

ความสำคัญของ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” กับการเพิ่มศักยภาพแรงงานในจังหวัดภูเก็ต

The Importance of Intercultural Communication Competence in Improving Labor Potential in Phuket Province

เปรมสินี คำทับณ์¹, ธรณิศ ลีลาเศรษฐกุล¹

Pramesini Khamtab¹, Thoranit Lilasetthakul¹

Received: 14 May, 2020

Revised: 8 July 2020

Accepted: 31 August 2020

บทคัดย่อ

การเข้ามาแทนที่ของเครื่องจักรกลและเทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence) ในส่วนของกลุ่มแรงงานที่อาศัยการวิเคราะห์ขั้นพื้นฐาน ท่องจำหรือการทำซ้ำทั่วไป ทำให้แรงงานมนุษย์จำเป็นต้องยกระดับความสามารถให้อยู่ในทักษะการทำงานที่สูงขึ้น การยกระดับศักยภาพแรงงานจึงเป็นพันธกิจหนึ่งที่ถูกรรจนาในยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ที่รัฐบาลไทยได้กำหนดขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตด้านเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งหนึ่งในทักษะที่จำเป็นอย่างยิ่งในศตวรรษที่ 21 คือ ทักษะด้านสังคมและการสื่อสาร ที่เครื่องจักรกลและระบบอัตโนมัติยังไม่สามารถเทียบเท่ามนุษย์

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นอันดับสองของประเทศไทย นอกจากนี้ ยังมีอัตราการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติค่อนข้างสูง ด้วยเหตุนี้ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ด้านความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่ทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดภูเก็ตควรให้ความสำคัญ

บทความฉบับนี้เป็นหนึ่งในงานที่ศึกษาเกี่ยวกับ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” ของผู้เขียน ซึ่งบทความฉบับนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมและวิเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ผู้ศึกษาเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” ที่มีต่อการเพิ่มศักยภาพแรงงาน โดยใช้บริบทของจังหวัดภูเก็ตเป็นกรณีศึกษา เพื่อให้ผู้ศึกษาได้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม, การเพิ่มศักยภาพแรงงาน, จังหวัดภูเก็ต, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, การบริการและการท่องเที่ยว

¹ อาจารย์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต E-mail:pramesini.k@phuket.psu.ac.th

¹ Lecturer, Faculty of International Studies, Prince of Songkla University Phuket Campus

Abstract

The replacement of machinery and artificial intelligent technology in parts of the labor group that relies only on basic analysis, memorizing or general repetition, forcing human workers to increase their ability to the higher job level. Hence, the escalation of labor potential is one of the missions that has been included in the national strategy for developing and empowering human resources that the Thai government has established to support the country's economic growth. One of the most important skills in the 21st century is the social and communication skills that mechanical and automation cannot be human equivalent.

Phuket is Thailand's second-largest tourist destination in terms of the number of foreign tourists. In addition, foreign investors' investment rates in Phuket are also relatively high. For these reasons, the development of human resources in the ability to communicate between cultures is a paramount concern that both government and private sectors in Phuket should pay great attention to.

This article is one of the authors' articles in the field of “Intercultural Communication Competence” (ICC), which the authors have compiled and analyzed related issues with the goal of allowing educators to understand and realize an important role of ICC which can facilitate labor potential development. In this study, the authors discuss the situation in Phuket province as the main focus, thus will provide the readers with a clearer picture of the importance of ICC.

Keywords: Intercultural Communication Competence, Increase Labor Potential, Phuket Province, Human Resource Development, Service and Tourism Industry

บทนำ

1. ทำไมประเด็นการเพิ่มศักยภาพแรงงานจึงเป็นพันธกิจเร่งด่วนที่ควรให้ความสำคัญ?

การพัฒนาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดดนอกจากจะส่งผลดีต่อประเทศในด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลถึงการเพิ่มอัตราของการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาแทนที่แรงงานมนุษย์มากขึ้นอีกด้วย คงต้องยอมรับว่าการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีผลกับการกำหนดคุณสมบัติของการใช้แรงงานมนุษย์เป็นอย่างมาก อ้างอิงจากหนังสือของรยุ, แทโฮ (2562) ที่ได้อธิบายความสัมพันธ์นี้ในมุมมองของการ

ปฏิวัติอุตสาหกรรมในแต่ละช่วงโดยสามารถสรุปความได้ดังนี้ ปี ค.ศ.1784 การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 1 มนุษย์คิดค้นเครื่องจักรไอน้ำและนำมาใช้แทนแรงงานคนในบางสายงานจนทำให้แรงงานในสายงานนั้นเกิดภาวะตกงานจนเกิดการประท้วง เช่นการเคลื่อนไหวลัดไต้ขบวนคนงานโรงงานสิ่งทอทางตอนเหนือของประเทศอังกฤษ ต่อมาในปี ค.ศ.1870 การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 2 มนุษย์สามารถประดิษฐ์เครื่องจักรไฟฟ้าและสายพานการผลิต ทำให้ผลิตได้คราวละมากๆ แต่ยังคงต้องการแรงงานมนุษย์เพื่อช่วยให้การผลิตสมบูรณ์อยู่ จึงเกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากกลุ่มเกษตรกรรมไปสู่แรงงานอุตสาหกรรมมากขึ้น จาก

นั้นในปี ค.ศ.1969 เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 3 หลังจากคอมพิวเตอร์ได้ถูกประดิษฐ์ขึ้น มนุษย์นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเพิ่มความสามารถในการผลิตโดยปรับเปลี่ยนให้เป็นการผลิตแบบระบบอัตโนมัติ ทำให้ปริมาณการนำเครื่องจักรกลมาแทนที่แรงงานมนุษย์เพิ่มสูงขึ้น ทำให้จำนวนแรงงานที่อยู่ในภาวะตกงานซึ่งมีสาเหตุจากการที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันเพิ่มสูงเป็นประวัติการณ์ ปัจจุบันนักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีได้มีการพัฒนาระบบการประมวลผลของเครื่องจักรจนทำให้เครื่องจักรมีความสามารถที่จะประมวลผลและตัดสินใจแทนมนุษย์ได้ ซึ่งความสามารถดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่สามารถผลักดันให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 และจะเป็นอีกวงจรหนึ่งที่สร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ต่อชีวิตเรา (รยู, แทโฮ., 2562)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าทุกรอบของการปฏิวัติอุตสาหกรรมนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงในการปรับเปลี่ยนคุณสมบัติอันพึงมีของแรงงานมนุษย์อย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในยุคของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่การนำระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI: Artificial Intelligence) และนวัตกรรมทันสมัยอื่นๆ มาแทนที่แรงงานมนุษย์กว่าล้านตำแหน่ง ดังนั้นการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพแรงงานมนุษย์จึงเป็นโจทย์สำคัญโจทย์หนึ่งที่แต่ละประเทศต้องให้ความสำคัญ

2. ประเทศไทยกับประเด็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในนานาประเทศที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยกำหนดให้เป็นเป้าหมายหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ซึ่งมีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลา 5 ปี นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 ถึง ปีพ.ศ. 2564 โดยสามารถสรุปใจความได้ว่า ภายใต้เงื่อนไขของยุคที่โลกไร้พรมแดน

การเคลื่อนย้ายของแรงงาน ความรู้ ชาวสารเทคโนโลยี สินค้าและบริการเป็นไปอย่างเสรี ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดโลกที่รุนแรงขึ้น

นอกจากนี้ประเทศไทยยังประสบปัญหาด้านการพัฒนาความรู้และทักษะของแรงงานที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดงาน วิฤตค่านิยม ทักษะคติและพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตที่เกิดจากการขาดความสามารถในการคัดกรองและเลือกรับวัฒนธรรมที่เหมาะสม ดังนั้น การยกระดับคุณภาพทุนมนุษย์ของประเทศ โดยการเพิ่มศักยภาพมนุษย์ที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัย พัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) หากพิจารณาถึงผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจของประเทศ หนึ่งในพันธกิจหลักเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คือ เป้าหมายในการพัฒนาทักษะที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบันและอนาคต

3. หนึ่งในคุณสมบัติที่แรงงานแห่งอนาคตต้องมีคือความสามารถด้านการสื่อสาร

ผลสำรวจของบริษัทจัดหางาน “จ๊อบส์ ดีบี (ประเทศไทย)” เผยว่าถึงคุณสมบัติพิเศษที่พนักงานพันธุ์ใหม่นี้ควรมี 7 ด้าน หนึ่งในนั้นคือ “ทักษะด้านภาษาต่างประเทศและการสื่อสาร” ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า นายจ้างกว่า 62% เห็นว่าการมีทักษะด้านภาษาและการสื่อสารที่ดีมีความสำคัญมากที่สุด (โพสต์ทูเดย์, 2559) David J. Deming (2015) นักเศรษฐศาสตร์แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐอเมริกา กล่าวว่าทักษะทางสังคมเริ่มทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะผู้ที่มองหาตำแหน่งที่มีค่าตอบแทนและการแข่งขันสูง เนื่องจากเป็นสิ่งที่คอมพิวเตอร์ ระบบอัตโนมัติ หรือแม้แต่หุ่นยนต์ไม่สามารถเทียบเท่ามนุษย์ได้

ในปัจจุบัน ดังนั้นงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและลูกค้าจึงไม่เสี่ยงต่อการถูกทอดทิ้ง ท่างานประเภทท่องเที่ยว ทำซ้ำและวิเคราะห์จากฐานข้อมูล

สถาบัน DPU Core (คม ชัด ลึก, 2562) ได้เปิดเผยข้อมูลผลการศึกษเกี่ยวกับทักษะของแรงงานไทยในอีก 10 ปีข้างหน้าที่คุณไทยควรเตรียมพร้อมเพื่อลดความเสี่ยงของการตกงานในอนาคต คือ ความคิดสร้างสรรค์ และสามารถในการใช้เทคโนโลยีและการสื่อสารกับมนุษย์ เว็บไซต์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล การพัฒนาองค์กรและทรัพยากรมนุษย์ HR. Note Thailand (ธาดา ราชกิจ, 2561) ให้ความเห็นเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็นต่อการก้าวสู่ตลาดแรงงานในยุคปัจจุบันว่า “โลกทุกวันนี้เป็นโลกไร้พรมแดนและกำแพงภาษาเริ่มน้อยลงทุกที แต่ถึงอย่างไร มนุษย์ก็ยังมีภาษาในการสื่อสารที่แตกต่างกันตามแต่ละวัฒนธรรมอยู่ดี จริงอยู่ว่าปัจจุบันมีการพัฒนาเทคโนโลยีการแปลภาษาขึ้นมามากมาย แต่นั่นยังคงอยู่ในขั้นที่ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันทั่วไป ไม่ใช่วิถีการทำงาน” McKinsey Global Institute หน่วยวิจัยของบริษัทที่ปรึกษาด้านการบริหารชั้นนำของโลกเปิดเผยข้อมูลว่า พนักงานแห่งอนาคตจะต้องใช้เวลามากขึ้นในกิจกรรมที่เครื่องจักรยังมีความสามารถน้อยอยู่ เช่นการจัดการกำลังคน งานที่ต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะ และงานที่ต้องสื่อสารกับผู้อื่น (Manyika, et al, 2017) นอกจากนี้ Manpower group (กรุงเทพธุรกิจ, 2561) ซึ่งเป็นบริษัทจัดหางานและให้คำปรึกษาระดับโลกได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถิติ 6 สายงานขาดตลาด 10 อาชีพเนื้อหอมระดับโลกและทักษะที่ควรพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสงานว่าในปี 2559 หลายองค์กรตระหนักว่าการผสมผสานระหว่างทักษะด้านอารมณ์และทักษะด้านความรู้เป็นส่วนผสมที่ดีที่สุด โดยทักษะด้านอารมณ์ที่

นายจ้างให้ความสำคัญคือ การบริการลูกค้า การขายและการสื่อสาร จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวถึงคุณสมบัติหรือทักษะของแรงงานในปัจจุบันและอนาคตจะเห็นว่า ในขณะที่การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่กำลังส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนลักษณะการใช้แรงงานจากแรงงานมนุษย์มาสู่แรงงานจักรกลมากขึ้น ทักษะการสื่อสารเป็นหนึ่งในทักษะที่แรงงานมนุษย์จำเป็นต้องมีเพื่อลดความเสี่ยงในการสูญเสียคุณค่าในตลาดแรงงาน

4. “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” และสถานการณ์แรงงานในจังหวัดภูเก็ต

ท่ามกลางการสื่อสารแบบโลกไร้พรมแดนและข้อจำกัดในด้านการคมนาคมที่ลดลงจนส่งผลให้ขอบเขตของตลาดแรงงานกว้างและมีความเป็นสากลมากขึ้น หากพิจารณาในส่วนของทักษะด้านการสื่อสาร นอกจากความสามารถด้านภาษาต่างประเทศแล้ว ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมยังเป็นทักษะหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งของแรงงานที่ทำงานในพื้นที่ที่มีความเป็นสากล

“ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” ในงานเขียนด้านวิชาการสามารถใช้คำภาษาอังกฤษได้สองแบบคือ “Intercultural Communicative Competence” หรือ “Intercultural Communication Competence” Chen and Starosta (1998) ได้ให้คำจำกัดความของ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” ไว้ว่าเป็นความสามารถในการกระทำ (แสดง) พฤติกรรมการสื่อสารที่เป็นการจัดการกับเอกลักษณ์ของกันและกันในบริบทของการสื่อสารที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสม” Byram (2008 อ้างอิงจาก Inkaew, 2015) ยังให้คำนิยามในงานเขียนด้านวิชาการฉบับหนึ่งว่าเป็นการเห็นถึงทักษะอันหลากหลายของตัวบุคคลและความ

สามารถในการติดต่อ (มีส่วนร่วม) กับบุคคลอื่นที่มาจากวัฒนธรรมหรือมีเอกลักษณ์ที่ต่างออกไป เพื่อทำความเข้าใจถึงความแตกต่างและปฏิบัติต่อกันกับบุคคลเหล่านั้น ซึ่งในการกระทำดังกล่าวไม่ใช่เพราะต้องการเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ของตนแต่เพื่อสร้างความสามารถในการข้ามขอบเขตของกลุ่ม (วัฒนธรรม) เพื่อมองวัฒนธรรมของผู้อื่นจากภายใน และมองวัฒนธรรมของตนจากมุมมองของผู้อื่น Messner and Schafer (2012) ได้ให้คำนิยามว่า การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมคือความสามารถในการสื่อสารกับผู้ที่มาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้อง ดังนั้นการมีความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงมีประโยชน์เป็นอย่างมากต่อการให้บริการของพนักงาน ยกตัวอย่างเช่น ทำท่างในการรับฟังคำตำหนิหรือข้อร้องเรียนของลูกค้าที่มาจากต่างวัฒนธรรม คนในแถบเอเชียมักคิดว่าทำท่างในการแสดงมารยาทเมื่ออยู่ระหว่างการรับฟังคำตำหนิหรือข้อร้องเรียนของลูกค้าคือการรวบรวมไว้ด้านหลัง ก้มศีรษะเล็กน้อย สายตามองต่ำลง ไม่สบตา (เพื่อแสดงความรู้สึกผิดหรือยอมรับผิดในสิ่งที่ผิดพลาด) แต่สำหรับลูกค้าที่มาจากแถบตะวันตกหรือสหรัฐอเมริกากลับมองว่า การสบตาไม่ใช่เป็นการต่อต้านหรือการรอที่จะตอบโต้กลับในสิ่งที่ลูกค้าร้องเรียน แต่เป็นการแสดงมารยาทต่ออีกฝ่ายและยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญและจดจ่อกับสิ่งที่ลูกค้ากำลังร้องเรียน ดังนั้นหากพนักงานแสดงทำท่างหรือท่าทีที่ไม่เหมาะสมกับแนวคิดหรือความเชื่อของลูกค้าที่มาจากต่างวัฒนธรรมแล้ว อาจก่อให้เกิดความไม่พอใจในการให้บริการได้

จากเนื้อความข้างต้น จะเห็นว่า “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” มีความจำเป็นต่อการเพิ่มศักยภาพด้านทักษะความเข้าใจ

ผู้ที่มาจากต่างวัฒนธรรมให้กับแรงงานที่ต้องปฏิบัติงานในพื้นที่ที่มีความเป็นสากลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและการทำงาน รวมถึงสามารถสร้างความประทับใจให้ผู้ร่วมงานหรือลูกค้าที่มาจากวัฒนธรรมอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายงานบริการ

จังหวัดภูเก็ตเป็นพื้นที่หนึ่งที่มีความเป็นสากล และมีกลิ่นอายของความเป็นพหุวัฒนธรรมที่เด่นชัด สถานะเศรษฐกิจและการค้าของจังหวัดภูเก็ตผูกขาดกับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, พ.ศ. 2561) ข้อมูลจากรายงานประจำปี พ.ศ. 2562 ของ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาระบุว่าในปีพ.ศ. 2562 จังหวัดภูเก็ตมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งสิ้น 14,545,187 คน มีรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวประมาณ 471,605.84 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) จากสถิตินับว่าจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจำนวนมากเป็นอันดับสองของประเทศไทย รองจากกรุงเทพมหานคร ด้วยเหตุนี้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับความต้องการทางเศรษฐกิจจึงเป็นสิ่งสำคัญ ผู้บริหารระดับจังหวัดจึงได้บรรจุประเด็นการพัฒนาศักยภาพแรงงานวิชาชีพและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับล่าสุด โดยได้กำหนดหนึ่งในเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 1 ไว้ว่า “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดมีมาตรฐานการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ บุคลากร การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์เป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ” (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2561) นอกจากนี้

จังหวัดยังได้กำหนดเป้าประสงค์ระยะยาว 4M และ 3S โดยหนึ่งใน 4M คือการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกอย่างแท้จริง (ภูเก็ท เจอร์นอล, 2562)

จากรายงานสถานการณ์รายเดือนตลาดแรงงานจังหวัดภูเก็ตของสำนักงานจัดหางานจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 งานที่มีอัตราความต้องการแรงงานมากที่สุดและมีการบรรจุจ้างมากที่สุดในทุกเดือนคืองานประเภทพนักงานบริการ นอกจากนี้ อีกสถิติที่น่าสนใจคือสถิติการบรรจุเข้าทำงานของชาวต่างชาติ (ไม่รวมต่างชาติสัญชาติคือ เมียนมาร์ กัมพูชา ลาวและเวียดนาม) จากรายงานข้อมูลสถิติ มีชาวต่างชาติที่ยื่นขออนุญาตทำงานในจังหวัดภูเก็ตสูงถึงกว่าหมื่นคน เมื่อนำมาจำแนกตามประเภทกิจการ ผลปรากฏว่ากิจการโรงแรมเป็นกิจการที่มีจำนวนชาวต่างชาติเข้าทำงานมากที่สุด บางเดือนมีจำนวนสูงถึง 2,626 คน (สำนักงานจัดหางานจังหวัดภูเก็ต, 2563)

จากสถิติดังกล่าวอาจสันนิษฐานได้ว่าความต้องการแรงงานในส่วนงานบริการและงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีจำนวนมากจนอาจจะทำให้เกิดการขาดแคลนแรงงานในส่วนนี้ จนทำให้ต้องแก้ปัญหาโดยการรับแรงงานต่างชาติเข้าทำงาน หรืออีกนัยยะหนึ่งคือ แรงงานในท้องถิ่นที่ขาดทักษะที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และหนึ่งในทักษะที่คาดว่าเป็นสิ่งที่แรงงานต่างชาติอาจทำได้ดีกว่านั้นคือทักษะการสื่อสาร ซึ่งหลายคนอาจมองเพียงว่าความสามารถด้านภาษาเป็นเพียงสิ่งเดียวที่อาจสามารถแก้ปัญหาด้านการสื่อสารได้ แต่อันที่จริงแล้ว ในหลายๆ กรณี ความสามารถด้านภาษาเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถทำให้เข้าใจถึงความต้องการและไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมหากขาดความเข้าใจ

ด้านวัฒนธรรมและความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ความสำคัญของ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” กับการเพิ่มศักยภาพแรงงาน

เมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” (Intercultural Communication Competence: ICC) ที่มีต่อการเพิ่มศักยภาพแรงงานในแง่ของการสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของจังหวัดภูเก็ตแล้ว สามารถแบ่งได้เป็นสามด้าน ดังนี้

1. ความสำคัญของ ICC ต่อการเพิ่มศักยภาพแรงงานในแง่ของ “การสร้างมาตรฐานการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ” ของจังหวัดภูเก็ต

การสร้างมาตรฐานการทำงานในระดับนานาชาติมักหนีไม่พ้นการนำแนวคิดต่างชาติมาปฏิบัติหรือพึงพาแรงงานต่างชาติ ดังนั้นสังคมการทำงานแบบพหุวัฒนธรรมจึงไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมนี้ส่งผลกระทบต่อแนวคิดและวิธีปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งงานวิจัยที่มีในปัจจุบันมักอ้างอิงทฤษฎีของ Hofstede (1980, 1991, 2001) เมื่อกล่าวถึงความแตกต่างกันในแต่ละมิติของผู้คนจากต่างวัฒนธรรม เช่น มิติของอำนาจทางสังคมของคนต่างสถานะ (Power Distance) มิติของความเป็นสังคมเพศชาย-เพศหญิง (Masculinity-Femininity) มิติของการหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน (Uncertainty Avoidance) มิติของการรักษาความสัมพันธ์ระยะสั้น-ยาว (Long-term Orientation) เป็นต้น ซึ่งหากพนักงานที่มีเชื้อชาติและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ต้องมาทำงานร่วมกันโดยไม่มีสมาธิเข้าใจในมิติต่างๆ ทางวัฒนธรรมของผู้ร่วมงานแล้ว การจะร่วมงานกันอย่างราบรื่นและประสบผลสำเร็จนั้นคงเป็นเรื่องที่ยากจะเป็นไปได้ ดังนั้น

ทางผู้ประกอบการอาจพิจารณาจัดอบรมพนักงาน ให้มีความตระหนักรู้และเข้าใจในความแตกต่าง ทางด้านวัฒนธรรม โดยอาจเน้นที่การพัฒนาความ เข้าใจในวัฒนธรรมภูมิหลังของพนักงานที่ต้อง ทำงานร่วมกันเป็นอันดับแรก แล้วจึงพัฒนาความ เข้าใจในวัฒนธรรมหลักอื่นๆ ต่อไป

มีงานวิจัยยืนยันถึงความสัมพันธ์ระหว่าง ความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม และประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันของสมาชิก ที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน โดยระบุว่าความ สามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมของ พนักงานโรงแรมในไทยนั้นมีผลกระทบในเชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ของทีมงานที่ประกอบไปด้วยสมาชิกจากหลาก หลายวัฒนธรรม (Sucher & Cheung, 2015) ซึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการเพิ่มประสิทธิภาพ ในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมภายในทีมงาน คือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก (Relationship Building) รองลงมาคือความ สามารถในการสัมผัสได้ถึงความแตกต่างระหว่าง วัฒนธรรม (Cultural Sensitivity) และความสามารถในการตระหนักถึงความแตกต่างทาง วัฒนธรรม (Cultural Awareness) ของพนักงานใน ทีม จากข้อสรุปดังกล่าวนี้สามารถสรุปได้ว่า หาก ผู้ประกอบการต้องการสร้างมาตรฐานในการ ทำงานโดยมีทีมงานที่สมาชิกในทีมมาจาก หลากหลายวัฒนธรรมร่วมกันทำงาน การเพิ่ม ศักยภาพด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้กับ แรงงานเจ้าบ้านจึงเป็นอีกวิธีหนึ่งที่สามารถเพิ่ม ประสิทธิภาพการสื่อสารและส่งเสริมความเข้าใจ กันในทีมงาน จนถึงเพิ่มความเป็นมืออาชีพให้กับ คณะทำงาน ส่งผลดีกับการสร้างมาตรฐานการ ท่องเที่ยวในระดับนานาชาติให้แก่จังหวัดภูเก็ต

นอกจากความสามารถในการสื่อสาร จะก่อให้เกิดผลดีต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและ

สร้างมาตรฐานการทำงานให้กับทีมงานบริการ ที่ประกอบด้วยสมาชิกจากนานาชาติแล้ว ความสามารถด้านภาษาและการสื่อสารระหว่าง วัฒนธรรมยังเป็นทักษะสำคัญที่สามารถช่วยยก ระดับมาตรฐานการบริการสู่ระดับสากลได้อีกด้วย ทั้งนี้โดยยึดหลักการที่สอดคล้องกับสัญญาศต วรรษที่ 21 ของจีนที่ว่า “รู้เขา รู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะ ร้อยครั้ง” กล่าวคือหากพนักงานมีความรู้ความ เข้าใจในแนวคิดและความต้องการของนัก ท่องเที่ยวนานาชาติประเทศที่มีภูมิหลังจากต่าง วัฒนธรรม พนักงานจะสามารถปรับวิธีการสื่อสาร และให้บริการที่เหมาะสมแก่ลูกค้า (นักท่องเที่ยว) ได้จนสามารถชนะใจและสร้างมาตรฐาน การให้บริการในใจของลูกค้าได้

2. ความสำคัญของ ICC ต่อการ เพิ่มศักยภาพแรงงานในแง่ของ “การสร้าง เอกลักษณ์การท่องเที่ยว” ในจังหวัดภูเก็ต

หากกล่าวถึงจังหวัดภูเก็ตในเชิง ประวัติศาสตร์ จะพบหลักฐานและเรื่องราวต่างๆ ที่บ่งชี้ถึงเอกลักษณ์ของเมืองแห่งพหุวัฒนธรรม ข้อมูลจากเว็บไซต์ของศาลากลางจังหวัดภูเก็ต (ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต, 2563) ระบุว่า จังหวัด ภูเก็ตในอดีตเจ้าถิ่นเดิม ได้แก่ เงาะซาไกและ ชาวน้ำ (ชาวเล หรือ ชาวไทยใหม่) ต่อมาได้มี ชาวอินเดีย ชาวไทย และชาวจีน ซึ่งส่วนใหญ่เป็น ชาวจีนฮกเกี้ยนอพยพเข้ามา สำหรับชาวไทยได้มีการอพยพเข้ามาอาศัยมากขึ้นในภายหลัง ทำให้ สามารถยึดครองภูเก็ตได้มากกว่าชาติอื่นในที่สุด ต่อมาชาวไทยที่อาศัยอยู่ก็ได้นำเอาวัฒนธรรม ของชาติต่างๆ มาปรับปรุงและดัดแปลง จนกระทั่ง กลายเป็นเอกลักษณ์ของชาวภูเก็ตที่มีเอกลักษณ์ เป็นความผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ สืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า หากต้องการส่งเสริมให้บริการเป็นส่วนหนึ่ง

ในการสร้างเอกลักษณ์ในการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ลักษณะการให้บริการจึงควรสะท้อนลักษณะของความเป็นพหุวัฒนธรรมเช่นกัน ผู้ให้บริการควรที่จะสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ด้วยความเข้าใจและทำให้ผู้มาเยือนสัมผัสและรับรู้ตรงกันได้ ดังนั้นพนักงานจึงถือเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดภาพลักษณ์ขององค์กรในใจของลูกค้าผ่านประสบการณ์การบริการและการปฏิสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับลูกค้า มีงานวิจัยกล่าวว่า การปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคลกำลังกลายเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการลดความไม่พอใจและการสร้างกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพมากสำหรับสินค้าประเภทบริการหรือสินค้าที่มีลักษณะกึ่งผลิตภัณฑ์กึ่งบริการ (Ihtiyar et al, 2015) ดังนั้นพนักงานในสายงานบริการของจังหวัดภูเก็ตจึงควรเป็นพนักงานที่เข้าใจความเป็นพหุวัฒนธรรม และสามารถถ่ายทอดผ่านการปฏิสัมพันธ์และให้บริการแก่ลูกค้า (นักท่องเที่ยว) สามารถปรับเปลี่ยนเพื่อเข้าใจลูกค้าโดยไม่เสียความเป็นตัวเอง มีความยืดหยุ่นและสามารถแปลความหมายของสารที่ลูกค้า (นักท่องเที่ยว) พยายามสื่อออกมาได้อย่างเข้าใจและตอบสนองความต้องการได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ การบูรณาการความรู้เกี่ยวกับ “ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” ให้เป็นส่วนหนึ่งในการเพิ่มศักยภาพแรงงานในกลุ่มงานบริการจึงมีความสำคัญต่อจังหวัดภูเก็ตในแง่ของการสร้างเอกลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตผ่านการสร้างเอกลักษณ์ของการให้บริการในรูปแบบของเมืองแห่งพหุวัฒนธรรมที่ซึ่งลักษณะของพนักงานมีความโดดเด่นในเรื่องเข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมและสามารถสร้างความประทับใจผ่านการให้บริการอย่างเข้าใจลูกค้าได้

ทั้งนี้การจะให้ได้มาซึ่งความสามารถทางการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น สามารถ

ทำได้หลายวิธี ทั้งการได้มาโดยผ่านประสบการณ์จริง การจำลองสถานการณ์ผ่านการอบรมในชั้นเรียนหรือแม้กระทั่งการอบรมผ่านสื่อต่างๆ Matthias and Karin (2012) ได้นำเสนอการฝึกทักษะด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผ่านโปรแกรมที่มีชื่อว่า Gesture Activated Mobile Edutainment (GAME) ซึ่งได้ถูกออกแบบขึ้นมาให้ใช้ได้กับคุณสมบัติของเซ็นเซอร์ตรวจจับท่าทางในโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน โดยโปรแกรมดังกล่าวนี้มุ่งฝึกทักษะการสื่อสารโดยไม่ใช้ภาษาพูด (Non-Language Communication) กับผู้คนจากต่างวัฒนธรรมให้กับผู้ใช้โปรแกรม กล่าวคือผู้ใช้โปรแกรมจะต้องทำการสื่อสารตอบโต้กับคู่สนทนาจำลองที่ถูกออกแบบขึ้นมาตามบริบทและสถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยการใช้การแสดงท่าทางต่างๆ ในการสื่อความหมายระหว่างการสนทนาให้ถูกต้องเหมาะสมตามธรรมเนียมปฏิบัติของแต่ละวัฒนธรรม

การฝึกทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผ่านโปรแกรมจำลองสถานการณ์จริงนั้น มีข้อดีที่เห็นได้ชัดอย่างน้อย 5 อย่าง ดังนี้

1) ความสามารถในการทำซ้ำ กล่าวคือ ผู้ฝึกสามารถฝึกซ้ำในแต่ละบทเรียนหรือแต่ละสถานการณ์ได้จนกว่าจะชำนาญ โดยไม่เป็นการสร้างความรำคาญให้แก่คู่สนทนาเพราะเป็นคู่สนทนาจำลอง

2) ลดความกังวลและความเขินอาย กล่าวคือการฝึกกับคู่สนทนาจำลอง ผู้ฝึกไม่จำเป็นต้องกังวลถึงความผิดพลาดในการสื่อสารอันอาจเป็นเหตุให้คู่สนทนาเกิดความไม่พอใจ อีกทั้งผู้ฝึกจะไม่เกิดความเขินอายในการสื่อสารกับคู่สนทนาจำลอง

3) การฝึกอย่างเข้มข้นในบางประเด็น ผู้ฝึกสามารถเลือกฝึกทักษะพิเศษบางอย่างกับคู่สนทนาจำลองได้ โดยอาจเลือกฝึกเป็น

พิเศษเฉพาะบางจุดที่ยังทำได้ไม่ดี หรือข้ามบางจุดที่ทำได้ดีแล้ว

4) มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ให้เปรียบเทียบ กล่าวคือ ผู้ฝึกสามารถกำหนดให้คู่สนทนาจำลองเป็นชาวต่างชาติชาติใดก็ได้ที่ตนสนใจ และสามารถศึกษาเปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของปฏิกริยาตอบสนองต่อท่าทางของผู้ฝึกจากมุมมองของชาวต่างชาติจากแต่ละประเทศ

5) สามารถบันทึกการสนทนาและให้โปรแกรมช่วยชี้จุดที่ควรพัฒนาเพิ่มเติมให้แก่ผู้ฝึกทั้งยังสามารถบันทึกพัฒนาการของผู้ฝึกโดยเปรียบเทียบกับต้นแบบที่ได้กำหนดไว้เป็นมาตรฐานได้

จะเห็นได้ว่าการฝึกทักษะการสื่อสารทางวัฒนธรรมนั้นสามารถทำได้หลายรูปแบบ โดยเฉพาะการฝึกผ่านโปรแกรมเช่นเดียวกับที่กล่าวมาข้างต้น นับเป็นวิธีการที่เหมาะสมเป็นอย่างยิ่งกับองค์กรหรือสถานประกอบการที่วางแผนเตรียมความพร้อมทางด้านสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้แก่บุคลากรหรือพนักงาน ซึ่งการอบรมลักษณะนี้สามารถบ่มเพาะทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้กับพนักงานที่แม้ว่าจะมาจากพื้นที่ส่วนอื่นของประเทศไทย ก็สามารถพัฒนาทักษะในด้านนี้ได้

3. ความสำคัญของ ICC ต่อการเพิ่มศักยภาพแรงงานในแง่ของ “การเพิ่มความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว” เมื่อได้มาเยือนจังหวัดภูเก็ต

ความพึงพอใจในระดับสูงของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของการให้บริการถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจ ชื่อเสียงในเชิงบวก (ขององค์กร) และสามารถเพิ่มอัตราการรักษารฐานลูกค้าไว้ได้ รวมถึงเพิ่มความคุ้มค่าให้การบริการและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน

ที่ยั่งยืน (แก่องค์กร) (Ihtiyar & Ahmad, 2015) ดังนั้น การสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนจังหวัดภูเก็ตจึงถือเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งหากมองภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตในภาพรวมเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมีเพิ่มขึ้นทุกปี และมีความหลากหลายทั้งในด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรมและภาษา ดังนั้นหากบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวไม่มีความรู้และความตระหนักถึงความแตกต่างเหล่านี้ย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ (พิมพ์ภาพ, 2546) วัฒนธรรมถูกนำมาอธิบายได้ว่าเป็นเลนส์ที่ลูกค้านำมาเป็นสิ่งที่สะท้อนการรับรู้และประเมินประสบการณ์การใช้บริการของพวกเขา ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่จะเห็นผู้คนที่มีความวัฒนธรรมแตกต่างกัน มีการรับรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับตนเองและระหว่างตนกับบุคคลอื่นที่มาจากวัฒนธรรมเดียวกันและต่างกันกับตน (Markus, & Kitayama, 1991) ความเข้าใจในความแตกต่างทางวัฒนธรรมในกลุ่มลูกค้าที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมกำลังกลายเป็นแนวทางสำคัญสำหรับการทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าในบริบทของการตลาดระหว่างประเทศ การทำความเข้าใจรูปแบบและแนวคิดที่มีพื้นฐานจากมุมมองของความหลากหลายทางวัฒนธรรมกำลังได้รับความสนใจในหมู่นักวิจัยการตลาดในการอธิบายลักษณะการบริโภค การรับรู้เกี่ยวกับราคาและความพึงพอใจในกลุ่มลูกค้า (Sharma, 2018) ดังนั้นหนึ่งในแนวทางการเพิ่มศักยภาพของพนักงานในสายงานบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและส่งผลถึงระดับความพึงพอใจต่อการบริการที่สูงขึ้น คือการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารที่ไม่หยุดอยู่แค่การพัฒนาทักษะความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ แต่จะหมายรวมถึงการพัฒนาทักษะความสามารถ

ด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมด้วย

ในทางทฤษฎี ความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้นจะสามารถช่วยให้ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับที่สูงขึ้นได้ (Ihtiyar, et al, 2014) กล่าวคือ หากผู้ให้บริการมีความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในระดับสูง ความพึงพอใจต่อการให้บริการจะมีแนวโน้มที่สูงตามไปด้วย Reisinger (2009) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยวระดับสากลเป็นสิ่งที่นักการตลาดพัฒนาความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมให้อยู่ในระดับสูง และปรับให้เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมที่มีลักษณะเฉพาะเป็นแบบนานาชาติ งานวิจัยของ Sharma and Zhan (2015) พบว่า ความเป็นชาติพันธุ์นิยมของผู้บริโภค (consumer ethnocentrism) และความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม จะส่งผลเชิงลบหรือเชิงบวกต่อผลกระทบของผลลัพธ์การบริการในแง่ความสบายใจในการปฏิสัมพันธ์และคุณภาพในการให้บริการที่ (ผู้บริโภค) รับรู้ได้

บทสรุป

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในมิติของความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมมาอย่างช้านาน และในปัจจุบันจุดเด่นข้อนี้ก็ยิ่งทวีความเด่นชัดมากยิ่งขึ้น เมื่อผนวกกับการมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามและมีสิ่งปลูกสร้างที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการทางการท่องเที่ยว ดังนั้นการยกระดับคุณภาพของการบริการนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก และแนวทางหนึ่งในการยกระดับมาตรฐานการให้บริการในทุกๆ สายงาน คือการบูรณาการความรู้ด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมผนวกกับการให้ข้อมูลเฉพาะของจังหวัดภูเก็ตที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยวแก่ผู้ให้บริการในสายงานต่างๆ อย่างทั่วถึง เพื่อให้ผู้ให้บริการเหล่านั้นสามารถสร้างทีมงานมาตรฐานสากลระดับมืออาชีพขึ้นมาให้บริการแก่นักท่องเที่ยว สื่อสารความเป็นเอกลักษณ์ อัตลักษณ์และตัวตนของความเป็นวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมภูเก็ตให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เข้าถึง รับรู้และเข้าใจได้ พร้อมทั้งสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สถิติด้านการท่องเที่ยวปี 2562 (Tourism Statistics 2019). [ออนไลน์]. 2563. แหล่งที่มา https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=521 [12 พฤษภาคม 2563].
- กรุงเทพธุรกิจ. เปิดสถิติ 6 สายงานขาดตลาด 10 อาชีพเหนือหอมสุกระดับโลก. [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/808997> [31 กรกฎาคม 2563].
- คม ชัด ลึก. ทักษะดี ๆ ตอบโจทย์ตลาดแรงงานไทย [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา <https://www.komchadluek.net/news/edu-health/394837> [23 ตุลาคม 2563].
- ชาดา ราชกิจ. ทักษะที่จำเป็นต่อการก้าวสู่ตลาดแรงงานสากลในยุคนี้ (Working Skills for Globalization Era). [ออนไลน์]. 2561. แหล่งที่มา <https://th.hmote.asia/tips/190809-skills-for-globalization/> [9 สิงหาคม 2563].

- พิมพ์ภาภรณ์ สุวัตติกุล, จินตนา สุทนต์, และจุฑามาศ ชัยเพชร. (2546). *การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม: ปัจจัยเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว*. โครงการสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์: ภูเก็ต.
- โพสต์ทูเดย์. *แรงงานพันธุ์ใหม่ ยุคไทยแลนด์ 4.0*. [ออนไลน์]. 2559. แหล่งที่มา <https://www.posttoday.com/politic/report/453848> [12 พฤษภาคม 2563].
- ภูเก็ต เจอร์เนล. *ประชุมรับฟังข้อมูล 4M และ 3S พัฒนาเมืองภูเก็ต*. [ออนไลน์]. 2562. แหล่งที่มา <https://phuketjournal.com/4m-and-3s.html> [6 เมษายน 2563].
- รยู, แทโฮ. (2562). *ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 เมื่อหุ่นยนต์ครองโลก การศึกษาคือทางรอดเดียวของมนุษย์ (Education is hope in the era of the fourth industrial revolution)*. (ตรองสิทธิ์ ทองคำใส, ผู้แปล) กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ศาลากลางจังหวัดภูเก็ต. *ประเพณี/วัฒนธรรม/เทศกาล*. [ออนไลน์]. 2563. แหล่งที่มา https://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=introduce_cult [6 เมษายน 2563].
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- สำนักงานจัดหางานจังหวัดภูเก็ต. *สถานการณ์แรงงานจังหวัดภูเก็ต ปีที่ 2 ฉบับที่ 2 เดือน กุมภาพันธ์ 2563*. [ออนไลน์]. 2563. แหล่งที่มา https://www.doe.go.th/prd/phuket/news/param/site/114/cat/7/sub/0/pull/detail/view/detail/object_id/32907 [6 เมษายน 2563].
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. *แผนพัฒนาจังหวัดภูเก็ต (พ.ศ. 2561-2564)*. [ออนไลน์]. 2560. แหล่งที่มา http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=208&Itemid=651 [12 พฤษภาคม 2563].
- Chen, G.M., & Starosta, W.J. (1998). *A review of the concept of intercultural awareness*. Human Communication. 2, 27-54.
- Deming J. D. (2015). *The Growing Importance of Social Skills in The Labor Market*. NBER Working Paper. 21473, 1-49.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-related Values*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. (1991). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. London, UK: McGraw-Hill.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Ihtiyar, A., & Ahmad, F.S. (2015). *The Impact of Intercultural Communication Competence on Service Quality and Customer Satisfaction*. Services Marketing Quarterly. 36(2): 136-152.
- Ihtiyar, A., Fauziah, Sh., Osman, M.& Hassan, M. (2014). *An Integrated Framework: Intercultural Competence, Service Quality and Customer Satisfaction in Grocery Retailing*. Procedia-Social and Behavioral Sciences. 109, 492-496.

- Manyika, et al. (2017, November 28). *Jobs lost, jobs gained: What the future of work will mean for jobs, skills, and wages*. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/featured-insights/future-of-work/jobs-lost-jobs-gained-what-the-future-of-work-will-mean-for-jobs-skills-and-wages>
- Markus, H.R., & Kitayama, S. (1991). Culture and The Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation. *Psychological Bulletin*. 98(2): 224-253.
- Matthias, R., & Karin, L. (2012). Gesture-based mobile training of intercultural behavior. *Multimedia Systems*. 18, 33-51.
- Messner, W., & N. Schäfer. (2012). *The ICCA Facilitators' Manual: Intercultural Communication and Collaboration Appraisal*. London: GloBus Research, 41.
- Reisinger, Y. (2009). *International Tourism: Cultures and Behavior*. Burlington, MA: Elsevier.
- Sharma, P. (2018). The Interaction of Intercultural Service Encounters: Personality, Intercultural Communication, Customer Satisfaction and Loyalty. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 30, 1-39.
- Sharma, P., & Zhan, W. (2015). Consumer Ethnocentrism vs. Intercultural Competence as Moderators in Intercultural Service Encounters. *Journal of Services Marketing*. 29 (2): 93-102.
- Sucher, W., & Cheung C. (2015). The relationship between hotel employees' cross-cultural competency and team performance in multi-national hotel companies. *International Journal of Hospitality Management*. 49(2015): 93–104.
- World Economic Forum. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Retrieved April 6, 2020, from <https://www.mots.go.th/News-link.php?nid=12105>.