

การศึกษาการกลยุทธ์ความสุภาพของแอดมินเพจ Facebook ธนาคารพาณิชย์ไทยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์ A Pragmatic Study of Politeness Strategies of Facebook Page Admins of Thai Commercial Banks

พรชนก แสันทวีสุข สีดาดูตร¹

Ponchanok Saenthaweesuk Seedabut

¹ สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
Thai Language for Communication Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Sisaket Rajabhat University

ได้รับบทความ: 20 ตุลาคม 2564

ปรับปรุงแก้ไข: 7 พฤศจิกายน 2564

ตอบรับตีพิมพ์: 22 พฤศจิกายน 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกลยุทธ์ความสุภาพในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินเพจ Facebook ธนาคารพาณิชย์ไทยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์ โดยเก็บข้อมูลการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าโดยผู้ที่ทำหน้าที่แอดมินเพจของธนาคารพาณิชย์ไทยในปี 2560 จากเพจธนาคารจำนวน 7 เพจของธนาคารพาณิชย์ 6 แห่ง ผลการวิจัยอิงตามทฤษฎีความสุภาพของบราวน์และเลวินสันพบว่า การตอบกลับของแอดมินแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การบอกกล่าว/ให้ข้อมูล การขออภัย และการปฏิเสธ กลยุทธ์ความสุภาพที่มีการใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์การยกย่องและการขอโทษ ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์ความสุภาพของแอดมิน ได้แก่ ระยะห่างทางสังคมของแอดมินและลูกค้าธนาคารในความสัมพันธ์เชิงธุรกิจและความสัมพันธ์เชิงอำนาจของคู่สนทนา

คำสำคัญ: กลยุทธ์ความสุภาพ, วจนปฏิบัติศาสตร์, ธนาคารพาณิชย์

Abstract

This research aims to study the politeness replying strategies to customer's idea from the admins of Thai commercial Banks's Facebook page, by pragmatics. Data were collected from seven Facebook pages of six commercial banks in Thailand. The results based on the Politeness Strategy of Brown and Levinson show that politeness strategies of the Facebook page admins were divided into three aspects as 1) notice, 2) request and 3) rejection. The most politeness strategies used were praise and apology. Factors affecting to choose the politeness strategies' choice of admin were social distance and power between the admins and the bank customers in business relationships.

Keywords: Politeness Strategies, Pragmatics, Commercial Bank

บทนำ

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์อย่างยิ่งในโลกปัจจุบัน โดยเฉพาะในด้านการสื่อสาร สังคมในโลกเสมือนจริงนี้เป็นช่องทางหนึ่งที่ช่วยให้คนในสังคมติดต่อกันได้ง่ายขึ้น Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างหนึ่งที่มีความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ครอบคลุมผู้ใช้บริการที่หลากหลาย โดย Facebook เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากเป็น 3 อันดับแรกในปี 2560 อิงจากรายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยปี 2560 (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560) ดังนั้น Facebook จึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการในแวดวงธุรกิจ ที่สามารถทำให้การติดต่อกับผู้ใช้บริการได้ง่ายยิ่งขึ้น

ปัจจุบันธนาคารมีช่องทางให้ลูกค้าติดต่อสอบถามปัญหาและแสดงความคิดเห็นต่อบริการในหลายช่องทาง เพจ Facebook ของธนาคารเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ลูกค้าธนาคาร

สามารถติดต่อสอบถามเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เรื่องธุรกรรมทางการเงินมีรายละเอียดซับซ้อน แอดมินผู้ดูแลเพจต้องติดต่อกับลูกค้าหลากหลายกลุ่ม ๆ การติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่อสังคมออนไลน์จึงมีทั้งการถามคำถามตอบคำถาม และแสดงความคิดเห็นของลูกค้าทั้งแง่บวกแง่ลบ

การติดต่อสื่อสารผ่านสังคมออนไลน์ Facebook นั้นใช้การสื่อสารโดยข้อความหรือสัญลักษณ์มากกว่าการพูดคุยแบบเห็นหน้า การใช้ภาษาในการสื่อสารจึงมีความสำคัญ เพราะการสื่อสารผ่านตัวเขียน ข้อความ หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ มีโอกาสที่จะทำให้เกิดการตีความหมายไปตามความคิดความเข้าใจของปัจเจกบุคคลและอาจนำไปสู่ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นในการสื่อสารทางธุรกิจจึงต้องมีแบบแผนการใช้ภาษาในการสื่อสารแทนคำพูด เพื่อให้เกิดความเข้าใจถูกต้องตรงกัน และจำเป็นต้องแสดงออกอย่างสุภาพตามหลักการให้บริการ ดังนั้นแอดมินหรือผู้ดูแลเพจ Facebook มีหน้าที่ให้ข้อมูล ตอบคำถาม หรือแสดงความคิดเห็นด้วยข้อความสุภาพในฐานะของผู้ให้บริการ นอกจากการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างถูกต้องชัดเจนแล้ว แอดมินผู้ซึ่งเป็นเสมือนตัวแทนขององค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและองค์กรด้วย การตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินจึงเป็นหน้าที่สำคัญ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งจะศึกษาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความสุภาพในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินเพจ Facebook ธนาคารพาณิชย์ไทย โดยใช้ทฤษฎีความสุภาพ (politeness) ของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1978, 1987) เป็นพื้นฐานในการศึกษา

สุจริตลักษณ์ ดีผดุง (2549) ได้กล่าวถึงความสุภาพ (Politeness) ไว้ว่า “ความสุภาพ” ตามความรู้ความเข้าใจทั่ว ๆ ไปส่วนใหญ่มักหมายถึง เรื่องของกริยามารยาท การปฏิบัติตัว การแต่งกาย การพูด ฯลฯ ที่เหมาะสมแก่กาลเทศะ ในแต่ละสังคมแต่ละชุมชนความสุภาพหรือการมีมารยาท ก็คงจะตรงกันข้ามกับความไม่สุภาพหรือการไม่มีมารยาท แต่ละสังคมก็จะมีมาตรฐานในเรื่องความสุภาพแตกต่างกันไปและมาตรฐานเรื่องความสุภาพในสังคมใดสังคมหนึ่ง อาจจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามช่วงเวลาอีกด้วย ความสุภาพเป็นหลักสำคัญ

ประการหนึ่งในการสนทนา เป็นการเลือกใช้ภาษาอย่างเหมาะสมซึ่งจะช่วยลดปัญหาในการสื่อสารที่อาจเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์มีการปฏิสัมพันธ์กัน (Lakoff, 1989) ความสุภาพจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเพื่อใช้รักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหรือองค์กร ซึ่ง Erving Goffman กล่าวว่า มนุษย์จัดเป็น สัตว์สังคม การดำรงชีวิตของมนุษย์จึงจำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยกัน ผู้คนแต่ละคนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ทำให้เห็นว่ามี ความแตกต่างจากผู้อื่นไม่ว่าจะด้านสถานภาพ ความต้องการ หรือความสนใจ สิ่งเหล่านี้เรียกว่า หน้า (Face) ซึ่งจัดเป็นภาพลักษณ์ของผู้พูดต้องการได้สำหรับตัวเองและเมื่อได้มาแล้วก็อาจเสียไปได้ เพราะฉะนั้นเป้าหมายของการสื่อสารก็คือ การปกป้องหน้าหรือภาพลักษณ์นี้ไว้ (ทรงธรรม อินทจักร, 2549)

แนวคิดเรื่องความสุภาพในทางวัจนปฏิบัติศาสตร์ มีแนวคิดที่สำคัญและได้รับความนิยมในการนำไปศึกษาความสุภาพ ได้แก่ แนวคิดของ Brown and Levinson (1978, 1987) และแนวคิดของ Leech (1983) ดังนี้

Brown and Levinson (1978, 1987) ได้เสนอประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ของการรักษาหน้ากับกลวิธีความสุภาพว่าความสุภาพที่ใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวันนั้นมีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการรักษาหน้า หรือภาพลักษณ์ของผู้พูดและผู้ฟัง เนื่องจาก “หน้า” ถือได้ว่าเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดย “หน้า” สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ หน้าเชิงลบ (Negative face) หมายถึง ความปรารถนาที่จะไม่ถูกรบกวน ละเมิดสิทธิ ขัดขวางเจตนาหรือถูกบังคับจากผู้อื่น หน้าเชิงบวก (Positive face) หมายถึง ความปรารถนาที่จะได้รับการยอมรับและความสนใจจากผู้อื่น ความต้องการที่จะให้ผู้อื่นนิยมชมชอบตน เช่น การชม การแสดงความยินดี เป็นต้น การสนทนาตามปกติมักมีความเสี่ยงต่อการกระทำที่คุกคามหน้าของคู่สนทนา (Face - threatening acts หรือ FTAs) การกระทำที่แสดงว่าเป็นการกระทำที่คุกคามหน้าแบ่งออกได้เป็น การกระทำที่คุกคามหน้าเชิงลบของผู้ฟัง การกระทำที่คุกคามหน้าเชิงบวกของผู้ฟัง การกระทำที่คุกคามหน้าเชิงลบของผู้พูด และการกระทำที่คุกคามหน้าเชิงบวกของผู้พูด ผู้พูดและผู้ฟังจึงต้องเลือกใช้กลวิธีการใช้ภาษาสุภาพในลักษณะแตกต่างกันเพื่อรักษาหน้าซึ่งกันและกัน

Brown and Levinson ได้เสนอกลยุทธ์การใช้ภาษาสุภาพไว้ 5 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การพูดตรงโดยปราศจากการตกแต่ง หรือการใช้ถ้อยคำแบบตรงไปตรงมา (Without redressive action)

2. ความสุภาพเชิงบวก (Positive politeness) คือ กลวิธีการใช้ภาษาสุภาพที่พูดตรงประเด็น แต่มีการตกแต่งถ้อยคำ

3. ความสุภาพเชิงลบ (Negative politeness) คือ กลวิธีการใช้ภาษาสุภาพที่พูดตรงประเด็น แต่มีการตกแต่งถ้อยคำ

4. การพูดอ้อมค้อม (Off record) เป็นกลวิธีการใช้ภาษาสุภาพที่พูดอย่างไม่ตรงประเด็น และสามารถสื่อความหมายได้มากกว่าหนึ่งอย่าง ทำให้เกิดความหมายแบบกำกวม

5. การไม่ใช้ถ้อยคำใด ๆ (Don't do the FTA) เป็นการป้องกันไม่ให้เกิดการคุกคามหน้า การใช้ถ้อยคำลักษณะนี้มักใช้กับสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงต่อการเสียหน้าในระดับสูงที่สุด

การเลือกใช้กลยุทธ์จะแปรไปตามปัจจัย 3 ประการ คือ ระยะห่างทางสังคมของผู้พูดและผู้ฟัง (distance) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจของคู่สนทนา (power) และอัตราเปรียบเทียบของการรบกวน (rating of imposition)

แนวคิดของบราวน์และเลวินสันนี้มีผู้นำไปศึกษาเรื่องความสุภาพในหลายภาษา จึงมีการเสนอว่าแนวคิดนี้เป็นสากล Blum-Kulka (1984, 1992, อ้างถึงใน ปันนดา เลอเลิศยุติธรรม, 2549) มีแนวคิดที่ว่าความสุภาพเป็นพฤติกรรมทางสังคมที่ประเมินจากบรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรม และไม่เห็นด้วยกับการกล่าวว่าความสุภาพนั้น เป็นสากลเพราะความสุภาพในแต่ละวัฒนธรรมนั้นไม่เหมือนกัน และกล่าวว่าความสุภาพสัมพันธ์กับปัจจัย 4 ประการ ได้แก่

- 1) แรงจูงใจทางสังคม กล่าวถึงความสัมพันธ์ของรูปแบบภาษาที่เหมาะสมที่สุดสอดคล้องกับทัศนคติของสังคม
- 2) รูปแบบภาษา คือ รูปแบบภาษาต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพื่อแสดงความสุภาพ
- 3) ความแตกต่างทางสังคม กล่าวถึงมุมมองต่อสถานการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละวัฒนธรรม
- 4) ความหมายทางสังคม คือ ระดับความสุภาพของรูปภาษาที่กำหนดโดยสมาชิกของสังคม

Yu (2003) ได้ศึกษาพฤติกรรมการตอบรับการชมเชยของผู้พูดภาษาจีนโดยเปรียบเทียบกับผู้พูดภาษาอังกฤษชาวอเมริกัน เพื่อพิสูจน์ความเป็นสากลของทฤษฎีความสุภาพของบราวน์ และเลวินสัน ผลการศึกษาพบว่าความสุภาพในสังคมของคนจีนและคนอังกฤษนั้นแตกต่างกัน และการใช้ทฤษฎีดังกล่าวในการศึกษาข้ามวัฒนธรรมทำให้เกิดความสับสนในการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องด้วยทฤษฎีนี้คิดขึ้นตามแนวคิดแบบตะวันตก จึงไม่เหมาะกับการนำไปศึกษาในอีกหลายวัฒนธรรม งานวิจัยนี้จึงไม่เห็นด้วยกับการกล่าวอ้างว่าทฤษฎีดังกล่าวมีความเป็นสากล

แนวคิดสำคัญอีกแนวคิดหนึ่งเกี่ยวกับความสุภาพ คือ แนวคิดของ Leech (1983) ที่ได้นำเสนอหลักความสุภาพ ซึ่งเป็นหลักการใช้ภาษาที่มุ่งเน้นให้ผู้ฟังได้รับแต่สิ่งที่ดี เพื่อสร้างความรู้สึกและการคงไว้ซึ่งการมีไมตรีจิตภายในกลุ่มสังคม หลักความสุภาพของ Leech มี 6 ประการ (สุจริตลักษณ์ ตีผดุง, 2549) ได้แก่ 1) หลักรู้พ่อนหนักพ่อนเบา (Tact Maxim) 2) หลักความเอื้อเฟื้อ (Generosity maxim) 3) หลักชื่นชมยินดี (Approbation maxim) 4) หลักถ่อมตน (Modesty maxim) 5) หลักคล้อยตาม (Agreement maxim) 6) หลักเห็นใจ (Sympathy maxim) ซึ่ง Gu (1990) ได้ศึกษาความสุภาพตามแนวคิดของคนจีน โดยอิงทฤษฎีของลีช (Leech, 1983) เป็นพื้นฐาน แต่มีการเชื่อมโยงความสุภาพเข้ากับบรรทัดฐานทางศีลธรรมของสังคมด้วย Gu เห็นว่า หน้า เป็นเรื่องของบรรทัดฐานทางสังคม การคุกคามหน้าเกิดขึ้นเมื่อบุคคลไม่สามารถปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางสังคมมากกว่าเป็นเรื่องการตอบสนองความต้องการทางจิตวิทยา

สำหรับงานวิจัยเรื่องความสุภาพในภาษาไทย วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์ (2529) ศึกษาความสุภาพของภาษาไทยกรุงเทพฯ พบว่าประกอบขึ้นด้วยลักษณะสำคัญ ได้แก่ การยกย่องผู้ฟัง การถ่อมตัวของผู้พูด การใช้ภาษาทางการ และการใช้ถ้อยคำยาว ๆ เพื่อแสดงความสุภาพอ่อนน้อม การแสดงความสุภาพมี 2 วิธีหลัก คือ การใช้น้ำเสียงและใช้คำ การศึกษาของเยาวลักษณ์ กระแสสินธุ์ (2529) เรื่องกลวิธีการทำภาษาให้สุภาพในภาษาไทย และดิษฐ์ ศรีนราวัฒน์ (2544) ศึกษาเรื่องกลวิธีการสื่อสารด้วยการพูดอ้อมของคนไทย พบว่าการใช้ถ้อยคำแสดงความสุภาพนั้นอาจเป็นลักษณะโดยตรงหรือโดยอ้อม ซึ่งการใช้ถ้อยคำแสดงความสุภาพโดยอ้อมนั้นบางครั้งแปรตามตัวแปรทางสังคม เช่น ระดับการศึกษา หรือเกี่ยวข้องกับ

วัฒนธรรมเรื่องความอ่อนน้อมถ่อมตน ศิรวัตร์ ไทยแท้และปันนดา เลอเลิศยุติธรรม (2554) ศึกษาเรื่องกลวิธีความสุภาพที่พนักงานบริการผู้โดยสารภาคพื้นของสายการบินไทยใช้ปฏิเสธการขอร้องของผู้โดยสาร

ผลการศึกษาพบว่ามีความหลากหลายของการเลือกใช้กลวิธีความสุภาพในการกล่าวปฏิเสธการขอร้องของผู้โดยสาร ทั้งการแสดงการยกย่อง การให้เหตุผล การขอโทษ และการแสดงความรับผิดชอบ ส่วนงานวิจัยของ ปันนดา เลอเลิศยุติธรรม (2549) เรื่องความสุภาพในการขอร้องและปฏิเสธในการติดต่อธุรกิจทางจดหมายในภาษาไทยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์ พบว่าผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสิ่งที่องค์กรทางธุรกิจให้ความสำคัญ วัฒนธรรมทางธุรกิจมีผลต่อการใช้กลวิธีความสุภาพที่สัมพันธ์กับการยกย่องนับถือและความต้องการสร้างเครือข่ายธุรกิจ และอำนาจทางสังคมนั้นมีบทบาททั้งในการขอร้องและปฏิเสธ ผู้ที่มีอำนาจน้อยกว่าจะใช้กลวิธีความสุภาพที่ซับซ้อนกว่าเมื่อติดต่อกับผู้ที่มีอำนาจมากกว่า

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการศึกษาความสุภาพในภาษาไทย พบว่างานวิจัยที่ผ่านมาเลือกใช้ทฤษฎีของบราวน์และเลวินสัน (Brown and Levinson, 1978, 1987) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งทฤษฎีนี้สามารถใช้วิเคราะห์กลยุทธ์หรือกลวิธีความสุภาพในบริบทของภาษาไทยได้ดีทั้งในรูปแบบการใช้ถ้อยคำและข้อความ แม้ว่าผลการศึกษาอาจไม่ตรงตามหลักทฤษฎีทุกประการ แต่มีการแบ่งประเด็นหมวดหมู่ในการอธิบายประเภทของความสุภาพได้ชัดเจน ดังนั้นทฤษฎีของบราวน์และเลวินสันจึงถูกใช้เป็นทฤษฎีหลักในการศึกษา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์ความสุภาพในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินเพจ Facebook ธนาคารพาณิชย์ไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้วิจัยกลุ่มตัวอย่างแอตมินผู้ดูแลเพจ Facebook ของธนาคารพาณิชย์ไทย ได้แก่ ธนาคารไทยพาณิชย์ (เพจ SCB Thailand), ธนาคารกรุงไทย (เพจ KTB Care), ธนาคารกรุงเทพ (เพจ Bangkok Bank Credit Card), ธนาคารกสิกรไทย (เพจ KBank Live), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา (เพจ Krungsri Auto และเพจ Krungsri Simple) และธนาคารทหารไทย (เพจ TMB) ธนาคารพาณิชย์ดังกล่าวเป็นธนาคารสัญชาติไทยทั้งเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีที่ทำการตั้งอยู่ในประเทศไทย เป็นที่นิยมสำหรับคนทั่วไป มีลูกค้าหลายกลุ่ม หลายระดับ อีกทั้งเพจ Facebook ของธนาคารดังกล่าวเป็นช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลาย และแอตมินผู้ดูแลเพจได้แสดงความคิดเห็นตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ธนาคารพาณิชย์อื่น ๆ ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาไม่ได้ถูกคัดเลือกมาศึกษา เนื่องจากเพจ Facebook ไม่มีการให้บริการถาม-ตอบในหน้าเพจ หรือไม่มีข่าวสารความเคลื่อนไหว จึงไม่ได้คัดเลือกมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิจัย อนึ่ง งานวิจัยนี้ได้กำหนดจำนวนของแอตมิน เนื่องจากไม่ปรากฏข้อมูลดังกล่าวในเพจของแต่ละธนาคาร

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยนี้เก็บรวบรวมข้อความหรือความคิดเห็นตอบกลับของผู้ที่ทำหน้าที่แอตมินหรือผู้ดูแลเพจ ที่ได้แสดงต่อความคิดเห็นและคำวิจารณ์ของลูกค้าในเพจ Facebook ของธนาคารพาณิชย์ไทย ในปี 2560 นับตั้งแต่ 1 มกราคม – 20 พฤศจิกายน 2560 โดยพิจารณาข้อมูลที่เป็นข้อความรวมถึงสัญลักษณ์เช่น สติกเกอร์ เป็นต้น

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ผลการวิจัยจะพิจารณากลยุทธ์ในการใช้ภาษา โดยใช้ทฤษฎีความสุภาพของบราวน์และเลวินสัน (Brown and Levinson, 1978, 1987) การนำเสนอผลการวิจัยจะใช้นามสมมติแทนชื่อธนาคาร เช่น ธนาคาร A, ธนาคาร B, เป็นต้น

ผลการวิจัย

1. กลยุทธ์ความสุภาพในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินเพจ Facebook ธนาคารพาณิชย์ไทย

การตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้า แบ่งเป็น 3 กรณี ได้แก่ การบอกกล่าว/ให้ข้อมูล การขออภัย และการปฏิเสธ การวิเคราะห์ประเภทกลยุทธ์จะพิจารณาจากคำที่บ่งชี้ความสุภาพและโดยเนื้อหาของข้อความโดยรวม

1.1 การบอกกล่าว/ให้ข้อมูล

การตอบกลับในลักษณะการบอกกล่าวหรือให้ข้อมูลแก่ลูกค้า แอดมินใช้กลยุทธ์ 7 กลยุทธ์ ดังนี้

1) กลยุทธ์การยกย่อง

การใช้กลยุทธ์การกล่าวยกย่องในการตอบกลับ เป็นการที่แอดมินแสดงให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณได้รับเกียรติจากผู้ให้บริการ เห็นได้จากการใช้ถ้อยคำที่สุภาพ เช่น “เรียน” “ขอแสดงความนับถือ” การใช้คำเรียกขานที่เป็นทางการแสดงการยกย่องให้เกียรติ เช่น “คุณ” “ท่าน” และมีคำลงท้าย “ค่ะ” “คะ” “นะคะ” “ครับ” เพื่อแสดงความสุภาพ กลยุทธ์นี้เป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการติดต่อทางธุรกิจ ที่แสดงให้เห็นว่าลูกค้านั้นอยู่ในสถานภาพที่สูงกว่าเสมอ ซึ่งจะส่งผลดีในการรักษาลบประโยชน์ของธนาคาร ดังตัวอย่าง (1)–(3)

(1) “ธนาคารหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับใช้ท่านในโอกาสต่อไป ขอแสดงความนับถือ” (ธนาคาร A)

(2) “สวัสดีค่ะ คุณ (ชื่อเพชบุ๊ค) ไม่ทราบว่ามีกรเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ที่ใช้บริการด้วยหรือไม่คะ” (ธนาคาร E)

(3) “เรียน คุณ (ชื่อ) ขอเรียนแจ้งข้อมูลดังนี้ค่ะ” (ธนาคาร G)

2) กลยุทธ์การตอบรับที่ทำให้พึงพอใจ

กลยุทธ์ดังกล่าว สามารถแบ่งย่อยได้เป็น การขอบคุณ และยินดี และเห็นพ้อง กลยุทธ์เหล่านี้ จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดีที่ได้รับการตอบกลับ แสดงถึงมารยาท

ความเป็นมิตรและมีมนุษยสัมพันธ์ดีของผู้ให้บริการ ทำให้ลูกค้าเกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ดังตัวอย่าง (4)–(5)

(4) “ด้วยความยินดีค่ะ ขอคุณที่ให้ ธนาคาร G ได้ดูแลนะคะ” (ธนาคาร G)

(5) “ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ของท่านมีคุณค่าต่อธนาคาร และธนาคารจะเก็บทุกความคิดเห็นของท่านไว้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการพิจารณาและปรับปรุงบริการต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้นค่ะ” (ธนาคาร A)

3) กลยุทธ์การให้เหตุผล

กลยุทธ์การให้เหตุผลเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างยิ่งในการติดต่อธุรกิจเพราะในการติดต่อธุรกิจหรือสื่อสารเรื่องธุรกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้ให้บริการย่อมไม่อาจตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ครบถ้วนสมบูรณ์ทุกประการ กลยุทธ์การให้เหตุผลจะใช้ระบุเพื่อให้ลูกค้าได้ทราบถึงสาเหตุ หรือความจำเป็น ที่ทำให้เกิดเหตุขัดข้องในการให้บริการ การให้เหตุผลที่เหมาะสมและสุภาพจะช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้า หากลูกค้าได้รับทราบและเข้าใจเหตุผลจะช่วยรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและธนาคาร และช่วยรักษาภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือของธนาคาร กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ มักพบการใช้คำว่า “เนื่องจาก” “เนื่องด้วย” “เพื่อ” ดังตัวอย่าง (6) และ (7) ดังนี้

(6) “เพื่อให้ทางแอดมินได้ประสานไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตรวจสอบ รบวงวนขอทราบชื่อ-สกุลของผู้เข้าซื้อพร้อมหมายเลขโทรศัพท์...” (ธนาคาร C)

(7) “ตามที่ท่านแจ้งปัญหาทำรายการถอนเงินแต่ไม่ได้รับเงินนั้น ธนาคารต้องขออภัยที่...เนื่องด้วยนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยของธนาคารและความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ธนาคารขอเรียนแจ้งว่า...” (ธนาคาร A)

4) กลยุทธ์การขอโทษ

การติดต่อสื่อสารระหว่างแอดมินและลูกค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีโอกาสที่จะเกิดข้อผิดพลาด หรือมีข้อจำกัดบางประการที่ทำให้ไม่สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้ การใช้กลยุทธ์การขอโทษเป็นเสมือนการแสดงการยอมรับข้อผิดพลาด ความรับผิดชอบ ช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้า และช่วยรักษาภาพลักษณ์ของธนาคารด้วย การใช้กลยุทธ์การ

ขอโทษจะมีค่าบ่งชี้การขอโทษแบบตรงไปตรงมา และเลือกใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงความเคารพต่อลูกค้า เช่น “ขอโทษ” “ขออภัย” “ขออภัยเป็นอย่างสูง” เป็นต้น ดังตัวอย่าง (8)–(9)

(8) “ขออภัยสำหรับความไม่สะดวกนะคะ...” (ธนาคาร E)

(9) “ทางธนาคารต้องขออภัยเป็นอย่างสูงสำหรับความไม่สะดวกที่ได้รับด้วยนะคะ” (ธนาคาร E)

5) กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบ

การใช้กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยรักษาภาพลักษณ์ของธนาคาร และช่วยรักษาความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและธนาคารได้เป็นอย่างดี เพราะแสดงให้เห็นความเอาใจใส่ในการบริการ ความรับผิดชอบต่อหน้าที่และแสดงให้เห็นจรรยาบรรณในการทำงานของผู้ให้บริการ แบ่งเป็นกลยุทธ์ย่อย ได้แก่ การแสดงความใส่ใจ สัญญา ยอมรับผิด และการแสดงความพยายามในการให้ความช่วยเหลือ ดังตัวอย่าง (10)–(11)

(10) “ธนาคารขอน้อมรับเพื่อปรับปรุง และพัฒนาการให้บริการต่อไปค่ะ” (ธนาคาร G)

(11) “...ทางเราพร้อมดูแลเต็มที่ เพื่อความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของคุณ...” (ธนาคาร G)

6) กลยุทธ์การให้คำแนะนำ

กลยุทธ์การให้คำแนะนำ เป็นกลยุทธ์ความสุภาพที่แสดงให้เห็นไมตรีจิตของผู้ให้บริการ การตอบกลับของแอดมินมักจะมีคำว่า “แนะนำ” เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าการให้บริการแสดงน้ำใจ ไม่ต้องการแสดงการออกคำสั่ง และแสดงถึงการคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้า ดังตัวอย่าง (12)–(13)

(12) “...เพื่อความปลอดภัยสำหรับข้อมูล แนะนำให้ลบข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลบัญชีออกจากโพสต์นี้ด้วยนะคะ” (ธนาคาร E)

(13) “รบกวน refresh ใหม่ หรือลองเปิดผ่านระบบ chrome ดูนะคะ” (ธนาคาร D)

7) การตอบกลับในลักษณะอื่น ๆ

การตอบกลับของแอดมินเพจ Facebook ของธนาคาร D พบการตอบด้วยสติ๊กเกอร์ และพูดคุยกับลูกค้าเรื่องสัพเพเหระ เพื่อแสดงความเป็นมิตร และสร้างบรรยากาศแบบเป็นกันเองกับลูกค้า ซึ่งจะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกผ่อนคลาย และลดความตึงเครียดในการติดต่อสื่อสาร เช่น “จัดไปค่ะ” “เร็ดค่ะ เติร์มพร้อมค่ะ” “แอดทานแล้วค่ะ คุณ...ละคะ ทานรึยัง” (ธนาคาร D) เป็นต้น

1.2 การขอร้อง

การตอบกลับในลักษณะการขอร้อง แอดมินใช้กลยุทธ์ ดังนี้

1) การใช้รูปคำถามเพื่อแสดงการขอร้อง

การขอข้อมูล ถือเป็นการขอร้องอีกลักษณะหนึ่ง เมื่อแอดมินต้องการสอบถามเพื่อข้อมูลเพิ่มเติมจากลูกค้า แอดมินจะใช้กลยุทธ์การใช้รูปคำถามเพื่อแสดงการขอร้อง เพื่อแสดงความรู้สึกและเคารพต่อลูกค้า ดังตัวอย่างต่อไปนี้

(14) “ไม่ทราบว่าคุณลูกค้าได้รับความไม่สะดวกในการใช้บริการเกี่ยวกับด้านใดครับ” (ธนาคาร F)

2) การขอร้องโดยตรงโดยใช้คำที่สุภาพ

กลยุทธ์การขอร้องโดยตรงโดยใช้คำที่สุภาพ แสดงการขอร้อง โดยใช้คำเพื่อแสดงความรู้สึกและถ่อมตน เช่น “รบกวน” และใช้คำลงท้าย “ครับ” “ค่ะ” เช่น

(15) “รบกวนสอบถามเพิ่มเติมค่ะ” (ธนาคาร A)

(16) “รบกวนขอทราบข้อมูลคุณ...เพิ่มเติม เพื่อช่วยประสานงานตรวจสอบและติดต่อให้ดังนี้...” (ธนาคาร E)

1.3 การปฏิเสธ

การตอบกลับในลักษณะการปฏิเสธ แอดมินใช้กลยุทธ์ขอโทษก่อนจะกล่าวปฏิเสธ หรือแย้งความเห็นของลูกค้า การขอโทษจะทำให้การปฏิเสธดูอ่อนลง และแสดงความรู้สึกต่อลูกค้า เพื่อลดความขุ่นเคืองใจของลูกค้า ดังตัวอย่าง (17) และ (18)

(17) “ขอภัยค่ะ ไม่ได้ค่ะ...” (ธนาคาร D)

(18) “ขอภัยค่ะ แอดมินไม่สามารถแจ้งกับทางลูกค้าได้ค่ะ...” (ธนาคาร D)

นอกจากการใช้กลยุทธ์ความสุภาพในการตอบกลับของแอดมินแล้ว ยังปรากฏการตอบกลับในลักษณะที่ไม่สุภาพและคุกคามหน้าของลูกค้าย่างยิ่ง เช่น กรณีลูกค้าสอบถามแอดมินในเพจ ธนาคาร B เรื่องการลงทะเบียนคนยากจน แอดมินได้ตอบกลับด้วยข้อความว่า

(19) “ต้องลงทะเบียนนะคะ รอปีหน้านะคะ” (ธนาคาร B)

ลูกค้าได้ตอบข้อความ โดยมีรายละเอียดของข้อมูลบางประการไม่ถูกต้อง แอดมินจึงตอบกลับข้อความของลูกค้าว่า

(20) “หน่วยงานไหนบอกคะ ต้องลงทะเบียนและมีชื่อคะ คุณลูกค้าสามารถตรวจสอบรายชื่อได้ในเว็บไซต์เลยนะคะ” (ธนาคาร B)

จากตัวอย่างดังกล่าวจะเห็นได้ว่า แอดมินได้ใช้ข้อความในการตอบกลับอย่างไม่สุภาพอย่างยิ่ง เพราะใช้ถ้อยคำที่แสดงถึงการออกคำสั่ง เช่น “ต้อง” และในตัวอย่าง (20) แอดมินใช้ข้อความ “หน่วยงานไหนบอกคะ” ซึ่งแสดงถึงการต่อว่าและไม่ให้เกียรติลูกค้าอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาประเด็นเนื้อหาที่แอดมินและลูกค้าสนทนากัน คือ เรื่องการลงทะเบียนคนยากจน แอดมินอาจอนุมานได้ว่าลูกค้านั้นมีฐานะยากจน ซึ่งอาจจะทำให้แอดมินรู้สึกว่ามันเองนั้นมีสถานภาพที่สูงกว่าลูกค้า จึงได้ตอบกลับลูกค้าอย่างไม่สุภาพ

(21) ลูกค้า: “ขอร้องเรียนถึงผู้บริหารธนาคาร E ค่ะ เพิกเฉยกับความเดือดร้อนของลูกค้า”

(22) แอดมิน: “ธนาคารไม่ได้เพิกเฉยกับเรื่องที่คุณ...แจ้งเข้ามา และปัจจุบันอยู่ระหว่างการติดต่อปลายทาง...” (ธนาคาร E)

จากตัวอย่างข้อความ (21) ของลูกค้า และข้อความ (22) ของแอดมินเพจ ธนาคาร E แสดงให้เห็นความตึงเครียดของเรื่องที่สนทนา แอดมินได้ตอบกลับข้อความของลูกค้าโดยแย่งสมมติฐานหรือความเห็นของลูกค้า โดยไม่ได้ใช้กลยุทธ์กล่าวขอโทษ การตอบกลับในลักษณะดังกล่าวจึงถือว่าไม่สุภาพ

2. ความสอดคล้องของผลการวิจัยกับกลยุทธ์ตามทฤษฎีของบราวน์และเลวินสัน

เมื่อพิจารณากลยุทธ์ความสุภาพที่แอดมินใช้ในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้ากับกลยุทธ์ตามทฤษฎีของบราวน์และเลวินสัน พบว่ามีความสอดคล้องกันในบางกลยุทธ์ ดังนี้

2.1 การบอกกล่าว/ให้ข้อมูล

กลยุทธ์การยกย่องสอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงลบข้อที่ 5, กลยุทธ์การให้เหตุผลสอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงบวกข้อที่ 13, กลยุทธ์การขอโทษสอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงลบข้อที่ 6, กลยุทธ์การแสดงความรับผิดชอบสอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงบวกข้อที่ 1 กลยุทธ์การสัญญาสอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงบวกข้อที่ 10, กลยุทธ์อื่น ๆ สอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงบวกข้อที่ 3 และ 7

2.2 การขออภัย

การใช้กลยุทธ์การขออภัยโดยใช้รูปคำถามเพื่อแสดงการขออภัย สอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงลบข้อที่ 1

2.3 การปฏิเสธ

การใช้กลยุทธ์การขอโทษ สอดคล้องกับกลยุทธ์ความสุภาพเชิงลบข้อที่ 6

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์ความสุภาพในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินเพจ Facebook ธนาคารพาณิชย์ไทย

3.1 ระยะห่างทางสังคมของผู้พูดและผู้ฟัง (distance)

แอดมิน (ผู้พูด) และลูกค้า (ผู้ฟัง) อยู่ในฐานะของผู้ให้บริการและผู้รับบริการจึงมีระยะห่างทางสังคมระหว่างกันในความสัมพันธ์เชิงธุรกิจ แอดมินจึงต้องเลือกใช้กลยุทธ์ที่แสดงความสุภาพต่อลูกค้า การตอบกลับของแอดมินใช้ภาษาในลักษณะที่เป็นทางการ การแสดงการยกย่องและถ่อมตน

3.2 ความสัมพันธ์เชิงอำนาจของคู่สนทนา (power)

คู่สนทนาที่มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่แตกต่างกัน ลูกค้าอยู่ในสถานภาพที่สูงกว่า แอดมินในความสัมพันธ์ทางธุรกิจ แอดมินจึงต้องใช้กลยุทธ์ที่แสดงความสุภาพต่อลูกค้า เพื่อรักษาผลประโยชน์ทางธุรกิจขององค์กร

3.3 อัตราเปรียบเทียบของการรบกวน (Rating of Imposition)

การใช้กลยุทธ์ในการวิจัยนี้ อัตราเปรียบเทียบของการรบกวนเป็นปัจจัยที่ไม่ได้มีผลมากนักต่อการเลือกใช้กลยุทธ์ความสุภาพ อัตราเปรียบเทียบของการรบกวนจะถูกคำนึงถึงในกรณีที่แอดมินต้องแสดงการขอร้องต่อลูกค้า เมื่อลูกค้าอยู่ในสถานะที่สูงกว่า การขอร้องให้ลูกค้ากระทำการบางอย่างบางอย่างจึงถือเป็นการรบกวน การใช้กลยุทธ์ในการขอร้องจึงต้องสุภาพ ในขณะที่เมื่อลูกค้าส่งข้อความเพื่อขอให้แอดมินกระทำการบางอย่างนั้นไม่ต้องคำนึงถึงอัตราเปรียบเทียบการรบกวน เพราะสิ่งที่ลูกค้าขอให้กระทำนั้นเป็นหน้าที่หรือความรับผิดชอบของแอดมินจึงไม่ถือเป็นการรบกวน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยกลยุทธ์ความสุภาพในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าของแอดมินเพจ Facebook ทั้ง 7 เพจ ของธนาคารพาณิชย์ไทย 6 ธนาคาร โดยใช้ทฤษฎีความสุภาพ (politeness) ของบราวน์และเลวินสัน (Brown and Levinson, 1978, 1987) พบว่าการตอบกลับของแอดมินแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ การบอกกล่าว/ให้ข้อมูล การขอร้อง และการปฏิเสธ โดยมีการตอบกลับแบบบอกกล่าว/ให้ข้อมูลกลยุทธ์ความสุภาพที่มีการใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์การยกย่องและการขอโทษ

การตอบกลับของแอดมินจะใช้ภาษาที่มีแบบแผน มีรูปแบบที่เป็นทางการ และมีความสุภาพ การสื่อความเป็นลักษณะที่ตรงไปตรงมา เพราะการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องธุรกรรมทางการเงินต้องมีความชัดเจน ตรงประเด็น กระชับ และสามารถเข้าใจได้ง่าย จึงต้องมีรูปแบบการตอบที่มีแบบแผนชัดเจน มีเพียงการใช้กลยุทธ์การขอร้องที่เป็นการสื่อความโดยอ้อม ด้วยการใช้ภาษาในรูปแบบประโยคคำถามเพื่อแสดง การขอร้องอย่างสุภาพ

ความสุภาพสะท้อนให้เห็นว่า ในทางธุรกิจลูกค้าคือพระเจ้า ดังนั้นผู้ให้บริการต้องให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจสูงสุด เพื่อรักษาลูกค้าและรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคาร

จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า การตอบกลับของแอดมินที่เป็นเสมือนตัวแทนของแต่ละธนาคารโดยภาพรวมแล้วมีการตอบกลับต่อลูกค้าอย่างสุภาพ แม้จะพอดูเคาได้ว่าใช้ภาษาในทางธุรกิจต้องมีแบบแผนภาษาที่สุภาพ แต่ยังพบการตอบกลับของแอดมินบางธนาคารในลักษณะที่ไม่สุภาพ ปัจจัยที่มีผลต่อการตอบกลับ คือ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจของกลุ่มลูกค้า (power) ที่แอดมินอาจมีความรู้สึกว่ามีสถานภาพและอำนาจในทางสังคมมากกว่าลูกค้า โดยวัดจากฐานะหรือสถานภาพทางการเงิน

การตอบกลับของแอดมินของธนาคารทหารไทยมีความสุภาพมากที่สุดในการตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้า โดยใช้ภาษาที่ชัดเจน ตรงประเด็น ตอบกลับอย่างสม่ำเสมอและสุภาพ สร้างความประทับใจแก่ลูกค้าจนได้รับความคิดเห็นแสดงการชื่นชมจากลูกค้าในเพจ

ธนาคารกรุงศรีอยุธยา มีเพจ Facebook ของธนาคารสองเพจตามกลุ่มลูกค้า แอดมินของทั้งสองเพจตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าด้วยความสุภาพและใช้ภาษาที่แตกต่างตามประเภทของเรื่องธุรกรรม เพจธนาคารกลุ่มที่มีลูกค้าในกลุ่มธุรกิจนั้นจะตอบกลับลูกค้าด้วยภาษาที่เป็นทางการมีเนื้อหาการสนทนาที่จริงจังมากกว่า ส่วนอีกเพจหนึ่งที่มีกลุ่มลูกค้าทั่วไปนั้นแอดมินจะตอบกลับความคิดเห็นของลูกค้าด้วยภาษาสุภาพแต่เป็นกันเองมากกว่าเพจแรก เรื่องที่พูดคุยมีความหลากหลายไม่ใช่เพียงเรื่องธุรกรรมทางการเงิน

การตอบกลับของแอดมินของธนาคารพาณิชย์ไทยทุกธนาคารในภาพรวมจะใช้ข้อความที่สุภาพ โดยเฉพาะกับกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจหรือนักลงทุน สำหรับบางธนาคารที่มีกลุ่มลูกค้าหลากหลายกลุ่มเข้ามาแสดงความคิดเห็นในเพจ บางครั้งอาจปรากฏข้อความไม่สุภาพจากการตอบกลับของแอดมิน อาจเป็นความบกพร่องในหน้าที่โดยไม่ตั้งใจ ในแง่มุมหนึ่งก็แสดงให้เห็นวุฒิภาวะ ความสามารถ และความเป็นมืออาชีพของแอดมินเพจ

ในการรับมือกับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ แม้เป็นการตอบกลับที่ไม่สุภาพเพียงไม่กี่ข้อความ แต่ก็ถือเป็นความผิดพลาดยิ่งนักในทางธุรกิจ ซึ่งสามารถทำลายภาพลักษณ์ที่ดีของธนาคารได้

สำหรับทฤษฎีความสุภาพของบราวน์และเลวินสัน (Brown & Levinson, 1978, 1987) ผลการศึกษาครั้งนี้พบว่ามียกหลายกลยุทธ์ที่สอดคล้องกัน แต่บางกลยุทธ์ที่พบนั้นไม่ตรงตามกลยุทธ์ที่บราวน์และเลวินสันได้เสนอไว้ ทฤษฎีของบราวน์และเลวินสันสามารถนำมาใช้ในการศึกษาเรื่องความสุภาพในภาษาไทยในอนาคตได้ แต่ก็ควรจะตระหนักว่าไม่ควรพยายามจัดประเภทให้ตรงตามทฤษฎีโดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริงของข้อมูล และอาจมีทฤษฎีอื่นที่สามารถนำมาใช้ศึกษากลยุทธ์ความสุภาพที่จะทำให้สามารถจัดประเภทกลยุทธ์ความสุภาพได้เป็นระบบที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ควรศึกษากลยุทธ์ความสุภาพของแอดมินเพจ Facebook ของธนาคารเฉพาะกลุ่มธุรกิจ เช่น สินเชื่อ กองทุน ฯลฯ หรือศึกษากลยุทธ์ความสุภาพขององค์กรทางธุรกิจอื่น ๆ เช่น กลยุทธ์ความสุภาพของพนักงานในศูนย์บริการเครือข่ายโทรคมนาคม หรือในเครือข่ายสังคมออนไลน์อื่น เช่น ทวิตเตอร์ เป็นต้น และอาจพิจารณาร่วมกับปัจจัยทางสังคม เช่น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ดิษฐ์ ศรีนราวัฒน์. (2544). กลวิธีการสื่อสารด้วยการพูดอ้อมของคนไทย. *วารสารศิลปศาสตร์*, 1(2), 85-101.
- ทรงธรรม อินทจักร. (2549). *เอกสารประกอบการสอนวิชาวัฒนธรรมปฏิบัติศาสตร์*. ภาควิชาภาษาสาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปณินดา เลอเลิศยุติธรรม. (2549). *การศึกษาความสุภาพในการขอร้องและการปฏิเสธในการติดต่อธุรกิจทางจดหมายในภาษาไทยตามแนววจนปฏิบัติศาสตร์* [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุณวุฒิปบัณฑิต สาขาภาษาสาสตร์ คณะอักษรศาสตร์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- เยาวลักษณ์ กระแสสินธุ์. (2529). *กลวิธีการทำภาษาให้สุภาพในภาษาไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต สาขาภาษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วิไลวรรณ ขนิษฐนันท์. (2529). *ความสุภาพในภาษาไทยกรุงเทพฯ*. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวัตร ไทยแท้ และปณินดา เลอเลิศยุติธรรม. (2554). กลวิธีความสุภาพในการปฏิเสธการขอร้องของผู้โดยสารจากมุมมองวัจนปฏิบัติศาสตร์. *วารสารมนุษยศาสตร์*, 18(2), 141-156.
- สุจิตลักษณ์ ดีผดุง. (2549). *วัจนปฏิบัติศาสตร์เบื้องต้น*. สามลดา.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). *รายงานผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2560*. <https://techno.coj.go.th/th/content/category/detail/id/1874/cid/1876/id/15442>
- Brown, P., & Stephen, C. L. (1978). *Universals in Language Usage: Politeness Phenomena*. E. N. Goody (ed.). *Questions and Politeness: Strategies in Social Interaction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- _____. (1987). *Politeness: Some Universals in Language Usage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Gu, Y. (1990). Politeness phenomena in Modern Chinese. *Journal of Pragmatics*, 14(2), 237-257. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(90\)90082-O](https://doi.org/10.1016/0378-2166(90)90082-O)
- Lakoff, R. T. (1989). The Way We Are; or, the Real Actual Truth about Generative Semantics: A Memoir. *Journal of Pragmatics*, 13(6), 939-988. [https://doi.org/10.1016/0378-2166\(89\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0378-2166(89)90016-7)
- Leech, G. N. (1983). *Principles of Pragmatics*. Longman.

Yu, M. C. (2003). On the Universality of Face: Evidence from Chinese Compliment Response Behavior. *Journal of Pragmatics*, 35(10-11), 1679-1710. [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(03\)00074-2](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(03)00074-2)

Author

Miss Ponchanok Saenthaweek Seedabut
Thai Language for Communication Program,
Faculty of Humanities and Social Sciences,
Sisaket Rajabhat University
555/68 Moo 10, Phoe Sub-district, Muang Si Sa Ket District,
Si Sa Ket Province 33000
Email: ponchanok.sdb@gmail.com