

บทที่ 1 บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันนี้ การสื่อสารถือว่ามีสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เนื่องจากการอยู่ร่วมกันของมนุษย์นั้นจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน และเพื่อสนองความต้องการขั้นพื้นฐานในการดำรงชีวิต มนุษย์จึงใช้วิธีการหลากหลายเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ตนต้องการวิธีที่ง่ายที่สุดคือการนำสิ่งของไปแลกเปลี่ยนกันเพื่อให้ได้สิ่งที่ตนต้องการ ซึ่งกระบวนการของการแลกเปลี่ยนสิ่งของนั้น มนุษย์จำต้องอาศัยการพูดคุยติดต่อสื่อสารกันจึงจะทราบได้ว่าคนอื่นมีสิ่งที่เราต้องการ โดยมีการต่อรองสำหรับการแลกเปลี่ยนสิ่งของ ซึ่งกระบวนการของการพูดคุยต่อรอง สำหรับการแลกเปลี่ยนสิ่งของนั้นมนุษย์สามารถใช้หลักของการสื่อสาร เข้ามาเป็นองค์ประกอบ หรือหากแม้มนุษย์จะกระทำการใด ๆ ก็ตามที่การกระทำนั้นๆ มีบุคคลที่มาเกี่ยวข้องมากกว่าสองคนขึ้นไป การสื่อสารยังมีความสำคัญมากและมีความจำเป็นมากขึ้นอีกประการหนึ่ง การจำแนกประเภทของการสื่อสารของมนุษย์นั้นสามารถจำแนกออกได้โดยใช้เกณฑ์อย่างน้อย 5 ประการ (ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 34-42) 1. จำนวนของผู้ทำการสื่อสาร 2. การใช้ภาษา 3. การเห็นหน้าค่าตา 4. ความแตกต่างของผู้ส่งสารกับผู้รับสาร 5. ลักษณะของเนื้อหาวิชา จากการจำแนกการสื่อสารตามเกณฑ์ต่าง ๆ นี้ก็จะได้รูปแบบการสื่อสารจำนวนมาก ตัวอย่างเช่นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) การสื่อสารเชิงวจนะ (Verbal Communication) การสื่อสารเชิง อวจนะ (Nonverbal Communication) การสื่อสารแบบเห็นหน้าค่าตากัน (Face-to face Communication) การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน (Interposed Communication) การสื่อสารในองค์การ (Organizational Communication) เป็นต้น

จากรูปแบบการสื่อสารนานาชนิดที่กล่าวมาข้างต้น รูปแบบการสื่อสารที่น่าสนใจรูปแบบหนึ่งก็คือ การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน (Interposed Communication) (ปรมะ สตะเวทิน, 2540 : 38) ซึ่งการสื่อสารในลักษณะนี้ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่เห็นหน้าเห็นตากันคือ ไม่เผชิญหน้ากันหรือไม่ปฏิสัมพันธ์กันตัวต่อตัวเพราะอยู่ห่างไกลกันด้วยระยะทางและสถานที่ ดังนั้นในการสื่อสารกัน ทั้งสองฝ่ายจะไม่สามารถสังเกตกิริยาท่าทางของฝ่ายตรงข้ามได้ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันจึงมักจะเป็นสื่อโทรคมนาคม (Telecommunication media) และสื่อมวลชน (Mass media) ตัวอย่างของการสื่อสารประเภทนี้ เช่น การเขียนจดหมายถึงกัน (Letter) การพูดโทรศัพท์ (Telephone) การส่งโทรเลข (Telegram) ซึ่งเป็นการสื่อสารโทรคมนาคม (Telecommunication) ส่วนในการสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ก็ใช้สื่อมวลชน

ประเภทต่าง ๆ เช่น หนังสือพิมพ์(Newspaper) วิทยุและโทรทัศน์(Radio and Television) เป็นเครื่องมือในการสื่อสาร ซึ่งผู้ส่งสารจะส่งข้อความ ข้อมูลหรือสารผ่านทางสื่อต่าง ๆ มายังผู้รับสาร ฉะนั้นในการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าเห็นตากันนั้นสิ่งที่จะต้องให้ความสนใจมากเป็นพิเศษ นั้นก็คือ "สาร" เนื้อหาสาระและความหมายของสารที่ผู้ส่งสารจะส่งไปยังผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันยังจะนำมาซึ่งการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จ ในทางกลับกันถ้าสารที่ผู้ส่งสารส่งไปยังผู้รับสารนั้นไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นล้มเหลว (Communication breakdown) ฉะนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ส่งสารในรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าตากัน จะต้องพิถีพิถันกับการเลือกสรร "สาร" ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

หลักการสื่อสารทางโทรศัพท์ [The Principles of Telephone Communication]

คำว่าโทรศัพท์ หรือ Telephone นั้น ถ้าศึกษาตามรากศัพท์ของกรีกโบราณแล้วเกิดจากการนำคำ 2 คำมารวมกันคือคำว่า tele + phone ซึ่งคำว่า tele นั้นมีความหมายว่า ระยะทางที่ไกล ส่วนคำว่า phone นั้น หมายถึง เสียงหรือคำพูด เมื่อรวมกันจึงแปลว่า การพูดที่ระยะทางไกล (ประสิทธิ์ ทิมพูน, 2539 : 13) เมื่อการติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์ซึ่งเป็นการสื่อสารประเภทที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารติดต่อสื่อสารกันโดยการพูดและฟังในระยะที่ไกลกัน ซึ่งทั้งสองฝ่ายไม่สามารถมองเห็นกันได้ จึงมีจุดอ่อนตรงที่ต่างฝ่ายไม่สามารถมองเห็นการแสดงออกทางใบหน้าหรือที่เรียกว่า สีหน้า รวมถึง ท่าทางหรือการแสดงออกทางอวัยวะอื่น ๆ หรือที่เรียกว่าอวัจนภาษา (Non-Verbal Communication) ทำให้การสื่อความหมายของเรื่องที่กำลังพูดมีโอกาสขาดความแม่นยำ (Validity) เพราะอวัจนภาษาและการสื่อสารที่เห็นหน้ากันนั้นช่วยให้การสื่อความหมายมีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น โดยเหตุที่โทรศัพท์เป็นวิธีสื่อสารที่ทั้งสองฝ่ายมองไม่เห็นกัน ดังนั้นในการพูดติดต่อกันทางโทรศัพท์ ระดับเสียง การออกเสียง และวิธีพูดจึงเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งและสามารถก่อให้เกิดความเสียหายหรือเป็นอุปสรรคต่อการสื่อความได้ทั้งในลักษณะที่ทำให้เข้าใจกันยาก หรือเกิดความเข้าใจผิดได้ ทั้งนี้มาจากสาเหตุต่อไปนี้

1. ผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ได้ยินข้อความที่โต้ตอบกัน เนื่องจากพูดด้วยเสียงที่ค่อยเกินไป หรือมีเสียงรบกวนในขณะที่พูด
2. ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ยินเสียงพูดแต่ไม่ชัดเจน หรือได้ยินไม่ครบถ้วนทุกถ้อยคำ ทำให้ไม่เข้าใจหรือเข้าใจผิดไป
3. ผู้ส่งสารและผู้รับสารเกิดการเข้าใจหรือตีความผิด เพราะไม่มีปฏิกิริยาตอบรับหรือสะท้อนกลับ (feed back) จากอีกฝ่ายหนึ่ง ซึ่งได้แก่คำพูดจำพวก "ครับ/ค่ะ" "เข้าใจ" "ตกลง" ฯลฯ ซึ่งความจริงถ้อยคำเหล่านี้ยังถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของศิลปะและมารยาทในการพูดติดต่อบนทางโทรศัพท์อีกด้วย ทำให้การสนทนามีรสชาติ และช่วยไม่ให้อุสนทนารู้สึกว่าตนเองนั่งพูดอยู่คนเดียว

อีกประการหนึ่งการใช้โทรศัพท์ให้ได้ผลดีนั้นจำเป็นต้องมีความชำนาญเฉพาะ [Special skills] ในการใช้ "เสียง" ให้ถูกต้องเหมาะสมด้วย เช่น ความสามารถในการออกเสียง คำพูดแต่ละคำอย่างชัดเจนชัดคำ ซึ่งความชำนาญเหล่านี้มีความสำคัญเป็นพิเศษสำหรับกรณี การสื่อความทางโทรศัพท์ด้วยสาเหตุที่ทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่สามารถมองเห็นกันได้นั่นเอง (เกียรติ-นฤมล สิมะกุล, 2540 : 11-12)

ความสำคัญของการสื่อสารทางโทรศัพท์ [The Importance of Telephone Communication]

ระบบการสื่อสารทางโทรคมนาคม [Telecommunication] โดยใช้ระบบดาวเทียม วิทยุ สายเคเบิลใต้น้ำและบนบกนั้น เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกให้กับมนุษย์ในการติดต่อสื่อสาร ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ โดยมนุษย์จะใช้วิธีการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ เช่น ทางโทรศัพท์ เทเล็กซ์ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต และวีดีโอ ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการติดต่อสื่อสารของมนุษย์ในเรื่องต่าง ๆ นั้น มนุษย์จะนิยมใช้โทรศัพท์ เป็นเครื่องมือสื่อสารเพราะสะดวกและราคาไม่แพงนัก ดังนั้นโทรศัพท์จึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะนำมาใช้ในเรื่องส่วนตัวหรือติดต่อทำธุรกิจ ซึ่งการสื่อสารแบบพูด-ฟัง [oral-aural] โดยใช้โทรศัพท์นั้นจึงจำเป็นที่มนุษย์จะต้องเรียนรู้เทคนิคการใช้โทรศัพท์ให้ดี เพื่อประโยชน์ในการทำงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต

พนักงานที่รับโทรศัพท์อาจมองข้ามความสำคัญในเรื่องการใช้ทักษะในการพูดทางโทรศัพท์ โดยคิดว่าหากสามารถพูดภาษามนุษย์ได้ ก็สามารถเป็นพนักงานรับโทรศัพท์ได้ ในความเป็นจริงหาเป็นเช่นนั้นไม่ โดยที่การพูดทางโทรศัพท์นั้นอาจก่อให้เกิดผลเสียต่อตัวผู้พูด และต่อองค์กรได้โดยไม่รู้ตัว เพราะตามความเป็นจริงแล้วพนักงานที่รับโทรศัพท์นั้น ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่งใด ก็ทำหน้าที่เสมือนพนักงานต้อนรับขององค์กรอยู่ด้วย แม้จะเป็นการต้อนรับทาง "เสียง" ก็ตาม สิ่งที่ควรตระหนักไว้เสมอของพนักงานที่รับโทรศัพท์คือ บุคคลที่โทรศัพท์เข้ามา หรือลูกค้า หรือผู้ใช้บริการจะถือว่าพนักงานที่รับโทรศัพท์เป็นตัวแทนของหน่วยงานนั้น ดังนั้นคำพูดหรือวิธีพูดของพนักงานที่รับโทรศัพท์ก็คือ ภาพลักษณ์ของหน่วยงานหรือขององค์กรนั้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากพนักงานรับโทรศัพท์มีความสามารถ มีศักยภาพสูงในการทำงาน การให้ข้อมูลและตอบกลับที่รวดเร็ว มีปฏิภาณไหวพริบในการแก้ปัญหา ตอบข้อซักถามของผู้ที่มาติดต่อ จนทำให้เกิดความพึงพอใจ การสื่อสารนั้นก็จะเป็นความสำเร็จถือเป็นการเริ่มต้นงานที่ดี

บทบาทและความสำคัญของพนักงานรับโทรศัพท์จึงไม่อาจถูกมองข้ามได้ ดังนั้นหน่วยงานหรือองค์การจำเป็นต้องคัดเลือกบุคคลที่มีความสามารถ มีไหวพริบเพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะพนักงานก็คือตัวแทนภาพลักษณ์ของบริษัทนั่นเอง

ตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การสื่อสารผ่านสื่อโทรศัพท์นั้นมีความสำคัญต่อหน่วยงานและองค์การเป็นอย่างมาก ดังนั้น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์การที่สำคัญองค์การหนึ่งของประเทศไทย จึงควรมีการปรับปรุงพัฒนาหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างความพึงพอใจ และทัศนคติที่ดีในด้านการบริการแล้ว ยังรวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศอีกด้วย

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) [Thai Airways International Public Company Limited]

บริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม ดำเนินการในด้านการบินพาณิชย์ในประเทศและระหว่างประเทศ ในฐานะสายการบินแห่งชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นรัฐวิสาหกิจของชาติที่ต้องดำเนินกิจการ การแข่งขันกับต่างประเทศในธุรกิจการบิน และเป็นรัฐวิสาหกิจที่สามารถทำกำไรต่อเนื่องเรื่อยมาอีกทั้งยังได้รับการยกย่องในด้านต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับสายการบินชั้นนำของโลกเสมอมา กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2541 บริษัทการบินไทยฯ ติดอันดับ 1 ใน 10 สายการบินที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของโลก จากผลการสำรวจของนิตยสาร Conde Nast Traveller ของประเทศอังกฤษ ซึ่งตีพิมพ์ลงในฉบับประจำเดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2541 นี้เอง ซึ่งถ้าเปรียบแล้วบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ก็เสมือนตัวแทนของประเทศไทยที่สามารถทำให้ประชาชนชาวโลกได้รู้จักกับประเทศไทย

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ได้เริ่มเปิดกิจการให้กับลูกค้าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2508 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งทางบริษัท การบินไทยฯ ได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและพัฒนางานในด้านต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ธุรกิจการบินเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึง การส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย การบริการทางด้านโภชนาการ และการขนส่งสินค้าระหว่างภูมิภาคและระหว่างประเทศอีกด้วย

บริษัท การบินไทยฯ มีพนักงานจำนวน 25,097 คน มีขนาดของธุรกิจประมาณ 6 พันล้านบาท ในปี 2542 จึงสามารถเห็นได้ว่าบริษัทการบินไทยฯ เป็นองค์การที่ใหญ่ขององค์การหนึ่ง และจากการที่บริษัทการบินไทยฯ เป็นองค์การที่ใหญ่และต้องดำเนินการแข่งขันทางธุรกิจกับประเทศต่าง ๆ คณะกรรมการและผู้บริหารของบริษัทจึงได้ทำเป้าหมายร่วม เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ให้สอดคล้องกันคือ "การผลักดันให้การบินไทยเป็นสายการบินที่ลูกค้าจะนึกถึงก่อนเมื่อต้องการจะเดินทาง" (First Choice Carrier : Smooth as Silk. First Time Every Time) และเนื่องจากบริษัท การบินไทยฯ เป็นองค์การใหญ่จึงมีหน่วยงาน

ต่าง ๆ ภายใต้การบริหารงานของคณะกรรมการบริษัทฯ มากมาย ซึ่งถ้าพูดถึงบริษัทการบินไทยฯ แล้ว ประชาชนโดยทั่วไปจะต้องนึกถึงเรื่องธุรกิจการบินภายในประเทศ และระหว่างประเทศเป็นสิ่งแรก โดยปัจจุบัน บริษัท การบินไทยฯ มีเส้นทางการบินทั้งหมด 72 แห่ง ใน 35 ประเทศทั่วโลก ซึ่งในการให้บริการเกี่ยวกับธุรกิจการบินนี้ หน่วยงานที่ติดต่อสื่อสารกับประชาชนภายในประเทศ และต่างประเทศก็คือ กองสำรองที่นั่ง สำนักงานหลานหลวง ซึ่งเป็นแผนกที่ทำการสำรองที่นั่งให้กับประชาชนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มีความประสงค์จะเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ที่สายการบินไทยให้บริการ โดยภารกิจของกองสำรองที่นั่งคือ การสร้างความพึงพอใจแก่ผู้โดยสารให้มากที่สุด โดยการตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็ว และทำให้ผู้โดยสารเกิดความพอใจในบริการ ดังนั้นสามารถกล่าวได้ว่า กองสำรองที่นั่งเป็นด่านแรกของผู้โดยสารจะต้องติดต่อสื่อสารก็ว่าได้

กองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นหน่วยงานที่สังกัดฝ่ายการพาณิชย์ ในส่วนของฝ่ายขาย ดังนั้นกองสำรองที่นั่งจึงเป็นหน่วยงานที่สามารถเพิ่มหรือลดการใช้บริการของผู้โดยสารต่อบริษัท การบินไทยฯ ได้ ตามที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่ากองสำรองที่นั่งเป็นด่านแรกของผู้โดยสารติดต่อเข้ามายังบริษัท การบินไทยฯ ดังนั้นทางกองจึงเปรียบเสมือนหน่วยงานที่ต้องสร้างความพึงพอใจ หรือความประทับใจในการให้บริการกับผู้โดยสารหรือผู้ที่ติดต่อเข้ามา ซึ่งผลที่จะได้กลับมาคือการใช้บริการของสายการบิน โดยกองสำรองที่นั่งจึงมีแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมของบริษัท การบินไทยฯ

เป้าหมายการทำงานของกองสำรองที่นั่ง

1. เป็นหน่วยงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารได้ตลอดเวลา
2. ให้บริการที่มีคุณภาพเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้โดยสาร
3. สามารถแก้ปัญหาให้รายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารได้อย่างรวดเร็ว

นโยบายการดำเนินงานของกองสำรองที่นั่ง

กองสำรองที่นั่งได้จัดทำนโยบายในการดำเนินงานเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการทำงานเพื่อพัฒนาระบบคุณภาพด้านบริการ และเพื่อความพอใจสูงสุดของผู้โดยสารกล่าวคือ

1. ให้ความสำคัญต่อความพอใจของผู้โดยสารเป็นอันดับแรก : ผู้โดยสารคือบุคคลที่สำคัญที่สุดสำหรับเรา
2. พัฒนานักงานโดยสร้างจิตสำนึกเรื่องคุณภาพในการบริการ การกล่าววาจาที่สุภาพอ่อนโยน ด้วยน้ำเสียงที่แสดงความรู้สึกที่อยากช่วยเหลือ มีความกระตือรือร้นในการหาข้อมูลข่าวสารเพื่อแจ้งให้ผู้โดยสารทราบ การให้เกียรติผู้โดยสาร

3. พนักงานมีการพัฒนาความรู้ในระบบงานอย่างสม่ำเสมอ
4. นำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้ในการให้บริการและการจัดการ
5. ปรับปรุงยกระดับการให้บริการอย่างต่อเนื่อง
6. ดำเนินการให้เป็นไปตามระบบคุณภาพของบริษัท

หน้าที่หลักของกองสำรองที่นั่ง

1. ให้บริการสำรองที่นั่งสำหรับผู้โดยสารทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติที่มีความประสงค์จะเดินทางภายในประเทศและเดินทางไปต่างประเทศ หรือจากต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย
2. ให้บริการการยืนยันการสำรองที่นั่งหากผู้โดยสารต้องการจะตรวจสอบเที่ยวบินของตนเองก่อนการเดินทาง
3. ให้บริการข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับสายการบินทั้งของสายการบินไทย และสายการบินพันธมิตร
4. ให้บริการเลื่อนเที่ยวบินแก่ผู้โดยสารที่มีความประสงค์จะขอเปลี่ยนแปลงการเดินทาง

จำนวนและลักษณะพนักงาน

จากลักษณะงาน และเป้าหมาย ของกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทยฯ ที่กล่าวมาข้างต้น พนักงานกองสำรองที่นั่งจำนวนกว่า 150 คนมีตำแหน่งงานเรียงลำดับจากตำแหน่งที่สูงที่สุดจนถึงตำแหน่งล่างสุดดังนี้

1. Department Manager
2. Division Manager
3. Assistant Manager
4. Administrative Assistance
5. Senior Supervisor
6. Supervisor
7. Agent 2
8. Agent 1

ซึ่งพนักงานกองสำรองที่หนึ่งทุกคนมีหน้าที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรือผู้มาขอรับบริการของ บริษัท การบินไทยฯ โดยมีองค์ประกอบด้านคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้โดยสาร ความสะดวกรวดเร็วและประสิทธิผลของการให้บริการ เป็นหัวใจของการให้บริการของกองสำรองที่หนึ่ง พนักงานกองสำรองที่หนึ่งได้ใช้การสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากัน (Interposed Communication) ในการติดต่อกับผู้โดยสารผ่านโทรศัพท์ (Telephone) ซึ่งเป็นสื่อโทรคมนาคม (Telecommunication media) ดังรูปแบบการสื่อสารแบบไม่เห็นหน้าค่าตากันได้อธิบายมาแล้วว่า ผู้ส่งสารและผู้รับสาร ไม่สามารถมองเห็น หรือสังเกตกิริยาท่าทางของอีกฝ่ายหนึ่งได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าวสิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้ส่งสารและผู้รับสารในที่นี้คือพนักงานกองสำรองที่หนึ่งจะผู้โดยสาร หรือผู้ใช้บริการของบริษัท การบินไทยฯ จำเป็นต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ "สาร" (Message) ซึ่งสารนั้นเป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสาร ในทุกแผนผังของการสื่อสารและสิ่งที่พนักงานกองสำรองที่หนึ่งจะต้องตระหนัก และพัฒนาศักยภาพให้บรรลุเป้าหมายของบริษัท การบินไทยฯ ก็คือ การสร้างความพึงพอใจ การสร้างทัศนคติที่ดีของงานบริการให้เกิดขึ้นในจิตใจของผู้โดยสารให้ได้ และในการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นพฤติกรรมการติดต่อสื่อสาร และการแสดงออก ตลอดจนจนการรับรู้ของผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้นมีต่างกัน ขึ้นอยู่กับการอบรมบ่มนิสัย การเลี้ยงดู การฝึกฝน และการเรียนรู้ในแต่ละสถาบัน อิทธิพลของครอบครัว และอื่น ๆ จากนโยบายหลักของกองสำรองที่หนึ่ง สิ่งที่พนักงานกองสำรองที่หนึ่งทุกคนจะสามารถสร้างความพึงพอใจ สร้างทัศนคติที่ดี และการให้บริการที่ดีนั้น พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่หนึ่งที่มีต่อผู้โดยสาร โดยผ่านรูปแบบของการจัดสารที่สื่อออกมาเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงมากที่สุด โดยทั่วไปแล้วการสื่อสารระหว่างบุคคล ผู้ที่ทำการสื่อสารก็จะมีพฤติกรรมการสื่อสารที่ต่าง ๆ กัน เช่น มีการสื่อสารกัน 100 คู่ พฤติกรรมการสื่อสารก็อาจมีหลายรูปแบบหลายวิธี ซึ่งก็แล้วแต่ว่าพนักงานกองสำรองที่หนึ่งจะมีพฤติกรรมการสื่อสารอย่างไรที่จะทำให้ผู้รับสารเข้าใจสารที่ตนเองส่งไปและมีผลสะท้อนกลับไปยังผู้ส่งสาร ซึ่งพนักงานกองสำรองที่หนึ่งนั้นมีจำนวนกว่า 150 คน จำนวนเฉลี่ยต่อวันของพนักงานกองสำรองที่หนึ่งในการสื่อสารกับผู้โดยสารผ่านทางโทรศัพท์นั้นประมาณ 80-100 ราย

กองสำรองที่หนึ่งได้ให้บริการแก่ผู้โดยสารหรือผู้ที่ขอรับบริการทุกวัน ตลอด 24 ชั่วโมง โดยมีการจัดแบ่งเวลาในการทำงาน ซึ่งพนักงานกองสำรองที่หนึ่งจะต้องทำการรับโทรศัพท์เรียกเข้าของผู้โดยสารอยู่ตลอดเวลา โดยพนักงานพยายามที่จะรับสายทุกสายที่เรียกเข้ามาให้ได้ทุกสาย แต่อาจมีบางช่วงเวลาที่ไม่สามารถให้ความสะดวกแก่ผู้โดยสารได้ ซึ่งบางทีผู้โดยสารอาจต้องรอโทรศัพท์นานหลายนาทีกว่าพนักงานกองสำรองที่หนึ่งจะรับโทรศัพท์ ดังนั้น เพื่อจะศึกษาประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานกองสำรองที่หนึ่ง จึงได้รวบรวมข้อมูลการรับสายของพนักงานกองสำรองที่หนึ่งในแต่ละเดือน ในรอบ 1 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 - 2541 เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทบทวนการบุคคลมารองรับความต้องการของผู้โดยสาร และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของหน่วยงาน ดังจะเห็นได้จาก ตารางที่ 1

| | CALLS ANSWER (ปริมาณการรับโทรศัพท์) | | |
|--------------|-------------------------------------|------------------|------------------|
| | 1996 (2539) | 1997 (2540) | 1998 (2541) |
| JAN (ม.ค.) | 182,691 | 220,004 | 204,151 |
| FEB (ก.พ.) | 184,159 | 223,943 | 182,643 |
| MAR (มี.ค.) | 180,248 | 273,234 | 234,299 |
| APR (เม.ย.) | 179,026 | 250,793 | 223,414 |
| MAY (พ.ค.) | 162,655 | 189,179 | 162,642 |
| JUN (มิ.ย.) | 148,895 | 169,613 | 156,276 |
| JUL (ก.ค.) | 194,512 | 195,273 | 177,539 |
| AUG (ส.ค.) | 197,861 | 184,629 | 184,059 |
| SEP (ก.ย.) | 165,809 | 162,332 | 173,287 |
| OCT (ต.ค.) | 227,295 | 196,611 | 209,531 |
| NOV (พ.ย.) | 242,046 | 202,824 | 218,702 |
| DEC (ธ.ค.) | 259,624 | 251,918 | 222,789 |
| TOTAL | 2,324,821 | 2,520,353 | 2,349,332 |

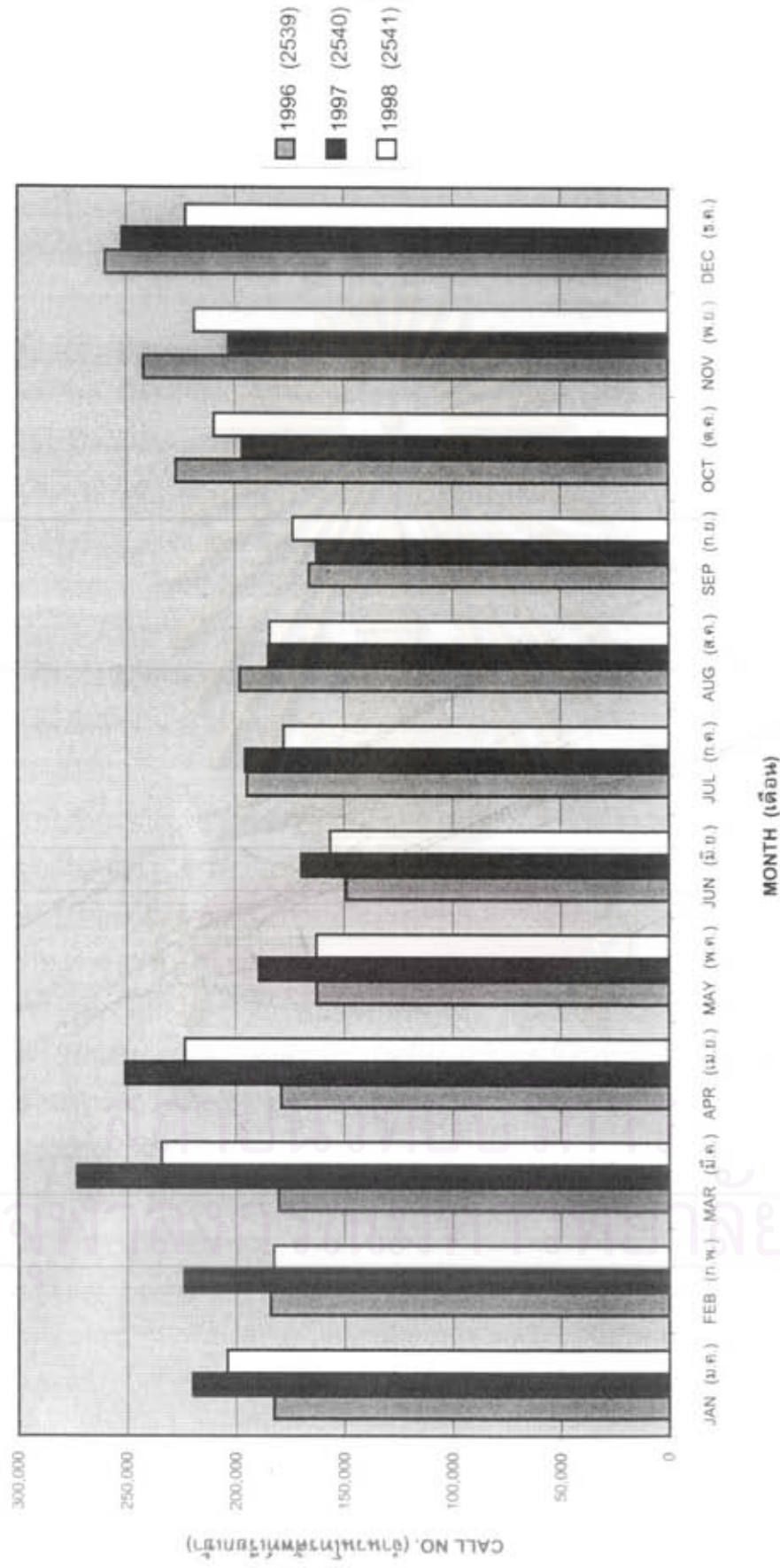
ตารางที่ 1 : ปริมาณการรับโทรศัพท์ของพนักงานกองสำรองที่นั่งในแต่ละเดือน
ระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2541

ที่มา : กองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

เพื่อให้เห็นประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานกองสำรองที่นั่งให้ชัดเจน จึงขอเสนอข้อมูลเป็นแผนภูมิแท่ง เพื่อแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการรับสายของพนักงานกองสำรองที่นั่งในแต่ละเดือน ในรอบ 1 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2539 - 2541 ซึ่งเอกสารของบริษัทการบินไทยฯ จะออกเป็นรายเดือนดังตารางที่ 2

MONTHLY BKKHF CALL ANSWER

(ปริมาณการรับโทรศัพท์ของพนักงานกองสำรองที่หนึ่งรายเดือน)



ตารางที่ 2 : กราฟแสดงการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการรับโทรศัพท์ของพนักงานกองสำรองที่หนึ่ง ระหว่างปี พ.ศ. 2539 - 2541
 ที่มา : กองสำรองที่หนึ่ง บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

ตารางที่ 1 เป็นการแสดงตัวเลขของการรับโทรศัพท์ของพนักงานกองสำรองที่นั่งตั้งแต่เดือน มกราคม ถึงเดือนธันวาคม ว่าพนักงานสามารถรับโทรศัพท์เป็นจำนวนเท่าไร ซึ่งเฉลี่ยแล้วในวันหนึ่ง ๆ พนักงานกองสำรองที่นั่งรับโทรศัพท์ได้ประมาณ 6,500 สายเป็นอย่างต่ำ แต่ในความเป็นจริงโทรศัพท์ที่เรียกเข้ามาในหนึ่งวันมีมากกว่า 6,500 สาย ส่วนตารางที่ 2 เป็นแผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบเพื่อแสดงตัวเลขของตารางที่ 1 ให้เห็นชัดเจนว่าการรับโทรศัพท์ของพนักงานกองสำรองที่นั่งเพิ่มขึ้นหรือลดลงเพียงใด โดยดูเปรียบเทียบได้ที่ละเดือน ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวเลขในบางเดือนที่เป็นช่วงเทศกาล สายที่รับได้ก็จะสูงกว่า ช่วงเดือนปกติ ซึ่งถ้ามีโทรศัพท์เรียกเข้ามามาก พนักงานกองสำรองที่นั่งก็พยายามที่จะรับโทรศัพท์ที่รอให้ได้มากที่สุด ซึ่งอาจทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งแต่ละคนไม่เหมือนกัน

จากสถิติและแผนภูมิแท่งที่แสดงถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างพนักงานกองสำรองที่นั่งกับผู้โดยสารนั้น จะเห็นว่าในวันหนึ่ง ๆ พนักงานกองสำรองที่นั่งแต่ละคนจะต้องสื่อสารกับผู้โดยสารหลายคน ซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารของผู้โดยสารแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน ในมุขกลับกัน พนักงานกองสำรองที่นั่งแต่ละคนก็มีพฤติกรรมต่าง ๆ กันไปเช่นกัน ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งจำนวน 150 คนว่าในการสื่อสารกับผู้โดยสารนั้นพนักงานกองสำรองที่นั่งจะสามารถสร้างความพึงพอใจ และทัศนคติที่ดีให้กับผู้โดยสารหรือไม่

พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งนั้นมีความสำคัญยิ่งในการถ่ายทอดสารให้ถูกต้อง และรับสารที่ชัดเจนจากผู้โดยสาร การที่จะถ่ายทอดสารมายังผู้โดยสารนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อการสื่อสารอย่างมาก เพราะในปัจจุบันพบว่า มีโทรศัพท์ร้องเรียนจากผู้โดยสารเรื่องพฤติกรรมการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมของพนักงานกองสำรองที่นั่งเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตัวอย่างเช่น การพูดจาห้วน ไม่มีคำลงท้าย น้ำเสียงไม่ไพเราะ การไม่ให้เกียรติผู้โดยสาร การไม่เอาใจผู้โดยสาร เป็นต้น เมื่อปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นย่อมส่งผลให้ความพึงพอใจ และทัศนคติของผู้โดยสารในการรับบริการจากพนักงานกองสำรองที่นั่งลดลง ซึ่งสาเหตุประการสำคัญนั้นก็ เป็นปัญหาทางด้าน การสื่อสาร

เมื่อพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้โดยสาร ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ควรมีการศึกษาทัศนคติของพนักงานกองสำรองที่นั่งที่มีต่องานบริการและต่อผู้โดยสารและลักษณะพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งในการสื่อสารกับผู้โดยสาร ทั้งนี้เพราะผู้โดยสารมีความคาดหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากพนักงานกองสำรองที่นั่ง เนื่องจากสาเหตุการเพิ่มขึ้นหรือลดของความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสำคัญเป็นปัจจัยที่นำไปสู่การใช้บริการ บริษัทการบินไทยฯ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบ และพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ด้านการให้บริการผ่านสื่อโทรศัพท์
2. เพื่อศึกษาทัศนคติ และพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) โดยจำแนกตามความแตกต่างด้านเพศ อายุ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการทำงาน
3. เพื่อศึกษาผู้โดยสารที่มีความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ กับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติของผู้โดยสารต่อพนักงานบริษัทการบินไทยฯ กับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)
5. เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของพนักงานกองสำรองที่นั่ง กับพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานสำรองที่นั่ง บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

สมมติฐานการวิจัย

1. ทัศนคติของพนักงานกองสำรองที่นั่งที่มีต่องานบริการและต่อผู้โดยสาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งที่มีต่อผู้โดยสาร
2. พนักงานกองสำรองที่นั่งที่มีความแตกต่างกันด้านเพศ อายุ ระดับตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการทำงาน จะมีทัศนคติและพฤติกรรมการสื่อสารแตกต่างกัน
3. ผู้โดยสารที่มีความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา และรายได้ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการของพนักงานกองสำรองที่นั่งต่างกัน
4. ทัศนคติของผู้โดยสารต่อพนักงาน บริษัทการบินไทยฯ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของพนักงานกองสำรองที่นั่ง
5. ความพึงพอใจของผู้โดยสารมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่ง

นิยามศัพท์

| | | |
|----------------------------|---------|---|
| พนักงานกองสำรองที่นั่ง | หมายถึง | บุคคลทั้งเพศชาย และหญิง ที่ทำการสื่อสารกับประชาชนทั่วไปผ่านสื่อโทรศัพท์ โดยวัตถุประสงค์ของการสื่อสารเพื่อให้การบริการสำรองที่นั่ง ให้ข้อมูลและรายละเอียด รวมทั้งการให้บริการต่าง ๆ ทางธุรกิจการบินของบริษัท การบินไทยฯ |
| ผู้โดยสาร | หมายถึง | บุคคลทั้งเพศชาย และหญิง ที่ทำการสื่อสารกับพนักงานกองสำรองที่นั่ง โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะใช้บริการกับการบินไทย |
| สาร | หมายถึง | เครื่องหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลใช้ในการสร้างความหมาย และถ่ายทอดไปยังผู้อื่นหรือเครื่องหมายและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่บุคคลได้รับจากผู้อื่น โดยสารดังกล่าวอาจอยู่ในรูปของคำพูดและการแสดงออกต่าง ๆ ที่สามารถสื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจ |
| พฤติกรรมสื่อสาร | หมายถึง | การสนทนาโต้ตอบทางโทรศัพท์ของพนักงานกองสำรองที่นั่ง โดยดูจากลักษณะของคำพูดและน้ำเสียงที่ใช้ในการทำงาน |
| น้ำเสียงที่ใช้ในการสื่อสาร | หมายถึง | เสียงพูดที่พนักงานกองสำรองที่นั่งแสดงออกถึงอารมณ์ ความมีน้ำใจ ความเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นในการทำงาน ความนอบน้อม ถ่อมตน การให้เกียรติผู้โดยสาร ความเต็มใจที่จะให้บริการ ความสุภาพอ่อนโยน ความจริงใจ ความมีมารยาท ฯลฯ |
| ความพึงพอใจ | หมายถึง | ความรู้สึกเมื่อได้รับการบริการ หรือความรู้สึกที่มีต่อพฤติกรรมสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่ง |

ทัศนคติ**หมายถึง**

ความรู้สึกที่พนักงานกองสำรองที่นั่ง หรือผู้โดยสารมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดหรือหลายสิ่ง ซึ่งประกอบด้วยความรู้ ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมที่จะแสดงออกมาในทางสนับสนุน หรือต่อต้านบุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือแนวความคิด

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง "พฤติกรรมการสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่งและความพึงพอใจของผู้โดยสารต่อการให้บริการของพนักงานกองสำรองที่นั่ง บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)" นี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ดังต่อไปนี้คือ

1. พนักงานกองสำรองที่นั่ง สำนักงานหลานหลวง บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) จำนวน 140 คน ทั้งนี้เนื่องจากสำนักงานหลานหลวง เป็นหน่วยงานที่ติดต่อสื่อสารกับผู้โดยสารตลอด 24 ชม. และให้บริการผู้โดยสารทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ ซึ่งในการติดต่อเข้ามาของผู้โดยสารนั้น มีทั้งที่ติดต่อมาจากภายในประเทศและจากต่างประเทศ
2. จำนวนผู้โดยสารที่นำรหัสจากการทำสำรองที่นั่งจากกองสำรองที่นั่งไปออกบัตรโดยสาร ยังสถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารของบริษัทการบินไทยฯ ที่สำนักงานวิภาวดี สำนักงานสีลม และที่สำนักงานหลานหลวงในช่วงเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำผลการศึกษาเป็นแนวทางในการฝึกอบรมทักษะการติดต่อสื่อสารของพนักงานกองสำรองที่นั่ง เพื่อเพิ่มการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาพัฒนาธุรกิจบริการการสำรองที่นั่งแก่ผู้โดยสารของบริษัทการบินไทย เพื่อมุ่งเน้นการแข่งขันเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น
3. เพื่อให้ผู้บริหารของกองสำรองที่นั่งนำผลของงานวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงงานของกองสำรองที่นั่งให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลยิ่งขึ้นซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทการบินไทยดีขึ้น