น.ท.หญิง พรรณสิริ บรรยงค์

คำพูดสร้างผู้นำ : พลังแห่งการสื่อสารเชิงภาวะผู้นำ

คำพูดเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังที่สุดของผู้นำ เพราะไม่เพียงแต่เป็นการสื่อสารข้อมูล แต่ยังเป็นการถ่ายทอดวิสัยทัศน์ คุณค่า และความเชื่อที่ผู้นำต้องการให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือสังคมยึดถือ คำพูดสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ปลุกเร้าความกล้าหาญ และสร้างความไว้วางใจได้ หากใช้ด้วยความรับผิดชอบและมีคุณธรรม ทฤษฎีภาวะผู้นำหลายแขนง เช่นTransformational Leadership และ Ethical Leadership ต่างชี้ว่าคำพูดของผู้นำคือหัวใจสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจและความไว้วางใจในบริบททางทหาร คำพูดของผู้นำมีบทบาทสำคัญในการสั่งการและสร้างขวัญกำลังใจ ผู้นำทางทหารต้องใช้คำพูดที่ชัดเจน กระชับ และมีพลัง เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง งานวิจัยของอมรวัฒน์ มัจฉา (๒๕๖๓) พบว่าภาวะผู้นำทางทหารที่ใช้การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยลดความผิดพลาดและเพิ่มความสามัคคีในหน่วยงาน เหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น การแถลงข่าวของกองทัพไทยในสถานการณ์ชายแดนไทย - กัมพูชา แสดงให้เห็นว่าคำพูดที่หนักแน่นและมั่นคงของผู้บัญชาการทหารบกสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ทหารและประชาชนได้ในด้านคุณธรรมและจริยธรรม คำพูดที่โปร่งใสและยุติธรรมสะท้อนถึงความรับผิดชอบและความซื่อสัตย์ของผู้นำ งานวิจัยของรัชนีวรรณ สุวรรณชัยรบ (๒๕๖๖) ชี้ว่าผู้นำเชิงจริยธรรมที่ใช้คำพูดอย่างตรงไปตรงมาและมีความรับผิดชอบสามารถสร้างความไว้วางใจในองค์กรได้ ตัวอย่างเช่น Jacinda Ardern อดีตนายกรัฐมนตรีนิวซีแลนด์ ใช้คำพูดที่สะท้อนความเห็นใจและความโปร่งใสในการบริหารประเทศช่วงโควิด-19

สิทธิและอำนาจของผู้นำต้องมาพร้อมกับความรับผิดชอบ เพื่อให้การบังคับบัญชามีความชอบธรรม ตามทฤษฎีของ French & Raven (1959) อำนาจของผู้นำแบ่งออกเป็น ๕ ประเภท ได้แก่ อำนาจตามตำแหน่ง อำนาจเชิงบังคับ อำนาจเชิงรางวัล อำนาจเชิงผู้เชี่ยวชาญ

และอำนาจเชิงบารมี คำพูดของผู้นำจึงต้องสะท้อนถึงการใช้อำนาจอย่างมีเหตุผลและความรับผิดชอบ เหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น การปรับโครงสร้างสำนักงานตำรวจแห่งชาติในปี ๒๕๖๓ - ๒๕๖๕ เน้นการใช้อำนาจอย่างมีเหตุผลและความรับผิดชอบต่อประชาชน ตัวอย่างเช่น พล.ต.อ.ดำรงศักดิ์ กิตติประภัสร์ ใช้คำพูดและการสั่งการเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของประชาชน

การเข้าใจจิตวิทยาของผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นหัวใจของการบังคับบัญชาอย่างมีประสิทธิภาพ คำพูดที่แสดงความเห็นใจและการสื่อสารเชิงบวกช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความร่วมมือในทีม ตามทฤษฎี Emotional Intelligence ของ Goleman (1998) ผู้นำที่เข้าใจอารมณ์และเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสมสามารถสร้างความสัมพันธ์และแรงจูงใจได้ดีกว่า งานวิจัยของอุบลรัตน์ ณ บางช้าง (๒๕๖๗) พบว่าพฤติกรรมของผู้บังคับบัญชามีผลต่อขวัญกำลังใจและประสิทธิภาพการทำงาน การสื่อสารเป็นทักษะสำคัญที่ผู้นำต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในองค์กร คำพูดที่ชัดเจนและสร้างสรรค์ช่วยให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความเข้าใจตรงกันและสามารถทำงานได้ตามมาตรฐาน งานวิจัยของพัชรินทร์ ถาปันแก้ว (๒๕๖๖) ระบุว่าทักษะการสื่อสารของผู้บริหารมีผลต่อการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน ตัวอย่างเช่น Satya Nadella CEO Microsoft ใช้คำพูดเชิงบวกเพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและสร้างสรรค์

การพัฒนาผู้นำต้องมุ่งเน้นการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการสร้างวิสัยทัศน์เพื่อปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง คำพูดของผู้นำที่สะท้อนวิสัยทัศน์ชัดเจนช่วยให้ทีมมีเป้าหมายร่วมกัน ตามทฤษฎี Visionary Leadership ผู้นำต้องใช้คำพูดเพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์และสร้างแรงบันดาลใจ งานวิจัยของวสันต์ ศักดาศักดิ์ และคณะ (๒๕๖๒) เสนอแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำที่ยั่งยืน ตัวอย่างเช่น Elon Musk ใช้คำพูดและวิสัยทัศน์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมระดับโลก

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ของผู้นำในมิติอุบัติการณ์ทางสังคมและองค์กรเปรียบเสมือนกลไกการสร้างอัตลักษณ์และวัฒนธรรมผ่านกระบวนการวาทกรรม (Discursive Process) ซึ่งในทางรัฐประศาสนศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์องค์กรนั้น พลังของถ้อยคำไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการส่งผ่านนัยยะเชิงหน้าที่ (Functional Communication) แต่เป็นกระบวนการถักทอโครงสร้างความหมายร่วม (Social Construction of Reality) เพื่อสถาปนาความชอบธรรมและทิศทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจึงต้องประยุกต์ใช้สัมพันธภาพทางภาษาศาสตร์ที่สอดคล้องกับ ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพ (Transformational Leadership) โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นทางปัญญาและการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อยกระดับความคาดหวังและขีดความสามารถของผู้ตามให้ก้าวข้ามขอบเขตแห่งผลประโยชน์ส่วนตนไปสู่เป้าหมายระดับส่วนรวม

ในสภาวการณ์ที่มีความผันผวนสูง (VUCA World) การเลือกใช้ถ้อยคำของผู้นำต้องผ่านการกลั่นกรองภายใต้กรอบของ จริยธรรมการสื่อสาร (Communication Ethics) และความฉลาดทางอารมณ์ในระดับสูง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสภาวะวิกฤต กระบวนการนี้อาศัยกลวิธีทางวาทศิลป์ที่สามารถบูรณาการความโปร่งใส (Transparency) เข้ากับความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ซึ่งจากผลการวิจัยในวารสารวิชาการด้านการจัดการ (Journal of Management) พบว่าการสื่อสารที่เน้นการสร้างความหมาย (Sense-giving) จะช่วยลดความขัดแย้งเชิงโครงสร้างและเสริมสร้างพันธสัญญาต่อองค์กร (Organizational Commitment) ได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผู้นำยังต้องมีทักษะในการใช้เรื่องเล่าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Storytelling) เพื่อเปลี่ยนมโนทัศน์ที่ซับซ้อนให้กลายเป็นวิสัยทัศน์ที่จับต้องได้ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์และพฤติกรรมในระยะยาว

ท้ายที่สุด พลวัตของคำพูดผู้นำในบทความวิชาการสมัยใหม่ยังให้ความสำคัญกับอำนาจทางสัญลักษณ์ (Symbolic Power) ที่แทรกซึมอยู่ในทุกมิติของการปฏิสัมพันธ์ โดยผู้นำต้องตระหนักถึงผลกระทบทางจิตวิทยาของสารที่ส่งออกไป ว่ามีพลังในการสร้างหรือทำลายความไว้วางใจ (Trust) ภายในสถาบัน การสื่อสารที่มีประสิทธิผลจึงไม่ใช่เพียงเรื่องของเทคนิคการพูด แต่เป็นการสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ทางจริยธรรมและความสามารถในการบูรณาการความแตกต่างหลากหลายให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้กระบวนทัศน์ใหม่ของการนำองค์กรในศตวรรษที่ ๒๑

บทสรุป คำพูดของผู้นำคือพลังแห่งการสื่อสารที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความไว้วางใจ และความร่วมมือในองค์กรได้ หากใช้ด้วยความรับผิดชอบและคุณธรรม ผู้นำที่มีทักษะการสื่อสารที่ดีจะสามารถสร้างความชอบธรรมในการใช้อำนาจ สร้างขวัญกำลังใจ และนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน การสื่อสารเชิงภาวะผู้นำ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้ผู้นำสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความไว้วางใจ และความร่วมมือในองค์กร

ได้อย่างยั่งยืน บทความนี้สะท้อนให้เห็นว่าคำพูดของผู้นำไม่ใช่เพียงการถ่ายทอดข้อมูล แต่เป็นเครื่องมือในการสร้างวิสัยทัศน์ คุณค่า และความเชื่อที่มีผลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาและสังคมโดยรวม สรุปได้ ดังนี้

๑. การสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ

Transformational Leadership และ Visionary Leadership เน้นว่าคำพูดของผู้นำต้องสะท้อนวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ตัวอย่าง: Elon Musk ใช้คำพูดเพื่อสร้างแรงบันดาลใจด้านนวัตกรรม และ Jacinda Ardern ใช้คำพูดที่โปร่งใสและเห็นใจในการบริหารช่วงโควิด-19

๒. การสื่อสารเชิงจริยธรรม

Ethical Leadership ชี้ว่าคำพูดที่ตรงไปตรงมาและมีความรับผิดชอบช่วยสร้างความไว้วางใจงานวิจัยของรัชนีวรรณ สุวรรณชัยรบ (๒๕๖๖) ยืนยันว่าผู้นำที่ใช้คำพูดอย่างมีคุณธรรมสามารถสร้างความเชื่อมั่นในองค์กรได้

๓. การสื่อสารในบริบททางทหาร

คำพูดที่ชัดเจน กระชับ และมั่นคงช่วยลดความผิดพลาดและสร้างขวัญกำลังใจงานวิจัยของอมรวัฒน์ มัจฉา (๒๕๖๓) พบว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มความสามัคคีในหน่วยงาน

๔. การใช้อำนาจอย่างมีเหตุผล

ตามทฤษฎี French & Raven (1959) อำนาจของผู้นำมี ๕ ประเภท และคำพูดต้องสะท้อนการใช้อำนาจอย่างมีเหตุผลและความรับผิดชอบ ตัวอย่าง: การปรับโครงสร้างสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (๒๕๖๓ - ๒๕๖๕) เน้นการใช้อำนาจเพื่อความสงบเรียบร้อยของประชาชน

๕. การสื่อสารเชิงจิตวิทยาและอารมณ์

Emotional Intelligence (Goleman, 1998) ชี้ว่าผู้นำที่เข้าใจอารมณ์และเลือกใช้คำพูดที่เหมาะสมสามารถสร้างแรงจูงใจและความสัมพันธ์ที่ดีงานวิจัยของอุบลรัตน์ ณ บางช้าง และพัชรินทร์ ถาปันแก้ว (๒๕๖๖) ยืนยันว่าพฤติกรรมและทักษะการสื่อสารของผู้นำส่งผลต่อขวัญกำลังใจและประสิทธิภาพการทำงาน

๖. การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ผู้นำต้องเรียนรู้ตลอดชีวิตและใช้คำพูดเพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์ที่ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงงานวิจัยของวสันต์ ศักดาศักดิ์ และคณะ (๒๐๒๒) เสนอแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำที่ยั่งยืน

ผู้เขียนเสนอแนะและการประยุกต์ใช้ประโยชน์ในหลักสูตรนายทหารอากาศอาวุโส และกองทัพอากาศ

จากการศึกษาบทบาทของคำพูดในการเสริมสร้างภาวะผู้นำ ผู้เขียนเห็นว่าสามารถพัฒนาและต่อยอดแนวคิดดังกล่าวให้เกิดประโยชน์ในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติได้มากยิ่งขึ้น โดยมีข้อเสนอแนะและแนวทางการประยุกต์ใช้ ดังต่อไปนี้

๑. การเพิ่มกรณีศึกษาเชิงเปรียบเทียบ

ผู้เขียนเสนอแนะให้มีการนำกรณีศึกษาของผู้นำจากหลากหลายบริบท เช่น ภาคธุรกิจ การเมือง การศึกษา และการทหาร มาเปรียบเทียบลักษณะการใช้คำพูดและการสื่อสารในการนำองค์กร เพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพชัดเจนว่า

ทักษะการสื่อสารของผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญในทุกสาขา ไม่ได้จำกัดเฉพาะองค์กรรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ทั้งยังช่วยให้ผู้เรียนในหลักสูตรสามารถวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารของผู้นำในสถานการณ์ที่แตกต่างกันได้อย่างรอบด้าน

๒. การเชื่อมโยงกับทฤษฎีการสื่อสารสมัยใหม่

ผู้เขียนเสนอแนะให้มีการเชื่อมโยงแนวคิดภาวะผู้นำเข้ากับทฤษฎีการสื่อสารสมัยใหม่ เช่น แนวคิดเรื่องการกำหนดกรอบความคิด (Framing) หรือการสื่อสารผ่านการเล่าเรื่อง (Narrative) ซึ่งอธิบายว่าคำพูดของผู้นำสามารถกำหนดมุมมองและสร้างความหมายร่วมให้กับผู้ตามได้ การบูรณาการแนวคิดดังกล่าวจะช่วยเพิ่มมิติทางวิชาการและทำให้บทความมีความลุ่มลึกยิ่งขึ้น

๓. การเน้นบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัล

ผู้เขียนเสนอแนะให้กล่าวถึงบทบาทของเทคโนโลยีการสื่อสารในยุคปัจจุบัน เนื่องจากผู้นำไม่ได้สื่อสารเฉพาะการพูดต่อหน้าทีมงานเท่านั้น แต่ยังต้องใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ เช่น การประชุมออนไลน์ สื่อสังคมออนไลน์ หรือแพลตฟอร์มดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อสื่อสารวิสัยทัศน์และสร้างความเข้าใจร่วมกัน การกล่าวถึงประเด็นนี้จะช่วยให้เนื้อหามีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทของการทำงานในปัจจุบัน

๔. การเพิ่มมิติด้านวัฒนธรรมและบริบททางสังคม

ผู้เขียนเสนอแนะให้มีการอธิบายถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและบริบททางสังคมในการสื่อสารของผู้นำ เนื่องจากคำพูดที่ทรงพลังในสังคมหนึ่งอาจไม่เหมาะสมหรือไม่ได้ผลในอีกสังคมหนึ่ง ผู้นำจึงจำเป็นต้องปรับรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับวัฒนธรรม ค่านิยม และความคาดหวังของผู้ตาม เพื่อให้การสื่อสารเกิดประสิทธิผลสูงสุด

๕. การเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับผู้นำรุ่นใหม่

ผู้เขียนเสนอแนะให้เพิ่มแนวทางการพัฒนาทักษะการสื่อสารของผู้นำในเชิงปฏิบัติ เช่น การฝึกการฟังอย่างตั้งใจ (Active Listening) การใช้คำพูดเชิงบวก การพัฒนาทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสื่อสารด้วยความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ (Empathetic Communication) แนวทางดังกล่าวจะช่วยให้ผู้อ่านสามารถนำแนวคิดไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำของตนเองได้อย่างเป็นรูปธรรม

๖. การสรุปเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาผู้นำ

ผู้เขียนเสนอแนะให้มีการสรุปบทบาทของคำพูดของผู้นำในรูปแบบกรอบแนวคิด (Framework) เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการนำไปประยุกต์ใช้ โดยอาจพิจารณาแบ่งบทบาทสำคัญของการสื่อสารของผู้นำออกเป็น ๔ มิติ ได้แก่

- การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration)
- การสร้างความไว้วางใจ (Trust)
- การใช้อำนาจอย่างมีเหตุผลและความชอบธรรม (Legitimacy)
- การสร้างความร่วมมือ (Collaboration)

การจัดทำกรอบแนวคิดดังกล่าวจะช่วยให้เนื้อหามีโครงสร้างที่ชัดเจน และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผู้นำในองค์กรต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ

การประยุกต์ใช้ในหลักสูตรนายทหารอากาศอาวุโส และกองทัพอากาศ

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของคำพูดในการเสริมสร้างภาวะผู้นำสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาของหลักสูตร นอส. และการพัฒนากำลังพลของกองทัพอากาศได้ โดยเฉพาะในด้านการเสริมสร้างทักษะการสื่อสารเชิงภาวะผู้นำ การสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา การสื่อสารในสถานการณ์วิกฤต และการสร้างความเชื่อมั่นในองค์กร ทั้งนี้ การบูรณาการแนวคิดดังกล่าวเข้ากับการฝึกอบรมและการศึกษาทางทหาร จะช่วยพัฒนาผู้นำให้มีทั้งความรู้ ความสามารถ และทักษะการสื่อสารที่เหมาะสมกับบริบทของการปฏิบัติภารกิจของกองทัพอากาศในยุคปัจจุบัน

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ของผู้นำในมิติอุบัติการณ์ทางสังคมและองค์กรเปรียบเสมือนกลไกการสร้างอัตลักษณ์และวัฒนธรรมผ่านกระบวนการวาทกรรม (Discursive Process) ซึ่งในทางรัฐประศาสนศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์องค์กรนั้น พลังของถ้อยคำไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการส่งผ่านนัยยะเชิงหน้าที่ (Functional Communication) แต่เป็นกระบวนการถักทอโครงสร้างความหมายร่วม (Social Construction of Reality) เพื่อสถาปนาความชอบธรรมและทิศทางในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพจึงต้องประยุกต์ใช้สัมพันธภาพทางภาษาศาสตร์ที่สอดคล้องกับ ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพ (Transformational Leadership) โดยมุ่งเน้นการกระตุ้นทางปัญญาและการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อยกระดับความคาดหวังและขีดความสามารถของผู้ตามให้ก้าวข้ามขอบเขตแห่งผลประโยชน์ส่วนตนไปสู่เป้าหมายระดับส่วนรวม

ในสภาวการณ์ที่มีความผันผวนสูง (VUCA World) การเลือกใช้ถ้อยคำของผู้นำต้องผ่านการกลั่นกรองภายใต้กรอบของ จริยธรรมการสื่อสาร (Communication Ethics) และความฉลาดทางอารมณ์ในระดับสูง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในสภาวะวิกฤต กระบวนการนี้อาศัยกลวิธีทางวาทศิลป์ที่สามารถบูรณาการความโปร่งใส (Transparency) เข้ากับความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) ซึ่งจากผลการวิจัยในวารสารวิชาการด้านการจัดการ (Journal of Management) พบว่าการสื่อสารที่เน้นการสร้างความหมาย (Sense-giving) จะช่วยลดความขัดแย้งเชิงโครงสร้างและเสริมสร้างพันธสัญญาต่อองค์กร (Organizational Commitment) ได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผู้นำยังต้องมีทักษะในการใช้เรื่องเล่าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Storytelling) เพื่อเปลี่ยนมโนทัศน์ที่ซับซ้อนให้กลายเป็นวิสัยทัศน์ที่จับต้องได้ ซึ่งจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์และพฤติกรรมในระยะยาว

ท้ายที่สุด พลวัตของคำพูดผู้นำในบทความวิชาการสมัยใหม่ยังให้ความสำคัญกับอำนาจทางสัญลักษณ์ (Symbolic Power) ที่แทรกซึมอยู่ในทุกมิติของการปฏิสัมพันธ์ โดยผู้นำต้องตระหนักถึงผลกระทบทางจิตวิทยาของสารที่ส่งออกไป ว่ามีพลังในการสร้างหรือทำลายความไว้วางใจ (Trust) ภายในสถาบัน การสื่อสารที่มีประสิทธิผลจึงไม่ใช่เพียงเรื่องของเทคนิคการพูด แต่เป็นการสะท้อนถึงวิสัยทัศน์ทางจริยธรรมและความสามารถในการบูรณาการความแตกต่างหลากหลายให้เป็นหนึ่งเดียว เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนภายใต้กระบวนทัศน์ใหม่ของการนำองค์กรในศตวรรษที่ ๒๑

บรรณานุกรม (Bibliography / References)

ภาษาไทย

- จิรประภา อัครบวร. (๒๕๖๐). *ภาวะผู้นำกับการสื่อสารเพื่อสร้างแรงบันดาลใจในการทำงาน*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (NIDA).
- ณัฐวุฒิ พงศ์สิริ. (๒๕๖๓). *การสื่อสารภาวะผู้นำในยุควิกฤตและความปกติใหม่*. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, ๑๓(๒), ๔๕-๖๒.
- วิโรจน์ สารรัตนะ. (๒๕๕๖). *ภาวะผู้นำ: ทฤษฎีและร่วมสมัย*. กรุงเทพฯ: ทิพยวิสุทธิ์.
- สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ. (๒๕๕๘). *พฤติกรรมองค์การ: ทฤษฎีและการประยุกต์*. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.