

วัฒนธรรมการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

Service Culture of flight attendants of Thai Airways International Public Company Limited

นภาพร ทองคำ¹

Napaporn Thongkam

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติต่องานบริการและสมรรถนะในการปฏิบัติงาน นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถ ประสบการณ์ ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การได้รับคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์ในการพัฒนาบุคลากรของบริษัทการบินไทย และการมุ่งเน้น

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรังสิต

ตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารเป็นสำคัญ และ วัฒนธรรมองค์การในด้านการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพของพนักงานต้อนรับเครื่องบินที่เน้นความเป็นครอบครัว การสร้างความอดทน ระเบียบวินัย เพื่อปรับสภาพให้พร้อมกับการปฏิบัติงาน รวมถึงให้สอดคล้องกับพันธกิจของฝ่ายบริการบนเครื่องบิน

คำสำคัญ: วัฒนธรรมการบริการ, พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน, บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

Abstract

The purpose of this research was to study service culture of flight attendants of Thai Airways International Public Company Limited. This research was a qualitative research and the interview form was used as a tool to collect data from key informants, Flight Attendant Thai Airways Public Company Limited. The results of the study revealed that service attitudes and performance competencies depended on the ability and experience of the flight attendants, receiving advice from personnel having experience in personnel development ,and focusing on fulfilling the needs of passengers, and organizational culture in quality

performance of flight attendants emphasized closed relationship as family bond, patience and discipline to adjust the condition to be ready for work and in accordance with the mission of the inflight service.

Keywords: service culture, flight attendants, Thai Airways International PCL

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บริษัทการบินไทย จำกัด(มหาชน)เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม และเป็นบริษัทมหาชนจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534 โดยมี กระทรวงการคลังเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่เกินกว่าร้อยละ 50 บริษัทได้ดำเนินกิจการขนส่งผู้โดยสาร และสินค้า ข้ามประเทศ และได้ให้บริการในเส้นทางประจำ การให้บริการเครื่องบินเช่าเหมาลำ และมีเครือข่ายพันธมิตรในกลุ่ม Star Alliance โดยมีท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นศูนย์กลางเครือข่ายเส้นทางการบิน

บริษัทการบินไทยได้ปลูกฝังให้พนักงานมีวัฒนธรรมการทำงานในแบบ THAI Spirit ประกอบด้วย T – มีความมุ่งมั่นปรับปรุงและรักษามาตรฐานในการให้บริการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และความไว้วางใจ (Trust) ให้กับลูกค้า H - มีจิตสำนึกที่ดีในการให้บริการลูกค้าเพื่อส่งมอบบริการที่อบอุ่นและน่าประทับใจ (Hospitality) ด้วยการ ดูแล เอาใจใส่เป็นอย่างดีทุกจุดบริการตลอดการเดินทางโดยใช้จุดแข็งจาก

เอกลักษณ์ความเป็นไทย A - มีความรับผิดชอบในผลการปฏิบัติงาน (Accountability) เพื่อให้ลูกค้าได้รับ ความพึงพอใจและเกิด ความเชื่อมั่นและ I - มีการปลูกฝังและเสริมสร้างวัฒนธรรมการทำงานที่มีความซื่อสัตย์สุจริต (Integrity) ตามหลักธรรมาภิบาล (Corporate Governance) อีกทั้งในปี 2560 บริษัทการบินไทย ได้รับรางวัลยอดเยี่ยมอันดับที่หนึ่ง จากสกายแทร็กซ์ถึง 3 รางวัล ได้แก่ รางวัลอันดับที่หนึ่งสายการบินที่ให้บริการชั้นประหยัดยอดเยี่ยมของโลก รางวัลอันดับที่หนึ่งสายการบินที่ให้บริการสปาเลาจน์ยอดเยี่ยมของโลก และรางวัลอันดับที่หนึ่งสายการบิน ที่ให้บริการอาหารสำหรับชั้นประหยัดยอดเยี่ยม

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษา วัฒนธรรมการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ทางการจัดการทรัพยากรบุคคลในกิจการบริการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัฒนธรรมการบริการของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินบริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน)

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดวัฒนธรรมองค์การ Denison (1990) อธิบายว่าวัฒนธรรมองค์การมีผลต่อประสิทธิภาพขององค์การ และ แนวคิดของฮาโลเวย์ (Holloway, 2002, pp. 88-89) เห็นว่าการบริการมี 2 มิติ คือ การเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้า และการสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และใช้แบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) โดยเก็บข้อมูลในช่วงตุลาคมถึงธันวาคม 2560 ในการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การตีความเนื้อหา เพื่อสร้างข้อสรุปในการวิจัย

สรุปผลการวิเคราะห์

ผลการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเก็บข้อมูลจากคือพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน บริษัท การบินไทย จำกัด(มหาชน) ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ ดังนี้

มิติด้านทัศนคติต่องานบริการและสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ส่วนใหญ่เห็นว่าการมีทัศนคติที่ดีจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ และสมรรถนะในการปฏิบัติงานจะเป็น

ตัวชี้วัดคุณภาพของผลงาน จากคุณสมบัติที่ระบุไว้ในการรับสมัคร คือ วุฒิการศึกษา ไม่ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี หรือเทียบเท่า ไม่จำกัดสาขา ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากต่างประเทศ ต้องมีหนังสือรับรองการเทียบวุฒิจากทบวงมหาวิทยาลัย มาแสดงพร้อมกันด้วย ผ่านการทดสอบข้อเขียนภาษาอังกฤษ Test of English for International Communication (TOEIC) 600 คะแนนขึ้นไป หรือ Test of English as a Foreign Language (TOEFL) 500 คะแนนขึ้นไป หรือ International English Language Testing System (IELTS) 5.5 คะแนนขึ้นไป ผลการทดสอบข้อเขียนภาษาอังกฤษดังกล่าวต้องไม่เกิน 2 ปี นับถึงวันที่ยื่นใบสมัคร สำหรับผู้ที่ทดสอบภาษาอังกฤษ กับสถาบัน TOEIC ไว้ก่อนการประกาศรับสมัครต้องไปขอรับ การยืนยันผลคะแนน โดยนำรูปถ่ายขนาด 2 นิ้ว 2 รูป ถ่ายไม่เกิน 6 เดือน ไปติดต่อสถาบัน TOEIC มีความรู้ความสามารถในการพูด และเข้าใจภาษาอังกฤษเป็นอย่างดี และหากมีความสามารถในการสื่อสารภาษาต่างประเทศอื่น นอกเหนือจากภาษาอังกฤษด้วย โดยเฉพาะภาษาจีน ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี สเปน ญี่ปุ่น และสเปน จะเป็นประโยชน์ในการพิจารณา และ การมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง ไม่สวมแว่นสายตา มีความกระตือรือร้น เอาใจใส่และรักงานบริการ มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีบุคลิกภาพดีและเหมาะสมในการเป็นพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน

นอกจากการศึกษาปริญญาตรีและภาษาอังกฤษตามที่กำหนด ยังมีการเน้นในด้านทัศนคติที่ด้านความสัมพันธ์ และบุคลิกภาพที่บ่งบอกถึงความพร้อมในการบริการ โดยที่การปฏิบัติงานจำต้องมีทัศนคติอย่างสม่ำเสมอจากการบริการ

ผู้โดยสารต่างเชื้อชาติ ที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ซึ่งจะทำให้การบริการที่เน้นเอกลักษณ์ไทยต้องมีการประยุกต์ให้สอดคล้อง สร้างความพึงพอใจกับผู้โดยสารเชื้อชาตินั้นๆ รวมถึงบุคลิกในการบริการจะถูกปลูกฝังจากการฝึกอบรมของฝ่ายอบรมลูกเรือ รวมถึงพื้นฐานมุมมองของพนักงานต้อนรับคนนั้นๆ ที่ทำให้เห็นถึงประสิทธิภาพ ความประทับใจของผู้โดยสารที่ได้รับจากการบริการ ทักษะและสมรรถนะนั้นเป็นสิ่งสำคัญของการปฏิบัติงาน โดยทักษะและสมรรถนะของแต่ละคนนั้นขึ้นอยู่กับมุมมอง ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล รวมถึงการแนะนำของผู้มีประสบการณ์มากกว่าในการปฏิบัติงานให้มีความรู้ความเข้าใจในแต่ละสถานการณ์ของการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังรวมถึงความต้องการของผู้โดยสารที่ต้องการบริการ

กล่าวโดยสรุปคือ ด้านทัศนคติต่องานบริการและสมรรถนะในการปฏิบัติงานนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ คำแนะนำของผู้มีประสบการณ์ และความต้องการของผู้โดยสาร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้ให้นิยามสำหรับทัศนคติต่องานบริการและสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ว่า“คน/ทำเพื่อ/ความต้องการ” โดยที่ คน คือ ผู้โดยสาร ผู้รับการบริการแบบใด ทำเพื่อ คือ ผู้บริการ บริการแก่ผู้ใด และ ความต้องการ คือ ผู้โดยสาร ผู้บริการต้องรับบริการแบบใด ซึ่งถือเป็นแนวทางและการบ่งบอกถึงปรับตัวเตรียมพร้อมในการบริการงานในงานนั้นๆ

มิติวัฒนธรรมองค์การในด้านการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพของพนักงานต้อนรับเครื่องบิน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ส่วนใหญ่เห็นว่าวัฒนธรรมองค์การในด้านการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพของพนักงานต้อนรับเครื่องบิน

นั้น จากวิสัยที่ว่าการบินไทย มุ่งมั่นที่จะเป็นสายการบินที่ลูกค้าเลือกเป็นอันดับแรก ด้วยการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า ให้เหนือความคาดหมาย และสร้างความผูกพันที่ยั่งยืนระหว่างบริษัทฯ กับลูกค้า โดยการสร้างประสบการณ์ การเดินทางที่ราบรื่นและประทับใจด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้แก่ลูกค้าทุกคนอย่างต่อเนื่อง ด้วยบริการที่ดีเลิศและสม่ำเสมอ (Service Excellence and Consistency) ในทุกจุดสัมผัสของการให้บริการ ทำให้ทางหน่วยงานฝึกอบรมมีการพัฒนาหลักสูตรที่นอกจากการเน้นมาตรฐานความปลอดภัย และกฎเกณฑ์ของหน่วยงานการบิน จึงทำให้เกิดการฝึกอบรมในรูปแบบความเป็นครอบครัว โดยการถ่ายทอดความรู้จากพี่สู่น้อง การช่วยเหลือจากเหล่าพี่ๆ สุนัขน้องๆ ไม่ยึดติดการต่างชาติต่างภาษา ตามวัฒนธรรมองค์กรที่บริษัทกำหนดไว้คือ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มุ่งมั่นและตั้งใจสร้างให้เกิดวัฒนธรรมที่ดีงามภายในองค์กร และเกิดการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อเป็นการวางรากฐานเรื่องค่านิยม และวัฒนธรรมองค์กรด้านความรับผิดชอบต่อสังคมทั้งในกระบวนการและนอกกระบวนการ ให้มีความเข้มแข็ง แผ่ขยายจากภายในองค์กรไปสู่ภายนอก ซึ่งบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถือเป็นหัวใจสำคัญที่จะนำพาองค์กรไปสู่การเติบโตอย่างมั่นคง สมดุล และยั่งยืน อีกทั้งยังเน้นภาพลักษณ์ เอกลักษณ์ ความเป็นไทย ถึงแม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไปก็ตาม ซึ่งถือว่าแตกต่างจากสายการบินอื่นๆ

ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญว่าการปฏิบัติงานของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินนั้นสายการบินไทยจะแตกต่างจากสายการบินอื่น คือ การดึงเอาเสน่ห์ความเป็นไทยมา

เป็นตัวหลักในการบริการ ประเด็นสำคัญที่แตกต่างจากสายการบินอื่นคือ พื้นฐานของครอบครัวคนไทยที่เป็นการเอื้อเพื่อการเลี้ยงดูที่เป็นลักษณะเฉพาะของครอบครัวไทย ซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานคือ ความอดทนต่ำ กว่าชาติอื่นๆ และการมีวินัยที่แตกต่างจากชาติอื่นๆ จึงส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ที่ทำให้เกิดความแตกต่างภายในองค์กร การสร้างความสัมพันธ์และปลูกฝังให้มีการรักการปฏิบัติงาน รวมถึงการละลายพฤติกรรมที่จะส่งผลต่องานปฏิบัติงาน อีกทั้งความสามารถพิเศษขององค์กร (Core Competency) สายการบินไทยมีขีดความสามารถที่สำคัญเชิงยุทธศาสตร์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ได้แก่ World Class - การให้บริการผู้โดยสารด้วยการบริการระดับพรีเมียม และการดูแลเป็นพิเศษตลอดการเดินทาง High Trust - การบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ อบอุ่น มั่นใจ เชื่อถือได้และมีมาตรฐานความปลอดภัย และความตรงต่อเวลาในทุกจุดบริการ และ Thai Touches - การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการที่ประทับใจด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทยยังเป็นตัวกำหนดหลัก และยังเป็นแนวทางให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรให้บรรลุตามเป้าหมายและระเบียบแบบแผนขององค์กร

กล่าวโดยสรุป วัฒนธรรมองค์กรในด้านการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพของพนักงานต้อนรับเครื่องบินนั้น เน้นความเป็นครอบครัว และการสร้างความอดทนระเบียบวินัย เพื่อปรับสภาพให้พร้อมกับการปฏิบัติงาน รวมถึงให้สอดคล้องกับพันธกิจของฝ่ายบริการบนเครื่องบิน คือ การให้บริการบนเครื่องบินที่ตลึงด้วยเสน่ห์ไทยอย่างมีคุณภาพและสม่ำเสมอ โดยบุคลากรมีอาชีพ พร้อมอาหารและเครื่องดื่ม

ระดับชั้นนำของโลก การวางแผนการจัดหาและพัฒนาอุปกรณ์การบริการที่ทันสมัย เพียงพอและบำรุงรักษาอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการและพัฒนาคุณภาพการบริการอย่างต่อเนื่องโดยยึดหลักความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักสำคัญ การเพิ่มประสิทธิภาพและศักยภาพการทำงานด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย และ การพัฒนาศักยภาพบุคลากรรวมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร

อภิปรายผล

การผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า ทิศนคติต้องงานบริการและสมรรถนะในการปฏิบัติงาน นั้นขึ้นอยู่กับความสามารถ ประสพการณ์ ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน การได้รับคำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์ในการพัฒนาบุคลากรของบริษัทการบินไทย และการมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการของผู้โดยสารเป็นสำคัญ และวัฒนธรรมองค์การในด้านการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพของพนักงานต้อนรับเครื่องบินที่เน้นความเป็นครอบครัว การสร้างความอดทน ระเบียบวินัย เพื่อปรับสภาพให้พร้อมกับการปฏิบัติงาน รวมถึงให้สอดคล้องกับพันธกิจของฝ่ายบริการบนเครื่องบิน เป็นไปตามแนวคิดของฮาโลเวย์ (Holloway, 2002, pp. 88-89) เห็นว่าการบริการมี 2 มิติ คือ การเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้า และ การสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า โดยหากทำการเชื่อมโยง 2 มิติดังกล่าวเข้าไว้ด้วยกัน โดยลูกค้าจะได้รับประโยชน์ทั้งทางสังคมและทางจิตวิทยา ดังนั้นค่าบริการจึงขึ้นอยู่กับคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ และเป็นไปตามแนวคิดของ Denison (1990) กล่าว ในปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การและประสิทธิผลของ

องค์การ พบว่าวัฒนธรรมองค์การจะส่งผลต่อประสิทธิผล (Effectiveness) ขององค์การเป็นอย่างมาก เมื่อวัฒนธรรมนั้นก่อให้เกิดการผูกพัน (Involvement) และการมีส่วนร่วมในองค์การ การปรับตัว (Adaptability) ที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์การ การประพฤติปฏิบัติได้สม่ำเสมอ (Consistency) ซึ่งจะก่อให้เกิดการทำงานที่ประสานกันและสามารถคาดหมายพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ และวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์การที่เหมาะสม ทำให้องค์การมีกรอบและทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน นอกจากนั้นผลการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ รฐา ดุริยางกูร และ ระพีพร ศรีจำปา (2558) ที่พบว่า ทักษะคติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นไปตามหลักอิทธิบาท 4 คือ หลักฉันทะ ในการมีความรักในงานบริการ หลักวิริยะ ในการมีมนุษยสัมพันธ์ในทีมปฏิบัติงาน หลักจิตตะ ในการมีความพร้อมในการมุ่งมั่นในความปลอดภัยของผู้โดยสารก่อนการปฏิบัติการบิน และ หลักวิมังสา ในการวิเคราะห์ความปลอดภัยของลูกเรือระหว่างปฏิบัติงานบริการ และ สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ ชินวงศ์อมร (2559) ที่พบว่า คุณภาพการให้บริการก่อนการบินด้านความพร้อมและเต็มใจให้บริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ รองลงมา ด้านการตอบสนองให้บริการอย่างรวดเร็วด้านชื่อเสียงในการบริการ และด้านความกระตือรือร้นในการบริการ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยเสนอว่า ภาครัฐควรมีพัฒนาทางการศึกษาบุคลากรทางด้านการบิน พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน นักบิน บุคลากรสายเทคนิค อาทิ ช่างเทคนิค และบุคลากรสายสนับสนุนต่างๆ เป็นต้น ภาครัฐควรมีการปรับปรุงระเบียบในการจัดจ้างพนักงานรัฐวิสาหกิจ การปรับปรุงโครงสร้างการทำงาน เพื่อให้มีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับปริมาณความต้องการบุคลากรทั้งภายในประเทศรวมถึงภายนอกประเทศ ทั้งนี้ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาปัจจัย แนวทาง และผลกระทบจากการปรับเปลี่ยนนโยบายที่ทำให้เกิดการสูญเสียทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร เพื่อแก้ไขปัญญการสูญเสียบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- ณัฐกานต์ ชินวงศ์อมร. (2559). *กลยุทธ์คุณภาพการให้บริการสายการบินที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ เลือกใช้สายการบินระหว่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). (2559). *รายงานประจำปี 2559*. กรุงเทพฯ: บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน).

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน). (2560). กองบริการลูกค้าการบินไทย. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiairways.com>

รฐา ดุริยางกูร และระพีพร ศรีจำปา. (2558). *ทัศนคติของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ต่อการนำหลักอิทธิบาท 4 มาใช้ในการปฏิบัติงาน*. (งานวิจัย). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.

Denison, Daniel R. (1990). *Corporate culture and organizational effectiveness*. New York: John Wiley Publisher.

Holloway, Stephen. (2002). *Airlines: Managing to Make Mooney*. England: Ashgate.