินค้า. KKBS Journal, 1(1), 54-65.
- ศรีศักร วิลลิโอด. (2559ก). ความไม่สำเนียงในการเรียนรู้อดีต. วารสารเมืองโบราณ, 42(3), 18-35.
- ศรีศักร วิลลิโอด. (2559ข). ชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์: รากฐานความเป็นไทย. สถาบันไทยคดี
ศึกษา.
- ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2557). การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ.
วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร, 9(2), 39-56.

- ศุภลักษณ์ ศรีวิไล, รุ่งเรือง ทองศรี. (2564). การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*. 7(8) 405-416.
- สายชล สัตยานุรักษ์. (2545). *ความเปลี่ยนแปลงในการสร้าง “ชาติไทย” และ “ความเป็นไทย” โดยหลวงวิจิตรวาทการ*. มติชน.
- สายสุดา ชันธเวช. (2561). *ทักษะแสวงหาความรู้ด้วยตัวเอง*. <https://ops.moe.go.th/ทักษะแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง/>
- สินาพร วิทยาวณิชชัย. (2561). *ความเป็นวิชาชีพ*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุภาวดี ศรีสุวรรณ. (2561). *การสร้างอัตลักษณ์การบริการแบบไทยของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภัตรา ภูมิประภาส. (2560). *อัตลักษณ์ไทย: ว่าด้วยความเป็นไทยในประวัติศาสตร์และสังคม*. มติชน.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *มรดกวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : Soft power เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน*. สำนักงานวัฒนธรรม จังหวัดแม่ฮ่องสอน
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566—2570)*. ราชกิจจานุเบกษา. http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2565/E/258/T_0001.PDF
- อนุธีร์ เดชเทวพร. (2555). “ความเป็นไทย” หลายหน้า: การแย่งชิงและแบ่งปันพื้นที่นิยาม. *วารสารสังคมศาสตร์*, 24(1), 15-34.
- อภิญญา เฟื่องฟูสกุล. (2546). *อัตลักษณ์*. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อาทิมา แป้นธัญญานนท์ และ เกศสิริ ปันธุระ. (2560). ความเป็นนานาชาติกับการศึกษาข้ามพรมแดน. ใน อาทิมา แป้นธัญญานนท์ (บ.ก.), *การศึกษาข้ามพรมแดนกับโลกาภิวัตน์* (หน้า 45–65). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อานูภาพ ภูปาอ่าง และลิซ่า ลูคัส. (2560). การรับรู้และประสบการณ์ของอาจารย์มหาวิทยาลัยต่อคุณภาพการสอน และการประกันคุณภาพการศึกษาของการอุดมศึกษาไทย. *วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์ ศรีนครินทรวิโรฒ*, 18(2), 243-257.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ภูมิหลังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในงานวิจัย



ภูมิหลังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในงานวิจัย

ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ทุกท่านเป็นทั้งพนักงานปัจจุบัน และอดีตพนักงานที่ปฏิบัติงานในบริษัทการบินไทย ไม่น้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่ปฏิบัติงานทั้งบนเครื่องบิน และปฏิบัติหน้าที่ครูฝึกอบรมของบริษัท อย่างไรก็ตาม ชื่อที่ปรากฏในคำสัมภาษณ์นี้ ล้วนเป็นนามสมมุติทั้งสิ้น

- ครูอ้อ** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะ Duo Duty คือ ปฏิบัติหน้าที่ทั้ง cabin crew และเป็นอดีตผู้อำนวยการใหญ่ฝ่ายบริการบนเครื่องบิน
- ครูจี** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ที่ปฏิบัติหน้าที่ในลักษณะ Duo Duty คือ ปฏิบัติหน้าที่เป็น supervisor บนเที่ยวบิน และ ดูแลเรื่อง cabin safety
- ครูตึก** ปัจจุบันเป็นพนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงาน ไม่น้อยกว่า 30ปี ผ่านการปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่เป็นครูทางด้าน Aviation Security
- ครูเจ** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ที่ปฏิบัติหน้าที่ทั้ง cabin crew ใน ตำแหน่ง Inflight Manager บนเที่ยวบิน และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูเจน** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูนา** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ที่ปฏิบัติหน้าที่ทั้ง cabin crew และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ และ ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบิน
- ครูปอ** ปัจจุบันเป็นพนักงาน ที่ปฏิบัติหน้าที่บนเที่ยวบิน และเป็นครูที่ดูแลงานทางด้าน safety และหลักสูตร Crew Resource management (CRM)
- ครูตุ๋** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูเม** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ

- ครูจิ** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูตุ้** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูปู** พนักงานบริษัทการบินไทยจำกัด ไม่น้อยกว่า 20ปี ปฏิบัติหน้าที่ Inflight manager บน เที่ยวบินและ
- คุณจอย** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทยจำกัด ที่ทำงานกับบริษัทการบินไทยมาไม่น้อยกว่า 35ปี โดยปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้จัดการกองฝึกอบรมการพาณิชย์ และ Training Specialist เป็นผู้เขียนตำรา รวมถึง manual AMADEUS ของบริษัทการบินไทยจำกัด
- ครูเจ** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น supervisor บน เที่ยวบิน และ ดูแลเรื่อง cabin safety
- คุณนุ** พนักงานบริษัทการบินไทยจำกัดมหาชน ที่ปฏิบัติหน้าที่บนเที่ยวบินของบริษัทการบินไทย ไม่น้อยกว่า 20ปี
- ครูจิม** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูแจน** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูจา** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- คุณก้อย** พนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบิน
- คุณตา** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บน เที่ยวบิน

- ครูเอ** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบิน
- คุณนิ** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- คุณจิม** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทยจำกัด มหาชน ที่ทำงานกับบริษัทการบินไทยมาไม่น้อยกว่า 35ปี ผ่านการปฏิบัติงานสนามบิน พนักงานจำหน่ายบัตรโดยสาร และปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้จัดการกองฝึกอบรมการพาณิชย์ ของบริษัทการบินไทยจำกัด
- ครูปอง** ปัจจุบันเป็นพนักงานบริษัทการบินไทยจำกัด มหาชน ที่ปฏิบัติหน้าที่บนเที่ยวบิน และ เป็นครูที่ดูแลงานทางด้าน technical
- ครูปา** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- คุณแตง** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูตัน** ปัจจุบันเป็นพนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน
- ครูต๋อง** ปัจจุบันเป็นพนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน
- ครูตา** อดีตพนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน

- ครูตัม** อดีตพนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20 ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน
- ครูต๋อง** อดีตพนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20 ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน
- ครูตอง** พนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20 ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน
- ครูตาล** พนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20 ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน
- ครูแจง** อดีตพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน ปฏิบัติหน้าที่เป็น Inflight Manager บนเที่ยวบินที่ และ ครูกองฝึกอบรมลูกเรือ
- ครูติ** พนักงานของบริษัทการบินไทย จำกัดมหาชน มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 20 ปี ปฏิบัติหน้าที่ inflight Managerบนเที่ยวบิน และปฏิบัติหน้าที่ เป็นครูฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเที่ยวบิน



ภาคผนวก ข

หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย



AF19-03-03.1
August, 2023

หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

หนังสือฉบับนี้ให้ไว้เพื่อแสดงว่า

ชื่อโครงการวิจัย : การสร้างการเรียนรู้ของครูด้านการบริการอย่างไทยบนเครื่องบินของสายการบินสัญชาติไทย

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัย : นางธนิศร์ วุฒิกวินวงศ์

หน่วยงานต้นสังกัด : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หมายเลขรับรองโครงการวิจัย : SWUEC-672041

รายการเอกสารที่รับรอง :

- | | |
|---|--------------------------------------|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณา | ฉบับที่ 2 ลงวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2567 |
| 2. โครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 12 มกราคม 2567 |
| 3. เอกสารข้อมูลและขอความยินยอมสำหรับอาสาสมัคร | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 9 มกราคม 2567 |
| 4. แบบบันทึกข้อมูล | ฉบับที่ 1 ลงวันที่ 9 มกราคม 2567 |
| 5. ประวัติผู้วิจัย | |

ได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยยึดหลักเกณฑ์ตาม Declaration of Helsinki, Belmont Report, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP), International Guidelines for Human Research ตลอดจนกฎหมาย ข้อบังคับและข้อกำหนดภายในประเทศ จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยตามโครงการวิจัยนี้ได้

วันที่รับรอง : 13 กุมภาพันธ์ 2567

วันที่หมดอายุ : 12 กุมภาพันธ์ 2568

(ลงชื่อ).....


(รองศาสตราจารย์ ดร.ลิทิพงษ์ วัฒนานนท์สกุล)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมสำหรับพิจารณาโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์

ชุดตั้งคณะกรรมการและพฤติกรรมศาสตร์ (ชุดที่ 2)

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

หน่วยจริยธรรมและมาตรฐานการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

อาคารนวัตกรรม ศ.ดร.สาโรช บัวศรี ชั้น 17

โทร. (02) 6495000 ต่อ 17503, 17506 โทรสาร (02) 2042590

ประวัติผู้เขียน

