

การค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์
เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสู่อาเซียน

The Searching of Common Denominator of Cultures and
Elements of Commercial Television Dramas for Development
of Thai Cultural Entertainment to ASEAN.

โดย
กาญจนา โชคเหริญสุขชัย

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (รศ.ดร) “การค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบละคร
โทรทัศน์เชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสู่อาเซียน”

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนและ
คันทองคัพประกอบละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ดำเนินการวิจัยตามกระบวนการสร้าง
ทฤษฎีจากข้อมูล ด้วยวิธีการวิจัยผสมวิธีทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสังเคราะห์งานวิจัย การ
วิเคราะห์เนื้อหา และการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม วัตถุประสงค์การวิจัยประกอบด้วย
๑). เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และชุดมโนทัศน์
แนวคิดเกี่ยวกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับ
ความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน ๒). เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ
กลุ่มประเทศอาเซียน และ ๓). เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรม
ที่จำเป็นต้องปรากฏและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของ
แต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ๖ ลักษณะดังนี้ ๑). งานวิจัยที่ศึกษา
ภายใต้แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1997) Schwartz (1994) Confucian
Dynamism (1987) Trompenaars and Hampden-Turner (1998) และ Kluckhohn and
Strodtbeck (1961) จำนวน ๕๐ เรื่อง ๒). รายการ ‘เจาะลึกอาเซียน’ จำนวน ๖๕ เรื่อง ๓). รายการ
สารคดี ชุด ‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน’ จำนวน ๑๓ ตอน ๔). รายการบันเทิงชุด
‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ จำนวน ๖ ตอน ๕). งานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ศึกษากับกลุ่มประเทศกัมพูชา
ลาว เมียนมา เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย และประเทศในแอฟริกา จำนวน ๔ เรื่อง และ ๖).
กลุ่มคนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศอาเซียน จำนวน ๔,๑๑๐ คน

เครื่องมือวิจัยหลัก คือ แบบสำรวจได้ทำการแปลเป็นภาษาของแต่ละประเทศ มีค่าความ
เชื่อมั่นสูงกว่า ๐.๘๕๓ ทำการวิเคราะห์ผลด้วยสถิติพรรณนา ทำการค้นหาและยืนยันการมีมิติร่วม
ด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ทำการจัดกลุ่มประเทศที่มีพฤติกรรมคล้ายคลึงด้วยสถิติ
การวิเคราะห์กลุ่มและการวิเคราะห์จำแนก

ผลการวิจัยแบ่งเป็น ๓ ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ ๑. สมมติฐานชั่วคราว พบว่า ประเทศอาเซียนจัดแบ่งได้เป็น ๓ กลุ่ม ส่วนชุดมโนทัศน์
ของพล็อตประกอบด้วย ๖ พล็อต คือ ศาสนา ฝึ วิถีรุ่น ชีวิตในสังคม แนววิทยาศาสตร์และความ
ขัดแย้ง และชุดมโนทัศน์ของเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วย ๑๐ เรื่อง คือ ความเชื่อแบบไทย
สิ่งทอและเครื่องประดับของไทย พิธีพื้นบ้านของไทย การทำอาหารไทย การแสดงแบบไทย การ
พยากรณ์ของไทย คติชาวบ้านของไทย การศึกษาไทย การแต่งงานไทย และเรื่องการบำบัดโรคแบบ
ไทย ผลการยืนยันสมมติฐานพบว่า กลุ่มประเทศอาเซียนสามารถจัดได้เป็น ๓ มิติ เช่นเดียวกันกับ
สมมติฐานชั่วคราวแต่มีลักษณะและคำอธิบายแตกต่างกัน ส่วนพล็อตละครโทรทัศน์ พบว่า พล็อต
วิถีรุ่นเป็นที่นิยมมากที่สุด เนื้อหาที่เกี่ยวกับการศึกษาเป็นความต้องการมากที่สุด ส่วนองค์ประกอบเชิง
พาณิชย์ที่ต้องการมากที่สุด คือ มีนักแสดงหน้าตาดี

๒. ทฤษฎีฐานรากมิตีร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ประกอบด้วย ๓ มิตี โดยแต่ละมิตีมีข้อเท็จจริงที่แสดงคุณลักษณะดังนี้

มิตีที่ ๑ : พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (เชิงรุก/เชิงรับ)

มิตีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรุก คือ ประชาชนมีลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจ เพื่อสนับสนุนหรือเสริมข้อมูลเดิมที่ตนเองมีอยู่แล้ว เป็นข้อมูลจากทั้งในและต่างประเทศ มีการเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายแหล่งข่าวทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ สามารถเปิดรับข่าวสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ มีการเปิดรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นิยมข่าวสารที่เข้าใจง่ายและอ่านเรื่องที่ชอบหลายครั้ง ส่วนมิตีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรับ คือ ประชาชนมีลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่ได้รับการกำหนดหรือคัดเลือกมาแล้วจากผู้อื่น ไม่นิยมทำการค้นหาข่าวสารเพิ่มเติม มีความพึงพอใจและเพียงพอต่อปริมาณและคุณภาพของข่าวสารที่ได้รับ มีการเปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อดั้งเดิมเป็นหลัก นิยมข่าวสารภาษาถิ่นมากกว่าภาษาต่างประเทศ

มิตีที่ ๒ : การเปิดรับเนื้อหา (หลากหลาย/กรอบกำหนด)

มิตีการเปิดรับเนื้อหาที่หลากหลาย คือ ประชาชนมีลักษณะให้ความสนใจข่าวสารหรือเรื่องราวที่หลากหลาย แปลกใหม่ ดูทันสมัย แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง เป็นไปตามความต้องการของตนเองเป็นสำคัญ ส่วนมิตีการเปิดรับเนื้อหาที่มีกรอบกำหนด คือ ประชาชนทั่วไปมีการเปิดรับข่าวสารเป็นไปตามธรรมชาติ เนื้อหาสร้างความสงบ ประดองของสังคม (ไม่ชอบความขัดแย้ง) หรือเรื่องราวที่มีความคล้ายคลึงหรือสอดคล้องไปกับวัฒนธรรมของตนเอง การเปิดรับสารคำนึงถึงกรอบของกฎหมาย หรือขนบธรรมเนียมของสังคมโดยรวม

มิตีที่ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (เปิดใจ/ยึดมั่นดั้งเดิม)

มิตีการเปิดใจรับวัฒนธรรมความแตกต่างทางวัฒนธรรม คือ ประชาชนทั่วไปมีการยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างกับของตนเอง มีความเห็นว่าการรับวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นการรับนวัตกรรมอย่างหนึ่ง มีความพร้อมในการรับและเปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ ส่วนมิตีความยึดมั่นในวัฒนธรรมดั้งเดิม คือ ประชาชนมีลักษณะยังไม่เปิดรับวัฒนธรรมจากต่างถิ่น คนทั่วไปมีความมั่นคงกับวัฒนธรรมของตนเอง และมีแนวคิดว่าการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเป็นการทำลายวัฒนธรรมของตนเอง

๓. ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าประเทศที่อยู่ในมิตีร่วมกันต่างมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การเปิดรับพล็อต และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ที่คล้ายกัน ดังนั้นละครโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศหนึ่ง ย่อมเป็นที่ต้องการของประเทศสมาชิกอื่นในมิตีร่วมเดียวกัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ละครโทรทัศน์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยก็คาดว่าจะเป็นที่ต้องการของประชาชนในประเทศที่อยู่ในมิตีเดียวกันกับประเทศไทย เช่นกัน

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังได้ค้นพบ ‘นวัตกรรมของรูปแบบการวิจัยผสมวิธี’ ซึ่งมีความแตกต่างจากต้นแบบโดยในการวิจัยครั้งนี้เรียกว่า ‘วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัย’ (‘transformative result mixed methods’)

Kanchana Chokriensukchai (Assoc. Prof. PhD) 'Searching of Common Denominators of Cultures and Elements in Commercial Television Dramas for the Development of Thai Cultural Entertainment for ASEAN.' Total number of 514 pages.

Abstract

This research established a grounded theory of 'ASEAN Common Denominator Cultures' and elements of commercial television dramas intended for ASEAN. Research was carried out based on grounded theory approach with mixed methods research. Research data collection included research synthesis, content analysis, and questionnaire surveys. The objectives of the research were 1). to construct a tentative hypothesis of the cultural dimensions of ASEAN countries, including the concept of plots and cultural content needed to appear in television dramas, in line with the needs of the ASEAN people. 2). to develop grounded theory for the cultural dimension of ASEAN countries. 3) to provide information for determining TV drama plots, the necessary cultural content and commercial elements of the television dramas which meet the needs of each ASEAN country.

The research population and samples used in this study were 1) the fifty research based on the conceptual frameworks of cultural dimension theory of Hofstede (1997), Schwartz (1994), Confucian Dynamism (1987), Trompenaars and Hampden-Turner (1998), and Kluckhohn and Strodtbeck (1961). 2) the sixty five radio items of 'ASEAN Insights'. 3). the Thirteen TV episode of 'Beyond ASEAN: Towards Future ASEAN'. 4). Six TV episodes of the entertainment series 'Know the ASEAN through the entertainment world'. 5). the four research studies in Cambodia, Lao, Vietnam, Malaysia and Indonesia and the two African countries and 6). 4,110 ASEAN people who watched television dramas in their countries. The main research tool was a questionnaire which translated into the language of each country and the reliability of which was higher than 0.853. Descriptive statistics were used to analyze the data results, finding, and confirming a dimension that is compatible with the confirmatory factor. The analysis grouped countries that behaved similarly by cluster analysis and discriminant analysis. The research results were divided into three parts.

Part 1. Analysis and synthesis of the results of the researches into radio and TV shows made the tentative hypothesis that ASEAN countries can be grouped into three groups. The concept of expected plots to be popular in ASEAN were including, religion, ghosts, teenagers, life in modern society and conflict. Meanwhile, the concept of expected Thai cultural TV contents to be popular in ASEAN which to include in Thai TV Drama for ASEAN were Thai beliefs, Thai weaving, Thai decorative art, Thai ethno-botany, Thai cooking/food, Thai show, Thai astrology, Thai folklore, Thai education, Thai wedding and Thai medicine/therapy. The results confirm the tentative hypothesis. ASEAN countries can be grouped in the same way as the tentative hypothesis but there are different styles and descriptions of dimensions different from tentative hypothesis. Exposure to plots and the need for cultural content in TV dramas. Could be divided into three groups, which corresponded to the tentative hypothesis. The television plots revealed that the teenage plots were the most popular. The

TV drama content about Thai education was the most desirable cultural content and the most desired commercial element was actor's attractiveness.

Part 2. The grounded theory of cultural dimension of ASEAN countries consisted of three dimensions with two opposite sub-divisions. These were facts about the features of member countries as follows:

Dimension 1: Behavior of Information Exposure (Active / Passive)

The dimension of active exposure behavior is how people expose themselves to the information they are interested in. This is to support or supplement the existing data that already exists from both domestic and international sources. Exposure to news from a variety of sources, both traditional media and new media, can include foreign-language news, exposure to advertising, prefer news that is easy to understand. The situation where passive exposure is preferred is where people have the characteristics of information exposure in a way that have been defined or selected by others. Not finding more news occurs when viewers are Satisfied with the quantity and quality of the news that affects them. To get information through traditional media, the message should USE a dialect rather than a foreign language.

Dimension 2: Content Exposure (Variety / Predominance)

Dimension of variety content exposure is the type of people who are interested in news or stories that are novel or different from their own culture. To meet their own needs rather than to be exposed to the framework of social customs as a whole. People are exposed to predominance content exposure dimension. Naturally (Do not like the science) content creates peace, harmony of society (no conflict), or a unique story that is similar or consistent with one's own culture. Exposure takes into account the legal framework or social customs as a whole.

Dimension 3: Cultural exposure (Diversity / Adherence)

The cultural diversity dimension concerns where the general public is open to accept different cultures alongside their own. It is understandable that receiving a variety of cultures is an innovation. It is possible to receive and change accordingly to their favorite culture. The adherence to traditional culture concerns where people are not open to foreign cultures. People there are very set with their own culture, and believe that the arrival of foreign culture would destroy their national culture.

Part 3. The results indicate that countries sharing the same dimensions have exposure behaviors, plot exposure and cultural content needs, in similar TV dramas. So successful television series in one country would MEET the needs of other member countries in that common dimension. In other words, the successful TV dramas in Thailand are expected to MATCH Thai cultural dimensions.

In addition, the results of the study had found the innovative of mixed methods research which differed from the prototype. In this research called 'transformative result mixed methods'.

บทนำ

งานวิจัยเรื่อง ‘การค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสู่อาเซียน’ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก (grounded theory) สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเนื้อหาละครโทรทัศน์เพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาทั้งสิ้น ๗ ปี โดยผลการค้นพบแต่ละช่วงได้ทำการตีพิมพ์เผยแพร่ในรูปของบทความวิจัยระดับชาติ นานาชาติ ได้ทำการแลกเปลี่ยนแนวคิดที่ค้นพบในเวทีสัมมนาวิชาการระดับชาติและนานาชาติ รวมทั้งได้รวบรวมสิ่งที่ค้นพบนำเสนอในรูปของหนังสือ ตำราสำหรับการเรียนการสอนนิสิตและวิชาทฤษฎีทางการสื่อสารมวลชน ด้วยเช่นกัน

สำหรับงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยเริ่มศึกษาครั้งแรกในปี พ.ศ.๒๕๕๔ ด้วยทุนสนับสนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย โดยใช้กลุ่มตัวแปร ‘วัฒนธรรมสากล (Cultural Universals) ของนักมานุษยวิทยาชื่อ George Murdock (๑๙๔๕) มาเป็นกรอบในการศึกษาโดยทำการบูรณาการกับการท่องเที่ยวด้วยเหตุผลสำคัญที่ว่า วัฒนธรรมคือสินค้าทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้หลายแสนล้านบาท อีกทั้งการท่องเที่ยวไทยยังเป็นสิ่งที่คนต่างชาติสามารถระลึกรู้ถึงภาพของประเทศไทยได้ง่ายกว่าเรื่องอื่นๆ ต่อมาในปี ๒๕๕๖ ผู้วิจัยได้นำกลุ่มตัวแปรวัฒนธรรมสากลที่ค้นพบไปศึกษาขยายผลในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประกอบด้วยประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม และในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ ได้นำข้อค้นพบจากกลุ่มประเทศ CLMV ไปศึกษาเพิ่มเติมรวมทั้งทำการทดสอบเพื่อสร้างความชัดเจนเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากรที่หลากหลาย โดยเลือกศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท เนื่องจากมีลักษณะพื้นฐานของประเทศที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย ในปี ๒๕๕๘ ได้ศึกษาเพิ่มเติมกับกลุ่มตัวอย่างในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียเพื่อรวบรวมข้อมูลให้มากขึ้น

ผลการวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง ทำให้ผู้วิจัยเห็นรูปแบบ (pattern) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ ซึ่งผลการค้นพบได้จุดประกายให้ผู้วิจัยต้องการพิสูจน์ทดสอบและสร้างองค์ความรู้ในรูปของแนวคิดทฤษฎีที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในวงกว้าง รวมทั้งต้องการนำแนวคิดที่ค้นพบไปพัฒนางานทางด้านสื่อสารมวลชนโดยใช้เป็นเครื่องมือสร้างโอกาสทางการลงทุนในกลุ่มประเทศอาเซียน งานวิจัยเรื่องนี้ถือเป็นบทสรุปของการศึกษาวิจัยในกลุ่มประเทศอาเซียนที่ใช้เวลาศึกษายาวนาน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า แนวคิดทฤษฎีฐานราก ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน’ (Common Denominator of ASEAN Cultures) ที่ค้นพบจากงานวิจัยนี้ จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์และได้รับการพัฒนาเป็นทฤษฎีแม่บท (grand theory) ในอนาคต รวมทั้งแนวทางการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสำหรับกลุ่มประเทศอาเซียนที่ได้จากการวิจัยนี้ จะเป็นแนวทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในอาเซียนและนำมาซึ่งโอกาสทางการลงทุนให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้อย่างแท้จริง

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย

๒๕๖๐

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาในหลากหลายมิติทำให้ต้องเก็บรวบรวมข้อมูลในหลากหลายรูปแบบ รวมถึงเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชาชนใน ๑๐ ประเทศอาเซียน ซึ่งการศึกษาครั้งนี้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้หากปราศจากความช่วยเหลือจากหลายภาคส่วนซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารมหาวิทยาลัยในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์และมาเลเซีย รวมทั้งนักวิชาการ นักวิชาชีพด้านสื่อสารมวลชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ศิษย์ปัจจุบัน ศิษย์เก่าคณะนิเทศศาสตร์และวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย นักศึกษาชาวเวียดนามและกัมพูชาจากมหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย นักศึกษาแลกเปลี่ยนชาวบรูไน วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี รวมทั้งนักศึกษามหาวิทยาลัยภูมิทรพณมเปญ ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บแบบสำรวจและอนุเคราะห์ทำการยืนยันผลการค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในน้ำใจที่ได้รับและขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ช่วยเหลือในครั้งนี้

งานวิจัยนี้ได้รับเงินทุนสนับสนุนประเภท ‘ประชาคมอาเซียนกับงานวัฒนธรรม’ ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๐ จากกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนบุคลากรซึ่งเป็นอาจารย์อาวุโสและเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมประกอบด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พลับพลึง คงชนะ อาจารย์ ดร.ชูพนิจ เกษมณี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลิต ชัยครรชิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น เพื่อเป็นอาจารย์ที่ปรึกษารวมทั้งตรวจประเมินผลการวิจัยครั้งนี้ให้ความถูกต้องมากยิ่งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ มา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับความเอื้อเฟื้อที่ติดตั้งเต๊นท์ยังเป็นนักศึกษาปริญญาเอก จาก Professor Glen Lewis (PhD) (เกษียณและพำนักในประเทศไทย) จาก Media & Communications, University of Canberra, Australia ในการพัฒนาบทความวิจัยสำหรับวารสารนานาชาติ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้รับแนวคิดอันเฉียบคมจากรองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข และรองศาสตราจารย์มาลี บุญศิริพันธ์ อดีตคณบดีคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทั้ง ๒ ท่านกรุณาช่วยในการกำหนดกรอบแนวคิดให้ชัดเจนและน่าสนใจยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลผลิตอันเกิดจากงานวิจัยครั้งนี้ จะสามารถสร้างคุณประโยชน์ต่อวงวิชาการและวิชาชีพสื่อสารมวลชนทั้งปัจจุบันและในอนาคต ส่วนข้อผิดพลาดด้วยประการทั้งปวง ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย

๒๕๖๐

สารบัญ

	บทคัดย่อภาษาไทย	ก
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
	คำนำและกิตติกรรมประกาศ	ค
	สารบัญ	ง
	สารบัญตาราง	จ
	สารบัญแผนภูมิและแบบจำลอง	ฉ
บทที่		หน้า
๑	ความสำคัญและที่มาของปัญหา	๑
	วัตถุประสงค์	๖
	คำถามนำการวิจัย	๗
	นิยามศัพท์	๗
	ขอบเขตการวิจัย	๘
	ประโยชน์ที่ได้รับ	๙
๒	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๑
	ตอนที่ ๑.แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication)	๑๑
	๑.๑ ความหมายและลักษณะ	๑๑
	๑.๒ องค์ประกอบของการสื่อสาร	๑๑
	๑.๓ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	๑๓
	๑.๔ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม	๑๓
	๑.๔.๑ ประเภทของวัฒนธรรม	๑๕
	๑.๔.๒ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม	๑๖
	๑.๔.๓ วัฒนธรรมย่อย	๑๖
	๑.๕ ค่านิยมในสังคมไทย	๑๘
	๑.๖ ประเพณีไทย	๑๙
	๑.๖.๑ ประเภทของประเพณี	๑๙
	๑.๖.๒ ลักษณะของประเพณี	๒๐
	๑.๗ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม	๒๐
	๑.๘ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไทย	๒๐
	ตอนที่ ๒. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสากล	๒๕
	๒.๑ ความหมายและลักษณะ	๒๑
	๒.๒ กลุ่มของวัฒนธรรมสากล	๒๑
	๒.๓ วัฒนธรรมสากลของโลก	๒๓
	๒.๔ แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมไทยสากล	๒๙
	ตอนที่ ๓ แนวคิดเกี่ยวกับมิติร่วมทางวัฒนธรรม	๓๐

บทที่		หน้า
	๓.๑ ความหมายและลักษณะ	๓๐
	๓.๒ กลุ่มแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรม	๓๐
	๓.๒.๑ ทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Hofstede	๓๑
	๓.๒.๒ มิติร่วมทางวัฒนธรรมพลวัตของขงจื้อ (confucian dynamism)	๓๓
	๓.๒.๓ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Schwartz	๓๕
	๓.๒.๔ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Trompenaars and Hampden-Turner	๓๖
	๓.๒.๕ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hall (Edward Hall's theory)	๓๘
	๓.๒.๖ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Kluckhohn and Strodtbeck	๓๙
	๓.๓ ลักษณะโดยรวมของมิติร่วมทางวัฒนธรรม	๔๐
	๓.๔ ความสัมพันธ์ของมิติร่วมทางวัฒนธรรมกับองค์ประกอบทางสังคม	๔๑
	ตอนที่ ๔ แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีฐานราก (grounded theory)	๕๓
	๔.๑ ความหมายและลักษณะ	๕๓
	๔.๒ ความเป็นมาของกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล	๕๓
	๔.๒.๑ ลักษณะสำคัญของกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล	๕๔
	๔.๒.๒ ตรรกะในการดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล	๕๕
	๔.๓ แนวคิดกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล	๕๖
	๔.๓.๑ วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล	๕๖
	๔.๓.๒ การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในการวิจัยสื่อสารมวลชน	๕๘
	ตอนที่ ๕ แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยผสมวิธีการ (mixed methods research)	๕๙
	๕.๑ กระบวนทัศน์พื้นฐาน	๕๙
	๕.๒ ลักษณะของการวิจัยผสมวิธีการ	๕๐
	๕.๓ มุมมองเกี่ยวกับวิธีการวิจัยผสมวิธีการ	๕๑
	๕.๓.๑ ความแตกต่างของวิธีการวิจัยทั้ง ๓ วิธีการ	๕๒
	๕.๓.๒ การวิจัยการวิจัยผสมวิธีการ	๕๕
	๕.๓.๓ สัญลักษณ์ของวิธีการวิจัยผสมวิธีการ	๕๖
	๕.๓.๔ รูปแบบการวิจัยผสมวิธีการ	๕๗
	๕.๔ รูปแบบการดำเนินการวิจัย	๕๙
	๕.๔.๑ การสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis)	๕๙
	๕.๔.๒ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)	๖๒
	๕.๔.๓ วิธีการสำรวจ (Survey Method)	๖๓
	๕.๔.๔ สถิติที่ใช้ในการวิจัย	๘๐
	ตอนที่ ๖ แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์	๘๕
	๖.๑ ความหมาย	๘๕
	๖.๒ องค์ประกอบละครโทรทัศน์	๘๖
	๖.๓ โครงเรื่อง	๘๗
	๖.๔ ประเภทของละครโทรทัศน์	๘๘

บทที่		หน้า
	๖.๕ พล็อต (plots) ละครโทรทัศน์	๘๙
	๖.๕.๑ การค้นหาพล็อตละครโทรทัศน์	๙๓
	๖.๕.๒ รูปแบบการการนำเสนอละครโทรทัศน์	๙๔
	ตอนที่ ๗ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การเลือกเปิดรับสาร	๙๕
	๗.๑ ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร	๙๕
	๗.๒ การเปิดรับละครโทรทัศน์	๙๕
	๗.๓ องค์ประกอบทางด้านประชากร	๙๖
	๗.๔ ทฤษฎีการเลือกและการเปิดรับสารผ่านละครโทรทัศน์	๙๗
	ตอนที่ ๘ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	๙๘
	๘.๑ ความหมายของทัศนคติ	๙๘
	๘.๒ องค์ประกอบของทัศนคติ	๙๙
	๘.๓ ลักษณะของทัศนคติ	๑๐๐
	๘.๔ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ	๑๐๑
	ตอนที่ ๙ กรอบแนวคิดของการวิจัย	๑๐๒
	ตอนที่ ๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๐๒
	๑. งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยสากล ประกอบด้วย ๔ เรื่อง คือ	๑๐๓
	๑). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๕) การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	๑๐๓
	๒). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๗) พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน	๑๐๓
	๓). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๘) พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้ และราชอาณาจักรเลโซโท รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	๑๐๕
	๔). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๙) พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวมาเลเซีย และอินโดนีเซีย รายงานการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	๑๐๖
	๒. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การเปิดรับ การรับรู้ การตีความ ประกอบด้วย ๒ เรื่องคือ	๑๐๖
	๒. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม การเปิดรับ การรับรู้ การตีความ	๑๐๖
	๓. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเทศอาเซียน	๑๐๗
๓	ระเบียบวิธีวิจัย	๑๑๐
	ขั้นตอนการดำเนินงาน	๑๑๒
	รูปแบบการวิจัย	๑๑๑
	แผนการดำเนินงาน	๑๑๒

บทที่		หน้า
	ตอนที่ ๑. เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และแนวคิดเกี่ยวกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๑๒
	วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ (objectives)	๑๑๒
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ (outcomes)	๑๑๒
	ตอนที่ ๒. เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (developed grounded theory)	๑๑๓
	วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ (objectives)	๑๑๓
	วิธีการดำเนินการวิจัย (methodologies)	๑๑๓
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ (outcomes)	๑๑๓
	ตอนที่ ๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏและองค์ประกอบเชิงพาณิขย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (grounded theory to practice)	๑๑๓
	วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ (objectives)	๑๑๔
	วิธีการดำเนินการวิจัย (methodologies)	๑๑๔
	ผลที่คาดว่าจะได้รับ (outcomes)	๑๑๔
๔	ชุดมโนทัศน์ (concepts) มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๑๖
	ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๑๖
	๑. กลุ่มแนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรม	๑๑๗
	๒. ลักษณะเฉพาะของแต่ละแนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรม	๑๑๘
	๓. ลักษณะร่วมของแต่ละมิตรร่วมทางวัฒนธรรม	๑๒๕
	ตอนที่ ๒. การสังเคราะห์งานวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๒๗
	๑. ขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๕๓
	ตอนที่ ๓. การค้นหาโนทัศน์มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๓๙
	๑. กลุ่มประเทศอาเซียนตามแนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรม	๑๓๙
	๑.๑ ประเทศอาเซียนภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรม	๑๔๕
	๑.๒ มิติทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๕๑
	๑.๓ มิตรร่วมทางวัฒนธรรมและคำอธิบาย	๑๕๑
	๒. ชุดมโนทัศน์มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๕๔
	๒.๑ ประเทศและองค์ประกอบมิตรร่วมทางวัฒนธรรม	๑๕๔
	๒.๒ สมมติฐานชั่วคราวสำหรับกลุ่มมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๕๕

บทที่		หน้า
๕	ชุดมโนทัศน์ (concepts) พล็อต (plots) และเนื้อหา (contents) ละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๕๖
	ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๑๖
	ตอนที่ ๒ การสังเคราะห์กลุ่มงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๙๒
	ตอนที่ ๓ ชุดมโนทัศน์พล็อตละครโทรทัศน์ เนื้อหาทางวัฒนธรรม และเนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๒๑๘
	๒.เนื้อหาทางวัฒนธรรม (contents) สำหรับละครโทรทัศน์	๒๑๙
	๓. เนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๒๒๑
	๔. ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการสำรวจความคิดเห็น	๒๒๒
	ข้อเสนอแนะที่ ๒. กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมอาหารไทยมากที่สุด	๒๒๒
	ข้อเสนอแนะที่ ๓ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์	๒๒๒
	ข้อเสนอแนะที่ ๔ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์	๒๒๒
	ข้อเสนอแนะที่ ๕ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์	๒๒๒
	๔. ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการสำรวจความคิดเห็น	๒๒๔
๖	พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ ความต้องการพล็อต (plots) และเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน	๒๒๔
	ขั้นตอนการดำเนินงาน	๒๒๕
	ผลการวิเคราะห์	๒๓๑
	๑. เครื่องมือการวิจัย	๒๒๑
	๒.การหาคุณภาพของเครื่องมือก่อนการใช้จริง	๒๒๖
	๓.การลดอุปสรรคทางภาษา (semantic noise)	๒๒๖
	๔. ความเชื่อมั่น (reliability)	๒๒๗
	๕.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๒๒๗
	การวัดตัวแปร	๒๓๐
	ผลการวิเคราะห์	๒๓๑
	ตอนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์	๒๓๑
	ตอนที่ ๒ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์	๒๕๑
	ตอนที่ ๓ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรม	๒๗๕
	ตอนที่ ๔ ความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์	๓๑๙
	ตอนที่ ๕ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์	๓๓๔

บทที่		หน้า
	ตอนที่ ๖ คำถามปลายเปิด	๓๓๖
๗	การทดสอบสมมติฐานชั่วคราวและการจัดมิติทางวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๔๑
	ตอนที่ ๑ การค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๔๑
	ตอนที่ ๒ ความสอดคล้องและความแตกต่างของผลการค้นพบกับสมมติฐานชั่วคราวมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๑
	ส่วนที่ ๑. การพิจารณาความสอดคล้อง	๔๑๒
	ส่วนที่ ๒ การพิจารณาความแตกต่าง	๔๑๒
	ส่วนที่ ๓ การปรับสมมติฐานชั่วคราวเพื่อเป็นแนวในการจัดมิติร่วมทางวัฒนธรรม	๔๑๒
๘	ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๓
	ตอนที่ ๑ รูปแบบพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๓
	๑.๑. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์	๔๑๔
	๑.๒. การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์	๔๑๗
	๑.๓ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย	๔๒๐
	๑.๔ ความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์	๔๒๕
	ตอนที่ ๒ การสังเคราะห์เพื่อหาข้อเท็จจริงของพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน	๔๒๗
	๒.๑ การวิเคราะห์เพื่อการหารูปแบบในภาพรวมของพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน	๔๒๗
	๒.๒ ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๙
	มิติที่ ๑: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Behavior of Information Exposure)	๔๒๙
	มิติที่ ๒ : การเปิดรับเนื้อหา (Content Exposure)	๔๓๐
	มิติที่ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (cultural exposure)	๔๓๐
	แบบจำลองมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๓๑
๙	แนวทางสำหรับการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๓๒
	ตอนที่ ๑ การตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลการวิจัยด้วยวิธีการหาความสอดคล้องของข้อสรุป	๔๓๒
	ตอนที่ ๒. แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียน	๔๔๒
	๑. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์	๔๔๗
	๒. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๔๘

บทที่		หน้า
	ตอนที่ ๓. แนวทางการใช้ประโยชน์แนวคิดทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๕๘
	ตอนที่ ๓. แนวทางการใช้ประโยชน์แนวคิดทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๕๘
	ตอนที่ ๔. วัฒนธรรมไทยในเนื้อหาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศอาเซียน	๔๖๔
	ตอนที่ ๕ แนวทางการใช้ประโยชน์จากผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	๔๖๕
๑๐	สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	๔๖๘
	สรุปผลการวิจัย	๔๖๘
	การอภิปรายผลวิจัย	๔๘๔
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	๔๙๔
	บรรณานุกรม	๔๙๕-๕๑๔
	ภาคผนวก ๑	
	แบบสอบถาม	
	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	
	ภาคผนวก ๒	
	จดหมายจากราชบัณฑิตย์	
	จดหมายตอบกลับยืนยันผล	
	ภาคผนวก ๓ (ในแผ่นCD)	
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอาเซียน (ASEAN)	
	๙.๑ ประเทศไทย	
	๙.๒ ประเทศกัมพูชา	
	๙.๓ ประเทศลาว	
	๙.๔ ประเทศเมียนมา	
	๙.๕ ประเทศเวียดนาม	
	๙.๖ ประเทศมาเลเซีย	
	๙.๗ อินโดนีเซีย	
	๙.๘ ประเทศฟิลิปปินส์	
	๙.๙ ประเทศสิงคโปร์	
	๙.๑๐ ประเทศบรูไน	

สารบัญตาราง

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๒.๑	แสดงความแตกต่างของระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ปริมาณ และผสมวิธี	๕๔
๒.๒	แสดงสัญลักษณ์ของวิธีการวิจัยผสมวิธีและผู้คิดค้น	๕๖
๒.๓	แสดงรูปแบบของความเที่ยงตรงทั้ง ๔ ประเภท	๗๓
๔.๑	แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม (Zakour: 2004)	๑๑๗
๔.๒	แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย	๑๑๘
๔.๓	แสดงความสอดคล้องของการคัดเลือกบทความวิจัยที่ศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมและประเทศในกลุ่มอาเซียน	๑๒๙
๔.๔	แสดงจำนวนเรื่องและอันดับความนิยมของการอ้างอิงจำแนกตามกรอบแนวคิดทฤษฎี	๑๓๙
๔.๕	แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดของ Hofstede เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๔๐
๔.๖	แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดพลวัตของขงจื้อ เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๔๒
๔.๗	แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Schwartz เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๔๓
๔.๘	แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Trompenaars and Hampden-Turner เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๔๔
๔.๙	แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hall เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน	๑๔๕
๔.๑๐	แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede จำแนกตามประเทศอาเซียน	๑๔๖
๔.๑๑	แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีพลวัตของขงจื้อ (Confucian) จำแนกตามประเทศอาเซียน	๑๔๗
๔.๑๒	แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Schwartz จำแนกตามประเทศอาเซียน	๑๔๘
๔.๑๓	แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Trompenaars and Hampden-Turner จำแนกตามประเทศอาเซียน	๑๔๙
๔.๑๔	แสดงองค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรมและและการจัดกลุ่มของมิติร่วมทางวัฒนธรรม จำแนกตามประเทศ	๑๔๙
๕.๑	แสดงชื่อรายการเจาะลึกอาเซียนทางสถานีวิทยุ อสมท.๑๐๐๕ ประจำเดือนมกราคม พ.ศ.๒๕๕๙ และผลความสอดคล้องของการคัดเลือก	๖๕
๕.๒	แสดง จำนวน ตัวอย่างในงานวิจัย	๖๕

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๕.๓	แสดงการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศ	๖๖
๕.๔	แสดงความถี่ของสื่อในการใช้ประโยชน์ในการรับรู้และการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกตามระดับความนิยมของสื่อ	๖๗
๕.๕	แสดงความอันดับความต้องการลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ	๖๘
๕.๖	แสดงการจัดกลุ่มวัฒนธรรมไทยสากลที่นักท่องเที่ยวรู้จักจำแนกตามระดับการรู้จัก กลุ่มที่ ๑ ถึง กลุ่มที่ ๑๐	๖๙
๕.๗	แสดงการจัดกลุ่มวัฒนธรรมไทยสากลที่นักท่องเที่ยวรู้จักจำแนกตามระดับการรู้จักกลุ่มที่ ๑๑ ถึง กลุ่มที่ ๒๐	๗๑
๕.๘	แสดงความต้องการระดับมากในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวไทยจำแนกตามประเทศ	๗๒
๕.๙	แสดงความถี่ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของแต่ละประเทศ	๗๔
๖.๑	แสดงผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแยกตามประเทศ	๒๒๗
๖.๒	แสดงสถานที่เก็บแบบสอบถาม ผู้ดำเนินการ และจำนวนแยกตามประเทศ	๒๒๙
๖.๓	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และเพศ	๒๓๑
๖.๔	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และอายุ	๒๓๒
๖.๕	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และการศึกษา	๒๓๓
๖.๖	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และอาชีพ	๒๓๕
๖.๗	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และรายได้ต่อเดือน	๒๓๖
๖.๘	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศและการเลือกดูละคร	๒๓๗
๖.๙	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศและความนิยมในการเลือกดูละครเกี่ยวกับลักษณะการออกอากาศ	๒๓๙
๖.๑๐	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศและความนิยมละครต่างชาติ	๒๔๐
๖.๑๑	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และเหตุผลในการเลือกดูละคร	๒๔๒
๖.๑๒	แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และช่องทางที่นิยมในการเลือกดูละคร	๒๔๓
๖.๑๓	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ในแต่ละประเทศ	๒๔๔
๖.๑๔	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต (plot) ศาสนา	๒๕๑

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๖.๑๕	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต (plot) ผี	๒๕๔
๖.๑๖	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต (plot) วัยรุ่น	๒๖๐
๖.๑๗	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต (plot) สังคมคนรวย	๒๖๓
๖.๑๘	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต (plot) แนววิทยาศาสตร์	๒๖๖
๖.๑๙	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต (plot) ความขัดแย้ง	๒๗๐
๖.๒๐	แสดงผลสรุปและลำดับความต้องการ พล็อตละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน	๒๗๕
๖.๒๑	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงความเชื่อแบบไทย	๒๗๕
๖.๒๒	โทรทัศน์แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละคร	๒๗๙
๖.๒๓	๒๓ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย	๒๘๓
๖.๒๔	จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการทำอาหารไทย	๒๘๘
๖.๒๕	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย	๒๙๒
๖.๒๖	๒๖ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการพยากรณ์ไทย	๒๙๖
๖.๒๗	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงคติชาวบ้านของไทย	๓๐๑
๖.๒๘	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย	๓๐๖
๖.๒๙	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย	๓๐๙
๖.๓๐	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการบำบัดโรคแบบไทย	๓๑๔
๖.๓๑	แสดงผลสรุปและลำดับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๑๘
๖.๓๒	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความความชื่นชอบนักแสดงและสิ่งแวดลอม	๓๑๙

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๖.๓๓	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์	๓๒๓
๖.๓๔	แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย	๓๒๔
๖.๓๕	แสดงผลสรุปและลำดับความต้องการ องค์ประกอบเชิงพาณิชย์	๓๓๔
๖.๓๖	แสดงความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์กับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์	๓๓๕
๖.๓๗	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์	๓๓๕
๖.๓๘	แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์	๓๓๖
๖.๓๙	คำถามปลายเปิดที่กลุ่มตัวอย่างเขียนด้วยตนเองนั้นทำให้เห็นว่า สิ่งที่ทำให้ประชาชนในแต่ละประเทศดูละครโทรทัศน์ไทยนั้น บางครั้งกลับไปเป็นสิ่งที่ทำให้คนไม่ดูละครไทย แต่ส่วนใหญ่พบว่า นักแสดง เนื้อเรื่อง สภาพแวดล้อม เช่น วัฒนธรรม เทคโนโลยีหรือสถานที่ท่องเที่ยว และภาษา เป็นสิ่งสำคัญใน	๓๔๐
๗.๑	แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) และความเที่ยงรายข้อของโครงสร้าง (squared multiple correlation) กลุ่มตัวแปรเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยสากล	๓๔๓
๗.๒	ตารางที่ ๗.๒ แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) และความเที่ยงรายข้อของโครงสร้าง (squared multiple correlation) กลุ่มตัวแปรเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยสากล	๓๔๔
๑A	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๔๕
๒A	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๔๕
๓A	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๔๕
๔A	แสดงกลุ่มและระดับพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ของประเทศในกลุ่มอาเซียน	๓๔๖
๕A	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมากและน้อยโดยนำกลุ่มปานกลางร่วมพิจารณา	๓๔๗
๖A	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์	๓๔๗
๗A	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๔๗
๘A	แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๔๘
๙A	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๔๘
๑๐A	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๔๘

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๑B	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๔๙
๒B	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๔๙
๓B	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๔๙
๔B	แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พลีตศาสนาของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๕๐
๕B	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๕๑
๖B	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พลีตศาสนา	๓๕๑
๗B	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๕๑
๘B	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๕๒
๙B	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๕๒
๑๐B	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๕๒
๑C	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๕๓
๒C	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๕๓
๓C	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๕๓
๔C	แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พลีตผีของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๕๓
๕C	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง ร่วมในการพิจารณา	๓๕๔
๖C	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พลีตผี	๓๕๔
๗C	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๕๕
๘C	แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๕๕
๙C	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๕๕
๑๐C	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๕๖
๑D	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๕๖
๒D	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๕๖
๓D	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๕๕
๔D	แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พลีตวัยรุ่นของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๕๗
๕D	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๕๘
๖D	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พลีตวัยรุ่น	๓๕๘
๗D	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๕๙

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๘D	แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๕๙
๙D	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๕๙
๑๐D	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๕๙
๑E	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๖๐
๒E	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๖๐
๓E	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๖๐
๔E	แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๖๑
๕E	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๖๑
๖E	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย	๓๖๒
๗E	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๖๒
๘E	แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๖๒
๙E	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๖๒
๑๐E	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๖๓
๑F	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๖๓
๒F	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๖๓
๓F	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๖๔
๔F	แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๖๔
๕F	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๖๕
๖F	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากละครโทรทัศน์ที่มีโครงเกี่ยวกับแนววิทยาศาสตร์	๓๖๖
๗F	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๖๖
๘F	แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๖๖
๙F	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๖๖
๑๐F	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๖๗
๑G	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๖๗
๒G	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๖๗
๓G	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๖๗
๔G	แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๖๗
๕G	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๖๙

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๖G	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์ พล็อตความขัดแย้ง	๓๖๙
๗G	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๗๐
๘G	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๗๐
๙G	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๗๐
๑๐G	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๗๐
๑H	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๗๑
๒H	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๗๒
๓H	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๗๒
๓H	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๗๒
๔H	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับความ เชื่อแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๗๒
๕H	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปาน กลางร่วมในการพิจารณา	๓๗๓
๖H	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละคร โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย	๓๖๓
๘H	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๗๔
๙H	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๗๔
๑๐H	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๗๔
๑I	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๗๕
๒I	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๗๕
๓I	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๗๕
๔I	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับความ เชื่อแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๗๖
๕I	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปาน กลางร่วมในการพิจารณา	๓๗๖
๖I	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาสิ่งทอ และเครื่องประดับของไทย	
๗I	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๗๗
๘I	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๗๘
๙I	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๗๘
๑๐I	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๗๘
๑J	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๗๙
๒J	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๗๙
๓J	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๗๙

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๔J	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๗๙
๔J	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๗๙
๕J	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๘๑
๖J	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย	๓๘๑
๗J	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๘๑
๘J	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๘๑
๙J	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๘๑
๑๐J	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๘๒
๑K	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๘๒
๒K	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๘๒
๓K	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๘๓
๔K	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๘๓
๕K	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๘๔
๗K	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๘๔
๘K	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๘๔
๙K	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๘๕
๑๐K	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๘๕
๑L	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๘๕
๒L	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๘๖
๓L	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๘๖
๔L	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๘๖
๕L	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๘๗
๖L	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย	๓๘๗
๗L	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๘๘
๘L	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๘๘
๙L	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๘๘
๑๐L	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๘๙

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๑M	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๘๙
๒M	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๘๙
๓M	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๘๙
๔M	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๙๐
๕M	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๙๑
๖M	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย	๓๙๒
๗M	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๙๒
๘M	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๙๒
๙M	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๙๒
๑๐M	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๙๓
๑N	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๙๓
๒N	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๙๓
๓N	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๙๔
๔N	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับคตินิยมบ้านของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๙๔
๕N	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมากและกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๙๕
๖N	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับคตินิยมบ้านของไทย	๓๙๖
๗N	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๓๙๖
๘N	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๓๙๖
๙N	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๓๙๗
๑๐N	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๓๙๗
๑O	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๓๙๗
๒O	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๓๙๘
๓O	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๓๙๘
๔O	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการศึกษาไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๓๙๘
๕O	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๓๙๙
๖O	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการศึกษาไทย	๓๙๙
๗O	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๔๐๐

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๘๐	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๔๐๐
๙๐	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids	๔๐๐
๑๐๐	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๔๐๐
๑P	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๔๐๑
๒P	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๔๐๑
๓P	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๔๐๑
๔P	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๐๑
๕P	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๔๐๒
๖P	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทย	๔๐๓
๗P	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๔๐๔
๘P	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๔๐๔
๙P	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)	๔๐๔
๑๐P	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๔๐๕
๑Q	แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม	๔๐๕
๒Q	แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม	๔๐๕
๓Q	แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม	๔๐๕
๔Q	แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๐๖
๕Q	แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา	๔๐๗
๖Q	แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย	๔๐๗
๗Q	แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร	๔๐๘
๘Q	แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก	๔๐๘
๙Q	แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids	๔๐๘
๑๐Q	แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก	๔๐๘
๗.๓	แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์	๔๐๙
๗.๔	แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์	๔๑๐
๗.๕	แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย	๔๐๘
๘.๑	แสดงรูปแบบการเลือกดูละครของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๓

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๘.๒	แสดงรูปแบบความนิยมความนิยมละครชาติ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๔
๘.๓	แสดงรูปแบบความนิยมความนิยมละครชาติ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๔
๘.๔	แสดงรูปแบบปัจจัยที่ทำให้เลือกดูละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๕
๘.๕	แสดงรูปแบบช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๖
๘.๖	แสดงรูปแบบลักษณะการเปิดรับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๖
๘.๗	แสดงรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๗
๘.๘	แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๗
๘.๙	แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๘
๘.๑๐	แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๘
๘.๑๑	แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๙
๘.๑๒	แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๑๙
๘.๑๓	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงความเชื่อแบบไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๐
๘.๑๔	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๐
๘.๑๕	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๑
๘.๑๖	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับอาหารไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๒
๘.๑๗	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๒
๘.๑๘	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๓
๘.๑๙	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงคติชาวบ้านของไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๓

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๘.๒๐	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๔
๘.๒๑	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๔
๘.๒๒	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๕
๘.๒๓	แสดงรูปแบบความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ตามความชื่นชอบนักแสดงและสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๕
๘.๒๔	แสดงรูปแบบของการยอมรับประเด็นอ่อนไหว ในละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๖
๘.๒๕	แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๖
๘.๒๖	แสดงรูปแบบพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๗
๘.๒๗	แสดงรูปแบบการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๒๘
๘.๒๘	แสดงประเทศที่มีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย	๔๒๙
๙.๑	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญของชาวกัมพูชาต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๓๔
๙.๒	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวไทยต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๓๖
๙.๓	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวบรูไนต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๓๗
๙.๔	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวฟิลิปปินส์ต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๓๘
๙.๕	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวมาเลเซียต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๓๙
๙.๖	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวเมียนมาต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๔๑
๙.๗	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวลาวต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๔๗
๙.๘	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวเวียดนามต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๔๓
๙.๙	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญสิงคโปร์ต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๔๕
๙.๑๐	แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวอินโดนีเซียต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อต และเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย	๔๔๖

ตารางที่	ชื่อตาราง	หน้า
๑๐.๑	แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามประเทศ	๔๖๙
๑๐.๒	แสดงมโนทัศน์มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนแยกตามประเทศ	๔๗๑

สารบัญแผนภูมิและแบบจำลอง

ตารางที่	ชื่อแผนภูมิ	หน้า
๑.๑	แสดงความต้องการละครไทยของชาวลาว	๓
๒.๑	แสดงความสัมพันธ์ของการสื่อสารด้วยวัฒนธรรมไทยสากล และพฤติกรรมการท่องเที่ยวไทย	๒๙
๒.๒	แสดงผลการวิจัย ของ Tjeldvoll (2011)	๓๕
๒.๓	แสดงการจัดกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Schwartz (1992)	๓๕
๒.๔	แสดงกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในลักษณะผสมวิธีการ	๔๗
๒.๕	แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบขนานลู่เข้าหากัน	๕๗
๒.๖	แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบการอธิบายต่อเนื่อง	๕๗
๒.๗	แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบการสำรวจต่อเนื่อง	๕๘
๒.๘	แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบแผนรองรับภายใน	๕๘
๒.๙	แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล	๕๘
๒.๑๐	แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบผสมหลายตอน	๗๕
๒.๑๒	แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ	๗๖
๒.๑๓	แสดงค่าคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามในลักษณะที่มีค่าความสัมพันธ์ของ ความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นในลักษณะต่างกัน	๘๑
	กรอบการวิจัย	๑๐๒
๓.๑	แสดงวิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัยสำหรับการวิจัยในครั้งนี้	๑๑๒
๓.๒	แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	๑๑๔
๘.๑	แสดงมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน	๔๓๑

บทที่ ๑

ความสำคัญของปัญหา

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการคมนาคมและการสื่อสาร ได้ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายทางสังคม และทำให้วัฒนธรรมของสังคมหนึ่งสามารถเคลื่อนไปอยู่ในอีกสังคมหนึ่งได้ ส่งผลให้เกิดความคล้ายคลึงในหมู่วัฒนธรรมโดยเฉพาะประเทศที่มีรากฐานทางศาสนาเดียวกัน ความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมสามารถนำมาจัดกลุ่มได้โดย Hall, (1987,1989 อ้างถึงใน Zakour, 2004) และ Kluckhohn and Strodtbeck (1961 อ้างถึงใน Zakour, 2004) เรียกกลุ่มในลักษณะนี้ว่า ‘มิตีร่วมทางวัฒนธรรม’ (common denominator of cultures) ซึ่ง Christie et al, (2003) มีความเห็นว่า ‘คนที่อยู่ในมิตีร่วมทางวัฒนธรรมเดียวกันจะมีทัศนคติและพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะรับรู้ในเรื่องเดียวกันได้ง่ายกว่าคนที่มาจากต่างวัฒนธรรม’ นั้นหมายความว่า วัฒนธรรมที่เหมือนกัน (วัฒนธรรมสากล) นอกจากจะสามารถนำมาจัดกลุ่มคนได้แล้ว ยังสามารถนำมาเป็นเนื้อหาเพื่อสร้างความเข้าใจในหมู่คนที่มาจากกลุ่มเดียวกัน (มิตีร่วม) ได้ดี

Kluckhohn (1962 อ้างถึงใน Zakour, 2004) อธิบายว่า มิตีร่วมทางวัฒนธรรม สามารถพิจารณาได้จากรูปแบบ (patterns) ที่มองเห็นเป็นโครงสร้างของพฤติกรรม หรือการแสดงออกเป็นนัยยะผ่านทางสัญลักษณ์ เช่น คนไทยและคนญี่ปุ่นมีพฤติกรรมที่คล้ายกันในเรื่องของนอบน้อมต่อผู้อาวุโส (Fang, 2003:348) รูปแบบ (patterns) ของพฤติกรรมก็คือ ‘การให้ความสำคัญกับผู้อาวุโส’ ซึ่งถือเป็นมิตีร่วมทางวัฒนธรรมของคนไทยและญี่ปุ่น นอกจากนี้ Fiske (1993) และ Barna (1994) ยังกล่าวเสริมว่า ‘ในหนึ่งมิตีร่วมทางวัฒนธรรมสามารถมีหลายประเทศอยู่ร่วมกันได้ และวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งสามารถอยู่ได้หลายมิติทางวัฒนธรรมเช่นกัน’ ดังนั้นในกรณีของมิตีร่วมทางวัฒนธรรมเรื่อง ‘การให้ความสำคัญกับผู้อาวุโส’ นั้น นอกจากมีสมาชิกเป็นคนไทยและญี่ปุ่นแล้ว อาจมีคนลาว^๑หรือคนเมียนมา รวมอยู่ในกลุ่มนี้ด้วย ลักษณะนี้สรุปได้ว่าคนไทย ญี่ปุ่น ลาว และเมียนมาอยู่ในมิติของการให้ความสำคัญกับผู้อาวุโสร่วมกัน ดังนั้นพฤติกรรมและการเคารพผู้ใหญ่หรือแม้กระทั่งการกำหนดตำแหน่งงานตามลำดับอายุ จึงเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ง่ายภายในกลุ่มคนไทย ญี่ปุ่น ลาวและเมียนมาซึ่งอยู่ในมิตีร่วมทางวัฒนธรรม การเคารพผู้อาวุโสเดียวกัน ในทางกลับกันคนนอกกลุ่มอาจมองเป็นเรื่องไม่ยุติธรรมสำหรับคนอ่อนอาวุโสที่มีความสามารถมากกว่า อีกทั้งยังต้องทำความเข้าใจเบื้องต้นว่าคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับผู้อาวุโส ดังนั้นการแสดงความเคารพต่อผู้อาวุโสจึงมีความสำคัญในการสร้างความประทับใจเมื่อต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเต็มตัว นอกจากจะเป็นโอกาสและความท้าทายของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนด้วยกันเองแล้ว ยังเป็นความท้าทายสำหรับประเทศนอกกลุ่มที่ต้องการเข้ามาทำการค้าขายในกลุ่มอาเซียนด้วยเช่นกัน AEC ทำให้กลุ่มประเทศอาเซียนดูเหมือนเป็นกลุ่มที่มีอัตลักษณ์ร่วมกัน แต่หากพิจารณาให้ลึกซึ้งไปแล้วจะพบว่า แต่ละประเทศมีความแตกต่างในเรื่องของโครงสร้างทางสังคม ศาสนาและรูปแบบการดำเนินชีวิต ทำให้ความเป็นกลุ่มนั้นมีความแตกต่างแฝงอยู่ ซึ่งความเหมือนและความแตกต่างที่สามารถมองเห็นเป็นรูปแบบผ่านทางพฤติกรรม สัญลักษณ์ หรือสิ่งประดิษฐ์นั้นเรียกว่า ‘มิตีร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน’

^๑ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว : ตัวย่อ สปป.ลาว ในการวิจัยครั้งนี้ใช้คำว่า ‘ลาว’ แทน สปป.ลาว

แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมได้รับการพัฒนาและนำมาใช้ประโยชน์แล้วอย่างกว้างขวาง อย่างแนวคิดทฤษฎีของ Hofstede (1997) และแนวคิดในลักษณะเดียวกันอย่าง แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961), แนวคิดพลวัตรขงจื้อ (confucian dynamism) (1987), Hall, (1987,1989), Schwartz (1994), Trompenaars and Hampden-Turner (1998), (อ้างถึงใน Zakour, 2004) แต่แนวคิดทฤษฎีที่กล่าวนี้ ส่วนใหญ่เป็นแนวคิดที่ศึกษากับกลุ่มคนที่หลากหลายโดยเน้นกลุ่มคนจากตะวันตก เป็นมุมมองของชาวตะวันตกที่มักถือว่าจีนหรือญี่ปุ่นเป็นตัวแทนของชาวเอเชีย ซึ่งอาจนำมาใช้อธิบายได้บ้างเมื่อต้องการอธิบายลักษณะของกลุ่มประเทศอาเซียนแต่อาจไม่ตรงกับลักษณะปลีกย่อยที่แท้จริง ดังนั้นมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนจึงมีความจำเป็นต้องค้นหาและพัฒนาเพื่อเป็นหลักพื้นฐานสำหรับอธิบายพฤติกรรมของกลุ่มคนอาเซียนที่มีลักษณะเฉพาะ แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มอาเซียนนี้ถือเป็นแนวคิดในระดับภูมิภาค ซึ่ง Strauss and Corbin (อ้างถึงใน Charmaz, 2000: 8) เรียกแนวคิดในลักษณะนี้ว่า ‘*ทฤษฎีฐานราก (grounded theory)*’ ยอมรับให้เป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) สามารถนำไปใช้เพื่ออธิบายสถานการณ์เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้ดี และหากทฤษฎีฐานรากได้รับการทดสอบและพัฒนาแล้ว ทฤษฎีจะเปลี่ยนสถานภาพเป็น ‘*ทฤษฎีหลัก (grand theory)*’ ที่สามารถนำไปอธิบายได้ในวงกว้าง

ในประชาคมอาเซียนนอกจากจะมีความร่วมมือทางการค้าแล้ว ในกลุ่มเองยังมีการค้าขายระหว่างกัน ‘*สินค้า (products)*’ ถือเป็นหัวใจของการค้าขาย ลักษณะของสินค้าที่ดีคือต้องสามารถกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อและจะดีขึ้นไปอีกหากสินค้านั้นสามารถก่อให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าอื่นๆ ตามมา สินค้าที่มีชื่อเสียงของประเทศไทยนั้นนอกจากสินค้าทางการเกษตรแล้ว วัฒนธรรมไทยก็ได้รับการยอมรับในระดับโลกเช่นกัน ซึ่งการสร้างวัฒนธรรมเพื่อเป็นสินค้าส่งออกนั้นสามารถกระทำได้ในหลากหลายรูปแบบ รวมทั้งการนำวัฒนธรรมมาสร้างเป็นความบันเทิงในรูปของ ‘ละครโทรทัศน์ (soap opera)’ เพื่อการส่งออกไปขายในต่างประเทศจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกลับมาในทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือนอกจากจะได้ประโยชน์ทางตรงในรูปของตัวเงินแล้วยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องอื่นด้วย ดังจะเห็นได้จากปรากฏการณ์ ‘*แดจังกึม*’ ที่ทำให้ผู้คนทั่วเอเชียคุ้นเคยกับกิมจิ ฮันบก ตลอดจนซัมซุงและฮุนได สร้างผลเชิงบวกทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นที่มาของการนำเข้าละครชุดอีกมากมายทั้งแนวย้อนยุคและสมัยปัจจุบัน อิทธิพลของละครโทรทัศน์นั้นเกิดขึ้นในลักษณะเดียวกันกับอิทธิพลของภาพยนตร์ไทยต่อการสร้างการรับรู้และการกระตุ้นความต้องการด้านการท่องเที่ยวของชาวอินโดนีเซียและชาวจีนที่ต้องการมาเที่ยวในประเทศไทย เพื่อมาตามรอยหนังไทยเรื่อง *Lots in Thailand* เหตุการณ์ในลักษณะนี้ ‘*ถือเป็นส่วนผสมที่ลงตัวของหนังไทยกับแหล่งท่องเที่ยวไทย ส่งเสริมให้คนอินโดมาท่องเที่ยวไทยได้มากขึ้น การที่คนอินโดมาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นนั้นหมายถึงใช้หนังเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ให้กับประเทศไทย*’ (นิธิ สัมพร, ๒๕๕๗) ทำให้เห็นว่า ละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ที่ส่งออกสามารถเป็นช่องทางเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับประเทศไทย อีกทั้งยังมีอิทธิพลต่อการเกิดพฤติกรรมอื่นด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามมิใช่ละครหรือภาพยนตร์ทุกเรื่องจะประสบความสำเร็จในการสร้างการรับรู้ในต่างประเทศ องค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างความสำเร็จประกอบด้วยอะไรบางนั้นจำเป็นต้องมีการศึกษา เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างละครโทรทัศน์ต่อไป

พางหง ศาสตราจารย์ด้านวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยชิงหัว กล่าวถึงกุญแจแห่งความสำเร็จของละครเกาหลีในนิตยสาร KOREA (อ้างถึงในบทความเรื่อง ทำไมต้อง “ซีรีส์เกาหลี” เรื่องเล่าจาก “เอเชีย” เดลินิวส์, ๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๗) ความตอนหนึ่งว่า ... ‘*ละครเกาหลีเดินเรื่องให้เกี่ยวเนื่องกับชีวิตประจำวันและสิ่งที่คุ้นเคย สามารถเข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตและความต้องการของ*

(contents) (คำผกา^๒, ๒๕๕๙) ส่วนประเทศอื่นนั้น พบกระพุ้งในเวปไซด์พันทิปหัวข้อ ‘ละครของประเทศไทยนอกจากประเทศลาวกับจีนแล้วมีประเทศอื่นใดอีกที่ชอบดูละครไทย?’^๓ (สมาชิกหมายเลข ๓๖๔๐๓๘๐: ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐) ซึ่งมีสมาชิกเข้ามาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับละครไทยในอาเซียน บางส่วนกล่าวว่า ‘ยกเว้นบรูไน แต่สิงคโปร์อาจมีบ้างนิดหน่อย เคยเห็นวัยรุ่นสิงคโปร์ขึ้นขอบนักแสดงฮอโมนกัน ส่วนลาวพม่า เขมร เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย โดยเฉพาะลาวเขมรดูละครไทยเป็นปกติ ดูแม้กระทั่งข่าวสารบ้านเมืองไทย อินโด มาเล ส่วนมากจะชอบไปทางซีรีส์ ละคร ภาพยนตร์ไทย หลายคนรู้จักดารไทย ฟอลโล้อีจิดาราไทยกันเยอะ (สมาชิกหมายเลข ๓๘๓๘๑๙๗: ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐) ‘พม่า เอาจ่ายๆ รัฐฉานทั้งรัฐดูทีวีไทยครับ’ (สมาชิกชื่อ sunee silen: ๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐) แต่สมาชิกบางคนกลับแสดงความคิดเห็นว่า ‘เท่าที่ทราบมีเพื่อนชาวอินโดนีเซียและมาเลเซียชอบดูละครไทยอยู่นะ แต่อาจมีจำนวนไม่มาก’ (สมาชิกชื่อตะแบกบาน: ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐) นอกจากนี้ยังพบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับละครไทยกับอาเซียนพบว่า ความชื่นชอบพล็อตละครไทยในกลุ่มประเทศอาเซียนมีลักษณะแตกต่างกันไปคือ

‘...ผู้ชมในประเทศต่างๆ นิยมชมชอบละครไทยแตกต่างกันออกไป ผู้ชมชาวกัมพูชาชอบละครแนวชิงรักหักสวาท แย่งพินัยกรรม รวมทั้งยังชอบละครไทยที่มีคำสอนหรือมีเรื่องกฎแห่งกรรมอยู่ในเนื้อหา ส่วนผู้ชมชาวเวียดนามชอบละครไทยเนื่องจากมีพล็อตเรื่องน่าตื่นเต้น หักมุม.. ส่วนผู้ชมชาวพม่านิยมละครแนวผีเป็นพิเศษ...’

อัมพร จิรัฐติกร (๒๕๕๘)

จากผลการศึกษาดังกล่าวจะเห็นว่าแนวชิงรักหักสวาท ผี หรือบุ๋ลล้างผลาญนั้นก็คือ ‘พล็อต’ ของละคร ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับต้นๆ ที่สร้างความนิยมให้กับละครไทย นอกจากพล็อตละครโทรทัศน์ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่เป็นตัวสร้างความสนใจให้กับละครได้ด้วย เช่น องค์ประกอบด้านเนื้อหา และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์อื่นอันได้แก่ นักแสดง สถานที่ที่มีชื่อเสียง หรือองค์ประกอบศิลป์ เป็นต้น

พล็อตละครโทรทัศน์โดยทั่วไปพบว่า มักมีความสอดคล้องกับลักษณะของแต่ละสังคมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละประเทศ ดังจะเห็นได้ว่า

‘พล็อตละครโทรทัศน์ของออสเตรเลียมักเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของคนภายในครอบครัว พล็อตละครโทรทัศน์ของอเมริกามีการแสดงถึงความเป็นอยู่ที่หรูหราซึ่งต้องการสื่อให้เห็นว่าความรุดรานั้นได้มาจากการทำงานหนักมีเงิน และยังสามารถเปลี่ยนระดับชั้นในสังคมได้ด้วย ส่วนพล็อตของอังกฤษมักแสดงเรื่องราวของชนชั้นกรรมมาชีพซึ่งเป็นระดับเดียวกันกับคนดู นั่นคือการนั่งดูชีวิตของตนเองซึ่งสื่อให้เห็นถึงความไร้ชนชั้นในสังคม’

(คำผกา: ๒๕๕๙)

ความชื่นชอบพล็อตละครโทรทัศน์ที่เหมือนหรือแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศตัวอย่าง เช่น ‘วนิดา’ เป็นละครไทยที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยและเป็นเรื่องแรกที่มี

^๒ คำผกา มีชื่อจริงว่า ลักขณา ปันวิชัย เป็นนักเขียนที่เป็นรู้จักในฐานะนักเขียนคอลัมน์และพิธีกรในสถานีวิทยุซีวี

^๓ ชื่อกระทู้ที่แท้จริง “ละครของประเทศไทย นี่นอกจากประเทศลาวกับจีนแล้ว มีประเทศไทยที่ชอบดูละครไทยบ้างครับ? วันที่ ๑ กรกฎาคม ๒๕๖๐. เข้าถึงจาก <https://pantip.com/topic/๓๖๖๒๓๖๑๔>. เข้าถึงเมื่อ ๒๒ สิงหาคม ๒๕๖๐.

การนำเสนอในประเทศเมียนมาด้วยการพากย์เป็นภาษาถิ่น วนิดาเป็นละครที่ได้รับนิยมจากชาวเมียนมาเป็นอย่างมาก โครงเรื่องวนิดาเน้นความแตกต่างของชนชั้นทางสังคมอย่างชัดเจน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าความนิยมชมชอบพล็อตละครร่วมกันของคนไทยและเมียนมานั้น อาจมาจากทั้งสองประเทศอยู่ในมิติของการให้ความสำคัญกับลำดับชั้นทางสังคมเช่นเดียวกัน (Schwartz, 1992 อ้างถึงใน Zakour, 2004) ทำให้ตั้งสมมติฐานได้ว่าไทยกับเมียนมาหรืออังกฤษอยู่ในมิติทางวัฒนธรรมเรื่องการยอมรับชนชั้นทางสังคมเดียวกัน แต่อยู่ต่างมิติกับออสเตรเลียและอเมริกาที่กล่าวแล้วข้างต้น

การจัดมิติร่วมทางวัฒนธรรมนอกจากจะทำให้เห็นภาพรวมของแต่ละกลุ่มวัฒนธรรมแล้ว ยังทำให้เห็นรูปแบบพฤติกรรมของคนที่อยู่ในมิติเดียวกัน กล่าวคือประเทศที่อยู่ในมิติวัฒนธรรมร่วมกันย่อมชื่นชอบหรือมีพฤติกรรมในลักษณะเดียวกัน นั้นหมายความว่าประเทศที่อยู่ในมิติร่วมทางวัฒนธรรมเดียวกันกับประเทศไทยย่อมมีพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกับคนไทย ซึ่งอนุมานได้ว่าถ้าคนไทยชอบอะไรคนในมิติทางวัฒนธรรมเดียวกันย่อมชอบไปในทำนองเดียวกัน ดังนั้นละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของคนไทยย่อมเป็นที่ชื่นชอบของคนในประเทศสมาชิกมิติร่วมทางวัฒนธรรมเดียวกัน ทำให้เห็นประโยชน์ของการนำมิติร่วมทางวัฒนธรรมไปประยุกต์ทำความเข้าใจพฤติกรรมของคนในแต่ละประเทศได้เป็นอย่างดี และประโยชน์ยังขยายไปสู่แนวทางการคัดเลือกละครโทรทัศน์เพื่อการส่งออกสู่ประเทศอาเซียนด้วยเช่นกัน

ท่ามกลางกระแสของความนิยมของละครไทยในต่างแดนนั้น ได้สร้างภาพฝันที่สะท้อนกลับสู่สังคมไทยทำให้ละครโทรทัศน์เป็นเสมือน ‘ทูตทางวัฒนธรรม’ แต่นักวิชาการบางคนกลับมองเห็นจุดอ่อนของละครไทยว่า ยังขาดการนำเสนออัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมในเนื้อหาละคร หรือกล่าวเป็นนัยว่า ละครไทยไม่มีการถ่ายทอดความเป็นไทยแฝงไว้ในเนื้อหา พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบว่า ‘ละครเกาหลีแสดงอาหารเนื้ออย่างเกาหลี แต่ละครไทยแสดงอาหารเป็นเนื้ออบ เนื้อทอด หรือไอศกรีมแทนอาหารไทย’ (อัมพร จิรัฐติกร: ๒๕๕๘) การนำเสนอเนื้อหาในลักษณะดังกล่าว นอกจากจะไม่สร้างการรับรู้ต่ออาหารไทยแล้ว ยังเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับอาหารต่างชาติผ่านกระแสละครไทยอย่างมิได้ตั้งใจ ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาในละครโทรทัศน์เพื่อการส่งออกนั้นต้องมีความรอบคอบในการคัดเลือก อีกทั้งยังต้องทำการศึกษาความต้องการของผู้ชมในประเทศเป้าหมาย รวมถึงต้องออกแบบให้ละครมีความสามารถต่อยอดทางการค้าให้กับสินค้าอื่นได้ด้วย เช่น สอดแทรกเกี่ยวกับผ้าไทย สปา ความทันสมัยทางการแพทย์ สินค้าทางการเกษตร หรือความทันสมัยของสถานศึกษาไทย ก็จะทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับละครเรื่องนั้นๆ ด้วย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐาน จึงได้ดำเนินการภายใต้กรอบ ‘วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach)’^๔ ด้วยวิธีการวิจัยรูปแบบ ‘ผสมวิธี (mixed methods)’^๕ ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เพื่อค้นหาทฤษฎีฐานราก ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน’ ซึ่งจัดเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) อธิบายปรากฏการณ์พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน ทฤษฎีฐานรากที่ค้นพบสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ในลักษณะเดียวกันกับแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1997) แนวคิดทฤษฎีพลวัตขงจื้อ (Confucian dynamism) (1987) แนวคิดทฤษฎีของ Schwartz (1994) แนวคิดทฤษฎีของ Hall (1987, 1989) แนวคิดทฤษฎีของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) และแนวคิดทฤษฎีของ Trompenaars and

^๔ และ ^๓ ศึกษาเพิ่มเติมใน กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๖๐) กระบวนทัศน์การวิจัยสื่อสารมวลชน กรุงเทพฯ, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Hampden-Turner (1998), (อ้างถึงใน Zakour, 2004) ผลการค้นพบนอกจากจะก่อให้เกิดนวัตกรรมในวงการศึกษาด้านสื่อสารมวลชนแล้ว การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังได้นำแนวคิดทฤษฎีฐานรากที่ค้นพบไปสู่การปฏิบัติ (grounded theory to practice) โดยใช้เป็นกรอบในการทำนายพฤติกรรมและการเปิดรับละครโทรทัศน์ของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อเสนอแนวทางในการกำหนดพล็อต เนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์อื่นๆ ที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ไทย เพื่อนำไปสู่การพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสำหรับกลุ่มประเทศอาเซียนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ภายใต้การดำเนินงานของวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach) ด้วยการวิจัยแบบผสมวิธี (mixed methods research) ทำให้การศึกษาค้นคว้า ได้ออกแบบการดำเนินงานออกเป็น ๓ ตอน ซึ่งภายในแต่ละตอนประกอบด้วยวัตถุประสงค์สำหรับ วิธีการ และประชากรที่มีลักษณะเฉพาะและให้ผลที่เบ็ดเสร็จภายในตอน เพื่อนำผลของการวิจัยในแต่ละตอนมาสรุปเป็นผลรวมของการวิจัยในภาพรวม โดยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยและวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย ไว้ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑. เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และสร้างชุดมโนทัศน์แนวคิดเกี่ยวกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย

๑.๑ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ (concepts) แนวคิดมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๔)

๑.๒ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ พล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (บทที่ ๕)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒. เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (developed grounded theory)

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย

๒.๑ เพื่อค้นหาพฤติกรรมและการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๖)

ข้อสันนิษฐานที่ ๑. กลุ่มประเทศอาเซียนมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ๕ มากที่สุด

ข้อสันนิษฐานที่ ๒. กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารไทยมากที่สุด

ข้อสันนิษฐานที่ ๓ พฤติกรรมและการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานที่ ๔ พฤติกรรมและการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานที่ ๕ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

๒.๒ เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๗)

๒.๓ เพื่อสร้างสมมติฐานมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๗)

๒.๔ เพื่อค้นหารูปแบบพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๘)

๒.๕ เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน จากข้อเท็จจริงที่ได้จากรูปแบบพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๘)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏ และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (grounded theory to practice)

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย

๓.๑ เพื่อยืนยันผลการค้นพบพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๙)

๓.๒ เพื่อนำเสนอแนวทางการใช้ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมและข้อค้นพบอื่นสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๙)

คำถามนำวิจัย

คำถามวิจัยที่จะนำไปสู่การค้นหาคำตอบสำหรับวัตถุประสงค์หลักทั้ง ๓ ข้อ มีดังต่อไปนี้

๑. มิโนทัศน์ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และมิโนทัศน์ของพล็อตรวมทั้งเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์สำหรับคนในกลุ่มประเทศอาเซียน คืออะไร และประกอบด้วยอะไรบ้าง

๒. คนในประเทศอาเซียนมีพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทย และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ อย่างไร และรูปแบบของพฤติกรรมดังกล่าว มีกี่รูปแบบ อะไรบ้าง

๓. มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน แบ่งเป็นกี่มิติ และประเทศไทยอยู่ในมิติทางวัฒนธรรมใด และในมิตินั้นอยู่ร่วมกับประเทศใดบ้าง

นิยามศัพท์

นิยามศัพท์เกิดจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

๑. ทฤษฎีฐานราก (grounded theory) หมายถึง องค์ความรู้ที่มีลักษณะเฉพาะ ที่สร้างขึ้นจากข้อมูลที่เป็นไปตามปรากฏการณ์จริงของกลุ่มประเทศอาเซียน ถือเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) เพื่อใช้อธิบายพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสาร การเปิดรับละครโทรทัศน์และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์ของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน

๒. มิตรร่วมทางวัฒนธรรม (common denominator of cultures) หมายถึง กลุ่มประเทศในอาเซียนที่มีรูปแบบ พฤติกรรมที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกันในเรื่องของพฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์

๓. พฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ หมายถึง การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์ของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งประกอบด้วย

๓.๑ ลักษณะของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ หมายถึง ความถี่ ลักษณะละครโทรทัศน์ที่ต้องการ และการใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงละครโทรทัศน์ เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

๓.๒ การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ หมายถึง การค้นหาละครโทรทัศน์ และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

๔. พล็อต (plots) หมายถึงเค้าโครงของเรื่องที่เห็นเด่นชัด เป็นสิ่งที่ครอบคลุมเรื่องทั้งหมด ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษว่า ‘พล็อต’ ซึ่งประกอบไปด้วย ๖ พล็อต คือ พล็อตศาสนา ฝั วัยรุ่น สังคมคนรวย แนววิทยาศาสตร์ และความขัดแย้ง

๕. เนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรม หมายถึง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล^๖ ที่สามารถสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดความต้องการมาท่องเที่ยวไทยประกอบด้วยวัฒนธรรม ๙ เรื่อง คือ สิ่งไทย สิ่งของตกแต่งบ้านแบบไทย พืชพื้นบ้านไทย อาหารไทย การรำรำ (การแสดง) แบบไทย เรื่องราวโบราณของไทย การศึกษาไทย การแต่งงานแบบไทย และการบำบัดโรคแบบไทย^๗ โดยนำมาเป็นเนื้อหาแทรกไว้ในเนื้อเรื่องละครโทรทัศน์เพื่อให้ปรากฏระหว่างการนำเสนอละครโทรทัศน์ในแต่ละครั้ง

๖. วัฒนธรรมสากล (cultural universals) หมายถึง ประเด็นทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในทุกวัฒนธรรมหรือปรากฏในทุกสังคมของมนุษย์ ตามกรอบแนวคิดของ George Murdock (1945) และ วัฒนธรรมไทยสากล (Thai cultural universals) หมายถึงวัฒนธรรมไทยที่เป็นสากลและปรากฏในทุกสังคม

๗. องค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ หมายถึง องค์ประกอบละครโทรทัศน์อื่นที่สามารถกระตุ้นและสร้างความสนใจให้เกิดกับละครโทรทัศน์ ประกอบด้วย ดารา นักแสดง การแต่งกาย โปรดักชั่น สินค้าอุปโภคบริโภคของไทย รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาและเวลาในการดำเนินการวิจัยดังนี้

๑. ขอบเขตงานวิจัยที่มีการนำมาสังเคราะห์หัตถ์โนทัศน์ มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นงานวิจัยที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลสากล ระหว่างปี ค.ศ. ๑๙๖๖-๒๐๑๖ ที่เสนอแบบฉบับเต็ม (full text) ทำการสืบค้นระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือน ธันวาคม ๒๕๕๙

๒. รายการ ‘เจาะลึกอาเซียน’ เก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม - ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๙

^๖ บัญญัติศัพท์ภาษาไทยโดยราชบัณฑิตยสถาน วันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๕๔

^๗ เป็นผลจากการวิจัยเรื่อง ‘การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล’ (๒๕๕๕)

๓. รายการสารคดี ชุดรายการ ‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน’ คัดเลือกเฉพาะวันที่ออกอากาศเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ละคร โทรทัศน์ หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการด้านการตลาดของกลุ่มประเทศอาเซียน ระหว่างวันที่ ๓ มกราคม ๒๕๕๗ - ๑๑ เมษายน ๒๕๕๗

๔. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาทางวัฒนธรรมสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ที่นำมาสังเคราะห์ประกอบด้วย ๔ เรื่องดังนี้

๑). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๕). การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

๒). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๗). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

๓). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๘). พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

๔). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๙). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

๕. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมีมติร่วมทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วยประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ๑๐ ประเทศ คือ ประเทศกัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย โดยเป็นผู้ที่เปิดรับละครโทรทัศน์ทุกชนิด เก็บข้อมูลระหว่างกรกฎาคม ๒๕๕๙ ถึง กรกฎาคม ๒๕๖๐

๕ กลุ่มผู้ยืนยันผลการศึกษาประกอบด้วย ผู้กำกับและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ การเรียนการสอนเกี่ยวกับอาเซียน ประเทศละ ๓ คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (email) ดำเนินการระหว่างวันที่ ๑ พฤษภาคม-กรกฎาคม ๒๕๖๐

ประโยชน์ที่ได้รับ

๑. ได้ชุดมโนทัศน์แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน แนวความต้องการพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของคนในประเทศกลุ่มอาเซียน เพื่อนำมาสร้างเป็นสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับความต้องการพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน

๒. ได้รูปแบบพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อนำไปพัฒนาเป็นทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

๓. ได้ข้อเสนอแนะแนวทางการกำหนด พล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ในบทต่อไปจะเป็นการนำเสนอผลการค้นคว้าจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ ๒ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ‘การสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมและการค้นหาคำประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสู่อาเซียน’ ได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

- ๑.แนวคิดการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (intercultural communication)
- ๒.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสากล (cultural universals)
- ๓.แนวคิดเกี่ยวกับมิติร่วมทางวัฒนธรรม (cultural denominator)
- ๔.แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีฐานราก (grounded theory)
- ๕.แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยผสมวิธี (mixed methods research)
- ๖.แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์
- ๗ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมกรรมการเลือกเปิดรับสาร
๘. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
๙. กรอบการวิจัย
- ๑๐.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทั้งหมดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (intercultural communication)

ปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยีได้รับการพัฒนาให้เกิดการสื่อสารที่ไร้ขอบเขตจำกัด ก่อให้เกิดการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมในลักษณะที่หลากหลายและเช่นกัน ซึ่งแนวคิดนี้ได้รับการยอมรับและอ้างอิงในหลากหลายสาขาวิชา เช่นเดียวกันในการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษารวบรวมความหมายและลักษณะเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาอ้างอิงดังนี้

๑.๑ ความหมายและลักษณะ

การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม หมายถึง การสื่อสารของบุคคลที่มาจากต่างวัฒนธรรมกัน ซึ่งความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรม อาจหมายถึงต่างประเทศ หรือมาจากประเทศเดียวกันแต่แตกต่างวัฒนธรรมกัน การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น มีองค์ประกอบทางการสื่อสารที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

๑.๒ องค์ประกอบของการสื่อสาร

๑). ผู้ส่งสาร (sender) มีความหมายตรงกับคำหลาย ๆ คำ เช่น ต้นสาร แหล่งสาร ผู้เข้ารหัสสาร หรือผู้สื่อสาร ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ส่งสารคือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งคุณสมบัติของผู้ส่งสาร ตามความคิดของ Berlo (1960:23-26) มีลักษณะดังนี้

๑.๑.ทักษะในการสื่อสาร (communication skills) หมายถึง การมีความสามารถ มีความคล่องแคล่ว ความชำนาญในเรื่องการพูด (speaking) การฟัง (listening) การอ่าน (reading) การเขียน (writing) และการคิดหรือการใช้เหตุผล (thinking or reasoning) รวมทั้งความสามารถสื่อความหมายของสิ่งที่ต้องการได้อย่างชัดเจนตรงตามเป้าหมาย ซึ่งถือว่าเป็นทักษะที่จำเป็นมากต่อการผลิตละครโทรทัศน์

๑.๒. ทัศนคติ (attitudes) ทัศนคติ คือ ท่าทีหรือความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่ง ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการสื่อสาร ทัศนคติของผู้ส่งสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถเพิ่มหรือลดประสิทธิภาพของ

การสื่อสาร ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องพิจารณาในเรื่องทัศนคติ ๓ ประการ คือ ทัศนคติต่อตนเอง (attitude toward self) ทัศนคติต่อเรื่องที่จะสื่อสาร (attitude toward subject matter) และทัศนคติต่อผู้รับสาร (attitude toward receiver)

๑.๓.ความรู้ (Knowledge)

ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ ในฐานะผู้ส่งสารต้องมีความรู้ ๓ ประการ คือ

๑. ความรู้เรื่องที่จะทำการสื่อสาร (knowledge of the subject matter) หมายความว่า การที่ผู้ผลิตมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของเรื่องที่จะผลิตเป็นละครโทรทัศน์

๒. ความรู้เรื่องกระบวนการสื่อสาร (knowledge of the communication process) หมายความว่า การที่ผู้ผลิตมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับวงจรการสื่อสาร และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร รวมทั้งต้องมีความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนกระบวนการทำงานของการสื่อสาร ความรู้เรื่องกระบวนการการสื่อสารที่จะทำให้ผู้ผลิตละครโทรทัศน์สามารถปรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ให้เหมาะกับผู้ชมละครในแต่ละกลุ่มมีมิตรร่วมทางวัฒนธรรม

๓. ความรู้เกี่ยวกับผู้รับสาร (knowledge of the receiver matter) หมายความว่า ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับผู้รับสารที่เป็นผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย เช่น ข้อมูลพื้นฐานประเภท อายุ อาชีพ รายได้ หรือระดับการศึกษา ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะทำให้ผู้ผลิตละครสามารถเลือกเนื้อหาหรือการออกแบบองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสมและเป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้ชมละคร

๔. สถานภาพในสังคมและวัฒนธรรม (position within a social-cultural system) โดยทั่วไปคนทุกคนต่างเป็นสมาชิกในสังคม ซึ่งมีตำแหน่ง หน้าที่ บทบาท ค่านิยม ความเชื่อตามวัฒนธรรมของสังคมนั้น ๆ ดังนั้น ผู้ส่งสารที่เข้าใจถึงธรรมชาติของสถานภาพสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสารก็จะสามารถทำการสื่อสารได้เหมาะสมกับกลุ่มผู้รับได้มากขึ้น

๒). เนื้อหาสาร (contents) มักหมายถึง ‘ข้อความ’ ที่ผู้ส่งสารเลือกใช้เพื่อสื่อความหมายตามที่ต้องการ ทั้งนี้ครอบคลุมถึงสิ่งที่ผู้ส่งสารแสดงออกมาในลักษณะเป็นสาระหรือประเด็นต่าง ๆ เพื่อถ่ายทอดความคิดเห็น เจตนารมณ์ ข้อเท็จจริง บทสรุปความเห็นต่าง ๆ ที่ส่งไปหาผู้รับสารด้วยเจตนาอย่างใดอย่างหนึ่ง

๓). สื่อหรือช่องทางการสื่อสาร (media or channel) ในการสื่อสารทุกชนิดผู้ส่งสารย่อมต้องอาศัยช่องทางหรือสื่อให้ทำหน้าที่นำสารไปยังผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วสารที่ถูกผู้ส่งสารถ่ายทอดไปยังผู้รับสารจะเข้าไปสู่ระบบการรับรู้ของมนุษย์โดยผ่านช่องทางคือประสาทสัมผัสทางใดทางหนึ่งหรือหลายทาง ได้แก่ ทางการเห็นโดยประสาทตา ทางการได้ยินโดยประสาทหู ทางการได้กลิ่นโดยประสาทจมูก ทางการสัมผัสโดยประสาทกาย และทางการลิ้มรสโดยประสาทลิ้น

ในการสื่อสารสำหรับผู้ที่อยู่ห่างไกลกัน ทำให้ไม่สามารถอาศัยประสาทสัมผัสที่มีอยู่ในการติดต่อที่ได้ มนุษย์จึงได้สร้างเครื่องมือขึ้นมาเพื่อช่วยให้การติดต่อระหว่างกัน เครื่องมือนี้นี้ก็คือ ‘สื่อ’ หรือ ‘ช่องทาง’ สำหรับการนำพาสารไปสู่ผู้รับที่ห่างไกลกัน ในการวิจัยครั้งนี้เนื้อหาสารก็คือเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ ซึ่งถูกนำไปถึงผู้รับในต่างวัฒนธรรมด้วยสื่อต่างๆ อันประกอบไปด้วยผ่านสื่อดั้งเดิม (traditional media) คือสื่อวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่อใหม่ (new media) คือสื่ออินเทอร์เน็ต

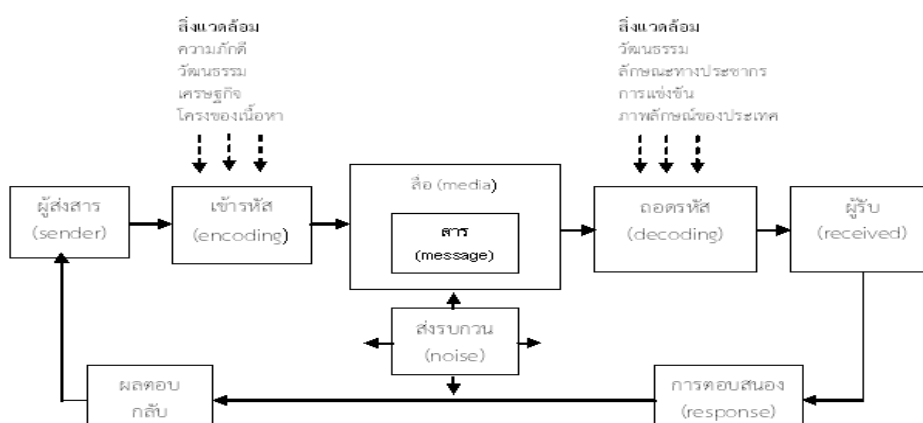
๔). ผู้รับสาร (receiver) ในกระบวนการสื่อสาร ผู้รับสารทำหน้าที่เป็นผู้ถอดรหัส (decoder) สารที่ส่งมาจากแหล่งข่าวสารจากแบบจำลองการสื่อสาร มีคำหลายคำที่นำมาใช้ในความหมายที่เป็น ‘ผู้รับสาร’ ในความหมายของการวิจัยนี้หมายถึงผู้ชมละครโทรทัศน์ของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน

๕). การสื่อสารกลับ (feedback) หมายถึง การตอบกลับของผู้รับสารอันเป็นผลมาจากการสื่อสาร องค์ประกอบนี้แสดงถึงการสื่อสารสองทาง แต่ในบางแนวคิดหรือแบบจำลองการสื่อสารไม่ได้กล่าวถึงการสื่อสารกลับอย่างเห็นเด่นชัด ซึ่งการสื่อสารกลับบางครั้งสามารถเห็นหรือตรวจสอบได้อย่างชัดเจนแต่ในบางครั้งต้องอาศัยการวัดทางอ้อมจึงจะเห็นผลได้

การสื่อสารกลับในกระบวนการสื่อสารด้วยละครโทรทัศน์นั้น สามารถตรวจสอบได้จากการสำรวจความนิยม (rating) หรือการนำเข้าละครไทยมากขึ้น หรือในทางอ้อมสามารถพิจารณากระแสการบริโภคสินค้าอันเป็นผลจากการนำเสนอละครโทรทัศน์ เช่น ความต้องการท่องเที่ยวตามสถานที่ ๆ ปรากฏในละครโทรทัศน์ไทย เป็นต้น

๑.๓ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

การสื่อสารระดับวัฒนธรรม นั้น Schramm (1954) มองเห็นปัจจัยในเรื่องความเหมือนและความแตกต่างของบุคคลที่ก่อให้เกิดการรับรู้ โดยอธิบายในรูปของแบบจำลองที่แสดงถึงแนวคิดประสบการณ์ร่วม ที่มีผลต่อการเข้ารหัสและถอดรหัสของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Fodness and Murray (1999) และ Barber (2009) ที่ว่า ‘สิ่งสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารระหว่างประเทศมีประสิทธิภาพนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะพื้นฐานหลายประการ’ ดังแสดงในแบบจำลองต่อไปนี้



แบบจำลองที่ ๑ แสดงแนวคิดของ Fodness and Murray (1998) และ Barber (2009)

จากแบบจำลองของ Fodness and Murray (1998) และ Barber (2009) แสดงให้เห็นว่า เห็นว่าในกระบวนการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การเข้ารหัส (การพูดและการเขียน) และถอดรหัส (การอ่านและการฟัง) ของผู้ทำการสื่อสารมักได้รับอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อมอันประกอบไปด้วย ความภักดี วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และโครงสร้างของเนื้อหา ในบรรดาสิ่งแวดล้อมดังกล่าววัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารอย่างมาก

๑.๔ แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

คำว่า ‘วัฒนธรรม’ มักนำมาใช้ทั่วไปในปัจจุบันทำให้คนทั่วไปเกิดความคุ้นเคย โดยความหมายที่มักได้ยินหรือได้รับจากละครโทรทัศน์อย่างในบทสนทนาที่มักพูดว่า ‘คนไร้วัฒนธรรม’ หรือพูดว่า ‘อย่าไปคบกับพวกเค้าหลังทางวัฒนธรรม’ วัฒนธรรมในคำกล่าวนี้มีความหมายไปในลักษณะของการมีกิริยามารยาทดี มีการศึกษาสูง หรือแม้กระทั่งการนำไปใช้กับการมีสนิยมด้านศิลปะ ซึ่งความหมายดังกล่าวมิใช่ความหมายของคำว่าวัฒนธรรมตามแนวคิดทางมานุษยวิทยา ดังที่

ยศ สันตสมบัติ (๒๕๔๘: ๑๑-๑๓) ได้รวบรวมแนวคิดและความหมายของวัฒนธรรมไว้ในหนังสือชื่อ ‘มนุษย์กับวัฒนธรรม’ ดังความตอนหนึ่งว่า

...มโนทัศน์เรื่องวัฒนธรรมมีจุดเริ่มต้นในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ซึ่ง Sir Edward B.Tylor นักมานุษยศาสตร์ชาวอังกฤษ ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่าวัฒนธรรม ไว้ในหนังสือ Primitive Culture ว่า วัฒนธรรม คือ ผลรวมของระบบความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ จริยธรรม กฎหมาย ประเพณี ตลอดจนความสามารถและอุปนิสัยต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการเป็นสมาชิกของสังคม นอกจากนี้ A.L.Kroeber และ Clyde Kluckhohn ได้สำรวจงานเขียนทางด้านมานุษยวิทยาและพบว่านักมานุษยวิทยาได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมต่างกันออกไปกว่า 100 ความหมาย โดยส่วนใหญ่แล้วคำจำกัดความของวัฒนธรรมมักเน้นถึงระบบความเชื่อ (belief system) และค่านิยมทางสังคม (social values) ซึ่งวัฒนธรรมเป็นระบบความเชื่อและค่านิยมทางสังคมซึ่งอยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ วัฒนธรรมคือกฎระเบียบหรือมาตรฐานของพฤติกรรมที่คนในสังคมยอมรับ วัฒนธรรมคือวิถีชีวิต (way of life) ของคนในสังคม เป็นต้น

ยศ สันตสมบัติ (๒๕๔๘, ๑๑-๑๓)

จากความหมายดังกล่าวทำให้เห็นลักษณะของวัฒนธรรมว่ามีลักษณะเป็นผลรวม นั้นหมายถึง วัฒนธรรมไม่ได้เป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่เป็นกลุ่มของหลายสิ่งหลายอย่าง อีกทั้งวัฒนธรรมยังเป็นระบบที่เป็นกฎระเบียบสำหรับวิถีปฏิบัติของคนในสังคม

นอกจากนี้ ยศ สันตสมบัติ (๒๕๔๘: ๑๑) ยังได้รวบรวมลักษณะพื้นฐานที่สำคัญของวัฒนธรรมจากผลการศึกษาเปรียบเทียบวัฒนธรรมทั่วโลกไว้ ๖ ประการคือ

๑. วัฒนธรรมเป็นความคิดร่วม และค่านิยมทางสังคมซึ่งเป็นตัวกำหนดมาตรฐานของพฤติกรรม คนในวัฒนธรรมเดียวกันจะสามารถคาดคะเนพฤติกรรมของผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันได้

๒. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ ที่ละเล็กทีละน้อยจากการเกิดและเติบโตมาในสังคมแห่งหนึ่ง วัฒนธรรมเปรียบเสมือน มรดกทางสังคม ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยผ่านกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมหรือกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (enculturation) ซึ่งรวมทั้งการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ครูอาจารย์และประสบการณ์ต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับสั่งสมมาจากการเป็นสมาชิกสังคม จากกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมนี้ มนุษย์สามารถเข้าใจได้ว่าตนควรมีพฤติกรรมเช่นไรในสถานการณ์ต่างๆ พฤติกรรมเช่นไรที่คนยอมรับว่าดีงามและถูกต้องมนุษย์จะรับเอาทัศนคติ ค่านิยมและความเชื่อที่สังคมยอมรับมาเป็นของตน

๓. วัฒนธรรมมีพื้นฐานมาจากการใช้สัญลักษณ์ พฤติกรรมของมนุษย์มีต้นกำเนิดมาจากการใช้สัญลักษณ์ ชีวิตประจำวันของเราเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเงินตรา สัญญาณไฟจราจร พระพุทธรูป ภาษา ระบบสัญลักษณ์ทำให้มนุษย์เข้าใจธรรมชาติอย่างเป็นระบบและสามารถถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นหลัง

๔. วัฒนธรรมเป็นองค์รวมของความรู้และภูมิปัญญา ในลักษณะนี้วัฒนธรรมมีหน้าที่สนองตอบความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น สอนให้มนุษย์รู้จักหาอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ วางกฎเกณฑ์ให้มนุษย์ดำเนินชีวิตอย่างมีระเบียบแบบแผนเพื่อให้สังคมทำงานไปได้อย่างมีระบบ นอกจากนี้วัฒนธรรมยังช่วยให้มนุษย์ปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม เป็นพื้นฐานของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเพื่อความเจริญและความอยู่รอดของมนุษย์

๕. วัฒนธรรมคือ กระบวนการที่มนุษย์กำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิตและสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ตัวอย่างเช่น มนุษย์ทุกแห่งหนทั่วโลกพยายามกำหนดนิยามความหมายของชีวิต และ

กระบวนการกำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิตอาจจะออกมาในรูปของความเชื่อทางศาสนา พิธีกรรม เทพปกรณัม จักรวาลวิทยา ฯลฯ เมื่อมนุษย์ในสังคมแห่งหนึ่งพยายามกำหนดนิยามความหมายของอำนาจ กระบวนการกำหนดความหมายดังกล่าวก็ย่อมกลายมาเป็นการสร้าง ‘แนวความคิด’ พื้นฐานของระบบการปกครองของสังคมนั้น

ในกระบวนการกำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิตและสิ่งต่างๆ นี้เอง มนุษย์ได้สร้างสถาบันหรือองค์กร ขึ้นมาเพื่อทำหน้าที่รองรับการตีความหมายดังกล่าวข้างต้น เช่นเมื่อมีการกำหนดนิยามความหมายของอำนาจ ก็ย่อมมีการจัดตั้งองค์กรหรือสถาบันทางการเมืองขึ้นตามการตีความดังกล่าว การตีความในทุกๆ ด้านย่อมมีการเปลี่ยนแปลงหรือการตีความใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบและเนื้อหาของสถาบันสังคมตามไปด้วย

๖. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง หากแต่มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวอยู่ตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมมีสาเหตุหลายประการ เช่น การเปลี่ยนแปลงอาจเป็นผลมาจากการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม เช่น ความคิดและค่านิยมที่มาจากวัฒนธรรมอื่นและมีอิทธิพลก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการยอมรับในวัฒนธรรมของเรา การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมยังอาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีซึ่งเป็นความพยายามของมนุษย์ในการควบคุมธรรมชาติและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เมื่อเทคโนโลยีทางการผลิตเปลี่ยนแปลงไป วัฒนธรรมก็จะเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงรวดเร็วเกินไปจนกระทั่งวัฒนธรรมและประเพณีปฏิบัติไม่อาจเปลี่ยนแปลงตามได้ทัน ก็อาจส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า วัฒนธรรมล่า (culture lag) และทำให้มนุษย์ในสังคมนั้นเกิดความรู้สึกแปลกแยก (alienation) หรืออาจมีผลกระทบรุนแรงถึงขั้นทำให้วัฒนธรรมเกิดการแยกสลายไป

จากความหมายและลักษณะพื้นฐานที่กล่าวมาแล้วนั้น สามารถสรุป ได้ว่าวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นความคิดร่วม กล่าวคือคนที่อยู่ในวัฒนธรรมเดียวกันมักปฏิบัติคล้ายคลึงกัน เป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ มีพื้นฐานมาจากการใช้สัญลักษณ์ มีหน้าที่สนองตอบความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการกำหนดนิยามความหมายให้กับชีวิตและสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวอยู่ตลอดเวลา นักมานุษยวิทยาถือว่าวัฒนธรรมคือสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้นผู้ที่มีวัฒนธรรมเดียวกันย่อมมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน

ดังนั้นเมื่อกลับไปที่แบบจำลองของ Fodness and Murray (1998) และ Barber (2009) ก็จะสามารถอธิบายได้ว่า วัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเข้ารหัสและการถอดรหัสสาร การจัดกลุ่มวัฒนธรรมก็จะทำให้เข้าใจประเทศในสมาชิกของกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกันถึงแนวทางในการเข้ารหัสและถอดรหัส การเข้าใจพฤติกรรมการเข้ารหัสและถอดรหัสของผู้รับก็จะมีประโยชน์ต่อการออกแบบเนื้อหาที่สอดคล้องกับความของผู้รับได้ โดยเฉพาะจะเข้าใจได้ง่ายขึ้นหากเป็นประเทศที่อยู่ในกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกันกับประเทศไทย

๑.๔.๑ ประเภทของวัฒนธรรม

William F. Ogburn and Meyer F. Nimkoff (อ้างถึงในจรัญ พรหมอยู่ ๒๕๑๙: ๔๒) ได้แบ่งวัฒนธรรมออกเป็น ๒ ส่วนคือ

๑. วัฒนธรรมวัตถุ (material culture) ซึ่งได้แก่สิ่งประดิษฐ์และเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น ตู้เย็น มีด เครื่องบิน โทรศัพท์ ตลอดจนผลงานในทางศิลปกรรมของมนุษย์ เป็นต้น

๒. วัฒนธรรมที่ไม่เกี่ยวกับวัตถุ (non-material culture) หมายถึง อุดมการณ์ ค่านิยม แนวความคิดในเรื่องการแข่งขันอย่างมีเหตุผล ประเพณี การปฏิบัติสืบทอดกันมา และเป็นที่ยอมรับกัน

ในกลุ่มชนของตนว่าดีงามเหมาะสม เช่น ศาสนา ความเชื่อ ความสนใจ ทักษะ ความรู้ ศีลธรรม ปรัชญา กฎหมาย แบบแผนแห่งพฤติกรรม ซึ่งเป็นนามธรรมมองไม่เห็น

ละครโทรทัศน์โดยตัวเองแล้วถือเป็นวัฒนธรรมในลักษณะวัตถุที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ในทางศิลปกรรมของมนุษย์ และละครโทรทัศน์ยังสามารถเป็นเครื่องมือที่นำเสนอวัฒนธรรมทั้งที่เป็นวัตถุและไม่เกี่ยวกับวัตถุได้ด้วยเช่นกัน

กล่าวโดยสรุป วัฒนธรรมหมายถึง กลุ่มของความเชื่อ (beliefs) กลุ่มของค่านิยม (values) ทักษะ (attitudes) อุปนิสัย (habits) ประเพณี (traditions) ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล และในการศึกษาค้นคว้านี้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไปในลักษณะของทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลโดยกำหนดให้เป็นเรื่องของพฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต (plots) และความต้องการเปิดรับเนื้อหา (contents) ละครโทรทัศน์เป็นสำคัญ

๑.๔.๒ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเกิดจากมนุษย์และมนุษย์ก็อาศัยอยู่ในลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างกัน ดังนั้นวัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมจึงมีความแตกต่างกัน (cultural diversity) เพราะวัฒนธรรมที่มีอยู่ในแต่ละสังคมเป็นผลผลิตของมนุษย์ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกัน การสร้างวัฒนธรรม จึงต้องมีความเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของผู้ที่อาศัยในสังคมนั้นๆ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบของวัฒนธรรมให้มีความแตกต่างกันมี 2 ปัจจัย คือ

๑. ปัจจัยด้านกายภาพ ได้แก่ อากาศ ภูมิประเทศ ประชากร พืช และสัตว์ เป็นต้น

๒. ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ เทคโนโลยี ความเชื่อ รวมทั้งการติดต่อสื่อสารกับวัฒนธรรมอื่น

วัฒนธรรมยอมรับว่า เป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการเกิดพฤติกรรม ดังนั้น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมจึงทำให้คนมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างสามารถมองเห็นได้ในหลายรูปแบบ เช่น คนที่อยู่ในเขตอากาศหนาวย่อมมีวิถีชีวิตหรือพฤติกรรมต่างกับคนที่อยู่ในเขตอากาศร้อน หรือคนสมัยโบราณย่อมมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่หรือพฤติกรรมต่างกับคนสมัยปัจจุบัน ดังนั้นคนที่มาจากต่างวัฒนธรรมย่อมมีพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เป็นต้น

๑.๔.๓ วัฒนธรรมย่อย

ในสังคมใหญ่มักมีบุคคลเป็นกลุ่มย่อย (sub-group) ซึ่งเป็นสมาชิกของสังคมใหญ่ปรากฏอยู่เสมอ บุคคลกลุ่มย่อยมีวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมใหญ่ และในขณะเดียวกันก็มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มของตนด้วย วัฒนธรรมย่อยแบ่งออกเป็น ๔ ประเภท (อาณนท อภิการมย์, ๒๕๒๕: ๙๒-๙๓)

๑. วัฒนธรรมย่อยทางเชื้อชาติ หมายความว่าในกลุ่มบุคคลหลายเชื้อชาติ เช่น สังคมไทย ประกอบด้วยบุคคลหลายเชื้อชาติได้แก่ จีน อินเดีย มุสลิม มอญ และมลายู กลุ่มบุคคลต่างเชื้อชาติที่อาศัยอยู่ในสังคมไทยปฏิบัติตามวัฒนธรรมย่อยของตนเอง กล่าวคือคนกลุ่มนี้มักมีประเพณีหรือธรรมเนียมปฏิบัติที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของส่วนรวม

๒. วัฒนธรรมย่อยตามเกณฑ์อายุ บุคคลในวัยต่าง ๆ มักนิยมปฏิบัติวัฒนธรรมตามกลุ่มบุคคลที่มีเกณฑ์อายุรุ่นราวคราวเดียวกัน เพราะฉะนั้นวิถีแห่งการดำรงชีวิต ของบุคคลตามเกณฑ์อายุที่แตกต่างกันย่อมแตกต่างกันไปเช่น บุคคลวัยรุ่นนิยมปฏิบัติตนในสังคมแบบหนึ่ง เช่น การไว้ทรงผมแบบกางเกง สีสนของเสื้อผ้า ส่วนวงการพูด อย่างที่เรียกว่า ‘วัฒนธรรมวัยรุ่น’ ส่วนคนสูงอายุก็ไปวัดหรือแสวงหางานอดิเรกทำ เช่น ปลูกต้นไม้ เป็นต้น

๓. วัฒนธรรมย่อยตามท้องถิ่น ท้องถิ่นต่างกันอย่างย่อมีการปฏิบัติวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เช่นภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ของประเทศไทย ต่างก็มีการปฏิบัติวัฒนธรรมอันเป็นที่นิยมในท้องถิ่นของตน เช่น ภาษาพูด การละเล่น และประเพณี เป็นต้น

๔. วัฒนธรรมเชิงอาชีพ บุคคลที่ประกอบอาชีพต่าง ๆ ย่อมมีธรรมเนียมปฏิบัติซึ่งเป็นที่นิยมกันในหมู่ผู้ประกอบอาชีพเดียวกัน เช่น นักร้อง นักแสดง นักสื่อสารมวลชน นักดนตรี และข้าราชการ ต่างก็มีวิถีชีวิตตามแบบฉบับอันเป็นที่ยอมรับกันในหมู่พวกของตน

ประเทศไทยเองก็มีวัฒนธรรมย่อยหลากหลายลักษณะและวัฒนธรรมย่อยเหล่านั้นของไทยถือว่า มีลักษณะเฉพาะหรือที่เรียกว่ามีความเป็นอัตลักษณ์ ซึ่งอัตลักษณ์นี้ถือเป็นสิ่งเฉพาะที่แตกต่างจากวัฒนธรรมย่อยอื่นในประเทศไทยและในขณะเดียวกันวัฒนธรรมไทยเองก็ถือเป็นวัฒนธรรมย่อยของวัฒนธรรมโลก ซึ่งอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมไทยนี้เองหากนำมาทำการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และทัศนคติก็จะสามารถนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัฒนธรรมไทยและยังเป็นการสร้างประโยชน์ในเชิงบวกทางเศรษฐกิจได้ด้วย

๑.๔ วัฒนธรรมไทย

วัฒนธรรมไทยได้รับแนวคิดมาจากศาสนาพุทธ ซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติในอีกหลายประเทศทางตะวันออก เช่น ลาว กัมพูชา และเมียนมา ดังนั้นวัฒนธรรมไทยจึงมีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของประเทศลาว กัมพูชาและเมียนมา ซึ่งมีพื้นฐานทางศาสนาพุทธเช่นเดียวกัน และถึงแม้วัฒนธรรมไทยมีความคล้ายคลึงกับหลายๆ ประเทศ แต่วัฒนธรรมไทยก็มีลักษณะที่มีเอกลักษณ์ดังนี้

๑. การทำบุญและการประกอบกรกุศล เนื่องจากคนไทยส่วนใหญ่มีความเชื่อในเรื่อง ‘กฎแห่งกรรม’ และ ‘สังสารวัฏ’ คนไทยจึงนิยมทำบุญและประกอบกรกุศลอยู่โดยทั่วไป เช่น ทำบุญตักบาตร การช่วยเหลืออนุเคราะห์ให้ผู้ยากจนและการประกอบสาธารณกุศลเพื่อประโยชน์สุขส่วนรวมสำหรับมูลเหตุจูงใจให้มีการทำบุญและประกอบกรกุศลนั้นพอสรุปได้ ๒ ประการ คือ ๑). เพื่อความสุขทางใจว่าได้ประกอบการบุญการกุศลไว้แล้ว และ ๒). เพื่อการสะสมกุศลกรรมในปัจจุบันโดยหวังจะได้รับประโยชน์สุขในอนาคต

๒. พิธีกรรม มักเป็นพิธีกรรมที่แสดงออกให้เห็นถึงความมีหน้ามีตาหรือเพื่อแสดงถึงสถานภาพทางสังคมของเจ้าภาพให้เป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น การจัดงานเลี้ยงฉลองวันคล้ายวันเกิด ส่วนพิธีกรรมนั้น เป็นพิธีที่แสดงออกถึงความซื่อสัตย์ ความศรัทธา ซึ่งเป็นเรื่องของกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องเท่านั้น และมักระบุชื่อพิธีกรรมนั้น ๆ ไว้ เช่น พิธีรดพระนางคัลแรกนาขวัญ หรือพิธีรับพระราชทานปริญญาบัตร เป็นต้น

๓. ความสนุกสนาน คนไทยมี ‘ค่านิยม’ ในเรื่องความสนุกสนาน เพราะฉะนั้นการปฏิบัติวัฒนธรรมต่าง ๆ ของไทยจึงมักมีพื้นฐานอยู่บนความสนุกสนาน เช่นการจัดงานวันคล้ายวันเกิด ก็มีการแสดงดนตรี งานเผาศพในชนบทจะมีการจัดงานมหรสพได้แก่ ลิเก หมอลำ หรือภาพยนตร์ นอกจากนั้นการรวมกลุ่มเพื่อกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การพบปะสังสรรค์ การจัดงานราตรีสโมสร การประกวดนางงาม และการประกวดการแต่งกาย กล่าวได้ว่าคนไทยมีวัฒนธรรมที่แสดงออกซึ่งความสนุกสนานตั้งแต่เกิดจนตายเลยทีเดียว (อานนท์ อาภาภิรมย์ ๒๕๒๕: ๙๗-๙๘)

จากแนวคิดดังกล่าวทำให้มองเห็นว่า วัฒนธรรมไทยได้รับแนวคิดมาจากศาสนาพุทธซึ่งเป็นพื้นฐานของหลายประเทศ จึงทำให้วัฒนธรรมไทยอาจเป็นวัฒนธรรมที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมกับทั้งประเทศที่อยู่พื้นฐานของศาสนาพุทธด้วยกัน

๑.๕ ค่านิยมในสังคมไทย

ค่านิยมไทยโดยทั่วไปแล้วสามารถสรุปได้ดังนี้ (วิเชียร รักการ, ๒๕๒๙: ๔๖-๔๗)

๑. คนไทยมีค่านิยมในการนับถือบุคคล คือถือว่าคนมีความสำคัญมากที่สุด ทุกสิ่งทุกอย่างในโลกนี้ขึ้นอยู่กับบุคคล ถ้าปราศจากบุคคลเสียแล้วทุกสิ่งทุกอย่างก็ไร้ความหมาย

๒. คนไทยมีค่านิยมยกย่องความเป็นผู้ใหญ่ เนื่องจากครอบครัวไทยแต่เดิมมา มีลักษณะเป็นครอบครัวใหญ่ มีหลายชั่วคนอยู่ในบ้านเดียวกัน เช่น ปู่ ย่า ตา ทวด พ่อ แม่ และลูกหลาน หัวหน้าครอบครัว ซึ่งมักหมายถึงผู้อาวุโสที่สุดเป็นผู้ที่มีอำนาจสูงสุดในการตัดสินใจเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของครอบครัว สมาชิกในครัวเรือนจะมีความยำเกรง ไม่สามารถโต้แย้งได้ ระบบครอบครัวในลักษณะเช่นนี้เองได้สร้างรูปแบบของสังคมไทยขึ้นมากลายเป็นรูปการปกครองแบบเจ้าขุนมูลนายหรือระบบมูลนายไพร่ อันเป็นแบบแผนของพฤติกรรมของคนไทยมาช้านาน ผู้ใหญ่ในที่นี้แบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภทด้วยกันคือ ความเป็นผู้ใหญ่หมายถึงการมีอายุมาก ความเป็นผู้ใหญ่หมายถึงการมีตำแหน่งสูงทางสังคม และความเป็นผู้ใหญ่หมายถึงการทำงานหรือรับราชการมานาน

๓. คนไทยยกย่องความเป็นเจ้านาย ซึ่งพฤติกรรมยกย่องความเป็นเจ้านายนี้จะสังเกตได้จากที่ผู้ใหญ่มักจะอวยพรให้ลูกหลานว่า โตขึ้นให้ได้เป็นเจ้าคนนายคน และลักษณะการเป็นเจ้านายแบ่งออกได้เป็น ๓ อย่างคือ เจ้านายโดยตำแหน่ง เจ้านายคือการได้ทำงานเบา และเจ้านายคือผู้ที่ควบคุมคนอื่น

๔. คนไทยมีค่านิยมรักความสนุก ความสนุกสนานรื่นเริง ความไม่เป็นคนเจ้าทุกข์ ค่านิยมดังกล่าวเป็นพฤติกรรมของคนไทย ซึ่งได้รับอิทธิพลของพระพุทธศาสนาในเรื่องให้ถือสายกลางอยู่มาก ฉะนั้น คนไทยจึงไม่มีพฤติกรรมในลักษณะสุดโต่ง คือทำอะไรจริงจังจนเกินไป พฤติกรรมทางสังคมที่รุนแรงจะไม่ค่อยปรากฏคนไทยจึงมีลักษณะที่ค่อนข้างจะอ้อมข้อม นิสัยในการจับจ่ายบริโภคค่อนข้างจะฟุ่มเฟือยไม่ค่อยชอบทำงานหนัก ไม่ค่อยชอบคนขี้เหนียว กระหมัดกระหม่อม เพราะลักษณะดังกล่าวเป็นเรื่องต้องอดทน ไม่ใช่เรื่องของความสนุกสนาน

๕. คนไทยมีค่านิยมยกย่องความเป็นผู้มีกตัญญูรู้คุณคนโดยถือว่าเป็นผู้ประเสริฐ ฉะนั้น พฤติกรรมของคนไทยจึงอุปการะผู้มีพระคุณ เช่น บิดา มารดา ผู้มีพระคุณที่เคยให้ความช่วยเหลือตนมา คนไทยจะถือว่าการทอดทิ้งบิดา มารดา ผู้มีพระคุณเป็นบาป เป็นการเนรคุณคน โดนตีเตียน เด็ก ๆ ของไทยก่อนนอนจะถูกสอนให้สวดมนต์ไหว้พระแล้วระลึกถึงคุณของบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ ผู้มีพระคุณเสมอ

จากค่านิยมของคนไทยที่กล่าวแล้วนั้น ทำให้เห็นลักษณะของคนไทยในภาพรวมได้ ดังนั้นการจัดกลุ่มมิติทางวัฒนธรรมอาจจะใช้ค่านิยมมาช่วยในการจัดกลุ่มมิติทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนได้ ซึ่งการใช้ค่านิยมมาช่วยในการจัดกลุ่มนั้นสามารถเห็นได้จากแนวคิดการจัดกลุ่มวัฒนธรรมของ Hofstede (1997) แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian work dynamism) (1987) แนวคิดของ Schwartz (1994) แนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner (1998) แนวคิดของ Hall (1987 and 1989) และแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) และถึงแม้ว่าแนวคิดทั้งหมดได้ใช้ค่านิยมของคนมาเป็นตัวแบ่งกลุ่ม แต่เมื่อจัดกลุ่มแล้วทุกคนกลับเรียกกลุ่มว่า 'มิติทางวัฒนธรรม' แทนที่จะใช้มิติทางค่านิยม ดังนั้นค่านิยมจึงอาจเป็นหน่วยย่อยของวัฒนธรรม และจากการศึกษายังมีข้อสังเกตว่าค่านิยมและวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่ใช้ร่วมกันได้

๑.๖ ประเพณีไทย

คำว่าประเพณี ขนบธรรมเนียมหรือจารีตประเพณีในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒ ให้ความหมายว่าเป็น ‘สิ่งที่นิยมถือประพฤติปฏิบัติสืบ ๆ กันมาจนเป็นแบบแผน’ นอกจากนี้ วิเชียร รักการ (๒๕๒๙: ๔๗) ยังได้รวบรวมความหมายของประเพณีซึ่งมีผู้ให้คำนิยามไว้ดังนี้

เสถียรโกเศศ ให้ความหมายคำว่าประเพณี ‘คือความประพฤติที่หมู่ชนหมู่หนึ่งถือเป็นธรรมเนียม หรือเป็นแบบแผนสืบต่อกันมานานจนเป็นพิมพ์เดียวกัน ถ้าใครในหมู่ประพฤตินอกแบบก็เป็นการผิดประเพณี...’ และ แปก สนธิรักษ์ (อ้างถึงในวิเชียร รักการ, 2529: 47) ให้ความหมายว่า ‘...ประเพณีเป็นเรื่องของพิธีที่ปฏิบัติสืบ ๆ กันมา มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขบ้าง คงไว้บ้าง ประเพณีแสดงถึงสัญลักษณ์ของชาติ...’

วิเชียร รักการ (๒๕๒๙: ๔๗)

ซึ่งโดยสาระแล้ว วิเชียร รักการ (๒๕๒๙: ๔๗) ได้กล่าวถึง ประเพณีกับวัฒนธรรมว่าเป็นสิ่งเดียวกัน คือ เป็นสิ่งที่คนในสังคมส่วนร่วมสร้างขึ้น ประเพณีนั้นเป็นวัฒนธรรมที่ค่อนข้างจะมีเงื่อนไขที่ชัดเจน กล่าวคือ เป็นสิ่งที่สังคมสร้างขึ้นเป็นมรดกที่ผู้เป็นทายาทจะต้องรับไว้และปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่ง ๆ ขึ้นไป รวมทั้งมีการเผยแพร่แก่คนในสังคมอื่นด้วย ประเพณีไม่มีใครสามารถระบุลงไปอย่างชัดเจนว่าได้เกิดขึ้นมาตั้งแต่เมื่อใด แต่อาจประมาณได้ว่าเกิดขึ้นเมื่อคนเรามีความเจริญในด้านต่าง ๆ มากพอสมควร และศาสนาหรือความเชื่อของมนุษย์นั่นเองเป็นพื้นฐานให้เกิดประเพณีขึ้นได้

จากแนวคิดดังกล่าวในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้กำหนดให้ประเพณีและวัฒนธรรมมีความคล้ายคลึงกันและมีลักษณะเหมือนกันคือเป็นสิ่งที่คนในสังคมร่วมกันสร้างและใช้สืบต่อกันมา

๑.๖.๑ ประเภทของประเพณี

ประเพณีแบ่งออกได้เป็น ๓ ประเภทคือ (วิเชียร รักการ, ๒๕๒๙: ๔๘-๕๔)

๑. ขนบประเพณี (institution) หมายถึง ประเพณีที่สร้างขึ้นเป็นหลักสำหรับการประพฤติปฏิบัติเป็นส่วนรวม ซึ่งมีทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ประเพณีแต่งงาน ประเพณีการทำบุญเลี้ยงพระ เป็นต้น

๒. จารีตประเพณี (mores) เป็นประเพณีที่มีความสำคัญต่อสวัสดิภาพแห่งสังคมและมีลักษณะบังคับให้สมาชิกของสังคมต้องปฏิบัติ หรือดเว้นปฏิบัติ จารีตประเพณีเป็นเรื่องของความประพฤติที่เกี่ยวกับความรู้สึกผิดถูกทางศีลธรรม เช่น การที่ผู้ใหญ่ลงโทษเมียนตีเด็กอย่างทารุณนั้นถือว่าผิดจารีตประเพณี หรือการที่เพื่อนบ้านกันรั้วบ้านสูงบังแดดบ้านคนอื่นถือว่าผิดจารีตประเพณี เป็นต้น

๓. ธรรมเนียมประเพณี (convention) เป็นประเพณีที่นิยมปฏิบัติกันโดยทั่วไปจนถือเป็นเรื่องธรรมดา บางครั้งใครจะปฏิบัติก็ได้ไม่ปฏิบัติก็ได้ คนที่ละเลยไม่ปฏิบัติอาจถูกดูหมิ่นว่าเป็นคนไม่มีมารยาท เช่น การพบปะกันมักจะทักทายด้วยการยกมือไหว้ผู้ใหญ่ก่อน หรือการไปงานศพก็มักจะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าชุดดำซึ่งแสดงความเศร้าไว้ทุกข์ให้แก่ผู้ตาย เป็นต้น การที่คนไทยพบผู้ใหญ่ไม่ทักทายด้วยการยกมือไหว้หรือไปงานศพแต่งกายชุดสีสดใส จึงเป็นการประพฤติที่ผิดธรรมเนียมประเพณี

๑.๖.๒ ลักษณะของประเพณี

ประเพณีของไทยแบ่งออกได้เป็น ๒ ลักษณะคือ ประเพณีส่วนบุคคล และประเพณีส่วนรวม

๑.ประเพณีส่วนบุคคลได้แก่ ประเพณีเกี่ยวกับการแต่งงาน ประเพณีการเกิด ประเพณีการตาย ประเพณีการบวช ประเพณีขึ้นบ้านใหม่ ประเพณีทำบุญอายุ เป็นต้น

๒.ประเพณีส่วนรวม ได้แก่ ประเพณีทางศาสนาต่าง ๆ เช่น ประเพณีการทำบุญเข้าพรรษา ออกพรรษา ประเพณีในวันสำคัญ ๆ เช่น ประเพณีตรุษ สารท ลอยกระทง หรือประเพณีในเทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น ประเพณีเหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งที่ทุกคนในสังคมควรประพฤติปฏิบัติร่วมกันในโอกาสนั้น ๆ

จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการที่กล่าวถึงวัฒนธรรมแล้ว ทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมเป็นเครื่องผูกพันบุคคลในสังคมเดียวกันไว้ด้วยกัน วัฒนธรรมแสดงออกมาในรูปความเชื่อ (beliefs) กลุ่มของค่านิยม (values) ทศนคติ (attitudes) อุปนิสัย (habits) ประเพณี (traditions) ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดให้ความเชื่อ กลุ่มค่านิยมและประเพณีเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม

๑.๗ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการคมนาคมสื่อสารและการเคลื่อนย้ายทางสังคม จะเป็นตัวนำวัฒนธรรมของสังคมหนึ่งเข้าไปอยู่ในอีกสังคมหนึ่งหรือที่เรียกว่า ‘การติดต่อระหว่างวัฒนธรรม’ หากวัฒนธรรมที่เข้ามาใหม่ได้รับการยอมรับจากสมาชิกของสังคม ก็จะเกิดการบูรณาการทางวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งการบูรณาการทางวัฒนธรรมอาจเกิดจากการยอมรับตั้งแต่ระดับเล็กๆ ของแต่ละบุคคลจนไปถึงระดับใหญ่ทั้งสังคม ในการบูรณาการทางวัฒนธรรม ถ้าวัฒนธรรมเก่ากับวัฒนธรรมใหม่สามารถเข้ากันได้ดี คนในสังคมรับเอามาประพฤติปฏิบัติ ก็จะเกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรม และมีการถ่ายทอดสืบต่อไป

การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม หมายถึง การเปลี่ยนแปลงในระเบียบแบบแผนธรรมเนียมประเพณีหรือแนวกำหนดพฤติกรรมมากกว่าอย่างอื่น การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมอาจเกิดจากปัจจัยภายในซึ่งเป็นผลมาจากความขัดแย้งหรืออาจเกิดความคิดแบบใหม่ ๆ มีการเปลี่ยนค่านิยม มีการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ที่ทันสมัย หรืออาจเกิดจากอิทธิพลของวัฒนธรรมต่างสังคมด้วยกระบวนการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (cultural diffusion) จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมมี 2 ประการคือ

๑. การประดิษฐ์คิดค้น (invention) ซึ่งถือได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเมื่อมนุษย์เกิดการค้นพบหรือมีความคิดใหม่ ๆ ก็จะมีการสร้างและพัฒนาวัฒนธรรมทางวัตถุตามมา

๒. การขอยืมหรือลอกเลียนแบบกันทางวัฒนธรรม (cultural borrowing) ในยุคที่มนุษย์สามารถติดต่อสื่อสารกันได้รวดเร็วและกว้างขวางขึ้น การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมก็ดำเนินควบคู่กันไป ซึ่งคนในบางสังคมอาจเห็นว่าวัฒนธรรมของสังคมอื่นเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับสังคมของตนก็จะทำการขอยืมหรือลอกเลียนแบบมาใช้

๑.๘ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมไทย

George Murdock (อ้างถึงใน Alexander Spoehr 1965: pX) กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมเกิดจากกระบวนการที่เรียกว่า ‘ความทันสมัย’ (modernization) ซึ่งอาณัติ อาภา

ภิรมย์ (๒๕๒๕: ๙๙-๑๐๐) ได้ให้แนวคิดไว้เมื่อ ๓๐ กว่าปีแต่ยังเป็นแนวคิดที่สามารถนำมาใช้ได้ดีในปัจจุบันคือ

๑. การนิยมนวัตกรรมหรือนวัตกรรม กล่าวได้ว่าในสมัยก่อนนั้นคนไทยส่วนใหญ่มีชีวิตความเป็นอยู่อย่างง่าย ๆ ตามครรลองชีวิตในระบบงานเกษตรกรรม ส่วนคนไทยในปัจจุบันมีวัตถุนำมาอำนวยความสะดวกเพิ่มขึ้นมากมายนับตั้งแต่เครื่องใช้ภายในบ้านไปจนถึงสิ่งรอบตัวนอกบ้าน สิ่งเหล่านี้ได้เข้ามาอำนวยความสะดวกต่อชีวิตแต่ในขณะเดียวกันได้กลายเป็นเครื่องกำหนดฐานะของบุคคลในสังคมไป วัตถุได้กลายมาเป็น ‘ค่านิยม’ อันสำคัญของสังคมไทยในปัจจุบัน จนสามารถกล่าวได้ว่าวัตถุได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรม (cultural goal) ของคนไทยส่วนใหญ่

๒. การนิยมนวัตกรรมตะวันตก การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของสังคมไทยอีกประการหนึ่งก็คือการนิยมนวัตกรรมตะวันตก ซึ่งเป็นผลของการเผยแพร่ทางวัฒนธรรม (cultural diffusion) เช่น ทางภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ตและการนำเข้ามาของคนตะวันตกในปัจจุบัน วัฒนธรรมตะวันตกได้รับการปฏิบัติอย่างแข็งขันในหมู่หนุ่มสาวหรือที่เรียกว่า ‘วัยรุ่น’ ซึ่งเป็นวัยที่ชอบการเปลี่ยนแปลงและเป็นกลุ่มคนที่มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไทยอยู่มาก กล่าวโดยทั่วไปวัฒนธรรมไทยมีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงด้วยการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาใช้ในสังคมไทยมากขึ้นเป็นลำดับ

๓. การใช้หลักวัฒนธรรมสากล โลกซึ่งเคยกว้างใหญ่ไพศาลในสมัยก่อนได้แคบลงในปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะความสะดวกรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสาร วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ ได้เผยแพร่ผสมผสานกันมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความเหมือนและความคล้ายคลึงกัน ที่เรียกว่า ‘วัฒนธรรมสากล’ (cultural universals)

วัฒนธรรมสากลเป็นแนวคิดหนึ่งที่ได้รับการยอมรับและได้มีการอ้างอิงเรื่อยมา ในงานวิจัยและการปฏิบัติโดยแนวคิดมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ ๒. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสากล (Cultural Universals)^๑

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากลนั้นได้เกิดขึ้นและได้รับการอ้างอิงในหลากหลายสาขาวิชา โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้นำแนวคิดนี้มาเป็นกรอบการศึกษาหลักโดยวัฒนธรรมสากลนั้นมีความหมายและลักษณะดังนี้

๒.๑ ความหมายและลักษณะ

ความหมายของวัฒนธรรมสากลนั้น ได้เกิดจากผลการศึกษาเปรียบเทียบทางด้านวัฒนธรรมของนักมานุษยวิทยาชื่อ George Murdock ซึ่งพบว่า วัฒนธรรมการทำอาหาร การกินเลี้ยง คติชาวบ้าน พิธีศพ ดนตรี และกฎหมายในหลายประเทศมีลักษณะที่เหมือนกัน (Popenoe, 1993: 68) ความเหมือนกันของวัฒนธรรมนั้น ยังอาจเกิดจากลักษณะธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นตัวกำหนด เช่น ทุกสังคมใช้ไฟสำหรับทำความร้อนและสร้างแสงสว่างเหมือนกัน ซึ่ง Murdock และคณะ (1949) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมสากล (cultural universals) ว่า หมายถึง ‘ปัจจัย รูปแบบ คุณลักษณะ หรือ ประเพณีที่ปรากฏร่วมกันในทุกวัฒนธรรมของมนุษย์ที่แพร่หลายทั่วไป’ นักจิตวิทยาพัฒนาการถือว่าพฤติกรรมหรือคุณลักษณะที่ปรากฏในทุกวัฒนธรรมนี้เป็นสิ่งที่ดีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในหลายๆ กิจกรรม

วัฒนธรรมสากลตามแนวคิดของ Murdock ได้ศึกษาในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย และได้นำวัฒนธรรมไว้อาณาหนึ่งในหนังสือชื่อ ‘The Common Denominator of Cultures’

^๑ และ ๒ เป็นการบัญญัติศัพท์ภาษาไทยโดยราชบัณฑิตยสถาน วันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๕๔ ดูในภาคผนวก ข

ปี ค.ศ.1945 ซึ่งกลุ่มวัฒนธรรมนี้ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่ต้องมีทุกสังคม แต่ในบางสังคมอาจมีการแสดงออกของวัฒนธรรมเหล่านี้ในรูปแบบที่แตกต่างกันไป คือ^๒ การจัดชั้นตามอายุ (age-grading) กีฬา (athletic sports) การประดับร่างกาย (bodily adornment) ปฏิทิน (calendar) การอบรมเรื่องความสะอาด (cleanliness training) กลุ่มชุมชน (community) องค์กร (organization) การทำอาหาร (cooking) การร่วมมือกันทำงาน (co-operative labor) จักรวาลวิทยา (cosmology) การเกี้ยวพาราสี (courtship) การเต้นรำ (dancing) ศิลปะตกแต่ง (decorative art) การพยากรณ์ (divination) ระดับชั้นของแรงงาน (division of labor) การแปลความฝัน (dream interpretation) การศึกษา (education) พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อนรกสวรรค์ (eschatology) จริยธรรม (ethics) พฤษศาสตร์พื้นฐาน (ethno-botany) มารยาท (etiquette) การรักษาด้วยพลังความเชื่อและการภาวนา (faith healing) ครอบครัว (family) งานเลี้ยงฉลอง (feasting) ศาสนา (Religion) การก่อไฟ (fire-making) คติชาวบ้าน (folklore) อาหารต้องห้าม (food taboos) พิธีศพ (funeral rites) เกมส์ (games) อากัปกริยา (gestures) การให้ของขวัญ (gift-giving) ระบบการปกครอง (government) การทักทาย (greetings) รูปแบบทรงผม (hair styles) ความมีไมตรีจิต (hospitality) งานบ้าน (housing) ความสะอาด (hygiene) การห้ามร่วมประเวณีกับญาติสนิท (incest taboos) กฎการสืบทอดมรดก (inheritance rules) ความตลก (joking) กลุ่มญาติพี่น้อง (kin groups) ความเป็นญาติ (kinship) การตั้งชื่อ (nomenclature) ภาษา (language) กฎหมาย (law) โชค/ความเชื่อที่มองไม่เห็น (luck/superstitions) เวทมนต์ (magic) การแต่งงาน (marriage) เวลารับประทานอาหาร (mealtimes) การบำบัดโรค (medicine) สูติศาสตร์ (obstetrics) ดนตรี (music) บทลงโทษ (penal sanctions) ชื่อบุคคล (personal names) การดูแลหลังคลอด (postnatal care) สิทธิครอบครองทรัพย์สิน (property rights) การบรรเทาทุกข์ด้วยการใช้สิ่งเหนือธรรมชาติ (propitiation of supernatural beings) ประเพณีของวัยหนุ่มสาว (puberty customs) พิธีกรรมทางศาสนา (religion ritual) กฎเกณฑ์แห่งการอยู่ร่วมกัน (residence rules) ข้อจำกัดอันเกิดขึ้นระหว่างเพศชายหญิง (sexual restrictions) มโนภาพเกี่ยวกับวิญญาณ (soul concept) ข้อจำกัดระหว่างเพศชายหญิง (status differentiation) ศัลยศาสตร์ (surgery) การสร้างเครื่องมือ (tool making) การค้าขาย (trade) การเยี่ยมเยียน (visiting) การควบคุมสภาพอากาศ (weather control) และการถักทอ (weaving) วัฒนธรรมทั้งหมดนี้ปัจจุบันยังปรากฏอยู่ทุกวัฒนธรรม แต่อาจมีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น การดูแลหลังคลอด หรือวัฒนธรรมการก่อไฟ ซึ่งบางครั้งอาจไม่จำเป็นต้องมีวัฒนธรรมนี้แล้วในหลายวัฒนธรรม

๒.๒ กลุ่มของวัฒนธรรมสากล

วัฒนธรรมสากลที่ Murdock รวบรวมมานั้น Kaufeldt (2005: 462) ได้นำมาจัดกลุ่มได้เป็น ๙ กลุ่มคือ

๑. ความต้องการพื้นฐาน (basic need/material culture) ทุกสังคมต้องการสิ่งที่เป็นพื้นฐานสำหรับการดำรงชีวิต เช่น อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม หรือพาหนะสำหรับเดินทาง

๒. ภาษาและการสื่อสารเชิงอวัจนะ (language and nonverbal communication) ทุกสังคมต้องมีภาษา รวมทั้งต้องมีระบบการสื่อสารเพื่อที่จะส่งผ่านข้อมูลข่าวสารต่อกันโดยเฉพาะภาษาท่าทาง

^๒ ตัวแปรวัฒนธรรมสากลมีการปรับชื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่ศึกษาในแต่ละครั้ง แต่ยังคงความหมายเดิม

๓. เครื่องมือและเทคโนโลยี (tool and technology/ conflict and control) เครื่องมือเป็นสิ่งประดิษฐ์เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกและพัฒนาชีวิตและใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม รวมทั้งยังเป็นอาวุธสำหรับการปกป้องและการทำสงคราม

๔. การศึกษา (education) ทุกสังคมต้องมีระบบการศึกษาเพื่อถ่ายทอดความรู้สำหรับสมาชิกในสังคม

๕. การจัดระบบสังคม (social organization/ social control) ทุกสังคมในโลกนี้มีระบบความสัมพันธ์ ซึ่งหมายถึงความถึงระบบความสัมพันธ์ภายในครอบครัว

๖. ความเชื่อในสิ่งลึกลับ (belief in unknown/ world view) ทุกสังคมได้สร้างระบบความเชื่อ ศาสนา พิธีกรรม การสมประสงค์ ความคงกระพัน ความลึกลับ ความตาย ขอความร่ำรวย และการเกิดใหม่

๗. การแสดงออกด้านศิลปะและการใช้เวลาพักผ่อน (artistic expression and leisure/ the arts, play) ทุกสังคมได้พัฒนาเพลง การต้อนรับ พิธีการและการนำเสนอด้านศิลปะ

๘. การปกครอง (government/ social control) ทุกสังคม มีการเมือง การปกครอง การให้รางวัล และการทำโทษ

๙. ระบบเศรษฐกิจ (economic organization) ทุกสังคมมีความอุดมสมบูรณ์และได้หาทางค้าขาย การบริหารจัดการเพื่อการเพิ่มมูลค่าหรือการค้นหาค่าประโยชน์จากความอุดมสมบูรณ์นั้น จึงเกิดระบบเศรษฐกิจ ระดับชั้นของแรงงาน การอยู่ร่วมกันในสังคม การผลิตระบบโรงงานและรวมทั้งเกิดการแลกเปลี่ยนโดยอาศัยเงินตราในรูปของการค้าขาย

นอกจากนี้ Cleaveland, Craven and Danfelter เขียนบทความเรื่อง Universals of Culture (1979) ซึ่งในบทความได้จัดกลุ่มวัฒนธรรมทั้งหลายเป็นกลุ่มของวัฒนธรรมสากลโดยมีความคล้ายคลึงกับแนวคิดของ Murdock และ Kaufeldt ดังนี้

๑. ทุกสังคมมีภาษาพูด

๒. ทุกสังคมมีระบบการสมรส ระบบครอบครัว และระบบเครือญาติ

๓. ทุกสังคมมีการแบ่งมนุษย์ตามอายุและเพศ

๓.๑ ตามอายุ เช่น เด็กมีหน้าที่แตกต่างจากผู้ใหญ่

๓.๒ ตามเพศ แบ่งออกเป็นเอกมาตฐานวัฒนธรรม คือมาตรฐานเหมือนกันทั้งชายและหญิงและทวิมาตฐานวัฒนธรรม ได้แก่การที่ชายมีพฤติกรรมตามเกณฑ์แตกต่างไปจากผู้หญิง

๔. ทุกสังคมมีการเมืองการปกครอง

๕. ทุกสังคมมีศาสนา

๖. ทุกสังคมมีระบบความรู้ เช่น มีความรู้ในการประกอบอาชีพ เป็นต้น

๗. ทุกสังคมมีระบบเศรษฐกิจ เช่น มีการผลิต มีการบริโภค เป็นต้น

๘. ทุกสังคมมีกิจกรรมนันทนาการ เช่น มีการละเล่นและการพักผ่อนหย่อนใจ

๙. ทุกสังคมมีศิลปะ

๒.๓ วัฒนธรรมสากลของโลก

ในบรรดาวัฒนธรรมสากลที่รวบรวมโดย Murdock (1945) นั้น มีวัฒนธรรมจำนวนหนึ่ง ที่ถือว่าเป็นวัฒนธรรมสากลอย่างแท้จริงและได้ปรากฏในทุกวัฒนธรรมทั่วโลก ซึ่งวัฒนธรรมสากลดังกล่าวนี้มี จำนวนทั้งสิ้น ๓๘ วัฒนธรรม ดังนี้

๑. กฎการสืบทอดมรดก (inheritance rules)^๓

มรดกตกทอดแก่ทายาทเมื่อเจ้าของมรดกถึงแก่ความตาย แนวคิดนี้จะขึ้นอยู่กับธรรมเนียมร่วมกันของความเป็นเจ้าของทรัพย์สิน ภายใต้ระบบที่กำหนดขึ้นผ่านการทำพินัยกรรมในการตายของสมาชิกชุมชน ในหลายประเทศผู้ตายจะต้องกำหนดให้คู่สมรสหรืออาจเป็นลูกหลาน (Encyclopedia เข้าถึงเมื่อวันที่ ๑๖ มกราคม ๒๕๕๔)

๒. ชุมชน (community)

หมายถึง หมู่ชนหรือกลุ่มคนที่อยู่รวมกันเป็นสังคมขนาดเล็ก อาศัยอยู่ในอาณาบริเวณเดียวกันและมีผลประโยชน์ร่วมกัน (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

วัฒนธรรมเกี่ยวกับชุมชนนี้ พบว่าเป็นตัวแบ่งกลุ่มในทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Kluckhohn and Strodtbeck เรื่องความสัมพันธ์ของมนุษย์กับมนุษย์

๓. การก่อไฟ (fire- making)

การก่อไฟ คือทักษะการใช้กลุ่มของสิ่งของอันได้แก่ท่อนไม้ หรือตะเกียงในการก่อให้เกิดไฟ เพื่อการประกอบอาหารหรือแสงสว่าง

๔. การเกี้ยวพาราสี (courtship)

การเกี้ยวพาราสี คือการที่หนุ่มสาวพยายามแสวงหาบุคคลที่ตรงกับที่เขามุ่งหวังไว้ ให้ตรงกับใจเพื่อจะมาเป็นคู่ครองในอนาคต (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๕. การจัดชั้นตามอายุ (age-grading)^๔

การจัดชั้นตามอายุนั้นใช้การเกิดมาเป็นตัวจัดแบ่งอายุ เรียกชื่อตามอายุ โดยมีการสร้างระบบการเรียกเพื่อที่จะสร้างความแตกต่างของสถานะตำแหน่ง และบทบาท (Britannica เข้าถึงเมื่อวันที่ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๖. การแปลความฝัน (dream interpretation)

การตีความฝันคือ กระบวนการกำหนดความหมายของความฝัน ในยุคโบราณหลายสังคม เช่น อียิปต์และกรีก ความฝันได้รับพิจารณาการว่าเป็นการสื่อสารที่เหนือธรรมชาติหรือเป็นวิธีของการคาดการณ์ หรือต้องแก้โดยผู้ที่มีพลังความสามารถพิเศษเฉพาะด้าน ปัจจุบันพบว่าสถาบันการศึกษาที่สอนด้านจิตวิทยา ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับความหมายของความฝันด้วยเช่นกัน

๗. การเต้นรำ (dancing)

การเต้นรำเป็นศิลปะชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเคลื่อนไหวของร่างกาย เป็นจังหวะปกติหรือประกอบเพลงการเต้นรำใช้เป็นเครื่องมือที่แสดงตัวตนหรือการปฏิสัมพันธ์กับสังคม การเต้นรำสามารถนำมาใช้เป็นรูปแบบของการสื่อสารระหว่างมนุษย์ ในลักษณะของอวัจนภาษาได้ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การเต้นรำยังสามารถนำมาใช้เป็นกีฬาได้ด้วย เช่น ยิมนาสติก สเกต และวอลเลย์บอล ขอกำหนดความหมายของการเต้นรำว่าเป็นศิลปะหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับข้อจำกัดทางสังคม วัฒนธรรม สุนทรียะ ศิลปะ และลักษณะของการเคลื่อนย้ายร่างกายของแต่ละกลุ่มคน

^๓ ความหมายของวัฒนธรรมสากลได้ค้นคว้าและนำเสนอในงานวิจัยเรื่อง ‘การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล’ (๒๕๕๕)

^๔ การจัดชั้นตามอายุได้นำมาใช้จัดแบ่งกลุ่มในแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Schwartz

๘. การพยากรณ์ (divination)

วิธีการเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่ไม่รู้ในอนาคต ด้วยวิธีการใช้สิ่งของหรือโหราศาสตร์ และคำพยากรณ์ คำพยากรณ์มีความคาดหวังว่าเป็นคำที่มาจากพระเจ้าหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ให้ไว้สำหรับสำนักพยากรณ์เพื่อถ่ายทอดออกไป การพยากรณ์มักจะเป็นสิ่งปฏิบัติพื้นฐานของทุกคนชั้นในยุคนั้นแต่วิธีการอาจจะแปลกและแตกต่างกันไป ซึ่งในความแตกต่างไม่มีข้อจำกัดสำหรับส่วนใดส่วนหนึ่งของโลก (Encyclopedia of Occultism and Parapsychology, 2001 เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๙. การทำอาหาร (cooking)

การกระทำเพื่อเตรียมอาหารให้พร้อมสำหรับการบริโภค (Encyclopedia Britannica เข้าถึงเมื่อ ๑๖ มกราคม ๒๕๕๔)

๑๐. ระบบการปกครอง (Government)

ระบบการปกครอง หมายถึงระบบทางการเมืองที่มีแบบฉบับแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ ระดับชั้นการปกครองที่ต่ำสุดและใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุดคือการปกครองท้องถิ่น (Encyclopedia Britannica เข้าถึงเมื่อ ๑๖ มกราคม ๒๕๕๔)

๑๑. การประดับร่างกาย (bodily adornment)

การประดับร่างกายถือเป็นศิลปะแขนงหนึ่งซึ่งหมายถึง การวาด การสัก การประดับ การทำรอยบนผิวหนัง การกระทำโดยพื้นฐานแล้วจะเกี่ยวข้องกับความสุขงาม ความเชื่อเรื่องสุนทรียศาสตร์ ศาสนา เวทมนต์ หรือการรักษา (Wikipedia เข้าถึงเมื่อ ๑๗ มกราคม ๒๕๕๔)

๑๒. การร่วมมือกันทำงาน (co-operative labor)

เป็นการจัดตั้งกลุ่มคนเพื่อการผลิตหรือบริการ โดยประกอบด้วยคนที่หลากหลาย การจัดตั้งโดยระบบออกแบบอย่างเป็นกลาง ไม่มีรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงบนพื้นฐานที่เป็นมิตร สถานภาพเท่าเทียมกัน กลุ่มที่สร้างขึ้นมีความเด่นและมีลักษณะเฉพาะที่สามารถระบุความเป็นกลุ่มได้ (Bannon and Schmidt, 1989: 358-372)

๑๓. การรักษาด้วยพลังความเชื่อและการภาวนา (faith healing)^๕

วิธีการรักษาโรคด้วยความเชื่อทางศาสนา มักจะนำความเชื่อด้านศาสนามาเกี่ยวข้องกับ ไม่ว่าจะเป็น การสวดมนต์หรือการภาวนาขึ้นอยู่กับผู้ที่มีความเชื่อนั้น การปลุกพลังเพื่อส่งผ่านไปรักษาโรค ความเชื่อในการคาดการณ์เกี่ยวกับความเจ็บป่วยหรือการรักษา นี้มักมีความสัมพันธ์กับความเชื่อทางศาสนา ในทางปฏิบัติโดยทั่วไป ความเชื่อเรื่องการรักษานั้นอ้างอิงไปสู่สิ่งที่ทั้งมองเห็นและมองไม่เห็นผ่านการสวดและการแสดงกิริยาต่าง ๆ เช่นการนอนด้วยมือเดียว หรือการวิงวอนร้องขอให้เข้ามาช่วยในการเยียวยารักษา (Wikipedia เข้าถึงเมื่อ ๑๗ มกราคม ๒๕๕๔)

๑๔. งานเลี้ยงฉลอง (feasting)

การจัดงานเลี้ยงไม่ว่าเป็นการฉลองหรือเพื่อการระลึกถึงถือเป็นสัญลักษณ์ของความสามัคคีในชุมชน งานเลี้ยงฉลองโดยทั่วไปแล้วมักเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา (The Columbia Encyclopedia, 2008 เข้าถึงเมื่อ ๑๗ มกราคม ๒๕๕๔)

^๕ วัฒนธรรมศาสนานี้มีลักษณะเช่นเดียวกันหรือไปในทำนองเดียวกันกลุ่มมิตรร่วมเรื่องความเชื่ออำนาจนอกตน พบในแนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner

๑๕. การศึกษา (education)

เป็นการเล่าเรียน การฝึกอบรม (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒) ทั้งในระบบและนอกระบบ

๑๖. การทักทาย (greetings)

การทักทายเป็นการใช้ คำ กริยาท่าทาง หรือการแสดงออกทางการเขียนที่สุภาพแสดงความ เป็นมิตรสำหรับทุกคน (Encyclopedia เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๑๗. การห้ามร่วมประเวณีกับญาติสนิท (incest taboos)

ข้อห้ามการร่วมประเวณีกับญาติสนิท โดยปกติระหว่างพ่อแม่และลูก ระหว่างพี่น้อง ข้อห้าม ครอบคลุมไปถึงเป็นสมาชิกของครอบครัวอันเกิดจากการแต่งงาน เช่นพ่อเลี้ยง แม่เลี้ยง หรือเขย สะใภ้ ในความหมายนี้ครอบคลุมไปถึงครอบครัวเดี่ยวและครอบครัวขยาย เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง เช่นเดียวกันกับหลีกเลี่ยงความผิดปกติทางพันธุกรรมอันเกิดจากการผสมพันธุ์จากพ่อแม่ที่มีสายโลหิต เดียวกัน (เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๑๘. การให้ของขวัญ (gift-giving)

ของขวัญหรือของที่ระลึกที่มอบให้โดยไม่ได้คำนึงถึงการรับหรือถึงแม้ว่าการให้ของที่ระลึก อาจจะเกี่ยวข้องกับการคาดหวังของการสร้างความสัมพันธ์ ของขวัญมักเป็นการกระทำที่เกี่ยวข้องกับ การแลกเปลี่ยนเงิน สิ่งของ หรืออื่น ๆ เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ของสังคมซึ่งความหมายของของขวัญยัง ครอบคลุมเกี่ยวกับ ความหมายของความสุข การลดความเศร้า โดยเน้นในเรื่องของความประทับใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความอาทร รวมถึงอภัยและน้ำใจ (Wikipedia เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

การให้ของขวัญนี้เป็นตัวจัดแบ่งมิติเพื่อใช้จัดกลุ่มคนในหลายประเทศ เช่น พลวัตของขงจื้อ (confucian dynamism) ซึ่งถือเป็นลักษณะเด่นของคนเอเชีย

๑๙. การอบรมเรื่องความสะอาด (cleanliness training)

เป็นการให้ความรู้เรื่องการรักษาความสะอาดและสุขอนามัยส่วนตัวและส่วนรวม มิติดนี้ สามารถนำมาสร้างการรับรู้และกระตุ้นการท่องเที่ยวได้ในบางประเทศเช่น ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทุกคนจะ เห็นตรงกันว่าเป็นประเทศที่เน้นความสะอาด แต่ในหลายประเทศขึ้นชื่อเรื่องความสกปรกไม่สามารถ นำมาใช้เพื่อช่วยส่งเสริมการตลาดได้

๒๐. กีฬา (Athletic sports)

กีฬา เป็นสิ่งที่ถูกคิดขึ้นเมื่อหลายร้อยปีก่อนคริสต์ศักราชโดยชาวอียิปต์และชาวกรีก องค์ประกอบของกีฬาประเภทนี้ได้พัฒนาสูงที่สุดในโอลิมปิกเกมส์ ส่วนกีฬานั้นหมายถึง กิจกรรมหรือ การเล่นเพื่อความสนุกเพลิดเพลินเพื่อความแข็งแรงของร่างกาย หรือเพื่อผ่อนคลายความเคร่งเครียด ทางจิต (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒) ประเทศในแถบเอเชียมักมีกีฬาที่เหมือนกัน เช่น ตะกร้อซึ่ง ไม่พบในภูมิภาคอื่นๆ ทำให้เห็นว่ากีฬา สามารถนำมาจัดแบ่งกลุ่มประเทศได้เช่นกัน

๒๑. เกมส์ (games)

การแข่งขันที่มีกติกากำหนด เช่น เกมกีฬา การเล่นเพื่อความสนุก เช่น เกมคอมพิวเตอร์ การ แสดงเพื่อสาธิตกิจกรรม เช่น เกมการบริหาร หรือหมายถึงการแสดงที่ใช้กลวิธีหรือเล่ห์เหลี่ยมเพื่อ หักล้างกัน เช่น เกมการเมือง (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๒๒. คติชาวบ้าน (folklore)

เรื่องราวของชาวบ้านที่เป็นของเก่าเล่าปากต่อปากและประเพณีสืบกันมาหลายชั่วอายุคนใน รูปคติความเชื่อ ประเพณี นิทานเพลง ภาษิต ปริศนาคำทาย ศิลปะ สถาปัตยกรรม การละเล่นของ เด็ก เป็นต้น (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๒๓. ครอบครัว (family)

สถาบันพื้นฐานของสังคมที่ประกอบด้วยสามีภรรยาและลูก (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๒๔. จักรวาลวิทยา (cosmology)

เป็นสาขาหนึ่งของวิชาดาราศาสตร์ (astronomy) ที่ศึกษาเกี่ยวกับวิวัฒนาการของเอกภพ เช่น การเกิดของเอกภพและศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างของจักรวาล เช่น การก่อตัวของจักรวาล

๒๕. กลุ่มญาติพี่น้อง (kin groups)

กลุ่มคนที่มีความสัมพันธ์กันทางสายเลือดหรือการแต่งงาน (The Columbian Encyclopedia, ๒๐๐๘ เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๒๖. จริยธรรม (ethics)

ธรรมที่เป็นข้อประพฤติ ปฏิบัติ ศีลธรรมหรือกฎศีลธรรม (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๒๗. ชื่อบุคคล (personal names)

ชื่อบุคคลมีไว้สำหรับเรียกเพื่อระบุตามความแตกต่างของแต่ละบุคคล ชื่อบุคคลนั้นมักตั้งกันตั้งแต่เกิดหรือช่วงต้นของชีวิตรวมทั้งนามสกุลด้วย การที่มนุษย์ต้องมีชื่อนั้นค่อนข้างเป็นสากล ยกเว้นเด็กที่เกิดในป่าและโตขึ้นอย่างโดดเดี่ยวหรือเด็กกำพร้าโดยการเกิดภัยธรรมชาติก็จะมีชื่อเรียก แต่เด็กทุกคนเมื่อเกิดขึ้นมาก็ต้องมีชื่อเรียกทุกคน การตั้งชื่อนั้นมักได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรม ซึ่งบางวัฒนธรรมก็ยึดหยุ่นมากกว่าวัฒนธรรมอื่น แต่อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมทุกวัฒนธรรมมีการบันทึกประวัติและกฎของการตั้งชื่อไว้ (Wikipedia เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๒๘. ปฏิทิน (calendar)

ระบบหรือแบบเพื่อบันทึกวัน เดือน ปี (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๒๙. พฤษศาสตร์พื้นฐาน (ethnobotany)

พฤษศาสตร์พื้นฐานหรือพืชพื้นบ้านที่คนในกลุ่มชนใดกลุ่มชนหนึ่งนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวัน โดยเป็นการใช้ที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษ พืชพื้นบ้านแบ่งออกเป็น พืชสมุนไพร พืชอาหาร พืชให้สีแต่งอาหารและให้สีย้อม พืชมีพิษ และพืชที่ใช้ในงานหัตถกรรมพื้นบ้าน (Wikipedia เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๐. พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อนรกสวรรค์ (eschatology)^๖

คำสอนในศาสนาที่เกี่ยวกับวิญญาณของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับความตาย การพิพากษา หรือนรกสวรรค์ (The Columbia Encyclopedia, ๒๐๐๘ เข้าถึงเมื่อ ๘ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๑. พิธีศพ (funeral rites)

พิธีกรรมประเพณีงานศพที่เกี่ยวข้องกับการเสียชีวิตของมนุษย์ส่วนใหญ่ มักเกี่ยวข้องกับศาสนา (The Columbia Encyclopedia, ๒๐๐๘ เข้าถึงเมื่อ ๘ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๒. อากัปกริยา (gestures)

อากัปกริยานั้น หมายถึงการเคลื่อนไหวที่สำคัญของส่วนที่ยื่นออกมาร่างกายเช่น แขนขา หรือร่างกาย รวมทั้งการใช้การเคลื่อนไหวเพื่อการแสดงออกของความรู้สึกและการพูด (Concise Oxford Dictionary เข้าถึงเมื่อ ๘ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๓. มารยาท (etiquette)

^๖ พิธีกรรมได้นำมาใช้จัดแบ่งกลุ่มพบในแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Schwartz

กิริยาวิจาที่ถือว่าสุภาพเรียบร้อยถูกกาลเทศะ (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๓๔. ระดับชั้นของแรงงาน (division of labor)

ระดับชั้นของแรงงานเป็นการร่วมมือของแรงงานในงานหรือในภาระหน้าที่ บทบาทหรือสถานการณ์เฉพาะ (Wikipedia เข้าถึงเมื่อ ๒๒ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๕. ศิลปะตกแต่ง (decorative art)

ศิลปะตกแต่ง เป็นศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและตกแต่งวัตถุสำหรับอรรถประโยชน์มากกว่าสำหรับเรื่องของสุนทรีย์ เครื่องเคลือบ เครื่องแก้ว เครื่องจักรสาน เครื่องประดับ เครื่องเหล็ก เฟอร์นิเจอร์ สิ่งทอ เสื้อผ้า และสิ่งของอื่นที่ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับศิลปะตกแต่ง (Encyclopedia Britannica เข้าถึงเมื่อ ๒๒ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๖. องค์กร (organization)

องค์กร คือ บุคคล คณะบุคคล หรือสถาบันซึ่งเป็นส่วนประกอบของหน่วยงานใหญ่ที่ทำหน้าที่สัมพันธ์กันหรือขึ้นต่อกัน เช่น คณะรัฐมนตรีเป็นองค์กรบริหารของรัฐ สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรเป็นองค์กรของรัฐสภา ในบางกรณี องค์กรหมายความรวมถึงองค์การด้วย (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

๓๗. อาหารต้องห้าม (food taboos)

หมายถึงอาหารเฉพาะอย่างที่ทำหามบริโภค อาหารต้องห้ามไม่ได้มีความเชื่อเชื่อมโยงกับการปฏิบัติด้านเวทมนต์หรือทางศาสนา และนักโภชนาการมักไม่ใช้คำว่าอาหารต้องห้ามแต่ได้เรียกอาหารกลุ่มนี้ว่าเป็นอาหารที่ต้องหลีกเลี่ยง แนวความคิดเกี่ยวกับอาหารที่ต้องหลีกเลี่ยงนั้นมาจากลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม โดยทั่วไปอะไรก็ตามที่สามารถกินได้ ถือเป็นอาหาร แต่สิ่งที่สามารถกินได้ในวัฒนธรรมหนึ่งอาจจะกินไม่ได้ในอีกวัฒนธรรมหนึ่ง อาหารต้องห้ามในสังคมได้ทำหน้าที่บ่งบอกความแตกต่างของกลุ่มชน รวมทั้งเป็นตัวชี้วัดความเป็นตัวตนของคนแต่ละวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น การบริโภคเนื้อหมูเป็นการบ่งบอกว่าคน ๆ นั้น ไม่ใช่มุสลิมเป็นต้น (The Columbia Encyclopedia, ๒๐๐๘ เข้าถึงเมื่อ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๔)

๓๘. ดนตรี (music)

เสียงที่ประกอบกันเป็นทำนองเพลง เครื่องบรรเลงซึ่งมีเสียงดังทำให้รู้สึกเพลิดเพลินหรือเกิดอารมณ์รัก โศก หรือรื่นเริง ได้ตามทำนองเพลง (ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๔๒)

วัฒนธรรมเป็นผลผลิตของมนุษย์ในสังคม แต่ละสังคมมีวัฒนธรรมทั้งที่เหมือนกันและแตกต่างกัน วัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาไม่มีวัฒนธรรมใดที่ดีที่สุดหรือแย่ที่สุด วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมมีเอกลักษณ์เป็นของตนเองและในขณะเดียวกันหลาย ๆ วัฒนธรรมก็มีความคล้ายคลึงกันสืบเนื่องมาจากการย้ายถิ่นฐานของมนุษย์ วัฒนธรรมสากลถือเป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกสังคมรวมทั้งสังคมไทยด้วยเช่นกัน ดังนั้น หากบุคคลซึ่งมีการย้ายถิ่นฐานไปอยู่ในสถานที่ที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันก็จะทำให้เกิดการปรับตัวได้ง่าย ด้วยแนวคิดดังกล่าวการนำวัฒนธรรมสากลมาเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยวก็จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับการพักผ่อนและยังได้พบเจอหรือได้กระทำกิจกรรมอันตรงกันกับวัฒนธรรมของตนเองด้วยเช่นกัน

วัฒนธรรมสากลทั้ง ๓๘ วัฒนธรรมนี้เป็นที่ยอมรับในการนำไปศึกษาในสาขาวิชาต่าง ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Bradley Franks (2014) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง Social Construction, Evolution and Cultural Universals เป็นการศึกษาการเกิด การพัฒนา และวัฒนธรรมสากล เพื่อลดความความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรม Winzeler, Robert L. (2013) ได้เขียนบทความในเว็บไซต์ของ Florida Atlantic University เรื่อง Religion: A cultural universal? ตั้งข้อสังเกตว่าศาสนา

และความเชื่อที่เหมือนกันในหลายประเทศสามารถนำมาใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวได้ งานวิจัยของ Chatterjee, Felipe de brigand, Joshua Knobe, Shaun Nichols and Smita Sirker ได้ทำการวิจัยเรื่อง Is Belief in Free Will a Cultural Universal? เป็นการศึกษาเพื่อการค้นหาวัฒนธรรมสากล โดยกำหนดให้ตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นเรื่องของ ‘ความอิสระในตัวตนหรือเจตจำนงเสรี (free will)’ จากวัฒนธรรมของ 4 ประเทศ นอกจากนี้แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากลยังนำไปเป็นแนวคิดในการจัดกลุ่มวัฒนธรรมซึ่งพบเห็นได้จากงานวิจัยหลายๆ งาน เช่นงานวิจัยของ Gillespie, A., Howarth, C. and Cornish, F. (2012). ได้ทำงานวิจัยเรื่อง Four problems for researchers using social categories. โดยศึกษาประเด็น 4 ประเด็น อันประกอบไปด้วย 1). 1) กลุ่มทางสังคมมีมุมมอง 2). กลุ่มทางสังคมมีประวัติศาสตร์ 3). คนมีการเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างกลุ่มสังคมและ (4) หมวดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ของกลุ่มคน ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ใช้แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากลมาเป็นแบ่งเพื่อศึกษาความเหมือนและความต่างของกลุ่มคน

2.4 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมไทยสากล (Thai Cultural Universals)

กลุ่มวัฒนธรรมสากลของ Georg Murdock (1945) ถือเป็นวัฒนธรรมสากลที่ต้องมีทุกสังคม แต่ในบางสังคมอาจมีการแสดงออกของวัฒนธรรมเหล่านี้ในรูปแบบที่แตกต่างกันไป วัฒนธรรมสากลดังกล่าวได้นำมาให้นักคิดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งประกอบไปด้วย นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ นักวิชาชีพด้านสื่อมวลชน นักภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม ข้าราชการครูและนักเขียนหนังสือ อิสระด้านการท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น ๗ คน คัดเลือกวัฒนธรรมสากลที่เหมือนหรือสอดคล้องกันกับวัฒนธรรมไทยและสามารถนำไปใช้การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ ทศนคติและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติได้ วัฒนธรรมไทยสากลที่ได้รับการคัดเลือก ประกอบด้วย การประดับตกแต่งร่างกาย (bodily adornment) การทักทอ (weaving) ศิลปะตกแต่ง (decorative art) พฤษศาสตร์พื้นฐาน (ethno botany) การทำอาหาร (cooking) เต้นรำ (dancing) การพยากรณ์ (divination) การศึกษา (Education) คติชาวบ้าน (Folklore) การแต่งงาน (marriage) และการบำบัดโรค (medicine) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าวัฒนธรรมไทยสากลสามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยถือเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้ โดยสามารถดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวได้มากขึ้น ดังความสัมพันธ์ที่แสดงในภาพต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๑ แสดงความสัมพันธ์ของการสื่อสารด้วยวัฒนธรรมไทยสากล และพฤติกรรมกรท่องเที่ยวไทย

สำหรับวัฒนธรรมไทยสากลนั้นสามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ดี ดังนั้นหากนำวัฒนธรรมไทยสากลนี้มาสอดแทรกในเนื้อหาละครโทรทัศน์แล้วก็สันนิษฐานว่าสามารถสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่แฝงไว้ในละครได้ เช่น สร้างการรับรู้และกระตุ้นเรื่องการท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าต่างๆ

ตอนที่ ๓ แนวคิดเกี่ยวกับมิติร่วมทางวัฒนธรรม

แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมได้รับการค้นพบและได้นำไปเป็นแนวทางศึกษาต่อยอดในหลากหลายสาขา แต่โดยทั่วไปแล้วมักพบว่าเป็นแนวคิดมิติร่วมที่ใช้สำหรับคนทั่วไปในโลกนี้ แต่แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมสำหรับการวิจัยนี้มีขอบเขตจำกัดเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียนโดย เบื้อตันได้ศึกษาความหมายและลักษณะไว้ดังนี้

๓.๑ ความหมายและลักษณะ

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากลของ Murdock และคณะ (๑๖๔๙) ได้ทำให้เข้าใจว่าวัฒนธรรมนั้นมีความเหมือนและหากนำความเหมือนนั้นมาทำการจัดกลุ่มก็จะสามารถเห็นเป็นกลุ่มที่มีลักษณะที่หลากหลาย และภายในกลุ่มก็มีหลายประเทศอยู่ร่วมกันเนื่องจากมีวัฒนธรรมคล้ายหรือเหมือนกัน ซึ่งแต่ละกลุ่มวัฒนธรรมนั้นเรียกว่า ‘มิติ (dimension)’ (Wood, 2004: 22) ซึ่งในหนึ่งมิติประกอบด้วยวัฒนธรรมที่มีความคล้ายคลึงกัน โดยกลุ่มของความคล้ายคลึงนี้ในการวิจัยนี้เรียกว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรม (cultural denominator)’ สามารถนำมาใช้ประโยชน์สำหรับวางแผนเพื่อกำหนดรูปแบบการสื่อสารให้เหมาะกับแต่ละวัฒนธรรม โดยมีความเชื่อว่าวัฒนธรรมที่อยู่ในกลุ่มมิติร่วมเดียวกันย่อมมีพื้นฐานของการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน

ประเทศที่อยู่ในมิติทางวัฒนธรรมเดียวกัน ถือว่าอยู่ในกลุ่ม ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรม (Common Denominator of Cultures)’ เดียวกัน และมิติร่วมทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในกลุ่ม ดังที่ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) และ Inkeles (1997) ได้อธิบายไว้ว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมเป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมที่มีผลกระทบกับกลุ่มคน อันประกอบด้วยการทำงาน ความสัมพันธ์กับความคิดของบุคคล ประเด็นความขัดแย้งและการจัดการ อีกทั้งยังอธิบายอีกว่า การจัดกลุ่มของรูปแบบทางวัฒนธรรมนั้นกระทำโดยการพิจารณาจากรูปแบบ (patterns) ที่มองเห็นเป็นพฤติกรรม หรือการแสดงเป็นนัยยะผ่านทางสัญลักษณ์ หรือปรากฏเป็นรูปของสิ่งประดิษฐ์ที่แสดงถึงพฤติกรรมของกลุ่มที่เหมือนกันอย่างชัดเจน’ การจัดกลุ่มทางวัฒนธรรมนั้นสามารถสร้างความเข้าใจลักษณะพื้นฐานของคนในกลุ่ม นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านความเข้าใจวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของคนนอกกลุ่ม อีกทั้งยังช่วยในเรื่องการเตรียมความพร้อมปัจจัยพื้นฐานสำหรับผู้ที่ต้องการทำการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

ดังนั้นมิติร่วมทางวัฒนธรรม (common denominator of cultures) จึงหมายถึง กลุ่มที่มีรูปแบบ (patterns) ของพฤติกรรม หรือการแสดงเป็นนัยยะผ่านทางสัญลักษณ์ หรือปรากฏเป็นรูปของสิ่งประดิษฐ์หรือการแสดงพฤติกรรมของกลุ่มที่เหมือนกันหรือคล้ายกันอย่างชัดเจน’

๓.๒ กลุ่มแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรม

กลุ่มวัฒนธรรมนั้นมีอยู่หลากหลายกลุ่ม โดยกลุ่มที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้อ้างอิงในการศึกษาทางธุรกิจในหลากหลายสถานการณ์คือ แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede et al. (2004) ได้อธิบายว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรม’ เหล่านี้มีความแตกต่างด้วยกลุ่มตัวอย่างและประเทศ แต่ด้วยพื้นฐานแนวคิดนั้นมีคล้ายคลึงกัน (House et al. 2004) จากการศึกษาพบว่า นักวิชาการได้ทำการศึกษาและกำหนดรูปแบบของมิติวัฒนธรรมไว้บ้างแล้วในหลากหลายมุมมอง

สำหรับการวิจัยนี้ได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีไว้ ๖ แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรม เพื่อนำมาเป็นการรอบ และพื้นฐานสำหรับการสังเคราะห์มิติร่วมของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยกลุ่มแนวคิดดังกล่าว ประกอบด้วย มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1997) แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism) หรือแนวคิดพลวัตของขงจื้อ (1987) แนวคิดของ Schwartz (1994) แนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner (1998) แนวคิดของ Hall (1987, 1989) และแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ซึ่งแต่ละแนวคิดทฤษฎีนั้นมีรายละเอียดดังนี้

๓.๒.๑ ทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและการสื่อสารทำให้คนทั่วไปมีการเคลื่อนย้ายและเกิดความสัมพันธ์กันมากขึ้น แนวคิดทฤษฎีเรื่องการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมจึงได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจรวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความสำคัญของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้รับการศึกษาวิจัยและอ้างอิงมากขึ้นจากจำนวนไม่ถึงร้อยละ ๕ เป็นร้อยละ ๗๐ ในปี ๑๙๗๐ อีกทั้งบทความที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดนี้ยังได้รับการตีพิมพ์ในช่วง ๑๙๘๕-๑๙๙๐ เป็นจำนวนสูงที่สุด แต่จากการศึกษาพบว่าบทความทั้งหมดนั้นเป็นการนำเสนอเพื่อมุ่งเน้นการสร้างกรอบความคิดของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Adler and Bartholomew, 1992 อ้างถึงใน Jaw and Liu, 2004). หากพูดถึงการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมแล้วถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องกล่าวถึง ซึ่งวัฒนธรรมเองยังมีลักษณะที่หลากหลายและยังสร้างความแตกต่างให้กับการบริหารจัดการและความเข้าใจของคนที่อยู่ร่วมกันในกลุ่มวัฒนธรรมเดียวกัน การศึกษาความแตกต่างของวัฒนธรรมนั้นสามารถนำมาซึ่งความสำเร็จให้กับองค์กร (Yan and Hunt, 2005) นักวิจัยหลายคนได้พยายามที่จะสร้างแบบวัดทางวัฒนธรรมด้วยการระบุพฤติกรรม ทัศนคติ และทักษะ เพื่อที่สามารถนำไปใช้สำหรับคาดคะเนความสำเร็จของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งหนึ่งในชุดงานวิจัยที่ได้ศึกษาและให้ผลการศึกษาที่สามารถแสดงความแตกต่างทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นคือ งานวิจัยของ Hofstede โดยทำการวิจัยในปี ‘ค.ศ. 1980, 1984, 1991 และ 2001 งานวิจัยของ Hofstede (Geert Hofstede Theory) ดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ จากพนักงานบริษัทไอบีเอ็มจากทั่วโลกกว่า ๑๑๖,๐๐๐ คน ได้สรุปความแตกต่างออกเป็น ๕ มิติ

มิติที่ ๑: ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจ (power distance)

ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจ หมายถึงการที่บุคคลมองความแตกต่างของสถานภาพไม่เท่ากันบางวัฒนธรรมมีการแบ่งแยกสูงระหว่างผู้ที่มีสถานภาพทางสังคมเช่นพ่อกับลูกเจ้านายกับลูกน้องในสังคมที่มีความแตกต่างทางอำนาจสูง (high power distance) บุคคลจะรู้สึกถึงความแตกต่างระหว่างบุคคลสูงผู้บริหารจะรู้สึกว่าคุณมีความเหนือกว่าพนักงานมากและสังคมที่มีความแตกต่างในด้านอำนาจต่ำ (low power distance) ผู้บริหารหรือผู้ที่อยู่ในสถานภาพสูงกว่าจะไม่รู้สึกว่าตนเองแตกต่างจากพนักงานมาก

มิติที่ ๒: ความแตกต่างในเรื่องของความเป็นส่วนตัว (individualism/ collectivism)

มิติความแตกต่างในเรื่องความเป็นส่วนตัว หมายถึงการที่บุคคลในแต่ละสังคมมีแนวความคิดและรูปแบบการดำรงชีวิตที่ขึ้นต่อสังคมไม่เท่ากันบางสังคมประชาชนไม่ค่อยคำนึงถึงสังคมหรือความรู้สึกของคนรอบข้าง (individualism) บุคคลยึดถือในสิทธิตามกฎหมายในขณะที่ประชาชนในวัฒนธรรมที่คำนึงถึงสังคม (collectivism) มีความคิดและการกระทำต่างๆที่คำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นหรือของกลุ่มมากกว่าคำนึงถึงกฎหมายเพียงอย่างเดียวประชาชนในกลุ่มวัฒนธรรมนี้ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากจีนโดยมีแนวคิดจากขงจื้อ (Confucian) คือการให้ความสำคัญกับครอบครัวและ

พวกพ้องดังนั้นการตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรจะมีคุณค่าน้อยกว่าความผูกพันแบบเครือญาติหรือสมัครพรรคพวกความแตกต่างในลักษณะเช่นนี้มักก่อให้เกิดปัญหาในการทำงานร่วมกับนักธุรกิจในกลุ่มประเทศตะวันตกที่มีลักษณะมีความเป็นส่วนตัวสูง

มิติที่ ๓: ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิง (masculine/ feminine)

มิติของการแบ่งแยกชายหญิงหมายถึงการที่สังคมให้ความสำคัญเสมอภาคทางเพศในสังคมที่มีความเสมอภาคสูง (feminine) หมายถึงหญิงและชายมีสิทธิเท่าเทียมกันในเรื่องต่างๆ หญิงสามารถเป็นหัวหน้าผู้ชายได้ในสังคมที่หญิงและชายแตกต่างกันมาก (masculine) หญิงอาจทำงานได้แต่ตำแหน่งโดยทั่วไปบางสังคมหญิงมีหน้าที่ทำงานบ้านเท่านั้นไม่มีโอกาสเข้าทำงานและเป็นหัวหน้าผู้ชายได้เลย การแบ่งแยกหญิงชายที่ต่างกันในแต่ละสังคมนี้ถ้าผู้บริหารที่ไม่ได้พิจารณาในเรื่องของความแตกต่างกันทางเพศแล้วจะก่อให้เกิดสิ่งที่ยอมรับไม่ได้เช่นการแต่งตั้งหญิงเป็นหัวหน้าชายในสังคมอิสลามหรือสังคมญี่ปุ่นอาจยอมรับไม่ได้ว่าด้วยเหตุผลใดแต่ต้องพิจารณาถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมประกอบด้วยเนื่องจากเมื่อกาลเวลาและสถานการณ์เปลี่ยนไป ความรู้สึกของประชาชนต่อมิติต่างๆ ก็อาจเปลี่ยนแปลงไป เช่น ในอดีตวัฒนธรรมไทยเคยยกย่องให้ชายเหนือกว่าหญิงโดยเฉพาะในเรื่องการทำงานนอกบ้านและผู้หญิงต้องเป็นผู้ตามหรือสนับสนุนชายโดยมีคิดว่าชายเป็นช้างเท้าหน้าและหญิงเป็นช้างเท้าหลังในปัจจุบันหญิงและชายไทยมีความเสมอภาคในการทำงานหญิงเป็นหัวหน้าชายได้ในสังคมไทยแต่การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศมีความเร็วไม่เท่ากัน

มิติที่ ๔: ความแตกต่างในเรื่องของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (uncertainty avoidance)

มิติความแตกต่างในเรื่องของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง หมายถึงความรู้สึกของคนทั่วไปที่มีต่อความไม่แน่นอนในอนาคตและพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยงเพื่อให้ตนเกิดความรู้สึกที่มั่นคงปลอดภัยความแตกต่างของคนในการที่กล้าเผชิญกับความเสี่ยงส่งผลต่อการบริหารได้ในระดับหนึ่ง ประชาชนในประเทศที่มีลักษณะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงสูง (high uncertainty avoidance) เช่น ญี่ปุ่น ไอร์แลนด์ เบลเยียม และประเทศในกลุ่มอเมริกาใต้มีความต้องการในสิ่งต่อไปนี้คือ ๑). องค์กรที่มีโครงสร้างที่มั่นคง ๒). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในลักษณะระบบราชการ และ ๓). มุ่งความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารกับพนักงานประชาชนในประเทศที่มีลักษณะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่ำ (low uncertainty avoidance) พนักงานจะมุ่งที่ผลสำเร็จของงานมากกว่าความสัมพันธ์ สำหรับประเทศไทยมีลักษณะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงกลางๆ ค่อนไปทางสูง พนักงานต้องการหัวหน้างานที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์มากกว่ามุ่งงาน

มิติที่ ๕: ความแตกต่างในเรื่องของเวลาในการทำงานร่วมกัน (short-term/long-term orientation)

มิติในเรื่องของการทำงานร่วมกันหมายถึงการที่บุคคลประเมินผู้อื่นโดยพิจารณาจากปัจจัยที่ไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์ส่วนตัวในรอบเวลาอันสั้นหรือพิจารณาจากความสัมพันธ์ที่มีมาต่อเนื่องยาวนานคนที่มีความ long term orientation จะสนิทสนมกับคนแปลกหน้ายากเพราะต้องใช้เวลาในการศึกษาแต่เมื่อสนิทกับใครแล้วก็จะมีความสัมพันธ์ที่ยาวนานคนที่มีความ ความแตกต่างในเรื่องของเวลาร่วมกัน (short-term/long-term orientation) จะสนิทสนมกับคนแปลกหน้าง่ายแต่ไม่มีความผูกพันลึกซึ้งสำหรับสังคมไทยมีการแบ่งแยกหญิงชายไม่สูงหญิงสามารถเป็นหัวหน้าและผู้บริหารได้ในองค์กรทั่วไปปัญหาไม่ได้เกิดจากการแบ่งแยกเพศแต่เกิดจากปัญหาการเล่นพรรคเล่นพวก (collectivism) มากกว่าการทำให้คนไทยไม่เล่นพวกเป็นไปได้อ่อนช้อยเพราะวัฒนธรรมของประเทศไทยเอื้อเพื่อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่นซึ่งถ่ายทอดมาจากสังคมเล็กๆ เช่นครอบครัวในขณะที่สังคมขนาด

ใหญ่ขึ้นต้องการโครงสร้างที่ยึดติดกับกฎระเบียบข้อบังคับ (individualism) ทำให้สังคมไทยมีสองรูปแบบของวัฒนธรรมซึ่งตรงข้ามกันอย่างสิ้นเชิงรวมอยู่ในสังคมเดียวกันการศึกษาความแตกต่างทางวัฒนธรรมกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวนั้น

งานวิจัยและแนวคิดของ Hofstede ได้รับการยอมรับมาก โดยมีนักวิจัยหลายคนได้นำข้อค้นพบนี้ไปใช้เป็นศึกษาต่อยอด รวมทั้งได้นำไปใช้เป็นกรอบในการสำรวจผลกระทบของความแตกต่างทางวัฒนธรรมในการปรับตัวของการบริหารจัดการในองค์กรต่างๆ (Tung and Verbeke, (2010), Waldman, Luque, Washburn, and House, (2006) และ Kirkman et al. (2006:286) ข้อสังเกตกรอบแนวคิดของ Hofstede ที่ได้รับความนิยมมายาวนานในการวิจัยระหว่างวัฒนธรรมเกิดขึ้นเพราะ ‘ความชัดเจนและให้ผลสะท้อนกลับไปยังการจัดการที่สอดคล้องกับความเป็นจริง’ อีกทั้งแนวคิด Hofstede ยังสามารถนำไปใช้ได้ดีในการศึกษาระหว่างวัฒนธรรมในด้านการวิจัยการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ ด้วยเช่นกัน

๓.๒.๒ มิตรร่วมทางวัฒนธรรมพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism)

Hofstede and Bond (1988) ต่อมาได้พัฒนาแนวคิดซึ่งถูกเรียกว่า ‘พลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism)’ ซึ่งเป็นแนวคิดทางวัฒนธรรมสำหรับการจัดกลุ่มวัฒนธรรมของคนในเอเชียเป็นสำคัญ มิตรร่วมทางวัฒนธรรมพลวัตของขงจื้อถือที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนั้น เป็นมิตรร่วมทางวัฒนธรรมในแนวคิดของทางตะวันออกหรืออีกนัยหนึ่งก็คือจีน โดยแบ่งออกเป็น 2 เสาหลักคือทางลบและทางบวก ซึ่งแนวคิดนี้ไปในทิศทางเดียวกันกับปรัชญาของจีนเรื่องหยิน หยาง (Ying Yang) (Cooper: 1990) ซึ่งเป็นแนวคิดเต๋า เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางสังคม โดยประกอบด้วยด้านมืดด้านสว่าง 4 มิติ ซึ่งมิตรร่วมทางวัฒนธรรมพลวัตของขงจื้อไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นค่านิยมวัฒนธรรมเชิงบวกหรือเชิงลบ เนื่องจากไม่สามารถตัดสินได้ด้วยมุมมองเห็นและทั้งหมดขึ้นอยู่กับบริบทและสถานการณ์ที่จะกล่าวถึงดังต่อไปนี้

มิติที่ ๑ ความมั่นคงและความมีเสถียรภาพ (personal steadiness and stability)

บุคลิกของผู้ที่มีความมั่นคงและความมีเสถียรภาพจะประกอบไปด้วยการเคารพตามลำดับของสังคม ความสัมพันธ์ มีความประหยัด และมีความละเอียด ในทางตรงกันข้าม บุคลิกของผู้ที่ไม่มีความมั่นคง และความไม่มีเสถียรภาพในวัฒนธรรมขงจื้อ คือบุคคลที่มีบุคลิกที่เชื่อถือไม่ได้ ไม่น่าไว้วางใจ ขาดการเคลื่อนไหว มีกิเลส อยากมีอยากได้และขาดทักษะทางการค้าซึ่งถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญด้านสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน

นอกจากนี้แนวคิดขงจื้อยังเน้นความความอ่อนน้อม ถ่อมตน (humility) เพื่อที่จะควบคุมผลกระทบเชิงลบที่เป็นไปได้ที่เกิดขึ้นจากความอิจฉาจากหมู่คนอื่น ๆ แนวคิดขงจื้อจึงมีแนวโน้มที่จะเน้นความสำคัญของความอ่อนน้อมถ่อมตนในการแสดงความมั่งคั่งและความรู้ (Douglas and Isherwood, 1979) เหตุผลสำคัญของแนวคิดนี้เพื่อให้ทุกคนมีชีวิตอยู่อย่างมีความสุขและไม่มีใครจะดียิ่งขึ้นหรือแตกต่างจากคนอื่น ๆ มากเกินไป (Tran et al, 2008) และถึงแม้ว่าเมื่อตนเองมีดีกว่าคนอื่น ถึงจะเป็นเรื่องจริงก็ควรที่จะเก็บความภูมิใจนั้นไว้กับตนเอง เพื่อสร้างความสามัคคีที่ดีในชุมชน เนื่องจากการบอกหรือโอ้อวดจะก่อให้เกิดความอิจฉากับคนอื่น (Tran et al. 2008) ประเพณีขงจื้อซึ่งเป็นแนวคิดของจีนเป็นส่วนใหญ่ เน้นให้คนมีความอ่อนน้อมถ่อมตน แต่ให้แสดงออกตามความเหมาะสมกับสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ (Tu, 1998).

มิติที่ ๒ การรักษาหน้า (protecting your face)

ในสังคมคนจีนหน้าตาทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญ ฐานะทางการเงินถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการรักษาหน้า (Gu, 1990: 241) คนจีนจึงไม่ยอมเสียหน้าและสร้างหน้าตาด้วยการทำงานหนัก เพื่อสร้างความมั่งคั่ง สถานภาพ และอำนาจทางสังคม Hofheinz and Calder (1982: 25) กล่าวเสริมว่า ‘หน้าตาซึ่งหมายถึงฐานะทางการเงินเป็นสิ่งสำคัญและอยู่เบื้องหลังการเติบโตของเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออก’

มิติที่ ๓ การเคารพประเพณี (respect for tradition)

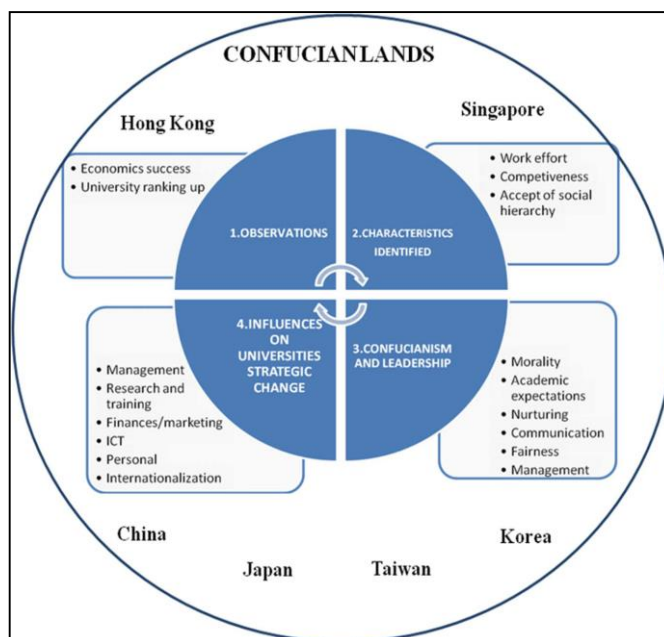
กลุ่มคนที่ให้ความเคารพประเพณีจะคำนึงถึงประเพณี เช่น การอยู่ด้วยกันของชายหญิงต้องแต่งงานให้ถูกต้อง ส่วนในบางประเทศการแต่งงานอาจไม่จำเป็นเท่ากับการเข้าใจซึ่งกันและกัน ประเทศจีนมีประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า ๕๐๐๐ ปี ทำให้คนจีนมีความภาคภูมิใจและเคารพรวมทั้งให้ความสำคัญกับประเพณีของตนเอง แนวคิดพลวัตของจื้อให้ความสำคัญยิ่งต่อความสัมพันธ์ของมนุษย์กับลำดับชั้น (hierarchy) ของบุคคลในสังคม นั้นหมายความว่าบุคคลย่อมต้องประพฤติตนตามตำแหน่งของตนเองในสังคม ลำดับชั้นทางสังคมถือเป็นสิ่งที่สำคัญในเอเชียตะวันออกมากที่สุด ซึ่ง Wong and Ahuvia (1998) และ Lim (2003) ต่างมีความเห็นตรงกันว่า ความสำเร็จทางเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออก ซึ่งที่ควรคำนึงถึงคือความใส่ใจเรื่องลำดับชั้นทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงความใส่ใจในความอาวุโสด้วยเช่นกัน

มิติที่ ๔ การตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ (reciprocation of greetings favors and gifts)

การทักทายและการให้ของขวัญเป็นค่านิยมที่ถูกมองว่าเป็นเชิงลบของคนจีน คนจีนมักใช้ของขวัญเพื่อเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Fang, 2003:358) หรือสร้างความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน (reciprocity) ในสังคมที่ดำเนินการตามแนวคิดของขงจื้อนั้นพบว่า ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันหมายถึง ‘กฎทอง’ ที่ควบคุมเกือบทุกชนิดของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ซึ่งหมายถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างความคิด ความชอบซึ่งกันและกัน (Tu: 1998)

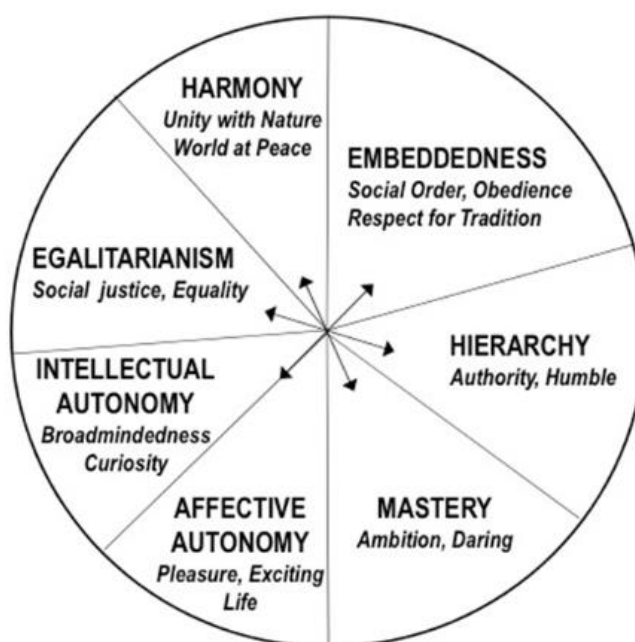
ประเทศไทยหากนำไปจัดกลุ่มในมิติร่วมทางวัฒนธรรมพลวัตของขงจื้อ พบว่าสามารถเข้าใจได้ในหลายมิติ เช่น การเคารพประเพณี การรักษาหน้า รวมทั้งการตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ ซึ่งคนไทยมีการดำเนินชีวิตตามประเพณีอยู่ทุกช่วงชีวิตตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย คนไทยมีการทักทายไปมาหาสู่เยี่ยงเยียนมีของฝากติดมือไปเยี่ยมด้วยเสมอ ส่วนการรักษาหน้าในสังคมนั้น ปัจจุบันถือเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทย ดังจะเห็นได้จากการซื้อรถก่อนซื้อบ้าน หรือมีการซื้อรถเก๋งความจำเป็น ความคล้ายคลึงนี้อาจเป็นเพราะการย้ายถิ่นฐานของคนจีนสู่แผ่นดินไทยนั่นเอง แนวคิดพลวัตของขงจื้อได้นำไปใช้ในลักษณะหลากหลายรูปแบบทางการบริหารงานของกลุ่มประเทศกลุ่มลักษณะของอธิการบดีมหาวิทยาลัยในแต่ละประเทศ ซึ่งอธิการบดีในแต่ละประเทศมีกลยุทธ์ในการบริหารงานในลักษณะที่แตกต่างกันตามแต่ละมิติพลวัตของขงจื้อ ซึ่งอธิบายได้ตามแบบจำลองที่ ๒.๒ ว่า ที่อยู่ในมิติทางวัฒนธรรมเดียวกัน ดังงานวิจัยของ Tjeldvoll (๒๐๑๑) ได้นำมาประยุกต์ใช้ในการจัด อธิการบดีมหาวิทยาลัยในประเทศฮ่องกงมีกลยุทธ์ในการบริหารมหาวิทยาลัยโดยให้ความสำคัญในเรื่องของความสำเร็จของการด้านการเงิน การมีชื่อเสียงและการได้รับการจัดอันดับที่ดี คือ (มิติที่ ๑ การสังเกต) อธิการบดีในประเทศสิงคโปร์ให้ความสำคัญไปทำงาน การแข่งขันและระดับของการยอมรับในสังคม (มิติที่ ๒ การค้นหาบุคลิกลักษณะ) ส่วนจีนให้ความสำคัญกับการบริหาร วิจัยและการอบรม เทคโนโลยีสารสนเทศ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (๔ อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงกล

ยุทธ์) ส่วนเกาหลีให้ความสำคัญในเรื่อง ความซื่อสัตย์ การสื่อสาร ธรรมเนียมและการบริหาร (๓) ลัทธิขงจื้อและความเป็นผู้นำ) ส่วนประเทศญี่ปุ่นและไต้หวันก็มีความผสมผสานกันระหว่างแนวคิดที่ ๓ และ ๔ ของพลวัตของขงจื้อ



แบบจำลองที่ ๒.๒ แสดงผลการวิจัย ของ Tjeldvoll (2011)

๓.๒.๓ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Schwartz (1992) อธิบายว่ามิติร่วมทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการเกิดพฤติกรรม ทศนคติ และการดำเนินชีวิต ประกอบด้วย ๗ มิติ และสามารถแสดงให้เห็นในวงกลม โดยจัดวางสิ่งที่มีค่าใกล้เคียงกันและค่าตรงกันไว้ในแบบจำลอง แสดงในแบบจำลองที่ ๒.๓



แบบจำลองที่ ๒.๓ แสดงการจัดกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Schwartz (1992)

แบบจำลองของ Schwartz มีมิติทั้งสิ้น ๗ มิติ โดย Schwartz ได้ จัดกลุ่มเป็น ๓ กลุ่มใหญ่ ซึ่งแต่ละกลุ่มประกอบด้วยมิตี้อยู่ที่มีความตรงกันข้ามอยู่ในวงกลมแห่งมิติ ดังนี้ (Guterman: 2010)

มิติที่ ๑: จารีตนิยม/ความอิสระ (conservatism/autonomy)

แนวคิดของ Schwartz มองว่าในสังคมที่มีความคงไว้ซึ่งจารีตประเพณีสูง ความสนใจของบุคคลจะไม่มี ความแตกต่างกันไปจากความสนใจของกลุ่ม โดยสมาชิกในกลุ่มมีความคิดและทัศนคติ อยู่ภายใต้กรอบประเพณีของกลุ่มและเชื่อว่าประเพณีคือแนวคิดที่เชื่อถือได้

ส่วนในทางตรงกันข้าม ความหมายของความอิสระนั้นถูกมองว่า การมีความเป็นอิสระ สามารถแสดงความรู้สึก ความคิด ความสามารถ และการมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะ ของแต่ละบุคคล ทำให้คนทั่วไปมีความแตกต่างกัน

มิติที่ ๒: ลำดับชั้นทางสังคม/ความเสมอภาค (hierarchy/egalitarianism)

ตัวกำหนดพฤติกรรมของบุคคลที่เป็นสมาชิกของสังคมนั้น คือ ลำดับชั้นในสังคม บุคคลมัก แสดงพฤติกรรมตามลำดับชั้นที่ตนเองสังกัดอยู่ และโดยส่วนใหญ่แล้วลำดับชั้นในสังคมมักผูกติดอยู่กับ อำนาจทางสังคม สิทธิ ฐานะทางการเงิน ในสังคมที่มีระดับชั้นจะมีกฎระเบียบออกมาควบคุมสมาชิก ซึ่งแต่ละบุคคลต้องยอมรับและดำเนินการตามกฎระเบียบนั้นด้วย อีกทั้งบุคคลแต่ละคนก็จะมีระบบ ของตนเองที่จะควบคุมให้ดำเนินไปตามกฎระเบียบของสังคมด้วยเช่นกัน

ในทางตรงกันข้ามสังคมที่มีความเสมอภาคนั้น บุคคลมักมีคุณลักษณะของความเป็นมนุษย์ที่ เท่าเทียมในเรื่องพื้นฐานของการดำเนินชีวิต เช่น มีงานหรือมีสวัสดิการจากรัฐเท่าเทียมกัน ค่านิยม ของคนกลุ่มนี้คือเกิดจากความเสมอภาคในสังคม ซึ่งรวมถึงมีความยุติธรรม มีความช่วยเหลือสมาชิกที่ อ่อนแอกว่า มีความซื่อสัตย์ มีความเห็นอกเห็นใจ มีการทำงานเพื่อคนอื่น มีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเสียสละ และมีความร่วมมือกันภายในสังคม

มิติที่ ๓: อำนาจควบคุม/ความกลมกลืน (mastery/harmony)

มิตินี้เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตและวิธีการที่สมาชิกในกลุ่มสังคมมีการบริหาร ความสัมพันธ์ของตนเองกับธรรมชาติและสังคมโลก

อำนาจควบคุม (mastery) หมายถึงสถานการณ์ที่แต่ละบุคคล มีการกระทำตามความคิดของ ตนเองตามอำเภอใจ (self-assertion) เพื่อค้นหาอำนาจควบคุม ทิศทาง และการเปลี่ยนแปลง ธรรมชาติและสังคมโลกเพื่อค้นหาความสนใจขั้นสูงขึ้น หรือความสนใจในกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิก ค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับอำนาจควบคุม ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง (self-reliance) ตัวเลือกของ เป้าหมายในชีวิต ตามตั้งใจ ความกล้า การกล้าเผชิญกับความเสี่ยง การทำงานหนัก ความ ทะเยอทะยาน การขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จที่สูงขึ้น และการมีความแข่งขันสูง (Rosario, Carmen and Biagio :2014)

ส่วนความกลมกลืน (harmony) หมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลแต่ละคนดำเนินชีวิตโดย สอดคล้องกับธรรมชาติและสังคมโลก โดยบุคคลต้องการค้นหา ต้องการที่จะเข้าใจ และต้องการรักษา ความดั้งเดิม มากกว่ามองหาความเปลี่ยนแปลง ค่านิยมในลักษณะนี้ประกอบด้วย ความสงบสุขของ โลก ความเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ และการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านการยกระดับการใช้ประโยชน์ส่วน ตนของบุคคลและทรัพยากร

๓.๒.๔ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Trompenaars and Hampden-Turner

Trompenaars and Hampden-Turner ได้จัดกลุ่มสิ่งที่ค้นพบออกเป็น ๗ กลุ่ม (Guterman: 2010) โดยแต่ละมิติมีรายละเอียดดังนี้

มิติที่ ๑: ความมีส่วนร่วมหรือความเป็นสากล/ความหลากหลาย (universalism/pluralism)

ประเทศที่มีความเป็นสากลสูง (universalism) กฎหรือแนวปฏิบัติจะถูกนำไปใช้ในทุกที่อย่างเป็นทางการ นอกจากนี้ประเทศเหล่านี้ยังมีลักษณะหลายๆ อย่างเป็นทางการ มีการติดต่อเป็นไปตามสัญญาทางธุรกิจ เช่น ประเทศแคนาดา สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และฮ่องกง เป็นต้น ในทางตรงกันข้ามประเทศที่มีความหลากหลาย (pluralism) คนในวัฒนธรรมลักษณะนี้จะมีลักษณะให้ความสำคัญกับเพื่อนมนุษย์และให้ความสำคัญมากกว่ากฎระเบียบที่มีอยู่ เช่น จีน และเกาหลีใต้ เป็นต้น

มิติที่ ๒: ความเป็นปัจเจก/ความเป็นกลุ่ม (individualism/communitarianism)

วัฒนธรรมที่มีความเป็นปัจเจก (individualism) เป็นหลัก จะให้ความสำคัญกับปัจเจกหรือส่วนตัว มากกว่าชุมชน อีกทั้งคนเหล่านี้จะมีความสุขกับความเป็นส่วนตัว มีความพึงพอใจกับการมีสวัสดิการ และมักดูแลตัวเองได้ ส่วนในวัฒนธรรมความเป็นกลุ่ม (communitarian) คนมักให้ความสำคัญกับความเป็นกลุ่มก่อนปัจเจก ดังนั้นจึงเป็นความรับผิดชอบของบุคคลที่จะทำหน้าที่ในกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิกก่อนและไม่ค่อยให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว โดยแต่ละบุคคลจะเข้าร่วมกลุ่มแบบอัตโนมัติ หรือเป็นสมาชิกของกลุ่มก่อนตั้งแต่เกิด วัฒนธรรมในลักษณะนี้จะเน้นในเรื่องของระบบครอบครัวขยาย ชุมชน กลุ่มต่างๆ

มิติที่ ๓ : ความเฉพาะเจาะจง/ความกระจาย (specific/diffuse)

ในวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจง (specific) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนเป็นไปในลักษณะเฉพาะของสังคมที่กำหนดไว้ ลักษณะที่คนให้ความสนใจกับข้อเท็จจริง มาตรฐาน และสัญญา เช่น การแบ่งเวลา แยกเวลาทำงานออกจากเวลาส่วนตัวชัดเจนไม่เอามาปนกัน คนเหล่านี้จะเลิกงานตามเวลาทำงานถึงแม้งานจะไม่เสร็จก็ตาม เช่น คนออสเตรีย อังกฤษและอเมริกัน เป็นต้น

ส่วนในวัฒนธรรมลักษณะแบบกระจาย (diffuse) ลักษณะที่คนให้ความสนใจกับเรื่องส่วนตัว ไม่แยกกันระหว่างงานกับเรื่องส่วนตัว คนเหล่านี้จะการทำงานทั้งวันทั้งคืนจนกว่าจะเสร็จ แม้เวลางานจะหมดแล้วก็ตาม อย่างเช่น ประเทศจีน เวเนซุเอลา และสเปน เป็นต้น

มิติที่ ๔: การแสดงความรู้สึกอารมณ์/การซ่อนความรู้สึก (affectivity/neutrality)

ในวัฒนธรรมที่คนแสดงออกทางอารมณ์ความรู้สึก (affectivity) ถือว่าไม่จำเป็นที่จะต้องซ่อนความรู้สึก ความรู้สึกภายในใจอาจแสดงออกทางอวัจนภาษาคือแสดงออกทางสีหน้า หรือแสดงออกทางวัจนภาษา เช่น การพูดหรือการเขียน ประเทศที่เป็นตัวอย่างได้ดี คือ แม็กซิโก เนเธอร์แลนด์และสวิสเซอร์แลนด์ ส่วนวัฒนธรรมที่ซ่อนความรู้สึก (neutrality) นั้นพบว่าคนในสังคมมักถูกสอนไม่ให้แสดงความรู้สึกของตนอย่างเปิดเผย การแสดงออกทางอารมณ์ถือเป็นสิ่งผิด ดังนั้น จึงต้องควบคุมเอาไว้ นอกจากจะอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ก็จะแสดงออกทางสีหน้าว่ามีความเครียด เช่น ประเทศอังกฤษและญี่ปุ่น เป็นต้น

มิติที่ ๕: เชื่ออำนาจในตน/เชื่ออำนาจนอกตน (inner directed/outer directed)

ในวัฒนธรรมที่มีลักษณะเชื่ออำนาจในตน (inner directed) คนมีกลไกในการมองธรรมชาติ เช่น มองว่าธรรมชาติมีความซับซ้อนแต่สามารถควบคุมได้โดยผู้ที่เชี่ยวชาญเฉพาะ และเชื่อว่ามนุษย์สามารถควบคุมธรรมชาติถ้าได้ใส่ความพยายามลงไป หรือพูดอีกนัยหนึ่งก็คือมนุษย์มีความเชื่อในความสามารถของตนเองไม่เชื่อสิ่งแวดล้อมภายนอก เชื่อว่ามนุษย์สามารถฟันฝ่าชะตาและเชื่อมั่นในตนเองว่าทุกสิ่งนั้นเกิดจากความพยายามของตนเอง เช่น คนจากประเทศอเมริกา สวิสเซอร์แลนด์ กรีก

ญี่ปุ่น เป็นต้น ส่วนวัฒนธรรมที่เชื่ออำนาจนอกตน (outer directed) มีความเชื่อว่ามนุษย์ถูกธรรมชาติควบคุมอยู่ ซึ่งหมายถึงมนุษย์ไม่สามารถทำอะไรได้เนื่องจากถูกอำนาจจากภายนอกร่างกายกำหนดไว้ซึ่งรวมถึงสิ่งแวดล้อมและโชคชะตาตามสภาพแวดล้อม ดังนั้นคนจึงต้องปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ภายนอก หรืออาจหมายถึงการดำเนินชีวิตหรืออนาคตนั้นเป็นไปตามโชคชะตาที่กำหนด เช่น ประเทศจีน และหลายประเทศในเอเชีย รวมถึงคนไทยด้วยเช่นกัน

มิติที่ ๖: ความสำเร็จเกิดจากความสามารถ/ความสำเร็จได้มาตั้งแต่เกิด (achieved status/ascribed status)

ในวัฒนธรรมที่บุคคลต้องพิสูจน์ความสามารถเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับหรือตำแหน่งหน้าที่ การงานหรือการประสบความสำเร็จ (achieved status) จะต้องได้รับการพิสูจน์ครั้งแล้วครั้งเล่า จนกว่าสถานะนั้นจะได้รับการยอมรับ ซึ่งคนต้องยอมที่จะทำงานหนักหรือต้องแสดงความสามารถเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น เช่น ประเทศออสเตรีย สวิตเซอร์แลนด์ และอเมริกา เป็นต้น ส่วนวัฒนธรรมที่บุคคลได้ตำแหน่งมาตั้งแต่เกิด (ascribed status) หรือได้มาเพราะสถานะทางการเงินหรืออายุ สถานะลักษณะแบบนี้ไม่ได้มาจากความสามารถแต่กลับสอดคล้องกับพื้นฐานของความเป็นอยู่ของคน เช่น ประเทศจีน เวเนซุเอลา อินโดนีเซีย และเม็กซิโก เป็นต้น

มิติที่ ๗: ความต่อเนื่องทางเวลา/ ช่วงเวลาหนึ่ง (sequential time/synchronic time)

วัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญต่อเนื่องทางเวลา (sequential time) มักชอบที่จะทำสิ่งหนึ่งในเวลาหนึ่ง มักให้ความสำคัญกับการวางแผน ตารางกำหนดเวลา ส่วนวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญกับช่วงเวลา (synchronic time) ให้ความสำคัญกับการกระทำหลายสิ่งหลายอย่างขนานกันไปในเวลาเดียวกัน มีความยืดหยุ่นในเรื่องของตารางเวลา การจัดตารางเวลามักคำนึงถึงความสะดวกของแต่ละบุคคล ชาวเวียตนามทำงานไปเรื่อยๆ ไม่ได้จัดทำตารางเวลา ว่างก็ทำไม่ว่างก็ไม่ทำเช่นเดียวกับไทย ซึ่งลักษณะนี้มักเกิดขึ้นในประเทศเกษตรกรรมเนื่องจากการเติบโตของต้นไม้มีความยืดหยุ่นมากกว่าอุตสาหกรรมที่ต้องมีความตรงต่อเวลา

๓.๒.๕ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hall (Edward Hall's theory)

ทฤษฎีของ Hall (Edward Hall's theory) มีมิติร่วมทางวัฒนธรรม ๔ มิติ คือ ๑.บริบท (context) ๒.เวลา (time) ๓.พื้นที่ (space) และ ๔.ข่าวสาร (information)

มิติที่ ๑: บริบท

วัฒนธรรมที่มีบริบทระดับสูง (high-context) คนที่อาศัยอยู่ในวัฒนธรรมบริบทระดับสูงทั่วไปจะไม่ทำการสื่อสารออกมาให้เห็นโดยตรงแต่จะแสดงการสื่อสารแบบอ้อม เช่น คนฝรั่งเศส สเปน อิตาลี ตะวันออกกลาง ญี่ปุ่นและรัสเซีย เป็นต้น ส่วน คนที่อาศัยอยู่ในวัฒนธรรมบริบทต่ำ มีลักษณะของการสื่อสารที่เปิดเผยตรงไปตรงมามากที่สุด เช่น คนเยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ สหรัฐอเมริกา และสแกนดิเนเวีย เป็นต้น

มิติที่ ๒: เวลา

Hall แบ่งกลุ่มวัฒนธรรมเรื่องเวลาออกเป็น ๒ มิติย่อยคือการมองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว (monochronous time) และการมองเวลาเป็นเชิงซ้อน (Polychronous time) คนที่มาจากวัฒนธรรมมองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว มักจะทำสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง มีการวางแผนอย่างรอบคอบและการกำหนดเวลามักจะเป็นในปัจจุบันโดยจะไม่เริ่มทำสิ่งใหม่หากสิ่งที่ทำอยู่เดิมยังไม่เสร็จ เช่น เยอรมนี อเมริกา และประเทศสแกนดิเนเวีย เป็นต้น ส่วนวัฒนธรรม polychronous คนในวัฒนธรรมนี้มักไม่ให้ความสำคัญกับเรื่องเวลาทำหลายสิ่งในเวลาเดียวกันอีกทั้งยังไม่ค่อยให้

ความสำคัญกับการวางแผนท่าไร่นัก เช่น วัฒนธรรมละตินอเมริกา ตะวันออกกลาง และรัสเซีย เป็นต้น

มิติที่ ๓: พื้นที่

Hall อธิบายว่า พื้นที่แบ่งออกเป็น ๒ มิติย่อยคือ ให้ความสำคัญกับพื้นที่สูงและให้ความสำคัญกับพื้นที่ต่ำ โดยอธิบายว่า บุคคลที่มาจากวัฒนธรรมมิติทางพื้นที่ต่ำ จะไม่ให้ความสำคัญกับพื้นที่และขอบเขตของตนเอง ส่วนบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมมิติทางพื้นที่สูงมักให้ความสำคัญกับพื้นที่ มีความเป็นเจ้าของ พยายามทำเครื่องหมาย แสดงอาณาเขตของตนเอง

มิติที่ ๔: ข้อมูลข่าวสาร

Hall อธิบายว่า มิตินี้แบ่งเป็น ๒ มิติย่อยคือ มิติที่เกี่ยวข้องกับการไหลของข่าวสารเข้าและการไหลของข่าวสารเร็ว ผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมที่ข้อมูลข่าวสารมีการไหลเข้าคนเหล่านั้นมีแนวโน้มที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารมากและเป็นข้อมูลที่ไม่ค่อยเกี่ยวข้องกับตนเอง ส่วนผู้ที่อยู่ในวัฒนธรรมที่มีการไหลของข้อมูลข่าวสารเร็ว คนเหล่านั้นมักจะรับข่าวสารเกี่ยวกับตนเองและมักคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสาร และข้อมูลข่าวสารมีการแพร่กระจายที่ดีกว่า

๓.๒.๖ มิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Kluckhohn and Strodtbeck

ประกอบด้วย ๖ มิติ โดย Kluckhohn and Strodtbeck ได้ใช้แนวคำถามและการแบ่งกลุ่มภายในแต่ละมิติคล้ายคลึงแนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner คือ ๑. ธรรมชาติของมนุษย์ (nature of people) ๒. ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ (person's relationship to nature) ๓. ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ (person's relationship to other people) ๔. กิจกรรมเบื้องต้น (primary mode of activity) ๕. พื้นที่ความเป็นส่วนตัว (privacy of space) และ ๖. แนวทางเกี่ยวกับเวลาของแต่ละบุคคล (Temporal orientation)

มิติที่ ๑: ธรรมชาติของมนุษย์

มนุษย์ประกอบไปด้วย ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ดี คือกลุ่มคนที่คำนึงถึงส่วนรวม ส่วนกลุ่มเลว หมายถึงกลุ่มที่ไม่คำนึงถึงส่วนรวม มนุษย์สามารถเปลี่ยนแปลงได้

มิติที่ ๒: ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ (person's relationship to nature)

มนุษย์ควรอยู่กับธรรมชาติอย่างกลมกลืน รักษาและสนับสนุนธรรมชาติ ในส่วนของความหมายนี้คือการใช้ทรัพยากรเพื่อการอนุรักษ์และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในทางตรงกันข้าม มนุษย์มักมองธรรมชาติเป็นคนที่รับใช้และแหล่งเสบียงอาหารทำให้เกิดการทำลายธรรมชาติ

มิติที่ ๓: ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ (person's relationship to other people)

มนุษย์มีความสัมพันธ์กับกลุ่ม ทำเพื่อกลุ่ม กับมนุษย์ทำเพื่อตนเอง ให้ความสำคัญกับตนเอง

มิติที่ ๔: กิจกรรมเบื้องต้น (primary mode of activity)

มนุษย์ให้ความสำคัญกับกิจกรรมขององค์กรหรือสังคม กับมนุษย์ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่ต้องดำรงอยู่ของชีวิต

มิติที่ ๕: พื้นที่ความเป็นส่วนตัว (privacy of space)

มนุษย์ให้ความสำคัญกับพื้นที่ความเป็นส่วนตัว กับให้ความสำคัญกับพื้นที่เป็นส่วนรวม

มิติที่ ๖: แนวทางเกี่ยวกับเวลาของแต่ละบุคคล (temporal orientation)

ให้ความสำคัญกับอนาคต กับกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับอดีตเช่น บรรพบุรุษ

๓.๓ ลักษณะโดยรวมของมิติร่วมทางวัฒนธรรม

จากการศึกษามิติร่วมทางวัฒนธรรมทั้ง ๖ แนวคิดนั้น พบว่า แต่ละแนวคิดทฤษฎีมีลักษณะร่วมกันดังนี้

๑). มีสองด้านในหนึ่งมิติ โดยในแต่ละมิติได้กำหนดลักษณะย่อยเป็น ๒ ด้าน ซึ่งแต่ละด้านมีลักษณะตรงกันข้าม เช่น ด้านหนึ่งคำนึงถึงความเป็นส่วนรวม อีกด้านหนึ่งจะเป็นคำนึงถึงความเป็นส่วนตัว

๒). เกี่ยวข้องกับค่านิยม จากการศึกษาพบว่าทุกแนวคิดมักใช้ค่านิยม มาอธิบายเป็นมิติร่วมทางวัฒนธรรม เช่น ทฤษฎีค่านิยมของ Schwartz (Schwartz's value theory) ได้รวบรวมค่านิยมทั้งหมด ๕๖ เรื่อง และนำ ๕๖ เรื่องไปจัดกลุ่มได้ ๑๐ ลักษณะของค่านิยม และนำทั้ง ๑๐ มาจัดกลุ่มได้เป็น ๔ กลุ่มหรือ ๔ มิติ ส่วน Hofstede (1980) ได้จัดลำดับค่านิยมเป็นระดับบุคคล สถาบันและสังคม และแบ่งกลุ่มออกเป็น ๕ กลุ่ม ซึ่งแนวคิดของทั้ง Schwartz และ Hofstede พบว่ามีการใช้คำว่า ค่านิยม (values) วัฒนธรรม (culture) สลับกันไปมา อย่างเช่น ในงานเขียนของ Gudykunst, W. B., and Ting-Toomey, S. (1988). Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., and Dazen, P. R. (2002). Srite, (2000). ธนกฤต สังข์เฉย (๒๕๕๕) หรือวิเชียร ตรีสุภาพกุล (๒๐๑๑) ได้ใช้คำ 'มิติร่วมทางวัฒนธรรม (common denominator of cultures)' ในความหมายของกลุ่มค่านิยมและทัศนคติของบุคคล จึงทำให้เข้าใจได้ว่า คำว่า 'วัฒนธรรม' สามารถใช้ในความหมายลักษณะเดียวกันกับค่านิยมได้ เนื่องจากหลายครั้งพบว่ามีการใช้สลับกันไปมาระหว่างคำ ๒ คำดังกล่าว

๓). เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Hofstede (1997) Schwartz (1994) แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism) (1987) Trompenaars and Hampden-Turner และของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ซึ่งมิติที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตมีหลายลักษณะ เช่น มิติเรื่องความต่อเนื่องทางเวลาหรือช่วงเวลา หรือมิติของการตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ

๔). เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทางจิตใจหรือความรู้สึก ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Schwartz (๑๙๙๔) ซึ่งเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางจิตใจหรือความรู้สึกของมนุษย์ในหลากหลายลักษณะ เช่น การใช้สติแก้ปัญหาแทนอารมณ์ แรงจูงใจ หรือความอิสระทางอารมณ์

๕). เกี่ยวกับโครงสร้างทางสังคม ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม Schwartz (1994) ซึ่งแสดงมิติที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางสังคม เช่น ลำดับชั้นทางสังคมและความเสมอภาค เป็นต้น

๖). เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ การแสดงออกทางสังคม ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรมแนวคิดพลวัตของขงจื้อ (1987) และของ Strodtbeck (1961) เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์การแสดงออกทางสังคม เช่น มิติเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ การรักษาน้ำหน้าหรือการทักทายและการให้ของขวัญ การแสดงความรู้สึกอารมณ์/การซ่อนความรู้สึก หรือหน้าที่ต้องกระทำต่อผู้อื่น

๗). เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว เช่น มิติความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับธรรมชาติ เป็นต้น

๘). เกี่ยวข้องลักษณะทางกายภาพของมนุษย์ ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Hofstede (1997) เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับกายภาพของมนุษย์ เช่น มิติความแตกต่างระหว่างเพศ เป็นต้น

๙). เกี่ยวข้องกับเวลา ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) มิติร่วมทางวัฒนธรรมแนวขงจื้อ (1987) Trompenaars and Hampden-Turner (1998) เป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับเวลา เช่น มิติของความสอดคล้องของเวลา ช่วงเวลา หรือการให้ความสำคัญกับบรรพบุรุษ (อดีต) เป็นต้น

แนวคิดทั้ง ๖ แนวคิด รวมทั้งคุณลักษณะที่ค้นพบดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในพัฒนามิติร่วมทางวัฒนธรรมกลุ่มประเทศอาเซียนในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

๓.๔ ความสัมพันธ์ของมิติร่วมทางวัฒนธรรมกับองค์ประกอบทางสังคม

จากแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมที่กล่าวข้างต้น เมื่อศึกษาแต่ละแนวคิดแล้วพบว่ามิติร่วมนั้นเป็นสิ่งมีความสัมพันธ์หรือมีอิทธิพลกับองค์ประกอบอื่นในสังคมในหลากหลายลักษณะดังนี้

๑). โครงสร้างทางสังคม

จากการศึกษาของ Rosario, Carmen and Biagio (2014) พบว่า ส่วนใหญ่ประเทศในทวีปเดียวกันอยู่ใกล้กันในแผนที่โลก เช่น อเมริกาใต้และอเมริกากลางจะอยู่ในมิติวัฒนธรรมเดียวกัน ประเทศที่พูดภาษาอังกฤษจะมีค่าคะแนนอยู่ในมิติของอำนาจควบคุมหรือความเป็นนาย และมีระดับคะแนนในเรื่องของชนชั้นสูงกว่าประเทศที่มีความเชื่อเรื่องความเท่าเทียมกันของมนุษย์ ส่วนประเทศที่เหลือในยุโรปตะวันตกส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณที่ห้อมล้อมไปด้วยประเทศที่มีลักษณะถือเอาความเท่าเทียมของมนุษย์ และความเป็นอิสระทางปัญญา ยุโรปตะวันออกนิยมความเท่าเทียมมีเพียงเล็กน้อยที่นิยมเรื่องชนชั้น ซึ่งคล้ายคลึงกับทางเอเชียที่ยังนิยมเรื่องของการถูกครอบงำด้วยระบบชนชั้นทางสังคม ดังนั้นโครงสร้างทางสังคมส่งผลต่อลักษณะของค่านิยมของแต่ละประเทศตลอดจนโครงสร้างของครอบครัวและการเลี้ยงดู ส่งผลให้บุคคลในแต่ละประเทศมีลักษณะที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามจากการศึกษายังพบว่าเศรษฐกิจอันประกอบไปด้วยการติดต่อค้าขายสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและวัฒนธรรมได้ ดังนั้นจึงสามารถตั้งข้อสันนิษฐานได้ว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างทางสังคม’

๒). พฤติกรรมการสื่อสาร

จากบทความเรื่อง ‘ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว’ ของธนกฤต สังข์เฉย (๒๕๕๕) ที่ศึกษาและรวบรวมแนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับมิติวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว บทความดังกล่าวได้นำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับการเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede ซึ่งพบว่าลักษณะทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในเรื่องการรับรู้คุณภาพการบริการ การค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว การเลือกจุดหมายปลายทาง การหลีกเลี่ยงความไม่แน่นอน โดยอธิบายให้เห็นว่ามิติร่วมทางวัฒนธรรมมีผลต่อการค้นหาข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยว กล่าวคือเมื่อใดที่มีการแสวงหาข้อมูลจากแหล่งภายนอกในการเดินทางท่องเที่ยว นักเดินทางประเภทนักธุรกิจจากประเทศที่มีความเป็นคตริวมหมู่สูง เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลีจะไว้วางใจบริษัทนำเที่ยวหรือสำนักงานการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับคู่มือนักเดินทางรวมทั้งคำแนะนำจากเพื่อนและคนใกล้ชิด ขณะที่นักเดินทางประเภทนักธุรกิจจากประเทศที่เป็นปัจเจกนิยม เช่น ออสเตรเลียจะชอบการค้นหาข้อมูลจากสถานที่โดยตรง เช่น ค้นหาสายการบิน หรือสำนักงานการท่องเที่ยวในเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทาง นอกจากนี้ยังพบว่านักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (ลักษณะสังคมแบบคตริวมหมู่) และชาวออสเตรเลีย (ลักษณะสังคมแบบปัจเจกนิยม) เมื่อมีเวลาว่างพวกเขาจะมีวิธีการและกลยุทธ์ในการค้นหาข้อมูลสำหรับเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมนั้นมีผลต่อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ Hofstede (1997) ยังพบว่าวัฒนธรรมยังส่งผลต่อการใช้ช่องการรับข่าวสาร กล่าวคือ ประชาชนที่มีความสัมพันธ์กันในสังคมสูงจะมีระดับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Maitland (1998) ที่พบว่าวัฒนธรรมมีผลต่อการใช้เครื่องมือการสื่อสารโดยเฉพาะเครื่องมือทางเทคโนโลยี กล่าวคือกลุ่มที่มีความสัมพันธ์ในครอบครัวสูงจะมีการใช้การสื่อสารในลักษณะระหว่างบุคคลมากกว่าสื่อสารผ่านเทคโนโลยี และผลการศึกษาพบว่าเครือข่ายสังคมออนไลน์จะใช้ได้ดีในลักษณะสังคมที่มีความสัมพันธ์กันในกลุ่มหรือมีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่ำ และจากการศึกษาของ Maitland (1998) ยังพบว่าได้ อ้างอิงมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1980, 1991) and Hall & Hall (1987) นั้นอาจทำให้เข้าใจได้ว่า วัฒนธรรม ไม่ว่าจะจัดอยู่ในมิติลักษณะใดก็ตามย่อมส่งผลต่อการเลือกใช้ช่องทางการเปิดรับข่าวสารของคนในสังคม ดังนั้นจึงอาจตั้งข้อสันนิษฐานได้ว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับช่องทางการเปิดรับข่าวสารของคนในมิติเดียวกัน’

๓). การรับรู้ข่าวสาร

Plog and Bates (1990:7) กล่าวว่าวัฒนธรรม คือ ‘ระบบของความเชื่อที่เกิดขึ้นจากค่านิยมและพฤติกรรมถือเป็นแนวปฏิบัติของสมาชิกในการรับมือกับการใช้ชีวิตในโลกของมนุษย์ โดยวัฒนธรรมได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านกระบวนการเรียนรู้’ ความหมายนี้ทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมเกี่ยวข้องกับค่านิยมพฤติกรรมและการรับรู้ เนื่องจากคนทั่วไปต้องมีการรับรู้ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมแล้วจึงจะเกิดพฤติกรรมตามแนววัฒนธรรมนั้น (Singh and Matsuo: 2004) วัฒนธรรมจึงเป็นตัวกำหนดแนวทางการรับรู้ของคนในสังคมและคนในสังคมเดียวกันมักรับรู้เรื่องเดียวกันหรือคล้ายคลึงกันและวัฒนธรรมในมิติร่วมกันย่อมต้องมีแนวปฏิบัติไปในทำนองเดียวกัน (Christie, et al, 2003). นอกจากนี้ Trompenaars and Hampdon-Turner (1997) ยังมีความเห็นว่า คนที่มาจากต่างมิติทางวัฒนธรรมย่อมมีการรับรู้ที่แตกต่างกัน รวมทั้งยังมีการปฏิบัติต่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างกันด้วย และผลการศึกษาของ Hunt and Vitell (1986) พบว่ามิติทางวัฒนธรรมเดียวกัน ทำให้เกิดการรับรู้ในเรื่องบรรทัดฐานและความต้องการที่เหมือนกัน ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าผู้ที่อยู่ในมิติร่วมทางวัฒนธรรมเดียวกันจะมีการรับรู้และความต้องการในลักษณะเดียวกัน ดังนั้นจึงอาจตั้งข้อสันนิษฐานได้ว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ของคนในมิติร่วมเดียวกัน’

๔). ความต้องการของปัจเจกบุคคล

เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานของการเกิดพฤติกรรม ความต้องการถือเป็นพฤติกรรมอย่างหนึ่ง และจากผลการศึกษาของ Hunt and Vitell (1986) ที่ได้ค้นพบว่า ‘วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่คอยควบคุมพฤติกรรมและมีอิทธิพลต่อความต้องการ’ ซึ่งสอดคล้องกับ Brockner et al. (2001) ที่พบว่า ‘วัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับระดับของความต้องการของกลุ่มบุคคล’ ผลการวิจัยดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ‘ผู้ที่อยู่ในกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรมเดียวกันมักมีความต้องการในลักษณะคล้ายคลึงกัน’ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับงานผลการศึกษาของ Adler (1997) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับมิติร่วมทางวัฒนธรรมกับความต้องการและการบริหารจัดการพฤติกรรมของกลุ่มคนที่มาจากหลายประเทศ ซึ่งพบว่า ‘วัฒนธรรมมีผลต่อการตัดสินใจ ความเชื่อ และยังมีอิทธิพลในระดับปัจเจกบุคคล’ ดังนั้นจึงอนุมานได้ว่า คนที่อยู่ในมิติร่วมทางวัฒนธรรมเดียวกันจะมีความต้องการในลักษณะเดียวกัน นั้นหมายความว่ามีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมในเรื่องทำนองเดียวกัน ดังนั้นจึงทำให้ได้แนวทางในการตั้งข้อสันนิษฐานได้ว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับความต้องการกิจกรรมของคนในมิติร่วมวัฒนธรรมเดียวกัน’

การจัดกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ทั้ง ๑๐ ประเทศ จะให้ได้ผลออกมาเป็นกลุ่มมิติต่าง ๆ ในลักษณะเดียวกัน ๖ ทฤษฎีที่กล่าวซึ่งทฤษฎีที่ค้นพบ เป็นทฤษฎีฐานราก (grounded theory) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ ๔ แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีฐานราก (grounded theory)

ทฤษฎีนี้มีหลายระดับ ทฤษฎีที่ยอมรับโดยทั่วไปนั้นต้องผ่านการพิสูจน์ทดสอบมาแล้วจนนับครั้งไม่ถ้วน ส่วนทฤษฎีที่เพิ่งได้รับการค้นพบนั้น ถือเป็นทฤษฎีฐานรากที่ยังต้องการนำไปศึกษาต่อยอดเพื่อสร้างความเสถียรในการทำนายผล ในการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมความหมายและลักษณะของทฤษฎีฐานไว้ดังนี้

๔.๑ ความหมายและลักษณะ

คำว่า ‘grounded theory’ ได้นำมาใช้ในการวิจัยไทยเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว นักวิชาการไทยได้กำหนดชื่อเรียกภาษาไทยไปในลักษณะที่หลากหลาย เช่น ทฤษฎีฐานราก (นภาพรณ หะวานนท์, ๒๕๔๓ และพิทักษ์ ศิริวงศ์ , ๒๕๔๗) ทฤษฎีจากข้อมูล (ชาย โพธิ์สีตา, ๒๕๕๖:๑๖๔) หรือในบางครั้งเรียกทับศัพท์คือ ทฤษฎีกราวด์เทท นอกจากนี้ grounded theory ยังได้นำไปผสมกับคำในลักษณะอื่นๆ ทำให้มีความหมายกว้างขึ้น อย่างคำว่า ‘grounded theory approach’ ซึ่งคำนี้หมายถึง กระบวนการที่นักวิจัยใช้เพื่อสร้างแนวคิดหรือคำอธิบายเชิงทฤษฎี โดยตั้งต้นจากข้อมูลแต่ไม่ได้ตั้งต้นจากกรอบแนวคิดหรือสมมติฐาน หรือในอีกมุมหนึ่ง grounded theory approach เป็นชื่อของกระบวนการวิจัยที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อสร้างคำอธิบายเชิงทฤษฎีจากข้อมูลโดยตรง หัวใจสำคัญของกระบวนการวิจัยแบบนี้อยู่ที่การเริ่มต้นจาก ‘ข้อมูลเชิงประจักษ์’ ก่อนที่จะมีการสร้างสมมติฐานและกรอบแนวคิดสำหรับการอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาวิธีการดำเนินการวิจัยเช่นนี้เรียกว่า ‘วิธีอุปนัย (inductive method)’ ตามความหมายของ grounded theory approach ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้เป็นชื่อภาษาไทยว่า ‘กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล’

๔.๒ ความเป็นมาของกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

ในปี ค.ศ. 1967 Glaser และ Strauss ได้เสนอระเบียบวิธีการวิจัยสำหรับการสร้างทฤษฎีโดยใช้ข้อมูลต่างที่เกี่ยวข้อง โดยนำเสนอในหนังสือชื่อ The Discovery of Grounded Theory ทำให้การวิจัยเพื่อการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลเป็นที่รู้จัก อีกทั้งยังส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับการวิจัยเชิงคุณภาพโดยรวมมากขึ้น (Charmaz, 2006: 5)

Glaser (อ้างถึงใน Charmaz, 2006: 5) หนึ่งในผู้เสนอแนวคิดวิธีการวิจัยในยุคเริ่มต้นกล่าวว่า วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลเป็นการศึกษาปรากฏการณ์จากมุมมองและการให้ความหมายจากปรากฏการณ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างมโนทัศน์ (concept) และหาความเชื่อมโยงจากมโนทัศน์ต่างๆ เพื่อหาข้อสรุปเชิงทฤษฎีสำหรับอธิบายและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น Strauss และ Corbin (อ้างถึงใน Charmaz, 2000:5) กล่าวเสริมว่าโดยทฤษฎีที่สร้างขึ้นมาด้วยวิธีการวิจัยในลักษณะนี้จัดเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) ซึ่งใช้อธิบายปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัด

ต่อมาได้มีกลุ่มนักวิชาการ เช่น Leedy and Ormrod (2001) ได้ค้นพบว่าวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลเป็นวิธีการที่ได้จากการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม ทฤษฎีที่ได้จึงมีคุณลักษณะเฉพาะที่ถูกสร้างขึ้นจากข้อมูลที่เป็นไปตามปรากฏการณ์จริงมากที่สุด โดยทฤษฎีจะถูกค้นพบโดยได้รับการตรวจสอบ (verify) ได้รับการพัฒนาจากการเก็บข้อมูลและได้รับการวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์นั้นๆ อย่างเป็นระบบ โดยทฤษฎีที่ได้ประกอบไปด้วยชุดมโนทัศน์ของปรากฏการณ์จริง

มโนทัศน์จะถูกเชื่อมโยงกันในรูปของข้อเสนอที่แสดงถึงความเกี่ยวพันกันในรูปแบบต่าง ๆ คำว่า ทฤษฎี ในความหมายของวิธีการวิจัยลักษณะนี้ค่อนข้างจะกินความกว้างคือ หมายรวมถึงมโนทัศน์ หรือกรอบแนวความคิดสำหรับการอธิบายปรากฏการณ์ที่นักวิจัยทำการศึกษา

สำหรับนักวิชาการไทยอย่างเช่น นภาพรณ์ หะวานนท์และคณะ (๒๕๔๓) ได้อธิบายว่าทฤษฎีฐานราก ทำให้มองเห็นว่าเป็นวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคม โดยทฤษฎีจะถูกสร้างและได้รับการตรวจสอบโดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างเป็นระบบ

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (๒๕๔๗:๑๔) ได้กล่าวถึงทฤษฎีฐานรากทำให้เห็นว่า วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล เป็นวิธีวิทยาแบบหนึ่งของการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีแนวคิดว่า ความเข้าใจกระบวนการสร้างความหมายตามโลกทัศน์ของบุคคลสามารถทำให้เข้าใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและการอยู่ร่วมกันของกลุ่มคนนั้นๆ ได้

กัญญา โพธิ์วัฒน์ และคณะ (๒๕๔๘) กล่าวในลักษณะที่คล้ายกันว่า การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐาน เป็นวิธีวิทยาเชิงคุณภาพแบบหนึ่งซึ่งไม่เหมือนงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบอื่นๆ ที่เริ่มต้นจากข้อมูลแล้วไปสู่สมมติฐานและจบลงด้วยทฤษฎีที่เป็นคำอธิบาย แต่วิธีการนี้นักวิจัยจะต้องสร้างมโนทัศน์สมมติฐานและกรอบแนวคิดสำหรับอธิบายปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา ซึ่งกระบวนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจะดำเนินไปพร้อม ๆ กัน ข้อมูลที่นำมาใช้วิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากจะต้องเป็นข้อมูลที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับปรากฏการณ์ทางสังคมในเรื่องที่ศึกษาอย่างรอบด้าน ทฤษฎีที่สร้างขึ้นมาสมาสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เฉพาะเจาะจง การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากจึงเป็นกระบวนการศึกษาที่มีความท้าทายและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการสร้างองค์ความรู้ใหม่หรือขยายองค์ความรู้เดิมที่มีอยู่ก่อนแล้ว

จากแนวคิดและความหมายดังกล่าวทำให้เห็นว่าวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล เป็นวิธีการศึกษาปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ ทำการสร้างมโนทัศน์หรือกรอบแนวความคิดที่ยังไม่เคยค้นพบมาก่อนให้กับปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา หรืออาจกล่าวได้ว่า ‘สามารถสร้างทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) ที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัดหรือเป็นการอธิบายปรากฏการณ์เฉพาะในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลจะได้รับผล (outcome) เป็นทฤษฎีฐานรากที่สามารถนำไปใช้อธิบายปรากฏการณ์เฉพาะนั้นก็คอกลุ่มวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน หรือในการวิจัยครั้งนี้เรียกว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน’

๔.๒.๑ ลักษณะสำคัญของกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

ในการดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลนั้น ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับตัวนักวิจัย และกระบวนการวิจัยดังนี้

๑. การวิจัยด้วยกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล เป็นวิธีการที่ต้องอาศัยศึกษาข้อมูลในลักษณะที่จะนำไปสู่การสร้างมโนทัศน์และทฤษฎี ซึ่งนักวิจัยต้องมีความไวต่อทฤษฎีนี้ต้องมีอยู่ทุกขั้นตอนของการวิจัยไม่ว่าจะเป็นการเลือกตัวอย่าง การสร้างมโนทัศน์รวมทั้งการหาข้อสรุป นักวิจัยต้องอาศัยความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับมโนทัศน์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย ทำการทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาในรูปของการศึกษากรอบความคิดในการวิจัยในเรื่องนั้นๆ เพื่อทำการรวบรวมแนวคิด มโนทัศน์และหาความเกี่ยวพันของมโนทัศน์ตามที่ทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ ได้นำเสนอไว้ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญเพื่อสร้างฐานความรู้ให้กับนักวิจัยก่อนเริ่มกระบวนการวิจัย

๒. กระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลไม่สามารถกำหนดหรือระบุตัวแปรหรือจำนวนต่างๆ ในการเก็บข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการสร้างทฤษฎีล่วงหน้าได้ ดังนั้นนักวิจัยจะต้องทำงานใกล้ชิดกับกระบวนการวิจัยทุกขั้นตอน

๓. การดำเนินการวิจัยให้ความสำคัญกับกระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์และการตีความข้อมูลเพื่อที่จะนำไปสู่การสร้างทฤษฎีที่เหมาะสมและตรงกับปรากฏการณ์ทางสังคมอย่างแท้จริง ดังนั้นนักวิจัยต้องมีทักษะในการเข้าถึงข้อมูล การวิเคราะห์ สังเคราะห์และการตีความข้อมูลเช่นกัน

๔. การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลถือว่า มโนทัศน์ สมมติฐาน และกรอบแนวคิดสำหรับอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาจะต้องมาจากข้อมูลโดยตรง มิใช่มาจากการทบทวนวรรณกรรมแล้วนำมาทำการทดสอบกับข้อมูลที่ได้รวบรวมมาในภายหลังเหมือนการวิจัยแบบอื่น ดังนั้นนักวิจัยต้องมีความรอบรู้และความสามารถในการเลือกศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหรือที่เรียกว่าข้อมูลปฐมภูมิ (primary source)

๕. การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ทฤษฎีที่ได้มาจากข้อมูลโดยตรงและเป็นทฤษฎีที่มุ่งหาคำอธิบายให้แก่ปรากฏการณ์ที่นักวิจัยเลือกมาศึกษาเป็นหลัก แม้ว่าอาจจะใช้ได้กับปรากฏการณ์อื่นบ้างแต่การนำไปใช้ออกบริบทของสิ่งที่ศึกษาก็ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขว่า ปรากฏการณ์นั้นๆ จะต้องมียุทธศาสตร์คล้ายกับปรากฏการณ์ที่ได้รับการศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีก่อนหน้านั้น ซึ่งนักวิจัยต้องเข้าใจข้อจำกัดนี้ พร้อมกับต้องมีการระบุเงื่อนไขของการใช้ทฤษฎีฐานรากที่ค้นพบสำหรับผู้สนใจในการนำไปอ้างอิงในงานต่อไป

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาบนพื้นฐานของผลการวิจัย เพื่อนำมาสร้างเป็นมโนทัศน์ สมมติฐาน และแนวคิดเพื่อเป็นกรอบของกระบวนการวิจัย

๔.๒.๒ ธรรมชาติในการดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

Glaser และ Strauss (อ้างถึงใน Charmaz, 2006: 5) กล่าวถึงการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลว่า มีการดำเนินงานด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบมีตรรกะในตัวเองและสามารถสร้างการอธิบายเชิงทฤษฎีให้เป็นรูปธรรมตามกระบวนการทางสังคม โดยวิธีการดังกล่าวมีขั้นตอน ๗ ขั้นตอน คือ

๑. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการไปพร้อมๆ กับการวิเคราะห์ข้อมูล

๒. การสร้างรหัสการวิเคราะห์และการจัดประเภทจากข้อมูล ไม่ใช่จากแนวคิดที่กำหนดมาก่อน หรือภายใต้สมมติฐานที่ถูกกำหนดไว้แล้ว

๓. มีการใช้วิธีการเปรียบเทียบที่คงเส้นคงวาทุกระยะในกระบวนการวิจัย

๔. การพัฒนาทฤษฎีที่ละเอียดละน้อย ในช่วงการดำเนินการรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

๕. มีการเขียนบันทึกเพื่อสร้างรายละเอียดเกี่ยวกับประเภท คุณลักษณะ การกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างประเภท และการระบุความแตกต่างระหว่างตัวแปรจากระยะเริ่มต้นของการวิจัย

๖. การเลือกกลุ่มเป้าหมายเป็นการเลือกมาเพื่อการสร้างทฤษฎี มิใช่เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากร

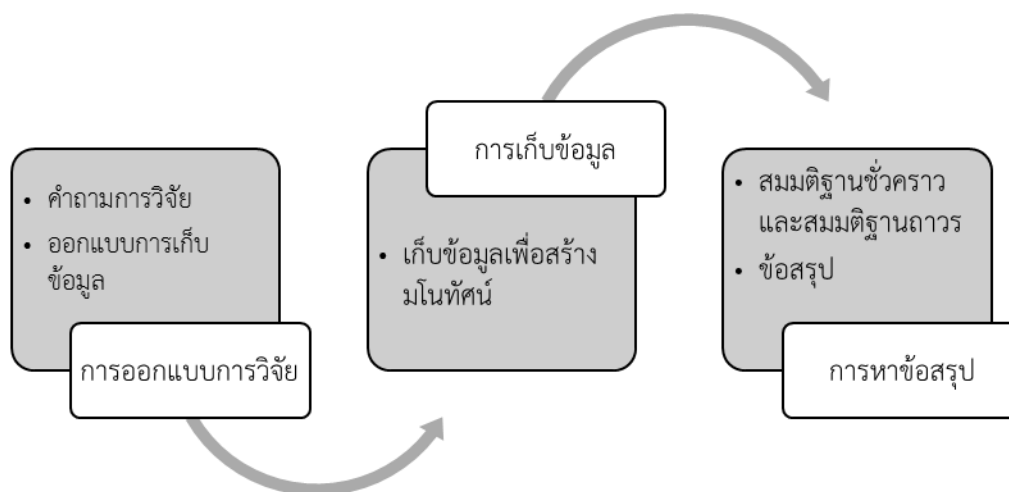
๗. การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี กระทำหลังจากการได้พัฒนาการวิเคราะห์อย่างเป็นอิสระแล้ว

๔.๓ แนวคิดกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

ถึงแม้ว่า Glaser และ Strauss ได้ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้ริเริ่มการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ต่อมาทั้งคู่มีความคิดแตกต่างกันทางวิชาการ ซึ่ง Glaser ยังคงยืนยันอย่างเหนียวแน่นกับหลักการเดิมของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลที่เสนอครั้งแรก และนิยามการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในฐานะวิธีวิจัยเพื่อการค้นหาความจริงโดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ และวิเคราะห์กระบวนการทางสังคมระดับพื้นฐาน อีกทั้งยังยืนยันอย่างหนักแน่นว่านักวิจัยไม่ควรนำความรู้ที่มีมาก่อนไปใช้ในการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลทั้งนี้เพื่อเป็นการป้องกันและลดผลกระทบต่อการวิเคราะห์ข้อมูล แต่ Strauss ซึ่งต่อมาทำการศึกษาร่วมกับ Corbin ได้มีการปรับแนวความคิดและเพิ่มความยืดหยุ่นให้กับการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล โดยได้นำกระบวนการเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ เช่น การใช้คำถามเชิงวิเคราะห์และการตั้งสมมติฐานมาเพื่อปรับประยุกต์ระเบียบการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ซึ่งแตกต่างจากเทคนิคเดิมที่เน้นวิธีการเปรียบเทียบและการแยกประเภทข้อมูลโดยไม่มีการตั้งสมมติฐานของ Glaser (Corbin และ Strauss 1990, Strauss และ Corbin, 1990 1998 อ้างถึงใน Charmaz, 2006: 8) ต่อมาในปี ค.ศ. 1990 การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลเป็นที่รู้จักมากขึ้นและได้มีการใช้กระบวนการเชิงปริมาณเข้ามาผสมผสานในลักษณะที่เรียกว่า ‘การผสมวิธีการ (Mixed methods)’ (Charmaz, 2006: 9) ลักษณะนี้ถือว่าเป็นการใช้กระบวนการของเชิงปริมาณและคุณภาพร่วมดำเนินการในกระบวนการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลอย่างเต็มรูปแบบ

๔.๓.๑ วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล

เมื่อวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลได้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทำให้มีนักวิชาการจำนวนมากนำรูปแบบไปใช้เพื่อดำเนินการวิจัยและได้มีการปรับประยุกต์ระเบียบวิธีการวิจัยไปในลักษณะที่หลากหลายเช่นกัน แต่ทั้งหมดก็ยังคงไว้ซึ่งแนวคิดพื้นฐานของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลของ Glaser หรือรูปแบบของ Strauss และ Corbin ซึ่ง Charmaz (2006: 9) มองว่าการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล เป็นกลุ่มของหลักการและแนวปฏิบัติที่สามารถยืดหยุ่นได้ โดยมีนักวิชาการอย่าง Bryant และ Clarke (อ้างถึงใน Charmaz, 2006: 9) ให้ความเห็นสนับสนุนไปในทางเดียวกันว่า ในยุคปัจจุบันการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลสามารถใช้วิธีการวิจัยในลักษณะผสมวิธีการได้โดยออกแบบและเก็บข้อมูลการวิจัยให้เป็นการผสมวิธีรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งตามแนวคิดของ Creswell (1999) Teddlie and Tashakkori (2009) หรือสามารถคิดค้นรูปแบบผสมวิธีรูปแบบใหม่ตามความเหมาะสมของสิ่งแวดล้อมของข้อมูลเพื่อให้สามารถได้ข้อมูลรอบด้าน ซึ่งการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ด้วยพื้นฐานแล้วต้องมีความยืดหยุ่นในตัวซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญของทำวิจัยรูปแบบ นอกจากนี้ นักวิจัยยังต้องสามารถที่จะประยุกต์วิธีการวิจัยให้เข้ากับงานของตนเองได้ ดังแสดงในแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๔ แสดงกระบวนการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในลักษณะผสมวิธีการ

กระบวนการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในลักษณะผสมวิธีการวิจัยนั้นสามารถกระทำได้ดังนี้

๑. สร้างความชัดเจนก่อนเริ่มดำเนินการวิจัย โดยนักวิจัยต้องมีคำถามสำหรับการวิจัยที่ชัดเจนเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองต้องการศึกษาหรือค้นหา คำถามในการวิจัยที่ชัดเจนจะเป็นแนวทางในการออกแบบและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาได้เหมาะสม โดยคำถามและการออกแบบกลุ่มตัวอย่างสามารถยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสม

๒. ออกแบบการเก็บข้อมูล โดยนักวิจัยอาจใช้ทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณ และอาจใช้เทคนิคทุกอย่างที่เหมาะสมและเกี่ยวข้องกับการศึกษาเพื่อเป็นการรวบรวมข้อมูล และเช่นเดียวกันกับการวิจัยเชิงคุณภาพทั่วไป ที่ต้องอาศัยกระบวนการเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ เช่น การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มเฉพาะ หรือการวิเคราะห์เอกสารหรือการวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องอาศัยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม เป็นต้น

๓. การสร้างมโนทัศน์ เมื่อได้ข้อมูลชุดแรกซึ่งอาจได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการวิเคราะห์เอกสาร ผู้วิจัยจะต้องเริ่มศึกษาข้อมูลที่ได้นั้นเพื่อนำมาสร้างมโนทัศน์ หลังจากนั้นทำการเชื่อมโยงมโนทัศน์ต่างๆ ตามที่ปรากฏในข้อมูล แล้วสร้างเป็นสมมติฐานชั่วคราวก่อนแล้วจึงตัดสินใจว่าจะนำสมมติฐานนี้ไปใช้กับข้อมูลใด การเลือกเก็บข้อมูลต่อไปจะเกิดจากข้อคำถามที่ผู้วิจัยมีต่อข้อสรุปซึ่งถือเป็นทฤษฎีชั่วคราวหรือที่เรียกว่าสมมติฐานชั่วคราว ซึ่งได้มาในตอนแรกโดยอาศัยความไวทางทฤษฎีของผู้วิจัยช่วยในการตัดสินใจได้ว่าควรเก็บข้อมูลใดหรือจากใคร ที่จะให้ข้อมูลและมโนทัศน์ที่แตกต่างไปจากที่ได้มาแล้ว

๔. สมมติฐานชั่วคราว ถือเป็นขั้นตอนสำคัญของการวิจัยรูปแบบนี้ การสร้างสมมติฐานชั่วคราว เป็นความพยายามที่จะตรวจสอบกรอบของทฤษฎีที่ได้มาว่ามีความสมบูรณ์เพียงพอหรือไม่ สมมติฐานชั่วคราวที่ได้ในขั้นนี้จะต้องถูกตรวจสอบกับข้อมูลชุดใหม่ซึ่งนักวิจัยจะรวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหม่ที่คัดเลือกมาเพื่อการตรวจสอบและปรับปรุงสมมติฐานโดยเฉพาะ ข้อมูลที่ได้จากการตรวจสอบและปรับปรุงสมมติฐานอาจเป็นข้อมูลใหม่และอาจให้มโนทัศน์ใหม่ได้ ซึ่งผลของการเกิดมโนทัศน์ใหม่ทำให้ต้องปรับสมมติฐานชั่วคราวที่วางไว้ด้วย ซึ่งมโนทัศน์ สมมติฐานหรืออาจรวมถึงกรอบแนวคิดที่ปรับใหม่นี้จะต้องถูกนำไปตรวจสอบกับข้อมูลซึ่งจะต้องรวบรวมมาใหม่อีกครั้ง ทำ

อย่างนี้ไปเรื่อยๆ จนไม่มีโมโนทัศน์ใหม่เกิดขึ้นนั่นหมายความว่าไม่ต้องปรับปรุงสมมติฐานและกรอบแนวคิดอีกต่อไป เรียกได้ว่าถึงจุดอิ่มตัว (salutation)

๕. การหาข้อสรุป หลังจากเกิดจุดอิ่มตัวของสมมติฐานหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ สมมติฐานไม่ได้ถูกท้าทายจากข้อมูลใหม่ ทำให้ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องปรับอีกต่อไป นักวิจัยจึงจะหยุดการเก็บข้อมูลและเริ่มขั้นตอนต่อไปในกระบวนการวิจัย คือการหาข้อสรุปหรือคำอธิบายเชิงทฤษฎีของสิ่งที่ศึกษา (Creswell, 1998: 67) ซึ่งอาจจะเป็นคำอธิบายหรือกรอบความคิดทางทฤษฎีและนั่นคือจุดสิ้นสุดของการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ซึ่งจะเห็นได้ว่าลักษณะสำคัญของการวิจัยนี้ เป็นการศึกษาแบบอุปนัย (inductive approach) กล่าวคือเป็นการเริ่มศึกษาจากข้อมูลหรือจากตัวอย่างที่เจาะจง โดยเลือกมาจำนวนหนึ่งแล้วจึงวิเคราะห์หาข้อสรุปหรือคำอธิบายเชิงทฤษฎีที่มีลักษณะทั่วไปจากข้อมูลนั้น

๔.๓.๒ การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในการวิจัยสื่อสารมวลชน

แนวคิดของการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ถือเป็นวิธีการสร้างโมโนทัศน์หรือกรอบแนวคิดที่ยังไม่เคยปรากฏมาก่อน ดังนั้นการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลจึงได้ถูกเลือกมาเป็นวิธีการค้นหาหรือพัฒนาศาสตร์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างองค์ความรู้รูปแบบใหม่ๆ ในวงการศึกษา รวมทั้งยังสามารถสร้างแนวคิดที่ยังไม่เคยปรากฏมาก่อนให้เห็นเป็นรูปธรรม ศาสตร์ทางด้านสื่อสารมวลชนเป็นสาขาวิชาที่เกิดและได้มีการพัฒนามาจากสาขาวิชาอื่นด้วยวิธีการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีจากข้อมูลในอดีตเช่นกัน การวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ได้นำมาใช้ในการศึกษาทางด้านสื่อสารมวลชนใน ๒ ลักษณะดังนี้

๑. ใช้เพื่อเป็นกระบวนการในการศึกษาปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในสังคม ที่ยังไม่เคยปรากฏมาก่อน

๒. ใช้การวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล ตามแนวคิดของ Bryant (2002), Clarke (2003, 2005) และ Charmaz (2006) โดยออกแบบการวิจัยในลักษณะของการผสมวิธีการวิจัยเชิงปริมาณกับเชิงคุณภาพ เพื่อให้เหมาะสมกับการค้นหาแนวคิดหรือองค์ความรู้ที่ยังไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับการค้นหาตัวแปรและกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัย ซึ่งความรู้ใหม่ที่ยังไม่เคยถูกค้นพบที่ใดมาก่อนก็คือตัวแปร พร้อมด้วยโมโนทัศน์ที่ได้จากการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ อีกทั้งยังเป็นองค์ความรู้ที่อยู่ในปรากฏการณ์จริง กระบวนการดังกล่าวให้นักวิจัยใช้วิธีการเชิงคุณภาพที่อยู่ในรูปของการลงพื้นที่เพื่อทำการค้นหาตัวแปรหรือสร้างโมโนทัศน์สำหรับตัวแปรที่ต้องการศึกษา นักวิจัยอาจใช้การสัมภาษณ์กลุ่มเฉพาะ (focus group) หรือการสังเคราะห์เอกสารในรูปแบบของการวิเคราะห์อภิมาณ (meta - analysis) ซึ่งเป็นการสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาปัญหาวิจัยเดียวกันหลาย ๆ เรื่องโดยใช้วิธีการทางสถิติมาช่วยในการสังเคราะห์ผล เพื่อใช้อธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์หรือนำมาการสร้างกรอบแนวคิด ให้กับประเด็นที่ต้องการวิจัยรวมทั้งกระบวนการวิจัยบางครั้งวิธีการศึกษานี้ถือว่าเป็นการศึกษานำร่อง (pilot project)

สรุปได้ว่าการวิจัยด้วยวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลนั้น เป็นวิธีการที่ค้นหาข้อมูลที่ยังไม่ได้มีการค้นพบมาก่อนซึ่งก็คือการค้นพบทฤษฎีใหม่ลักษณะเป็นทฤษฎีที่อธิบายสถานการณ์เฉพาะ ความท้าทายโดยทั่วไปอยู่ที่ผู้วิจัยจำเป็นต้องเล็งออกมาจากแนวคิดทฤษฎีที่มีอยู่ก่อนแล้ว การพัฒนาข้อมูลอยู่ในลักษณะอุปนัย ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูลมีความยาก ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีมีข้อจำกัดอีกทั้งวิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล แบบดั้งเดิมมีลักษณะเฉพาะ แต่ปัจจุบันได้มีการปรับและมีความยืดหยุ่นให้มีการวิธีการศึกษาเชิงปริมาณเข้ามาร่วมด้วย

จากแนวคิดที่รวบรวมมานั้นทำให้ได้ข้อสรุปเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ดังนี้

๑. ใช้วิธีการวิจัยในแนวเดียวกันกับ Strauss และ Corbin คือการนำกระบวนการเทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณเข้ามาทำการพิสูจน์ทดสอบทฤษฎีในลักษณะที่เรียกว่า การผสมวิธีการ (mixed methods) เนื่องจากต้องการความยืดหยุ่นและต้องการให้ผลที่ได้สามารถยืนยันและสามารถนำไปอ้างอิงในวงกว้างได้

๒. ดำเนินการตามแนวคิดของ Creswell (1998:67) โดยการเริ่มต้นด้วยการสร้างความชัดเจนก่อนเริ่มดำเนินการวิจัย ทำการออกแบบการเก็บข้อมูล ทำการเก็บข้อมูล สร้างสมมติฐานชั่วคราว และการหาข้อสรุปเพื่อหาจุดอ่อนตัวของสมมติฐานหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือสมมติฐานไม่ได้ถูกท้าทายจากข้อมูลใหม่ ซึ่งถือเป็นข้อสรุปหรือคำอธิบายเชิงทฤษฎีของมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนและถือเป็นผลลัพธ์ของกระบวนการวิจัยในภาพรวม

ตอนที่ ๕ แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยผสมวิธี (mixed methods research)

วิธีการวิจัยที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นวิธีการที่เรียกว่า การวิจัยผสมวิธี และต่อไปนี้จะเป็นการอธิบายกระบวนการทัศน์พื้นฐานของการวิจัยซึ่งรวมถึงแนวคิดอื่นๆ ดังนี้

๕.๑ กระบวนทัศน์พื้นฐาน

ในช่วงปี ค.ศ. 1960 ถึง 1970 การวิจัยทางสังคมศาสตร์ได้มีการขยายตัวนักวิชาการในยุคนั้นได้มีข้อถกเถียงและอภิปรายเกี่ยวกับปรัชญาแนวคิดที่แตกต่างกันระหว่างกระบวนทัศน์ปฏิฐานนิยม (positivism paradigm) ซึ่งเป็นกระบวนทัศน์พื้นฐานของการวิจัยเชิงปริมาณ และกระบวนทัศน์การกำหนดสร้าง (constructivism paradigm) ซึ่งเป็นกระบวนทัศน์พื้นฐานของการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งต่อมาเกิดสงครามทางความคิดที่เรียกว่า สงครามกระบวนทัศน์ (paradigm wars) ระหว่างนักวิจัยเชิงปริมาณและนักวิจัยเชิงคุณภาพ (Tashakkori and Teddlie, 1998:3) แนวคิดของทั้งสองวิธีการศึกษานั้นมีความแตกต่างกัน โดยแนวคิดของวิธีการเชิงปริมาณซึ่งให้ความสำคัญไปที่กระบวนการปฏิฐานนิยม มีความเชื่อว่าวิธีการทางวิทยาศาสตร์เป็นวิธีการสำหรับค้นหาคำตอบหรือเพื่อสร้างความสนใจต่อการกระทำต่าง ๆ ในสภาพธรรมชาติ (natural setting) กล่าวคือ เรียนรู้สภาพธรรมชาติที่อยู่ใกล้ ๆ ตัว โดยอาศัยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีเป็นตัวตั้ง ใช้หลักการวิเคราะห์เชิงเหตุและผล รวมทั้งความสัมพันธ์ของความจริงที่ปรากฏ การศึกษามีลักษณะแบบแยกส่วน (Denzin: 1978) ให้ความสำคัญต่อการออกแบบทดสอบ ข้อมูลในเชิงทดลอง การใช้สถิติ การพยากรณ์และการควบคุมตัวแปร (Tashakkori and Teddlie, 1998:4) การวิจัยเชิงคุณภาพส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับกระบวนทัศน์การกำหนดสร้าง ซึ่งเน้นการตีความและการทำความเข้าใจเป็นสำคัญ กล่าวคือการวิจัยเชิงคุณภาพ มีความเชื่อว่าความจริงล้วนเป็นสิ่งถูกกำหนดสร้างขึ้น และความจริงจึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้หากบริบทเปลี่ยน

นอกจากกระบวนทัศน์ที่แตกต่างกันแล้วจุดที่เป็นข้อถกเถียงสำคัญของวิธีการของทั้งสองแนวคิดอีกก็คือ การวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะที่ไม่สามารถทำการศึกษากับคนจำนวนมากได้ ทำให้ความจริงที่ปรากฏเป็นความจริงเฉพาะในบางช่วงเวลาหนึ่งหรือเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งมุมมองของกลุ่มตัวอย่างมักอยู่ภายใต้อิทธิพลของผู้วิจัย ซึ่งอาจส่งผลต่อความเป็นเหตุและผลของปรากฏการณ์ได้อีกด้วย อีกทั้งตัวผู้วิจัยยังอยู่ในฐานะเครื่องมือสำคัญของการวิจัย ดังนั้นหากต้องการให้ผลการวิจัยมีความเชื่อมั่นแล้วนักวิจัยเองก็ต้องฝึกฝนให้ชำนาญ (เสมือนเป็นเครื่องมือที่มีความเชื่อมั่นสูง) ด้วยลักษณะดังกล่าว ทำให้การวิจัยเชิงคุณภาพมักถูกโจมตีในเรื่องอคติ

ส่วนตัวหรือความรู้สึกนึกคิดที่หล่อหลอมมาจากประสบการณ์เดิมของนักวิจัยและบุคคลที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งส่งผลต่อความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของข้อมูล ทำให้ข้อค้นพบอาจไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงกับกรณีอื่น ๆ ได้ (generalization) (Teddle and Tashakkori: 2009) สถานการณ์โดยเฉพาะในช่วงกลางศตวรรษที่ 1960 ถือเป็นช่วงที่ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพประสบกับปัญหาเรื่องความน่าเชื่อถืออย่างหนักประจวบเหมาะเป็นช่วงเข้าสู่ยุคของภาวะสมัยใหม่ซึ่งนิยมวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ส่งผลให้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ซึ่งอาศัยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์มีการเติบโตอย่างเต็มที่ แต่สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างหนึ่งก็คือการวิจัยเชิงปริมาณไม่สามารถสร้างทฤษฎีใหม่ๆ ได้ ซึ่งต่างจากการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นวิธีการสำหรับการสร้างทฤษฎีใหม่

จากกรณีดังกล่าวได้นำไปสู่การเกิดสงครามกระบวนทัศน์ (paradigm wars) ระหว่างกระบวนทัศน์การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Tashakkori and Teddle, 1998:3) ซึ่งนักวิชาการพยายามหาทางออกเพื่อแก้ปัญหาให้กับวิธีการวิจัยทั้งสองรูปแบบ คือกระบวนทัศน์รูปแบบที่สาม เกิดขึ้นในปี 1972 เป็นกระบวนทัศน์ที่ใช้วิธีการวิจัยในลักษณะ ‘ผสมวิธี (mixed methods)’ เพื่อแก้ไขจุดอ่อนของการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ (Parkhurst, Lovell, Sprafka, and Hodgins: 1972)

สำหรับวิธีการวิจัยที่มีลักษณะผสมวิธีนั้น Campbell and Fiske (1959) กล่าวว่า ได้มีการนำมาใช้กันบ้างแล้วย้อนกลับไปเมื่อประมาณ ๖๐ ปีที่แล้ว ในช่วงเริ่มต้นนักวิจัยรู้จักและเรียกกันไปในหลากหลายลักษณะ เช่น เรียกว่าการวิจัยแบบสหคุณลักษณะ (multi trait) โดยที่แต่ละลักษณะนั้นมีลักษณะเฉพาะ หรือเรียกว่าการวิจัยแบบหลากหลายวิธีการ (multi method research) คือนำวิธีการมาศึกษาารวมกันเป็นหนึ่งวิธีการ ในเวลานั้นรูปแบบการวิจัยมีลักษณะเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยวิธีการหลายรูปแบบสำหรับการทำการสำรวจหนึ่งครั้ง การวิจัยมีลักษณะผสมวิธีการระหว่างเชิงปริมาณกับวิธีการเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน มีการเชื่อมโยงข้อมูลในลักษณะที่เรียกว่า ‘ลูกผสม (Hybrids)’ (Fielding and Fielding 1986, และ Ragin, Nagel and White 2004) ต่อมาได้มีการเรียกวิธีการดังกล่าวว่า ‘วิธีการผสม (mixed methodologies)’ และเรียกกันต่อมาว่า ‘การวิจัยผสมวิธี (mixed methods research)’ (Creswell: 1999, Teddle and Tashakkori, 2009: 4) สำหรับในภาษาไทยได้มีการเรียกในหลากหลายชื่อ เช่น วิธีวิจัยแบบเชิงผสมผสาน การวิจัยผสมวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยด้วยวิธีการผสมผสาน ซึ่งในที่นี้ขอเรียก mixed methods research ว่า ‘การวิจัยผสมวิธี’

๕.๒ ลักษณะของการวิจัยผสมวิธี

Johnson and Onwuegbuzi (2004:17-18) กล่าวว่า การวิจัยผสมวิธี เป็นวิธีวิจัยที่รวมกันระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเป็นเทคนิคการวิจัยสำหรับหนึ่งเรื่อง และการรวมทั้งสองวิธีเป็นการลดข้อโต้แย้งระหว่างสองแนวคิด ถือเป็นวิธีการวิจัยที่สร้างแนวทางเลือกใหม่ทางการวิจัยที่มีลักษณะเป็นตรรกะและปฏิบัติมากขึ้น

Teddle and Tashakkori (2009:4) กล่าวว่าวิธีการเชิงปริมาณโดยพื้นฐานแล้วทำงานภายใต้ทำงานกระบวนทัศน์ปฏิฐานนิยม (positivist paradigm) หรือปฏิฐานนิยมยุคหลัง (post positivist paradigm) และให้ความสนใจข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นตัวเลข ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำงานภายใต้กระบวนทัศน์การกำหนดสร้าง (constructivism paradigm) โดยให้ความสำคัญไปที่ข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจากเรื่องเล่า (narrative data) สำหรับวิธีผสมวิธีการ

ทำงานภายใต้กระบวนทัศน์ปฏิบัตินิยม (pragmatist paradigm) และให้ความสนใจในข้อมูลจากเรื่องเล่าและข้อมูลที่เป็นตัวเลข

Creswell (2014: 4) กล่าวว่า การวิจัยผสมวิธีเป็นวิธีการวิจัยที่มีการสร้างกรอบการวิจัยโดยอาศัยแนวคิดปรัชญาและแนวคิดทฤษฎี มีการศึกษาด้วยวิธีการที่เกิดจากการบูรณาการระหว่างวิธีการเชิงคุณภาพและวิธีการเชิงปริมาณ

ส่วนรัตน์ บัสนธ์ (๒๕๕๖: ๖๑-๖๒) กล่าวว่า การวิจัยผสมวิธีเป็นการดำเนินงานวิจัยและประเมินขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่ง หรือระหว่างขั้นตอนภายในเรื่องเดียวกันของงานวิจัยและงานประเมินนั้น หรือการดำเนินงานวิจัยและประเมินในเรื่องเดียวกันแต่กระทำในลักษณะต่อเนื่องแยกจากกัน โดยใช้เทคนิควิธีการดำเนินงานบนพื้นฐานของกระบวนทัศน์เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

จากลักษณะของวิธีการวิจัยที่รวบรวมมานั้น ทำให้เห็นว่าการวิจัยผสมวิธีเป็นการผสมผสานกันของวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เกิดขึ้นเพื่อนำส่วนที่ดีหรือแก้ไขจุดอ่อนของทั้งสองกระบวนกร อีกทั้งยังเพิ่มมุมมองที่หลากหลายและลึกซึ้งมากยิ่งขึ้นและถือเป็นการวิจัยที่สร้างแนวทางเลือกใหม่ที่มีลักษณะเป็นตรรกะและปฏิบัติมากขึ้น

๕.๓ มุมมองเกี่ยวกับวิธีการวิจัยผสมวิธี

การทำวิจัยในทุกเรื่องนี้นักวิจัยมีความประสงค์ที่จะทำให้ได้คำตอบที่ชัดเจนที่สุดในประเด็นคำถามวิจัยที่ยังคลุมเครือ ผลที่เกิดจากการตรวจสอบในเชิงปริมาณพบว่าบริบทบางอย่างของสังคมมีผลต่อพฤติกรรม แต่ไม่สามารถหาเหตุผลที่ดีที่สุดมาอธิบายเหตุการณ์นั้น ๆ ได้ จึงต้องทำการค้นหาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพซึ่งต้องลงลึกไปถึงแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data source) ซึ่งอาจเป็นผู้รู้ที่รู้จริงหรือปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การนำวิธีการศึกษาทั้งสองวิธีมาผสมกันเพื่อการค้นหาคำตอบกระทำภายใต้แนวคิดที่ว่า วิธีการใดวิธีการหนึ่งอาจมีจุดบกพร่องและหากได้วิธีการอีกรูปแบบหนึ่งมาช่วยค้นหาคำตอบก็จะสามารถสนับสนุนผลการวิจัยในประเด็นที่ต้องการเน้นให้เห็นชัดเจนมากขึ้น ทำให้ได้ผลการวิจัยที่ดีขึ้นมีความเชื่อถือได้มากขึ้นอีกทั้งยังมีความสอดคล้องและทันสมัยกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอีกด้วย

แนวคิดเรื่องการผสมวิธีการวิจัยที่กล่าวแล้วนั้นมิได้เป็นที่ชื่นชอบของนักวิชาการทุกกลุ่ม โดยเฉพาะกลุ่มนักคิดบริสุทธิ์นิยม (purist) รวมทั้งกลุ่มนักวิจัยอย่าง Berrios and Lucca (2006), Guba (1987), Lincoln and Guba (1985), Smith (1983) และ Howe (1988) ที่มีความเห็นว่า ‘วิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพไม่สามารถที่จะนำมาหลอมรวมสำหรับการค้นหาความรู้และความจริงร่วมกันได้เพราะเหตุว่าทั้งสองวิธีการมีการมองความจริงในมุมมองที่ต่างกันโดยสิ้นเชิง’ แต่อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่มีความเห็นว่าการผสมกันระหว่างทั้งสองวิธีการก่อให้เกิดผลดีมากกว่าผลเสีย เนื่องจากแต่ละวิธีการศึกษาสามารถนำมาใช้เพื่อเสริมสร้างจุดอ่อนของอีกวิธีหนึ่ง ส่งผลให้การวิจัยผสมวิธีมีความสมบูรณ์มากขึ้น นอกจากนี้ Morse (1991) ได้กล่าวเสริมว่า ด้วยรูปแบบของการผสมวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน เมื่อข้อมูลที่ได้จากทั้ง ๒ วิธีการมาบรรจบกันทำให้เกิดการตรวจสอบข้อมูลซึ่งกันและกันไปในตัว ซึ่งการตรวจสอบนี้เป็นการตรวจสอบในลักษณะที่เรียกว่า ‘วิธีการแบบสามเส้า’ (methodological triangulation) ส่งผลให้ข้อมูลที่ได้มีความเชื่อถือได้สูงขึ้น ด้วยเหตุนี้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธีการจึงเป็นวิธีการที่ดีและสำคัญมากในศตวรรษที่ ๒๑

ปัจจุบันมีนักวิจัยจำนวนมาก ได้นำวิธีการวิจัยผสมวิธีมาใช้เป็นเทคนิควิธีการสำหรับการวิจัย ในหลากหลายสาขาวิชา อีกทั้งยังมีวารสารเชิงวิชาการเกิดขึ้นเพื่อรองรับการตีพิมพ์ผลงานวิจัย ดังกล่าวจำนวนมากด้วยเช่นกัน (Schwandt: 2000)

๕.๓.๑ ความแตกต่างของวิธีการวิจัยทั้ง ๓ วิธีการ

ในการอธิบายความแตกต่างของวิธีการวิจัยทั้งสามชนิดได้อธิบายโดยอาศัยความแตกต่างจาก ต้นแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเป็นหลัก ความแตกต่างที่จะกล่าวถึงจึงอยู่ภายใต้สิ่ง สำคัญ 9 ประเด็น (Mimmer and Dominick, 1997: 5-8 , 2006: 48-49 และวรรณดี สุทธิสารกร, ๒๕๕๖: ๑๘๑-๑๘๙) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑). กรอบแนวคิดวิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ มีลักษณะการศึกษาที่อาศัยการศึกษาในลักษณะแบบอุปมาน (inductive) ซึ่งแตกต่างจากการวิจัยเชิงปริมาณที่การศึกษามีลักษณะแบบอนุมาน (deductive) กล่าวคือ การเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงคุณภาพหรือแบบอุปมาน จะเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อ ต่างๆ หลังจากนั้นข้อมูลที่ได้จะถูกจัดหมวดหมู่ โดยแต่ละกลุ่มจะมีความหมายและคำอธิบายที่ แตกต่างกันไป ดังนั้นการเก็บข้อมูลจึงเริ่มต้นค่อนข้างเร็วและการวิเคราะห์จะดำเนินไปเรื่อย ๆ จนจบ โครงการ ในขณะที่การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณหรือแบบอนุมาน ซึ่งเป็นการนำแนวคิดทฤษฎีมาตั้ง เป็นสมมติฐานเพื่อพิสูจน์ในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่งที่ต้องการศึกษาซึ่งจะยังไม่สามารถ วิเคราะห์ข้อมูลได้จนกว่าจะมีจำนวนตัวเลขครบถ้วนและสมมติฐานได้ถูกตั้งไว้ล่วงหน้าก่อนได้รับการ พิสูจน์ว่าถูกหรือผิด เมื่อเป็นการวิจัยผสมวิธีผู้วิจัยจะต้องเชื่อมโยงวิธีการเก็บข้อมูลแบบอุปมานและ แบบอนุมานเข้าด้วยกันประมวลผลที่ได้รับซึ่งอาจอยู่ในลักษณะที่แตกต่างกันมากให้สามารถทำให้ ได้ผลการศึกษาในมุมมองที่ลึกและถูกต้องมากขึ้น

๒). ธรรมชาติแห่งความเป็นจริง

การวิจัยเชิงปริมาณเน้นวัตถุวิสัย (objective) ในประเด็นนี้นักวิจัยเชิงปริมาณมักถูกวิจารณ์ ว่ามองมนุษย์เป็นเพียงวัตถุที่นำมาใช้ในการศึกษาวิจัย ขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพเน้นอัตวิสัย (subjective) โดยมองว่ามนุษย์มีชีวิตจิตใจการเข้าถึงความจริงจึงต้องระมัดระวังในศักดิ์ศรีความเป็น มนุษย์ความเสมอภาคและความเป็นคนที่เท่าเทียมกัน ดังนั้นการวิจัยจึงต้องคำนึงถึงความเต็มใจใน การให้ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งพึงตระหนักว่าการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ความจริงมิใช่เรื่องของบุคคล เท่านั้นแต่ยังเป็นเรื่องของโครงสร้างทางสังคมด้วย ความรู้ที่ได้จากการวิจัยจึงสะท้อนความเป็นจริง ของสังคมและความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างไปพร้อมกัน

สืบเนื่องจากลักษณะการศึกษาและบทบาทนักวิจัยที่แตกต่างกัน ดังนั้นในการวิจัยผสมวิธีซึ่ง เป็นการศึกษาค้นคว้าความเป็นจริงตามสภาพการณ์และความเป็นจริงในโลกของคนที่สังคม บทบาทนักวิจัย จึงต้องมีลักษณะทั้งแบบแยกออกจากการเก็บข้อมูลและรวมเป็นส่วนหนึ่งของการเก็บข้อมูล

๓). มุมมองต่อพฤติกรรมมนุษย์

การวิจัยเชิงปริมาณสามารถพยากรณ์พฤติกรรมมนุษย์ได้โดยใช้วิธีการทางสถิติ ขณะที่การ วิจัยเชิงคุณภาพเห็นว่าพฤติกรรมมนุษย์มีความเป็นพลวัตไม่สามารถจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรได้ การพยากรณ์อนาคตของวิธีการเชิงคุณภาพเกิดขึ้นได้หากมีการศึกษาประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงมา จนถึงปัจจุบัน ผลการศึกษาสามารถนำไปสู่การพยากรณ์แนวโน้มในอนาคตจากบทเรียนของอดีต (Cormack, 1991) ซึ่งเมื่อใช้การวิจัยผสมวิธีการพยากรณ์พฤติกรรมมนุษย์จึงมีการผกผันกันระหว่าง ข้อมูลในอดีตกับปัจจุบันทำให้มีความความแม่นยำและครอบคลุมมากขึ้น

๔). จุดมุ่งหมาย

การวิจัยเชิงปริมาณมุ่งทดสอบสมมติฐานที่จำเพาะเจาะจงบนแนวคิดทฤษฎี ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งสำรวจสภาพการณ์ทั้งทางกว้างและทางลึกเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้ที่มากขึ้น ซึ่งการค้นพบอาจนำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีได้ ลักษณะการศึกษาข้อมูลจึงมีความเป็นองค์รวมมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณที่มีลักษณะของการศึกษาแบบแยกส่วน (Denzin, 1978) สำหรับการวิจัยผสมวิธีมุ่งเน้นทั้งสองรูปแบบคือสามารถศึกษาเพื่อพิสูจน์แนวคิดหรือเพื่อการสร้างแนวคิดทฤษฎีใหม่

๕). วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งอธิบาย บรรยาย หาความสัมพันธ์ไปจนถึงพยากรณ์จากข้อมูล ขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพมุ่งค้นหาความจริงที่นำไปสู่การตีความเพื่ออธิบายความของสิ่งที่ศึกษา (Corner, ๑๙๙๑) สำหรับการวิจัยผสมวิธีมุ่งเน้นทั้งสองรูปแบบคือหาความสัมพันธ์ของข้อมูลและเพื่อค้นหาความเป็นจริงเพื่อนำไปสู่การตีความเพื่อการอธิบายปรากฏการณ์

๖). ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพมีรูปแบบที่หลากหลายคือการวิจัยจากข้อมูลเรื่องเล่า (narrative research) การวิจัยแนวปรากฏการณ์วิทยา (phenomenological research) วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach) การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (ethnographic research) และการวิจัยโดยใช้กรณีศึกษา (case study research) อีกทั้งยังมีการนำเสนอผลในลักษณะของการบรรยายหรือจัดกลุ่ม สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณนั้นนักวิจัยใช้วิธีการสำรวจหรือการทดลองร่วมกับการใช้สถิติเพื่อการวิเคราะห์ ส่วนการวิจัยผสมวิธีนั้นสามารถทำการศึกษได้หลากหลายรูปแบบโดยสามารถออกแบบให้เป็นเชิงปริมาณก่อนแล้วตามด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพหรือออกแบบให้เป็นเชิงคุณภาพก่อน จากนั้นจึงเป็นเชิงปริมาณโดยมีความยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์และความสนใจของนักวิจัย

๗). กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณเน้นสุ่มตัวอย่างเพื่อให้เป็นตัวแทนของประชากรเพื่อใช้สถิติคำนวณผล โดยอ้างอิงไปสู่ประชากร แต่ข้อมูลจากวิจัยเชิงคุณภาพไม่สามารถอ้างอิงไปสู่ประชากรได้เพราะกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ด้านการวิจัยผสมวิธีสามารถนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาศึกษาต่อยอดด้วยในการวิจัยเชิงปริมาณทำให้ผลสามารถอ้างอิงไปสู่ประชากรได้ในลักษณะที่ถูกต้อง และครอบคลุมมากขึ้น

๘). ผลการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณมีแนวทางการค้นหาคำตอบเพื่อสรุปไปสู่ประชากร ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการศึกษาเชิงลึกเพื่อค้นหาองค์ความรู้ที่ยังไม่เคยค้นพบที่ใดมาก่อน การวิจัยผสมวิธีได้ข้อดีของทั้งสองวิธีการมาทำให้สามารถค้นหาข้อมูลได้ลึกได้ความรู้ใหม่และสามารถอ้างอิงไปสู่ประชากรได้ อีกทั้งผลที่ได้ยังเป็นผลที่ถูกต้องมากกว่าการนำผลของการศึกษาลักษณะใดลักษณะหนึ่งไปนี้ ดังจะเห็นจากงานวิจัย

๙). การรายงานผล

การวิจัยเชิงปริมาณรายงานผลด้วยวิธีการทางสถิติ เช่น ความสัมพันธ์ของตัวแปร การทดสอบสมมติฐานหรือการสร้างแบบจำลองต่างๆ ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพรายงานข้อมูลในลักษณะของเรื่องเล่าตามบริบทที่ค้นพบและอ้างอิงจากคำพูดหรือลักษณะต่าง ๆ ของผู้ให้ข้อมูล สำหรับการวิจัยผสมวิธีมีรูปแบบรายงานผลด้วยวิธีการทางสถิติ รวมทั้งมีการรายงานผลในลักษณะที่หลากหลาย

เช่น รายงานผลจากเรื่องเล่า การวิเคราะห์ สังเคราะห์ ผลการสัมภาษณ์ การสังเคราะห์เอกสาร หรือ การสังเกตุ เป็นต้น

นอกจากนี้ Teddlie and Tashakkori (2009: 22) และ Creswell (2014:78) ยังได้กล่าวถึงความแตกต่างของระหว่างวิธีการวิจัยทั้งสามวิธีการซึ่งสามารถสรุปได้ดังในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๒.๑ แสดงความแตกต่างของระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ปริมาณ และผสมวิธี

แนวปฏิบัติ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยผสมวิธี
กระบวนทัศน์	เน้นเรื่องการทำหนดสร้างผลที่มีปรากฏการณ์จริง (Constructivist) และความแปรปรวน (variant)	ปฏิฐานนิยม (Positivism) ปฏิฐานนิยมยุคหลัง (postpositivism) เน้นความจริง (Realisticism) เป็นสิ่งที่นับได้ด้วยตัวเลข/วิทยาศาสตร์	เน้นเกี่ยวกับความจริงใช้ความรู้ในเชิงปฏิบัติ (Pragmatic) และการถ่ายโอนมุมมองแนวคิด
กลยุทธ์การดำเนินการวิจัย	ใช้วิธีการจากข้อมูลเรื่องเล่า ปรากฏการณ์วิทยา วิธีการสร้างทฤษฎีจากข้อมูลวิธีการศึกษาชาติพันธุ์วรรณนา และวิธีการกรณีศึกษา	ใช้วิธีการสำรวจและวิธีเชิงการทดลอง	ดำเนินการด้วยวิธีการอย่างต่อเนื่อง คู่ขนาน แยกส่วน หรือตามลำดับ และมีการแปลงข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ผล
วิธีการ	ใช้คำถามปลายเปิด เอกสารตำรา ข้อมูลรูปภาพ หรือข้อมูลจากเรื่องเล่า	ใช้คำถามปลายปิด การใช้ข้อมูลที่เป็นตัวเลขในการวิเคราะห์	ใช้กระบวนการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยใช้ทั้งคำถามปลายเปิดและปลายปิด
ปฏิบัติการที่ใช้ในการวิจัย	- ตัวอย่างได้มาด้วยแบบเจาะจง - ผู้วิจัยเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย - ความหมายเกิดจากผู้เข้าร่วมวิจัย - เน้นไปที่ปรากฏการณ์หรือแนวคิดเดียว - ดึงคุณค่าจากบุคคลไปเพื่อการศึกษา - ศึกษาบริบทผู้เข้าร่วมวิจัย	- ตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มาด้วยการสุ่ม - ทดสอบ การอธิบายหรือ พิสูจน์ทฤษฎี - การค้นหาตัวแปรเพื่อการศึกษา - หาคความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและคำถามหรือสมมติฐาน - ใช้มาตรฐานค่าความเชื่อมั่น และความเชื่อถือได้มาช่วยในตรวจเครื่องมือ	- ตัวอย่างได้มาด้วยวิธีการผสมแบบเจาะจงและสุ่ม - เก็บข้อมูลทั้งแบบคุณภาพและปริมาณ - พัฒนาการตรวจสอบผลด้วยวิธีการที่หลากหลายร่วมกัน - บูรณาการข้อมูลในระดับที่แตกต่างกันของกระบวนการศึกษา

ตารางที่ ๒.๑ แสดงความแตกต่างของระหว่างวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ปริมาณ และผสมวิธี (ต่อ)

แนวปฏิบัติ	การวิจัยเชิงคุณภาพ	การวิจัยเชิงปริมาณ	การวิจัยผสมวิธี
ปฏิบัติการที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)	- ตรวจสอบความถูกต้องจากข้อมูลและความมีเหตุมีผลของผลที่ค้นพบ - ใช้การแปลผลจากข้อมูล - สร้างประเด็นจากการเปลี่ยนแปลงหรือการเปลี่ยนรูปแบบข้อมูล - ผู้วิจัยร่วมมือกับผู้เข้าร่วมวิจัยในการดำเนินการ- ผู้วิจัยร่วมมือกับผู้เข้าร่วมวิจัยในการดำเนินการ	- ใช้การสังเกตและการวัดประเมินข้อมูลด้วยตัวเลข - ใช้กระบวนการที่ปราศจากความคิดของผู้วิจัยจึงไม่ก่อให้เกิดความลำเอียง - ใช้กระบวนการทางสถิติ	- ใช้วิธีการปฏิบัติทั้งในแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

การวิจัยผสมวิธีถือเป็นวิธีการวิจัยภายใต้กระบวนการทัศน์ใหม่ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อนำการแก้ปัญหาของกระบวนการทัศน์การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๕.๓.๒ การวิจัยผสมวิธี

การออกแบบการวิจัยผสมวิธีโดยพื้นฐานแล้ว ใช้วิธีการดำเนินการร่วมกันขององค์ประกอบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการวิจัยยืดหยุ่นไปตามบริบทและเป้าหมายของการวิจัยแต่ละเรื่อง (Creswell and Plano Clark 2011: 54) การวิจัยผสมวิธีมีหลายลักษณะซึ่งนักวิจัยต้องทำความเข้าใจถึงวิธีการแต่ละวิธีก่อนการเลือกใช้ โดยต้องตัดสินใจให้แน่ชัดว่าการวิจัยผสมวิธีที่ต้องการดำเนินการนั้นจะนำด้วยวิธีการเชิงคุณภาพหรือปริมาณ การออกแบบให้เป็นไปตามความเหมาะสมของงานวิจัยแต่ละเรื่อง แต่อย่างไรก็ตามได้มีนักวิชาการได้แนะนำแนวทางไว้ดังต่อไปนี้

Morgan (1998) เสนอวิธีการวิจัยผสมวิธีที่มีทั้งรูปแบบที่นำด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพก่อนและตามด้วยรูปแบบที่นำด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ

Morse (1991) กล่าวว่า จะใช้วิธีการวิจัยแบบใดก็ได้โดยให้พิจารณาที่บทบาท หรือสิ่งสำคัญของเรื่องที่ต้องการศึกษาว่าต้องการศึกษาอะไรและสิ่งนั้นควรใช้วิธีการศึกษาใดเป็นหลัก โดย Morse ได้เสนอไว้ 2 รูปแบบคือ แบบดำเนินการไปพร้อมกัน (simultaneous triangulation) และแบบดำเนินการต่อเนื่องกัน (sequential triangulation)

Sandelowski (2000) เสนอไว้ 4 รูปแบบประกอบด้วย แบบต่อเนื่อง แบบขนานกัน แบบสลับไปมา และแบบแทรกกลาง

Creswell (2014:3) ให้การสนับสนุนให้ใช้วิธีเชิงคุณภาพนำและตามด้วยวิธีการเชิงปริมาณ และไม่ได้ปฏิเสธเมื่อต้องใช้วิธีการเชิงปริมาณนำหากเหมาะสมกับสถานการณ์มากกว่า

Maxwell and Loomis (2003) และ Ternd (1979) มีความเห็นว่า การวิจัยผสมวิธีสามารถกระทำโดยการแยกส่วนระหว่างวิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ แล้วนำผลของทั้งสองมาเขียนในเชิงผสมกัน

Teddlie and Tashakkori (2009: 152) นำเสนอรูปแบบของการทำคู่ขนาน โดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพไปพร้อม ๆ กัน

โยธิน แสงวดี (เอกสารประกอบการบรรยาย: ม.ป.ป.) เห็นว่าควรมีการเริ่มต้นด้วยวิธีเชิงปริมาณก่อนเหตุผลที่ให้ความสำคัญของการนำด้วยวิธีเชิงปริมาณ เนื่องจากว่าการศึกษาด้วยวิธีการเชิงปริมาณจะเน้นในด้านความรู้ที่เป็นโครงสร้างตามทฤษฎี (positivism) แต่อาจต้องหาปรากฏการณ์จริงมายืนยัน มาอธิบายให้เข้าใจได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ได้ข้อค้นพบใหม่ แต่ไม่สามารถหาชุดความรู้จากวรรณกรรมที่ผ่านมาอธิบายได้ หรือเป็นข้อค้นพบที่โดดเด่นปรากฏขึ้นเฉพาะในสังคมที่เป็นหน่วยพื้นที่ศึกษาเท่านั้น คล้ายกับเป็นสิ่งเด่นจึงต้องการตรวจสอบต่อไปว่าเป็นจริงหรือไม่ เป็นอัตลักษณ์หรือไม่ ซึ่งวิธีการที่ดีที่สุดคือการตรวจสอบด้วยข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิที่สามารถอ้างอิงด้วยหลักฐานจริง ปรากฏการณ์จริงหรือเรื่องเล่าจากปากบุคคลที่เป็นผู้รู้เรื่องนั้นอย่างแท้จริง (narrative interview) นั่นคือเป็นการผนวกเชิงทฤษฎี (positivism) กับเชิงปรากฏการณ์นิยม (phenomenologism) เข้าด้วยกันอย่างสมบูรณ์ที่สุด

Creswell and Plano Clark (2011) ได้กล่าวถึงการเลือกวิธีการวิจัยไว้ว่า การคัดเลือกวิธีการวิจัยสามารถกระทำได้ในสองลักษณะคือ ระบุวิธีการไว้ก่อนเริ่มการดำเนินการว่าต้องการใช้วิธีการใดนำ หรือใช้วิธีการวิจัยแบบใดแบบหนึ่งในช่วงที่หนึ่งไปก่อน แล้วค่อยกำหนดวิธีการวิจัยอีกวิธีหนึ่งในช่วงที่สอง ซึ่ง Creswell and Plano Clark (2011) ให้เหตุผลว่า เนื่องจากวิธีการวิจัยผสมวิธีเป็นวิธีการที่ยืดหยุ่นมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลาตามความเหมาะสม ในประเทศสหรัฐอเมริกาการวิจัยลักษณะนี้ได้ถูกนำมาใช้เป็นวิธีการวิจัยในทางสังคมศาสตร์และได้เห็นเป็นรูปร่างอย่างชัดเจนในช่วงต้นปี 1990 และได้รับการนำมาศึกษาอย่างจริงจัง ในปี ค.ศ. 2003 (Tashakkori and Teddlie: 2010)

๕.๓.๓ สัญลักษณ์ของวิธีการวิจัยผสมวิธี

การออกแบบวิธีการวิจัยผสมวิธีนั้นต้องเกี่ยวข้องกับสัญลักษณ์หลายแบบ ซึ่งผู้วิจัยจำเป็นต้องเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สัญลักษณ์เบื้องต้น ซึ่งคิดขึ้นโดย Morse (1991) และเพิ่มเติมโดย Plano Clark (2005), Nastasi et al. (2007) และ Morse and Niehaus (2009) ดังแสดงในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๒.๒ แสดงสัญลักษณ์ของวิธีการวิจัยผสมวิธีและผู้คิดค้น

สัญลักษณ์	ความหมาย	ตัวอย่าง	ผู้คิดค้น
อักษรตัวใหญ่	เป็นวิธีการหลัก	QUAN, QUAL	Morse (1991)
อักษรตัวเล็ก	เป็นวิธีการรอง	Quan, qual	Morse (1991)
+	กระทำสองวิธีการไปพร้อมกัน	QUAN+QUAL	Morse (1991)
→	วิธีการหลักและวิธีการรองดำเนินการต่อกัน	QUAL→quan	Morse (1991)
()	แบบแผนรองรับภายใน	QUAN (qual)	Plano Clark (2005)
→←	แบบย้อนกลับ หรือทำซ้ำขั้นตอนเดิม	QUAL→←QUAN	Nastasi et al (2007)
[]	ศึกษาในชุดการศึกษา	QUAL→[QUAN+qual]	Morse and Niehaus (2009)

ที่มา Creswell, (2014:229)

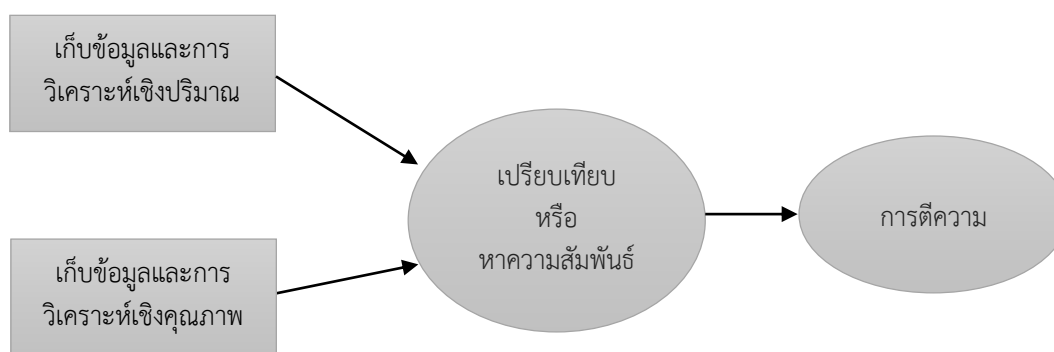
๕.๓.๔ รูปแบบการวิจัยผสมวิธี

การเลือกวิธีการวิจัยผสมวิธีนั้น ผู้วิจัยควรศึกษารูปแบบแต่ละรูปแบบให้ถ่องแท้ก่อนว่า รูปแบบการวิจัยแต่ละรูปแบบสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการทำงานร่วมกันของการวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณอย่างไร อีกทั้งวิธีการวิจัยทั้งสองนั้นเหมาะสมกับปัญหาการวิจัยที่ต้องการศึกษาหรือไม่ โดยรูปแบบใดเหมาะกับวิธีการใด รวมทั้งต้องมีเหตุผลที่เพียงพอสำหรับการเลือกรูปแบบที่จะนำมาผสม การใช้รูปแบบใดนำและรูปแบบใดตามเพื่อที่จะตอบคำถามของงานวิจัยได้ดีที่สุด การวิจัยลักษณะนี้เป็นวิธีการวิจัยที่มีความยืดหยุ่นทำให้มีผู้นำเสนอรูปแบบออกมาหลากหลาย บางรูปแบบก็เหมือนกันบางรูปแบบก็แตกต่างกัน และในการวิจัยนี้ได้ศึกษารวบรวมมาเฉพาะรูปแบบที่เป็นต้นแบบ (prototypes) ของการวิจัยผสมวิธี เพราะหากเข้าใจพื้นฐานก็จะทำให้สามารถสร้างรูปแบบแนวคิดใหม่ๆ ต่อไปได้ การวิจัยผสมวิธีโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น ๒ กลุ่มคือ กลุ่มการวิจัยผสมวิธีรูปแบบพื้นฐาน (basic mixed method designs) และกลุ่มวิจัยผสมวิธีรูปแบบขั้นสูง (advance mixed method designs)

๑). การวิจัยผสมวิธีรูปแบบพื้นฐาน ประกอบด้วย ๓ รูปแบบคือ (Creswell 2014: 220)

๑.๑ รูปแบบขนานลู่เข้าหากัน (convergent parallel mixed method)

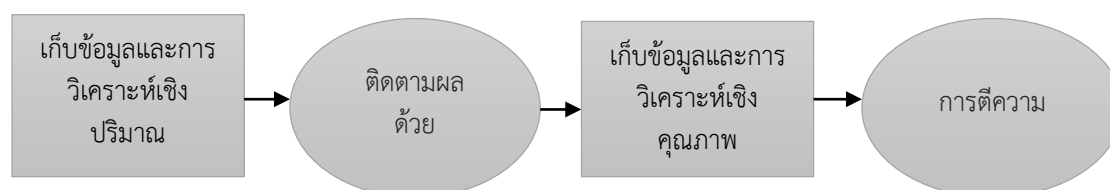
การวิจัยผสมวิธีแบบขนานลู่เข้าหากัน ลักษณะนี้ตำราบางเล่มเรียกว่า การออกแบบวิธีการแบบสามเส้า: รูปแบบการลู่เข้าหากัน (the triangulation design: convergence model) เป็นวิธีการวิจัยเชิงผสมวิธีการที่นักวิจัยคุ้นเคยที่สุดวิธีหนึ่งมีการจัดลำดับวิธีการที่เท่าเทียมกัน ศึกษาในประเด็นเดียวกันได้ผลมาวิเคราะห์แยกและแปลความร่วมกัน (Creswell 2014: 220) ดังนี้



แผนภูมิที่ ๒.๕ แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบขนานลู่เข้าหากัน

๑.๒ รูปแบบการอธิบายแบบต่อเนื่อง (explanatory sequential mixed methods)

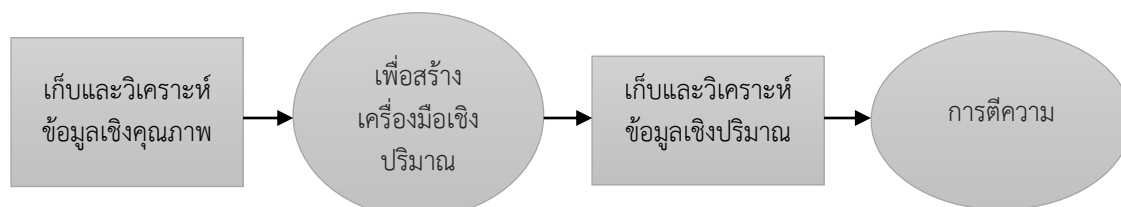
ลักษณะเป็นลำดับการอธิบายต่อเนื่อง นำข้อมูลเชิงปริมาณในส่วนแรกมายืนยันผลที่ค้นพบด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพส่วนที่สอง วิธีการนี้มีประโยชน์สำหรับการสร้างเครื่องมือวิจัยใหม่ๆ ในการวิจัยดังแสดงในแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๖ แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบการอธิบายต่อเนื่อง

๑.๓ แบบการสำรวจแบบต่อเนื่อง (exploratory sequential mixed methods)

วิธีการนี้มีความคล้ายคลึงกับ แบบการอธิบายต่อเนื่อง (explanatory sequential mixed methods) โดยการนำวิธีการเชิงคุณภาพขึ้นต้นและตามด้วยวิธีการเชิงปริมาณ ดังแสดงในแผนภูมิต่อไปนี้

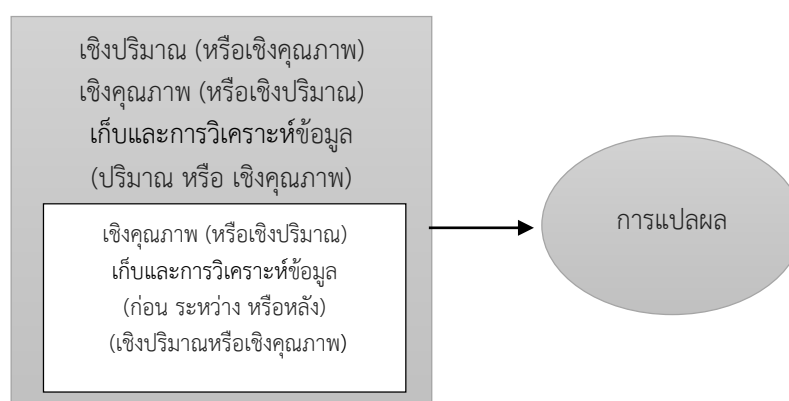


แผนภูมิที่ ๒.๗ แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบการสำรวจต่อเนื่อง

๒. กลุ่มวิจัยผสมวิธีการรูปแบบขั้นสูง ประกอบด้วย ๓ รูปแบบคือ (Creswell 2014: 220)

๒.๑ รูปแบบแผนรองรับภายใน (embedded design mixed methods)

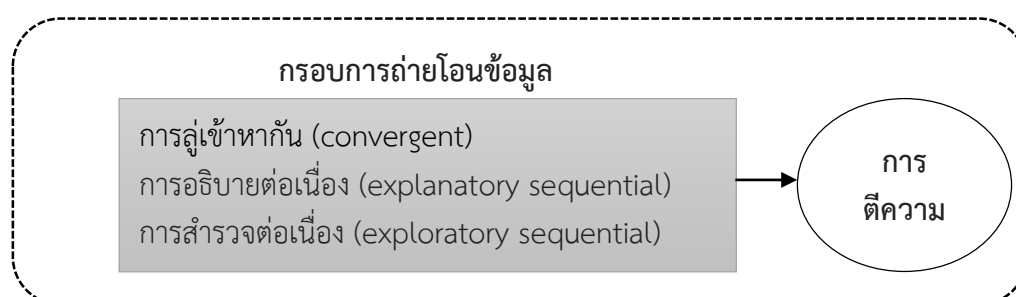
รูปแบบนี้บางครั้งเรียกว่า แบบสามเสา: รูปแบบหลายระดับ (the triangulation design: multilevel model) มีรูปแบบดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๘ แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบแผนรองรับภายใน

๒.๒ รูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล (transformative mixed methods)

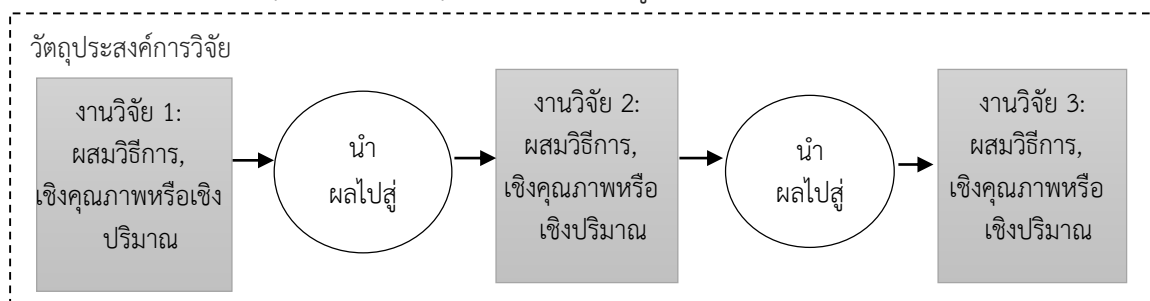
เป็นรูปแบบที่ทำการรวมองค์ประกอบของ ๓ องค์ประกอบที่สำคัญ คือ การลู่เข้าหากัน (convergent) การอธิบายต่อเนื่อง (explanatory sequential) และการสำรวจต่อเนื่อง (exploratory sequential) เข้าด้วยกัน Creswell (2014: 221) ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๙ แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล

๒.๓ รูปแบบผสมหลายตอน (multiphase mixed methods)

รูปแบบนี้เป็นการดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการแบบผสมหลายตอน เป็นวิธีการอันประกอบไปด้วยการลู่เข้าหากัน (convergent) การอธิบายแบบต่อเนื่อง (explanatory sequential) และการสำรวจแบบต่อเนื่อง (exploratory sequential) ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๑๐ แสดงวิธีการวิจัยรูปแบบผสมหลายตอน

๕.๔ รูปแบบการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งได้ใช้รูปแบบการวิจัยเป็นการผสมวิธี ในการวิจัยยังมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายรูปแบบด้วยเช่นกัน ซึ่งแต่ละรูปแบบมีวิธีการดำเนินงานดังนี้

๕.๔.๑ การสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis)

๑). ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัย

Cooper and Hedges (1994:6) กล่าวว่า การสังเคราะห์งานวิจัย นั้นตรงกับภาษาอังกฤษว่า research synthesis และในบางครั้ง ก็ยังตรงกับคำว่า research review ปกติใช้ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการอธิบายคุณภาพของงานวิจัย ส่วน systematic review มีการนำมาใช้น้อยส่วนใหญ่มักจะใช้ในบริบทของการประเมินผลการวิจัยซึ่งทั้ง ๓ คำนี้ มีการใช้สลับกันไปมาภายใต้ความหมายเดียวกัน เพื่อหลีกเลี่ยงความสับสนในการวิจัยขอใช้คำว่า การสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis)

การสังเคราะห์ (synthesis) หมายถึง การนำส่วนย่อยมาประกอบเข้าด้วยกันจนเกิดสิ่งใหม่ขึ้น (อุทุมพร จามรมาน, ๒๕๓๑) ส่วนสังเคราะห์การวิจัยนั้น เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาความสอดคล้องและพิจารณาความเปลี่ยนแปลงหรือความแตกต่างของผลการศึกษาในการศึกษาที่คล้ายกัน จุดประสงค์ของการสังเคราะห์การวิจัยคือ ความพยายามที่จะบูรณาการงานวิจัยให้สามารถที่จะนำไปสรุปอ้างอิงได้ Cooper and Hedges (๑๙๙๔)

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการได้ให้ความหมายของการสังเคราะห์งานวิจัยไว้มากมายดังนี้

Cooper and Lindsay (1997) ให้ความหมายการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) หรือการบูรณาการงานวิจัย (research integration) ไว้ว่า การสังเคราะห์งานวิจัยเกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะค้นหาความสอดคล้องและพิจารณาความเปลี่ยนแปลงหรือความแตกต่างของผลการศึกษาที่ศึกษาในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน จุดประสงค์ของการสังเคราะห์การวิจัยคือความพยายามที่จะบูรณาการงานวิจัยให้สามารถที่จะสรุปอ้างอิงได้

นงลักษณ์ วิรัชชัย (๒๕๔๒) ได้ให้ความหมาย ไว้ว่า การสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) หรือการปริทัศน์งานวิจัย (research review) เป็นระเบียบวิธีการศึกษาตามระเบียบวิธีทางวิทยาศาสตร์เพื่อตอบปัญหาใดปัญหาหนึ่งโดยการรวบรวมงานวิจัยเกี่ยวกับปัญหานั้นๆ หลายเรื่อง

มาศึกษาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติหรือวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและนำเสนอข้อสรุปอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้คำตอบปัญหาวิจัยที่ต้องการให้ได้คำตอบที่เป็นข้อยุติ

จากแนวคิดดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การสังเคราะห์งานวิจัยเป็นการนำหน่วยย่อยๆ หรือองค์ความรู้จากงานวิจัยหลายๆ เรื่อง ที่ศึกษาปัญหาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันทั้งที่เป็นความรู้ที่สอดคล้องหรือขัดแย้งกัน มาสกัดอย่างมีระบบและนำมาบรรยายสรุปรวมกันให้เป็นเรื่องเดียวกันจนเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่และเป็นข้อสรุปของปัญหานั้นๆ อย่างชัดเจน

๒). ประเภทของการสังเคราะห์การวิจัย

การสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) จำแนกได้ ๒ ประเภทคือ การสังเคราะห์เชิงคุณภาพ (qualitative synthesis) และการสังเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative synthesis)

๑. การสังเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นการอ่านวิเคราะห์รายงานวิจัยในประเด็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาเขียนสรุปเข้าด้วยกันเป็นองค์ความรู้ของผู้วิจัย

๒. การสังเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ จำนวน ตัวเลข หรือค่าสถิติในประเด็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องที่ปรากฏอยู่ในงานวิจัย แล้วนำมาจัดกลุ่มและหมวดหมู่ให้ได้ข้อสรุปใหม่ การสังเคราะห์เชิงปริมาณจึงเป็นการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ (analysis analyses) หรือการวิเคราะห์เชิงผสมผสาน (integrative analysis) หรือการวิจัยงานวิจัย (research of research) การสังเคราะห์งานวิจัย อาศัยขั้นตอนกระบวนการของการวิจัยเหมือนกับการวิจัยอื่นๆ นั่นคือ การกำหนดปัญหาการวิจัย การตั้งวัตถุประสงค์การวิจัย การสร้างเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การแปลผลและการนำเสนอผลการวิจัยเช่นเดียวกัน นอกจากนั้นการสังเคราะห์งานวิจัยยังได้ความรู้ใหม่แก่ผู้สังเคราะห์อีกด้วย ดังนั้นการสังเคราะห์งานวิจัยจึงเป็นงานวิจัยประเภทหนึ่ง ซึ่งผู้สังเคราะห์งานวิจัยควรมีความรู้พื้นฐานที่สำคัญ คือ ความรู้เนื้อหาที่วิจัย ความรู้ระเบียบวิธีวิจัย และความรู้ในหลักการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิง

๓). ขั้นตอนการสังเคราะห์งานวิจัย

ประกอบด้วย ๕ ขั้นตอนคือ การกำหนดปัญหาการวิจัย การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการเสนอผลการสังเคราะห์งานวิจัย (นงลักษณ์ วิรัชชัย ๒๕๔๒:๙๘-๙๙) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

๑. การกำหนดปัญหาการวิจัย

ในขั้นนี้ผู้สังเคราะห์งานวิจัยต้องระบุสาระที่สนใจต้องการศึกษาให้ได้ การกำหนดปัญหาวิจัยของการสังเคราะห์งานวิจัย มีวิธีการกำหนดปัญหาเช่นเดียวกับปัญหาวิจัยโดยทั่วไป เนื่องจากคำว่า ‘ปัญหาวิจัย’ ก็คือข้อสงสัยที่ยังหาข้อสรุปไม่ได้ ฉะนั้นปัญหาวิจัยของการสังเคราะห์งานวิจัยก็คือ สิ่งที่ยังเป็นข้อสงสัยที่ยังหาข้อสรุปไม่ได้เช่นเดียวกัน เนื่องจากในปัจจุบันมีงานวิจัยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ และงานวิจัยดังกล่าวส่วนใหญ่จะศึกษาตัวแปรที่มีลักษณะเหมือนกันหรือตัวแปรเดียวกัน แต่ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน เพราะฉะนั้นผลการวิจัยจึงมีทั้งสอดคล้องกันและขัดแย้งกัน ซึ่งข้อสรุปดังกล่าวยังไม่ชัดเจน และผู้ที่จะนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ก็ไม่สามารถจะนำผลไปใช้ได้ เมื่อกำหนดปัญหาวิจัยแล้วจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

๒. การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยโดยใช้วิธีการสังเคราะห์งานวิจัยก็มีลักษณะเหมือนกับการวิจัยโดยทั่วไป กล่าวคือหลังจากผู้วิจัยได้ทราบถึงปัญหาที่จะทำการวิจัยแล้ว สิ่งที่ผู้วิจัยควรดำเนินการต่อไปก็คือ ศึกษาปัญหาที่จะทำการวิจัยอย่างรอบคอบ โดยการศึกษาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย

ทั้งนี้เพื่อช่วยให้ปัญหาการวิจัยชัดเจนขึ้นและจะได้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตการวิจัยและสมมติฐานการวิจัยต่อไป

๓. การดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัย

ในการดำเนินการสังเคราะห์งานวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนย่อย ดังนี้

๓.๑ การเสาะค้นงานวิจัย หลังจากที่คุณวิจัยกำหนดปัญหาและวิเคราะห์การวิจัยที่จะสังเคราะห์งานวิจัยแล้ว สิ่งที่คุณวิจัยจะต้องดำเนินการต่อไปคือ การเสาะค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัยนั้นๆ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท (Glass, 1981: 62- 63) ได้แก่

๓.๑.๑ แหล่งปฐมภูมิ (primary sources) หมายถึง แหล่งที่คุณวิจัยจะเก็บข้อมูลวิจัยจากงานวิจัยนั้นโดยตรง อันได้แก่ รายงานการวิจัยที่พิมพ์เผยแพร่เป็นเล่ม และพิมพ์เผยแพร่ในวารสารต่างๆ วิทยานิพนธ์หรือปริญญานิพนธ์ของนิสิตและนักศึกษา รายงานการวิจัยของหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนงานประชุมสัมมนาเกี่ยวกับการวิจัย และอื่นๆ เป็นต้น

๓.๑.๒ แหล่งทุติยภูมิ (secondary sources) หมายถึง แหล่งข้อมูลที่คุณวิจัยไม่ได้เก็บข้อมูลผลการวิจัยจากรายงานการวิจัยนั้นโดยตรง แต่เป็นข้อมูลผลการวิจัยที่คุณวิจัยเก็บรวบรวมจากรายงานสรุป และในวารสารต่างๆ

๓.๒ การคัดเลือกงานวิจัย หลังจากที่คุณวิจัยได้เสาะค้นงานวิจัยจากแหล่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งปฐมภูมิหรือแหล่งทุติยภูมิแล้ว สิ่งที่คุณวิจัยจะต้องดำเนินการต่อไปก็คือ การคัดเลือกงานวิจัย ซึ่งในการคัดเลือกงานวิจัยมีอยู่ด้วยกันหลายวิธี Light and Pillemer (1984:31-38) ได้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับการคัดเลือกงานวิจัยในกรณีที่คุณเลือกมาทั้งหมด กับคุณเลือกเฉพาะผลงานที่มีการตีพิมพ์ ดังนี้

๓.๒.๑ การเลือกมาทั้งหมด วิธีนี้เป็นวิธีที่ง่ายที่สุด กล่าวคือ เป็นการรวบรวมผลการวิจัยทุกเรื่องเท่าที่จะหาได้ ทั้งงานวิจัยที่มีการตีพิมพ์และงานวิจัยที่ไม่มีการตีพิมพ์ วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทและเอก รายงานการวิจัยเท่าที่จะหาได้จากองค์กรต่างๆ

๓.๒.๒ การเลือกเฉพาะผลงานที่มีการตีพิมพ์ วิธีนี้เป็นการนำเสนอเฉพาะผลงานที่มีการตีพิมพ์ เท่านั้นมารวมเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งในกรณีเช่นนี้ไม่ได้หมายความว่าถึงเฉพาะวิทยานิพนธ์และเอกสารการประชุมเท่านั้น เนื่องจากสิ่งเหล่านี้มีอยู่ในห้องสมุดและสามารถหาได้แทบทุกแห่ง การไม่นำรายงานที่ไม่มีการตีพิมพ์มาพิจารณาจะเป็นการทวนเวลา งบประมาณ และยังสามารถควบคุมคุณภาพของงานวิจัยได้ด้วย

แต่การคัดเลือกงานวิจัยเฉพาะที่มีการตีพิมพ์มาเสนอนั้นก็มีผู้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับเรื่องนี้ คือ Rosenthal, (1978 อ้างถึงใน Light and Pillemer, 1984) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับสิ่งตีพิมพ์ที่มีความลำเอียง โดยสรุปว่าผลงานวิจัยที่มีการตีพิมพ์วารสารจะเป็นผลงานวิจัยที่มีการยอมรับมากกว่าข้อค้นพบที่ไม่ได้รับการตีพิมพ์ ดังนั้นในการคัดเลือกงานวิจัย ถ้าคุณวิจัยคัดเลือกเฉพาะผลงานวิจัยที่มีการตีพิมพ์ ก็จะทำให้ผลที่ดีกว่า ซึ่งในเรื่องนี้ Smith, (1980 อ้างถึงใน Light and Pillemer, 1984) ได้ศึกษาผลงานวิจัย ๑๐ เรื่องที่เสนอในวารสารกับผลงานวิจัยที่ได้มาจากแหล่งอื่นๆ ผลปรากฏว่าค่าที่ได้จากผลงานวิจัยที่ตีพิมพ์จะถูกต้องดีกว่า แต่ Smith มีข้อสังเกตว่า หากเลือกเฉพาะผลงานวิจัยที่มีการตีพิมพ์จะทำให้ได้ข้อสรุปที่มีความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้นจึงควรหันมาพิจารณาเอกสารอื่นๆ ที่ไม่มีการตีพิมพ์ แต่เป็นสิ่งที่มีความค้ำยั้ง เนื่องจากการรวบรวมผลงานวิจัยจากแหล่งต่างๆ โดยละเว้นผลงานที่ไม่มีการตีพิมพ์ จะทำให้ข้อสรุปที่ได้จากการศึกษามีความลำเอียงไปโดยปริยาย

อย่างไรก็ตาม ในการคัดเลือกงานวิจัยไม่ว่าผู้วิจัยจะคัดเลือกโดยวิธีใดก็ตาม ผู้วิจัยจะต้องตรวจสอบคุณภาพของงานวิจัยก่อนว่ามีคุณภาพมากน้อยเพียงใด ซึ่ง อุทุมพร จามรมาน (๒๕๒๗:๒๒) ได้เสนอเกณฑ์การประเมินงานวิจัย ดังนี้

๑. ความชัดเจนในปัญหาวิจัย สมมติฐาน ข้อตกลง ความจำกัดของการวิจัย ความไม่สมบูรณ์ของการวิจัย
๒. คำจำกัดความที่ใช้ในรายงานได้รับการระบุอย่างชัดเจนหรือไม่
๓. การออกแบบการวิจัยมีการบรรยายอย่างครบถ้วนและถูกต้องหรือไม่
๔. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง ถูกต้องหรือไม่
๕. เครื่องมือวิจัยมีความเที่ยงหรือไม่
๖. เทคนิคการรวบรวมข้อมูลเหมาะสมกับงานวิจัยครั้งนี้
๗. เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล ถูกต้อง เหมาะสม ตรงตามกระบวนการข้อมูลตัวแปร และวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่
๘. การเสนอผลวิจัยครบถ้วน ไม่ลำเอียง และถูกต้อง
๙. การสรุปผลวิจัยชัดเจน ถูกต้อง ครบถ้วน และอ่านง่าย

๓.๓ การรวบรวมผลงานวิจัย

หลังจากที่ผู้วิจัยได้เลือกงานวิจัยโดยใช้เกณฑ์การประเมินงานวิจัยแล้ว สิ่งที่ผู้วิจัยต้องดำเนินการต่อไป คือ การรวบรวมผลงานวิจัย โดยการศึกษางานวิจัยอย่างละเอียด เพื่อนำค่าสถิติต่างๆ ซึ่งเป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยทุกเรื่องไปวิเคราะห์เมตา ในการรวบรวมผลงานวิจัย ผู้วิจัยจะต้องสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการวิจัย โดยทั่วไปแล้วเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมผลงานวิจัยหรือที่เรียกว่า แบบสรุปงานวิจัย

๕.๔.๒ แบบสรุปงานวิจัย

แบบสรุปงานวิจัยควรมีองค์ประกอบดังนี้

๑) ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของงานวิจัย ได้แก่ ชื่อผู้วิจัย ชื่องานวิจัย ปีที่พิมพ์ สถาบันที่ทำการวิจัย เนื้อเรื่องที่ทำวิจัย สมมติฐาน ตัวแปร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

๒) ข้อมูลเกี่ยวกับผลการวิจัย ได้แก่ ค่าสถิติต่างๆ

๔. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้สังเคราะห์งานวิจัยต้องระบุวิธีการวิเคราะห์งานวิจัย การวิเคราะห์งานวิจัยมีหลายวิธี คือ วิธีการแจกแจงคะแนนเสียง วิธีพิจารณาค่านัยสำคัญ วิธีวิเคราะห์เมตา การนำเสนอผลการวิเคราะห์จะเสนอในรูปแบบใด การบรรยายหรือเสนอด้วยค่าสถิติ หรือเสนอด้วยตารางประกอบการบรรยาย

๕. การเสนอผลการสังเคราะห์งานวิจัย ในขั้นนี้เป็นการสรุปผลการวิเคราะห์และจัดทำรายงาน สำหรับการสรุปผลการวิเคราะห์นอกจากจะต้องมีการสรุปผล การอภิปรายผลเชื่อมโยงผลการวิจัยกับความรู้ในอดีต และความรู้ทางทฤษฎีแล้ว ยังต้องให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะทางวิชาการด้วย และผลการวิเคราะห์ต้องให้ข้อค้นพบที่ลึกซึ้งเหนือชั้นกว่างานวิจัยแต่ละเรื่องที่น่ามาสังเคราะห์ และข้อสรุปรวมทั้งข้อเสนอแนะต้องมีความกว้างขวางโดยทั่วไป (generality) มากกว่างานวิจัยปกติ (นงลักษณ์ วิรัชชัย ๒๕๔๒:๙๘-๙๙)

๕.๔.๓ เทคนิคการสังเคราะห์งานวิจัยมี ๔ ประเภทคือ

๑. การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เป็นการสังเคราะห์เชิงบรรยาย โดยสรุปผลตามเกณฑ์ที่ผู้สังเคราะห์งานวิจัยกำหนด

๒. วิธีการแจกนับคะแนนเสียง (vote-counting method) เป็นวิธีสังเคราะห์เชิงปริมาณที่ใช้ผลวิจัยที่สรุปว่ามีนัยสำคัญหรือไม่มีนัยสำคัญเป็นเกณฑ์พิจารณา Light and Smith (1971, อ้างถึงใน อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน. ๒๕๓๑) อธิบายว่า

๒.๑ รวบรวมงานวิจัยที่มีตัวแปรตามและตัวแปรอิสระตัวเดียวกันซึ่งถือว่าเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกัน

การแจกนับงานวิจัยออกเป็นกลุ่มตามผลการวิเคราะห์คือ กลุ่มที่มีนัยสำคัญ และกลุ่มที่ไม่มีนัยสำคัญ

ถ้าเป็นงานวิจัยเชิงสหสัมพันธ์มีการแจกนับเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีผลวิจัยสรุปความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางบวก กลุ่มที่มีผลวิจัยสรุปความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางลบ และกลุ่มที่มีผลวิจัยสรุปความสัมพันธ์อย่างไม่มีนัยสำคัญ

๓. วิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative approach) เป็นวิธีที่พิจารณาค่านัยสำคัญ หรือ สถิติทดสอบ

๔. วิธีวิเคราะห์ห่อภิมาณ (meta-analysis) เป็นวิธีที่หาค่าความแตกต่างหรือความมากน้อยในงานวิจัยที่นำมาสังเคราะห์

การสังเคราะห์งานวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะคือ

๑. การสังเคราะห์งานวิจัยที่ศึกษาโดยใช้แนวคิดทฤษฎีทั้ง ๖ แนวคิดเพื่อมาศึกษาแบ่งกลุ่มวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน เพื่อเป็นการจัดกลุ่มในลักษณะของสมมติฐานชั่วคราว

๒. การสังเคราะห์งานวิจัยแล้วจำนวน ๔ เรื่อง ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินแล้ว ในลักษณะของการศึกษานำร่อง (pilot project) เพื่อค้นหาเนื้อหา (content) ทางวัฒนธรรมที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนต้องการเห็นหรือต้องการเข้าร่วมกิจกรรมหากมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำวัฒนธรรมหรือสิ่งที่ต้องการไปสร้างเป็นเนื้อหาสำหรับสอบถามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ต่อไป

ทั้ง ๒ วิธีการนี้เป็นการค้นหาองค์ความรู้เพื่อสรุปเป็นข้อองค์ความรู้ใหม่ เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการพิสูจน์และทดสอบเพื่อยืนยันผลต่อไป

๕.๔.๒ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

๑). ความหมายของการวิเคราะห์เนื้อหา

ความหมายของวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยสื่อสารมวลชน ได้มีผู้ให้ไว้แตกต่างกันดังต่อไปนี้

Berelson (1952) ได้ให้ความหมายของวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นเทคนิคการวิจัยที่พยายามจะบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสาร โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ มีความเป็นภววิสัย (objective) และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี

Walizer and Wienir (1978) ได้ให้ความหมายของวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นกระบวนการใด ๆ ก็ตามที่มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ (systematic) เพื่อที่จะตรวจสอบเนื้อหาข้อมูลที่ได้บันทึกไว้

Kerlinger (1986) ได้นิยามความหมายของวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาว่า เป็นวิธีการศึกษาและการวิเคราะห์การสื่อสาร ในลักษณะที่เป็นระบบ (systematic) มีความเป็นทวิสัยและศึกษาในเชิงปริมาณ (quantitative) ได้ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดตัวแปรต่าง ๆ

ความหมายดังกล่าวข้างต้นสามารถสรุปแนวคิดของการวิเคราะห์เนื้อหาได้ว่า เป็นวิธีการศึกษาและการวิเคราะห์การสื่อสาร ในลักษณะที่เป็นระบบโดยศึกษาเนื้อหาจากข้อความหรือเอกสาร และอิงกรอบแนวคิดทฤษฎี

ถึงแม้ว่าการวัดเชิงปริมาณจะถือว่าเป็นวิธีการหลักในการวิเคราะห์เนื้อหา และทำให้มองว่าการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นการวัดเชิงปริมาณ แต่มีนักวิจัยบางคนมีความเห็นไปในอีกมุมมองหนึ่งว่าการวิเคราะห์เนื้อหาไม่มีการวัดที่เป็นเชิงปริมาณแต่ข้อมูลที่วิเคราะห์มีลักษณะเป็นเชิงคุณภาพ และมองว่าการทำเนื้อหาให้อยู่ในรูปของตัวเลขในการสื่อสารแล้วอาจทำให้ขาดอรรถรสด้านความหมาย (Selltiz, et.al: 1959:336) ส่วนบางคนมองว่าทั้งวิธีเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควรนำมารวมกันในการวิเคราะห์เนื้อหาจะทำให้เป็นวิธีที่สมบูรณ์ขึ้น (Smith: 1975) และสำหรับการศึกษาด้านการสื่อสารแล้ว Abrahamson (1983:286) กล่าวว่าวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาไม่เหมาะต่อการศึกษาทางการสื่อสาร ไม่ว่าจะเป็นการพิสูจน์ด้วยวิธีเชิงคุณภาพหรือปริมาณ

ในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นการใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณร่วมกันตามแนวคิดของ Smith (1975) เพื่อให้เนื้อหาสมบูรณ์มากขึ้น

๒). การใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมา เนื้อหาทางการสื่อสารโดยเฉพาะในการสื่อสารมวลชนได้กลายเป็นสิ่งที่นักวิจัยให้ความสนใจและนำมาเป็นหัวข้อการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ตัวอย่างเช่น สถานีวิทยุในภาคเอกชนได้ทำการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบเนื้อหาการออกอากาศของสถานีตนเองกับสถานีคู่แข่ง โดยมีจุดประสงค์เพื่อการปรับปรุงรายการ หรือบางบริษัทใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อตรวจสอบลักษณะและความถูกต้องของเนื้อหาในรายการที่นำเสนอออกไป วิธีการวิเคราะห์นั้นส่วนใหญ่นิยมใช้การวิเคราะห์ร่วมกับสิ่งพิมพ์โดยอาศัยเทคนิควิธีดังนี้

๑. การพรรณนา (describing)

การศึกษาในหลายๆ สาขาวิชาใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อระบุหรือค้นหาหลักฐานต่าง ๆ ส่วนการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยทางวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ ส่วนใหญ่จะใช้เป็นวิธีการเพื่อค้นหาคำตอบ และวิธีที่นิยมใช้ได้แก่การพรรณนา ตัวอย่างเช่น ศึกษาลักษณะและเนื้อหาของละครโทรทัศน์ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๐ การศึกษาในเรื่องดังกล่าวจะต้องใช้วิธีการพรรณนาเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ลักษณะและการเนื้อหาของละครโทรทัศน์ในช่วงปีดังกล่าว นอกจากนี้การวิเคราะห์เนื้อหาด้วยวิธีการพรรณนาก็ยังสามารถนำมาใช้ศึกษารูปแบบการเปลี่ยนแปลงทางสังคมหรือระบอบทางการเมืองการเปลี่ยนแปลงของสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น วิเคราะห์ทิศทางของภาพยนตร์ไทยในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๐ ถึง ๒๕๕๙ หรือศึกษารูปแบบการรายงานข่าวเกี่ยวกับการเลือกตั้งในช่วงเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๐

๒. การหาความสัมพันธ์ของลักษณะแหล่งสารและเนื้อหา

มีงานวิจัยมากมายที่พยายามศึกษาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ของลักษณะแหล่งสารกับลักษณะเนื้อหาที่ผลิตจากแหล่งสารต่าง ๆ เช่น ถ้าแหล่งสารมีลักษณะ A แล้ว จะผลิตข่าวสารที่มีส่วนประกอบของ X และ Y หรือไม่ หรือถ้าแหล่งสารมีลักษณะ B แล้ว แหล่งสารนั้นจะผลิตสารที่มีคุณลักษณะ W และ Z หรือไม่ ดังตัวอย่างต่อไปนี้คือ รายการโทรทัศน์ที่นำเสนออาชีพของคนไทย

เช่น รายการตลาดสดพระรามสี่ หรือรายการที่นำเสนอศิลปวัฒนธรรม เช่น รายการคุณพระช่วย มีเนื้อหาสอดคล้องกับลักษณะที่รายการกำหนดหรือไม่ เป็นต้น

๓. การเปรียบเทียบเนื้อหาของสื่อกับโลกแห่งความเป็นจริง

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา สามารถนำมาใช้เป็นวิธีการในการตรวจสอบปรากฏการณ์ต่างๆ ได้ ตัวอย่างเช่น ตรวจสอบการแสดงออกของกลุ่มชน คุณลักษณะพิเศษหรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่โทรทัศน์นำเสนอโดยตรวจสอบว่า สิ่งที่สื่อโทรทัศน์นำเสนอ นั้นถูกต้องตามคุณลักษณะหรือปรากฏการณ์ที่เป็นจริงหรือไม่ ตัวอย่างเช่น Gerbner (1958,1969) ได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาในรายการโทรทัศน์ และพบว่าเนื้อหาทางโทรทัศน์นั้นมีความแตกต่างจากความเป็นจริงมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความทารุณโหดร้าย หรือนักวิจัยอาจจะศึกษาวิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการดำเนินชีวิตของตัวเอกในละครที่หน้าตาดีที่ปรากฏในละครโทรทัศน์เรื่อง ‘ทองเนื้อเก้า’ โดยศึกษา ลักษณะการดำเนินชีวิตของกลุ่มคนดังกล่าวเปรียบเทียบกับกับชีวิตจริงของคนที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน อาจจะกำหนดกรอบว่าศึกษาเรื่องค่านิยม การศึกษา และการมีครอบครัว ซึ่งนอกจากการเปรียบเทียบดังกล่าวแล้ว วิธีการวิเคราะห์เนื้อหายังสามารถนำไปเป็นวิธีการเพื่อตรวจสอบการนำเสนอข่าวสารทางสื่ออื่น ๆ ได้เช่นกัน

๔. การประเมินภาพลักษณ์ของกลุ่มคนในสังคม

วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสามารถนำมาใช้เพื่อค้นหาหรือประเมินภาพลักษณ์ที่สื่อโทรทัศน์สร้างให้กับกลุ่มคนบางกลุ่มในสังคมได้ ตัวอย่างเช่น ประเมินภาพลักษณ์ของนักการเมืองไทยที่เสนอผ่านโทรทัศน์ หรือการประเมินภาพลักษณ์ของผู้หญิงไทยในการนำเสนอผ่านตัวเอกของละครเรื่องต่างๆ โดยอาจนำมาเปรียบเทียบกับสองหรือสามเรื่องเพื่อหามุมมองการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์ผู้หญิงไทย จุดประสงค์ของการศึกษารูปแบบนี้ก็เพื่อการปรับปรุงแก้ไขภาพลักษณ์ของกลุ่มคนในสังคม

๕. การศึกษาอิทธิพลของสื่อ

สื่อมวลชนตั้งแต่อดีตถือว่ามิมีบทบาทไม่ใช่แค่เป็นแหล่งให้ข้อมูลข่าวสารหรือความบันเทิงเท่านั้น แต่สื่อมวลชนยังทำหน้าที่เป็นผู้อบรมบ่มเพาะหรือเป็นต้นแบบให้กับคนในสังคมด้วย ในอดีตสื่อวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์มีบทบาทมากต่อพฤติกรรมของผู้รับสาร แต่ในปัจจุบันมีสื่ออินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตอย่างมาก แต่สื่อวิทยุโทรทัศน์ก็ยังคงมีอิทธิพลต่อผู้รับ และยังคงทำหน้าที่เป็นผู้อบรมบ่มเพาะเช่นเดิมแต่อาจจะอยู่ในวงที่แคบขึ้น การใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา นอกจากจะใช้ได้ดีกับสื่อวิทยุโทรทัศน์แล้วยังสามารถใช้ได้กับสื่ออื่นเช่นภาพยนตร์หรืออินเทอร์เน็ตด้วย ตัวอย่างเช่น ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาอิทธิพลของการดูโทรทัศน์ว่า ผู้ที่ใช้เวลายาวนานในการดูข่าวโทรทัศน์เกี่ยวกับอุบัติเหตุและการฆาตกรรม จะมีแนวโน้มหวาดกลัวต่อสิ่งแวดล้อมสูงกว่าผู้ที่ใช้เวลาดูโทรทัศน์ในเรื่องแนวนี้้นน้อยกว่าหรือไม่ หรือวิเคราะห์เนื้อหาที่นำเสนอใน YouTube เพื่อสะท้อนแนวคิด ค่านิยมและการดำเนินชีวิตของคนในยุค Generation Z

การวิเคราะห์เนื้อหานั้นมีหลากหลายรูปแบบซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นได้มีการใช้การวิเคราะห์ลักษณะ การพรรณนา (describing) เพื่อระบุหรือค้นหาหลักฐานต่าง ๆ เกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ วัฒนธรรมและความชื่นชอบ ความนิยมทั่วไปและรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่แฝงอยู่ในเนื้อหาที่รายการเจาะลึกอาเซียน ออกอากาศทางวิทยุกระจายเสียงคลื่น MF. 100.5 อสมท. รายการสารคดีและรายการบันเทิงที่นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศอาเซียนทางสถานีโทรทัศน์ทั่วไอนประกอบด้วย ช่องไทยพีบีเอส ช่อง ๙ อสมท. และช่องเนชั่นเป็นหลัก

๓). ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา

โดยทั่วไปแล้ววิธีการวิเคราะห์เนื้อหาในการวิจัยสื่อสารมวลชน จะมีขั้นตอนการดำเนินงานที่หลากหลายเนื่องจากวิธีการวิเคราะห์เนื้อหานั้น เกิดจากการผสมวิธีการวิเคราะห์หลายรูปแบบเข้าด้วยกัน และถึงแม้ว่าขั้นตอนทั้ง ๔ ขั้นตอนที่จะกล่าวถึงนี้จะเรียงตามลำดับแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจะต้องดำเนินการตามลำดับดังที่กำหนดไว้ดังนี้

๑. การศึกษาแนวคิดทฤษฎีเพื่อกำหนดคำถามนำวิจัยและสมมติฐาน

ในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาสิ่งหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงก็คือเป้าหมายและแนวทางของการวิเคราะห์ซึ่งนักวิจัยจะต้องกำหนดให้เด่นชัดก่อนเริ่มลงมือทำการวิจัย กล่าวคือนักวิจัยจะต้องรู้ว่าอะไรคือสิ่งที่ตนเองต้องการจะวิเคราะห์และสิ่งนั้นมีขอบเขตแค่ไหน ในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหานักวิจัยสามารถใช้คำถามนำวิจัยและสมมติฐานมาเป็นแนวทางในการดำเนินการวิเคราะห์ สำหรับการกำหนดคำถามนำวิจัยและสมมติฐานนักวิจัยจำเป็นจะต้องศึกษาเอกสารต่าง ๆ รวมทั้งใช้ทฤษฎีและรายงานการวิจัยอื่น ๆ มาเป็นแนวในการกำหนด ตัวอย่างของคำถามนำวิจัยอาจจะมีลักษณะดังนี้ ‘รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิงในประเทศกัมพูชาปัจจุบันได้รับอิทธิพลมาจากการละครโทรทัศน์ไทยหรือไม่อย่างไร’ ซึ่งการวิเคราะห์ก็จะมุ่งไปสู่เนื้อหาและรูปแบบละครโทรทัศน์โดยเน้นไปที่ลักษณะการแสดงออก หรือบทบาทผู้หญิงที่อยู่ในละครโทรทัศน์นั้น ๆ

ซึ่งถ้าคำถามนำวิจัยและสมมติฐานมีความชัดเจนแล้วก็จะส่งผลให้นักวิจัยสามารถกำหนดหมวดหมู่ของเนื้อหาซึ่งถือเป็นหัวใจของวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาได้ชัดเจนและถูกต้อง

๒. การนิยามกลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาส่วนใหญ่เป็นสิ่งของเช่น บทละคร รายการหรือหนังสือพิมพ์ซึ่งสิ่งที่สำคัญอีกสิ่งหนึ่งในการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ ‘การนิยามกลุ่มประชากร’ ซึ่งถือเป็นการกำหนดขอบเขตของประชากรที่ต้องการวิเคราะห์ การนิยามกลุ่มประชากรในการวิเคราะห์เนื้อหาโดยปกติแล้วจะเป็นการนิยามในรูปแบบเชิงปฏิบัติการ

ความเหมาะสมของนิยามเชิงปฏิบัติการในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหานักวิจัยสามารถใช้หัวข้อการวิจัยและช่วงเวลาในการศึกษาเป็นแนวทางการพิจารณาการนิยามกลุ่มประชากร ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วหัวข้อในการวิจัยนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับคำถามนำวิจัยและเป้าหมายของการวิจัย ตัวอย่างเช่นการวิเคราะห์เนื้อหาเพลงยอदनียมซึ่งหัวข้อการวิจัยนี้นักวิจัยจะต้องนิยามคำว่า ‘เพลงยอदनียม’ ให้ชัดเจนว่าหมายถึงอะไร มีขอบเขตเท่าไร ซึ่งนอกจากการนิยามแล้วนักวิจัยจะต้องกำหนดช่วงเวลาของการศึกษาให้มีความยาวมากพอที่จะเห็นปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษาเกิดขึ้นด้วย เช่น เพลงยอदनียมที่ออกอากาศในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๐ ถึง ๒๕๖๐ เป็นต้น

๓. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

เมื่อนักวิจัยได้นิยามกลุ่มประชากรแล้ว สิ่งที่จะต้องกระทำต่อมาคือการเลือกกลุ่มตัวอย่างและวิธีการเหล่านั้นก็สามารถนำมาใช้ได้กับการสุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามการสุ่มตัวอย่างสำหรับวิธีการวิเคราะห์เนื้อหานักวิจัยก็มีข้อพิจารณาดังนี้คือ

๑). จำนวนประชากร

ในการวิจัยถ้านักวิจัยสามารถศึกษาได้จากกลุ่มประชากร เราถือว่าผลการวิจัยนั้นเป็นผลที่ได้จากกลุ่มประชากรอย่างแท้จริงซึ่งเป็นสิ่งที่นักวิจัยต้องการมากที่สุดแต่ด้วยที่ว่ากลุ่มประชากรในการวิจัยแต่ละครั้งอาจมีจำนวนไม่เท่ากันแต่ส่วนใหญ่ก็มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาก็มียุทธวิธีที่จะเป็นไปได้ว่านักวิจัยสามารถวิเคราะห์จากจำนวนประชากรได้ครบถ้วน (finite

population) เช่น ‘จำนวนละครวิทยุที่ออกอากาศ ช่วงปี พ.ศ.๒๕๕๐ ถึง ๒๕๖๐’ เนื่องจากปัจจุบันละครวิทยุนั้นได้ลดความนิยมลง จึงทำให้สถานีที่ออกอากาศมีน้อยลงทำให้ยอดของบทละครวิทยุค่อยๆ ลดลงไปด้วย แต่มีข้อสังเกตว่าละครดังกล่าวถึงแม้ว่าจะหาได้ครบถ้วนได้ แต่ก็อาจจะมีจำนวนมาก ดังนั้นนักวิจัยจำเป็นต้องใช้การสุ่มเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่เหมาะสม

๒). การสุ่มตัวอย่าง

ในกรณีที่จำนวนกลุ่มประชากรมากและนักวิจัยต้องการสุ่มตัวอย่าง วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์เนื้อหาทางการสื่อสาร จะใช้การสุ่มหลายครั้งเพื่อเป็นการลดและกำหนดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง โดยครั้งแรกจะเป็นการสุ่มเพื่อเลือกแหล่งของข้อมูลที่จะทำการวิเคราะห์และเมื่อได้แหล่งของข้อมูลแล้ว นักวิจัยจำเป็นต้องกำหนดช่วงเวลาเพื่อจะทำการสุ่มอีกครั้ง ตัวอย่างเช่น ‘ศึกษาลักษณะการเสนอข่าวเศรษฐกิจของสำนักข่าวในกลุ่มประเทศอาเซียน’ โดยศึกษาเปรียบเทียบสำนักข่าวจาก ๓ ประเทศคือ จีน ญี่ปุ่น และไทย การสุ่มขั้นแรกจะต้องสุ่มเลือกสำนักข่าวในจีน ญี่ปุ่น และไทยว่าจะใช้สำนักข่าวอะไรบ้าง และเมื่อสุ่มได้สำนักข่าวที่เป็นตัวแทนครบทั้ง ๓ สำนักข่าวแล้ว นักวิจัยจำเป็นต้องกำหนดช่วงเดือนที่ศึกษาเช่น เดือนมกราคม ถึง ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๐ หลังจากนั้น นักวิจัยจะต้องสุ่มอีกครั้งว่าในช่วงเดือนนี้จะสุ่มออกมาเป็นวันที่เท่าไรและในเดือนใดบ้าง แต่ถ้านักวิจัยมีข้อจำกัดด้านเวลา นักวิจัยสามารถใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ได้ แต่ทั้งนี้ นักวิจัยจะต้องรู้คุณสมบัติของสำนักข่าวที่จะทำการสุ่มด้วยว่ามีการเสนอข่าวแบบ online หรือไม่ และสามารถดูย้อนหลังได้หรือไม่ การกำหนดช่วงเวลาถือเป็นการกำหนดขอบเขตของกลุ่มประชากรด้วยเช่นกัน

๔). การเลือกหน่วยของการวิเคราะห์

หน่วยของการวิเคราะห์ (unit of analysis) ถือว่าเป็นส่วนประกอบที่เล็กที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา แต่มีความสำคัญไม่แพ้ส่วนอื่น ๆ

หน่วยของการวิเคราะห์ สามารถเป็นได้หลายรูปแบบขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งที่ต้องการศึกษา เช่นในเนื้อหาที่เป็นรายการโทรทัศน์ของช่อง ๘ หน่วยของการวิเคราะห์อาจจะเป็น วัน เวลา บทบาท บุคลิกภาพ หรือเป็นรายการทั้งหมดของช่อง ๘ เป็นต้น และในการวิจัยครั้งนี้หน่วยของการวิเคราะห์คือประเภท

เมื่อนักวิจัยกำหนดหน่วยของการวิเคราะห์ได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือการกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการให้กับหน่วยของการวิเคราะห์ ซึ่งจะต้องเป็นคำนิยามที่ละเอียดและชัดเจน

๕). การสร้างระบบการจัดหมวดหมู่เนื้อหา

หัวใจของการวิเคราะห์เนื้อหาก็คือ ระบบการจัดหมวดหมู่เนื้อหาหรือจัดประเภทเนื้อหาของสื่อ ระบบการจัดหมวดหมู่เนื้อหาเป็นระบบที่มีรูปแบบการจัดที่ไม่แน่นอนตายตัวขึ้นอยู่กับลักษณะของหัวข้อและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ระบบการจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาโดยทั่วไปควรมีลักษณะที่สำคัญ ๔ อย่างดังต่อไปนี้

๑). ควรใช้หลักการเดียวกันทั้งหมดในการจัดหมวดหมู่เนื้อหา

การใช้หลักเกณฑ์ที่หลากหลายจะทำให้ได้หมวดของเนื้อหาขาดเอกภาพ เช่น การใช้ดีกรีของความรู้สึกเป็นตัวจัดแบ่ง ซึ่งดีกรีของความรู้สึกนั้นมีมากมายและไม่เหมือนกัน สามารถส่งผลให้ข้อมูลที่ได้รับแต่ละกลุ่มมีน้ำหนักไม่เท่ากัน และทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกันได้

๒). มีลักษณะเฉพาะและแยกเป็นเอกเทศ

แต่ละหมวดจะต้องมีลักษณะเฉพาะและแยกเป็นเอกเทศ โดยหน่วยของการวิเคราะห์จะต้องสามารถจัดลงได้ในหมวดใดหมวดหนึ่ง แต่ถ้าหน่วยของการวิเคราะห์หน่วยนั้นสามารถจัดลงได้ ๒ หมวดในเวลาเดียวกัน แสดงว่าการนิยามหรือการจัดแบ่งหมวดของเนื้อหานั้นยังไม่ชัดเจนและไม่มีความเป็นเอกเทศ ซึ่งนักวิจัยจะต้องจัดระบบหรือให้คำนิยามใหม่เพื่อความชัดเจน

๓). ครอบคลุมลักษณะเนื้อหาในทุกด้าน

การสร้างระบบเพื่อการจัดแบ่งหมวดของเนื้อหานั้น จะต้องครอบคลุมทุกลักษณะของเนื้อหา และในทุก ๆ ด้าน โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้น ๆ ดังนั้น ทุกหน่วยของการวิเคราะห์จะต้องมีหมวดเนื้อหาที่จะจัดลงได้ครบถ้วน แต่ถ้าไม่สามารถจัดบางหน่วยลงได้แสดงว่าระบบที่นักวิจัยสร้างขึ้นยังไม่ดีหรือยังมีไม่ครอบคลุมทุกลักษณะเนื้อหา ซึ่งการแก้ปัญหาสามารถกระทำได้โดยการสร้างหมวด ‘อื่นๆ’ ขึ้นมาเพื่อรองรับหน่วยของการวิเคราะห์ที่ไม่สามารถจัดลงในหมวดใดหมวดหนึ่งได้ แต่อย่างไรก็ตามนักวิจัยควรจะต้องสังเกตว่าถ้าในหมวด ‘อื่น ๆ’ หากมีหน่วยของการวิเคราะห์เกินกว่าร้อยละ ๑๐ นักวิจัยจะต้องพิจารณาและค้นหาลักษณะร่วมของหน่วยเหล่านั้นเพื่อจัดสร้างหมวดของเนื้อหาใหม่ขึ้นมารองรับหน่วยเหล่านั้น

๔). มีลักษณะเชื่อถือได้

ความเชื่อถือได้ (reliability) ในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหานั้นสามารถตรวจสอบได้โดยให้ผู้ใส่รหัส (coders) ร่วมกันประเมินในแต่ละหมวดเนื้อหา ซึ่งวิธีการประเมินโดยผู้ใส่รหัสนี้เรียกว่า intercoder reliability ส่วนความเที่ยง (validity) ขึ้นอยู่กับการนิยามของแต่ละหมวดว่าถูกต้องและมีความชัดเจนเพียงไร นอกจากนี้นักวิจัยควรจะมีการทำ pre-test เพื่อดูความเหมาะสมของแต่ละหมวดและเพื่อหาจำนวนของหมวดเนื้อหาที่เหมาะสมกับเนื้อหาเรื่องนั้นๆ ด้วย

๖. การสร้างระบบการวัดเชิงปริมาณ

ในระดับการวัดทั้ง ๔ ระดับ มีเพียงการวัดแบบนามบัญญัติ (nominal level) อันตรภาคชั้น (interval level) และการวัดระดับอัตราส่วน (ratio level) เท่านั้นที่สามารถนำมาใช้วัดในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งการวัดทั้ง ๓ ระดับมีรายละเอียดดังนี้

๑). ระดับการวัดแบบนามบัญญัติ (nominal level)

การวัดระดับนามบัญญัตินี้สามารถกระทำได้ โดยการนับจำนวนหน่วยของการวิเคราะห์ที่มีอยู่ในแต่ละหมวด

๒). ระดับการวัดแบบอันตรภาคชั้น (interval level)

การวัดในระดับนี้ นักวิจัยจะต้องออกแบบสเกลสำหรับให้ผู้ใส่รหัส (coders) ให้ค่ากับหน่วยของการวิเคราะห์แต่ละหน่วยว่าควรอยู่ในระดับใด ตัวอย่างเช่นศึกษาบุคลิกของพระเอกที่ปรากฏในละครเรื่อง ‘ผู้ชนะสิบทิศ’ ซึ่งบุคลิกแต่ละอย่างผู้ใส่รหัสจะประเมินค่าในสเกลระดับต่าง ๆ ดังนี้

แต่อย่างไรก็ตาม การใช้สเกลในการประเมินค่าอาจขาดความเชื่อมั่นได้เนื่องจากผู้ใส่รหัสมีมาตรฐานไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้นการนิยามตัวแปรจะต้องชัดเจน

๓). ระดับการวัดแบบอัตราส่วน (ratio level)

การวัดแบบอัตราส่วนนี้ นักวิจัยมักจะใช้ขนาดพื้นที่ เวลา หรือความถี่เป็นเกณฑ์ในการวัด เช่นหากวัดการนำเสนอเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์นักวิจัยนิยมใช้คอลัมน์นิ้วหรือขนาดของกรอบโฆษณามาเป็นตัววัด ส่วนในงานทางวิทยุโทรทัศน์หรือวิทยุกระจายเสียงจะใช้เวลาเป็นตัววัด เช่น ความยาวในการออกอากาศหรือความถี่ในการออกอากาศในแต่ละวัน

การวัดแบบช่วงและแบบอัตราส่วนนั้น นักวิจัยสามารถใช้สถิติบางตัวมาช่วยในการวิเคราะห์ผลได้เช่นกัน

๗. การอบรมผู้ใส่รหัสและการใส่รหัสเนื้อหา

‘การใส่รหัส’ (coding) หมายถึง การจัดหน่วยของการวิเคราะห์ที่ใส่ลงในหมวดเนื้อหาต่างๆ ที่นักวิจัยได้สร้างขึ้นในขั้นตอนที่ ๕ (ในเรื่องของการจัดหมวดเนื้อหา) และสำหรับคนที่ทำหน้าที่แยกและจัดใส่หน่วยของการวิเคราะห์ลงในหมวดเนื้อหานั้นเรียกว่า ‘ผู้ใส่รหัส’ (coders) ซึ่งในส่วนของการใส่รหัสนี้ถือเป็นช่วงที่ใช้เวลามากที่สุด การอบรมผู้ใส่รหัสจะต้องกระทำอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดประสงค์ให้ผู้ใส่รหัสทุกคนมีความเข้าใจตรงกัน มิฉะนั้นจะมีผลกระทบต่อค่าความเชื่อมั่น (reliability) ได้ ซึ่งหลังจากเสร็จสิ้นการอบรมแล้ว นักวิจัยควรจะให้ผู้ใส่รหัสทดลองใส่รหัสเพื่อตรวจสอบความเข้าใจและเพื่อตรวจสอบมาตรฐานของแต่ละคนพร้อมกันไปด้วย นักวิจัยต้องมีการออกแบบตารางสำหรับการใส่รหัสเพื่อให้เป็นรูปแบบเดียวกันซึ่งอาจมีลักษณะดังนี้

การใส่รหัสตามที่นิยามไว้ หรือการจัดหน่วยของการวิเคราะห์ที่ใส่ลงในหมวดเนื้อหา หมวดเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการนับเนื้อหาสาร นักวิจัยอาจจัดกลุ่มสำหรับการนับตาม ๗ องค์ประกอบดังนี้

๑). คำ (words) คือสิ่งที่เล็กที่สุด ในการวิเคราะห์เนื้อหาส่วนใหญ่จะดูคำที่มีลักษณะเป็นคำเฉพาะ

๒). หัวข้อหรือสาระสำคัญ (themes) ถือเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับการใช้นับจำนวนหน่วยเพื่อการนับ หัวข้อหรือสาระสำคัญอาจไปปรากฏอยู่ในหลายๆ ที่ของเนื้อหา

๓). วรรคตอน (paragraphs) เป็นพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหา

๔). บุคลิกลักษณะ (characters) ในการวิจัยบางเรื่องได้ให้ความสำคัญกับบุคลิกลักษณะของบุคคล โดยใช้การนับสิ่งที่บุคคลแสดงลักษณะออกมาภายนอกเป็นต้น

๕). มโนทัศน์ (concepts) เป็นสิ่งที่ยากซับซ้อนที่สุดในการวิเคราะห์เนื้อหา มโนทัศน์มักเกี่ยวข้องกับกลุ่มของคำ หรือกลุ่มของแนวคิด เช่นอาชญากรรม หรือ การกระทำผิด หรือ ความโลภ ซึ่งต้องค้นหาให้พบและนำออกมาจากเนื้อหาให้ได้

๖). เรื่อง (items) คือเนื้อหาที่ผู้ส่งสารต้องการส่งสาร เรื่องอาจเป็นจดหมาย คำพูด ไดอารี่ หนังสือพิมพ์ หรือผลการสัมภาษณ์ที่แฝงอยู่ในเนื้อหา

๗). ความหมาย (semantic) ในการวิเคราะห์เนื้อหานักวิจัยควรให้ความสนใจในความหมาย นอกเหนือจากการนับตัวเลขด้วยเช่นดูความสัมพันธ์ของความหมายและลักษณะของประโยค

๘. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในวิธีการวิเคราะห์เนื้อหานั้น นักวิจัยจำเป็นต้องสร้างกฎเพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ ถ้าหากกฎไม่ชัดเจนก็จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นได้ กฎที่นักวิจัยสร้างขึ้นจะต้องนำมาจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยนั้น ๆ

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) นักวิจัยสามารถนำสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) เช่น ร้อยละ (percentages) ค่าเฉลี่ย (means) ฐานนิยม (modes) และค่ามัธยฐาน (medians) มาช่วยในการวิเคราะห์ สถิติเชิงพรรณนาสามารถใช้ได้กับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการแจกแจงหรือการจัดประเภท แต่ถ้าการวิเคราะห์เนื้อหานั้นจะต้องมีการทดสอบสมมติฐานแล้ว นักวิจัยสามารถใช้สถิติเชิงอ้างอิง (inferential statistics) มาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในแบบนี้ สามารถอ้างอิงไปสู่กลุ่มประชากรได้ด้วย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะมีความเหมาะสมกับระดับของข้อมูลแต่ละชนิดแตกต่างกัน ดังนั้นถ้าเราไม่สามารถระบุได้ว่าข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นใช้มาตรวัดแบบใด ก็อาจจะส่งผลให้เลือกใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่ไม่เหมาะสมซึ่งจะทำให้มีการสรุปผลที่ผิดพลาดได้เช่นกัน

๙. การแปลผลข้อมูล

การแปลผลข้อมูล ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการวิจัยนั้นๆ กล่าวคือ ถ้าการวิจัยนั้นมีจุดประสงค์เพื่อทดสอบสมมติฐาน การแปลผลข้อมูลย่อมต้องแปลผลตามลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ แต่ถ้าการวิจัยเป็นเพียงการค้นหาความหมายหรือความสำคัญของผลที่เกิดจากการค้นพบ ซึ่งการแปลผลในลักษณะนี้นักวิจัยอาจจะต้องมองภาพรวมของข้อมูลที่ได้มาทั้งหมด แล้วค้นหาประเด็นที่แอบแฝงอยู่ภายใต้ข้อมูลเหล่านั้นและพยายามดึงประเด็นต่าง ๆ เหล่านั้นมาจัดระบบหรือสร้างเป็นกฎเพื่อเป็นแนวทางในการแปลผลข้อมูล

ในการแปลผลข้อมูลนั้น นักวิจัยควรจะต้องแปลผลข้อมูลโดยอิงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดทฤษฎีที่กำหนดในการวิจัยแต่ละครั้ง โดยนักวิจัยสามารถศึกษาแนวทางในการแปลผลการวิจัย ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูลได้จากเอกสารหรือรายงานการวิจัยอื่นๆ ที่ศึกษาในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้มีการปรับขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา โดยมีการปรับให้เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหาและลักษณะของข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยการปรับนั้นจะปรากฏในบทที่ ๓

๕.๔.๓ วิธีการสำรวจ (Survey Method)

๑). ความหมายของการสำรวจ

การวิจัยเรื่องนี้มีส่วนหนึ่งที่ใช้การสำรวจ (survey) เพื่อเป็นเก็บข้อมูลเพื่อนำมาทำการเปรียบเทียบสะท้อนกลับไปยังสมมติฐานชั่วคราวที่ได้กำหนดไว้ในช่วงที่ ๑ ในความหมายโดยทั่วไปนั้น เป็นกิจกรรมที่เสาะแสวงหาคำตอบจากสิ่งที่ไม่รู้ โดยการสำรวจสามารถกระทำได้กับคน สัตว์ สิ่งของ และปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ โดยการสำรวจโดยทั่วไปแบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะ คือการสำรวจเชิงพรรณนา (descriptive Survey) และการสำรวจเพื่อการวิเคราะห์ (analytical Survey)

๑.๑. การสำรวจเชิงพรรณนา

เป็นลักษณะของการสำรวจสิ่งของที่เป็นรูปธรรม เช่น โต๊ะ นักข่าว เหตุการณ์ หรือปรากฏการณ์ต่าง ๆ เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งหนึ่งทำการสำรวจผู้ฟังเพื่อการประเมินผลรูปแบบรายการที่สถานีออกอากาศ เป็นต้น

๑.๒. การสำรวจเพื่อการวิเคราะห์

เป็นการสำรวจโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรตั้งแต่ ๒ ตัวขึ้นไป ในเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งและผลการสำรวจสามารถนำมาอธิบายถึงความสัมพันธ์ของเหตุและผลในเหตุการณ์นั้น ๆ ตัวอย่างเช่น การสำรวจรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้ชมมีผลต่อการเลือกชมรายการโทรทัศน์หรือไม่ อย่างไร

๒). ข้อดีของการวิธีการเชิงสำรวจ

๒.๑. สามารถนำไปใช้ในการสืบสวนสอบสวนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เป็นจริงอยู่แล้วโดยไม่จำเป็นต้องมีการสร้างสถานการณ์ขึ้นใหม่ เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์ การดูโทรทัศน์ หรือรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภครายการโทรทัศน์ โดยสามารถวัดได้ว่าปัญหามีการเกิดขึ้นหรือไม่

๒.๒.สามารถนำผลที่ได้จากการสำรวจ ไปพัฒนาภาพตัวแทนของทัศนคติและลักษณะประชากรกลุ่มใหญ่ หมายความว่าผลการศึกษานำไปใช้ในการอ้างอิงสู่กลุ่มประชากรได้ดี เพราะการวิจัยเชิงสำรวจเป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับประชากร

๒.๓. สามารถทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันทางลักษณะประชากรได้ดี อีกทั้งยังสามารถใช้ได้กับกลุ่มประชากรที่มีกลุ่มย่อยๆ (sub group) ในกลุ่มได้ดี

๒.๔. การวิจัยเชิงสำรวจทำให้ได้ข้อมูลในลักษณะปฐมภูมิ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลให้กับการวิจัยรูปแบบอื่น ๆ และผลของการวิจัยเชิงสำรวจก็ยังสามารถนำมาใช้ในลักษณะเป็นข้อมูลทุติยภูมิ กล่าวคือนำไปใช้ในลักษณะเพื่อการสนับสนุนให้กับงานวิจัยรูปแบบอื่น ๆ

๒.๕. สามารถเก็บข้อมูลในหนึ่งครั้งได้มากเพียงพอที่จะทำการพิสูจน์สมมติฐานซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับกรวิจัยในรูปแบบอื่น ๆ อาจจะต้องใช้การเก็บข้อมูลหลายครั้ง นอกจากนี้การวิจัยเชิงสำรวจผู้วิจัยสามารถพิสูจน์ตัวแปรได้หลาย ๆ ตัว โดยข้อมูลนั้นมาจากผู้คนที่หลากหลายรูปแบบ

๒.๖. สามารถคาดคะเนและควบคุมค่าใช้จ่ายได้ว่าจะต้องใช้เงินเป็นจำนวนเท่าใดในการทำวิจัยเชิงสำรวจครั้งหนึ่ง ๆ เพราะการดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจมีค่าใช้จ่ายในการสำรวจค่อนข้างคงที่

๓). ข้อควรพิจารณาในวิธีการเชิงสำรวจ

การดำเนินการวิจัยก่อนดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจนักวิจัยต้องพิจารณาในเรื่องดังต่อไปนี้

๓.๑. การกำหนดและควบคุมตัวแปรในการวิจัยเชิงสำรวจ ถ้าผู้วิจัยไม่สามารถกำหนดหรือควบคุมตัวแปรเกินได้ ผู้วิจัยก็ไม่สามารถกล่าวได้ว่าผลที่ได้จากการวิจัยเชิงสำรวจนั้นเกิดจากตัวแปรต้นที่แท้จริง

๓.๒. แบบสอบถามถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บข้อมูลของการวิจัยเชิงสำรวจ ดังนั้นในการสร้างคำถามต่าง ๆ ถ้าผู้วิจัยใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสมหรือคลุมเครือก็จะก่อให้เกิดความผิดพลาดหรือความลำเอียงได้ ซึ่งส่งผลต่อการวิเคราะห์และการแปลความ

๓.๓. วิธีการเก็บข้อมูลบางวิธีในการวิจัยเชิงสำรวจอาจก่อให้เกิดการผิดพลาดได้ เช่น ใช้การสำรวจด้วยลักษณะทางออนไลน์ การเก็บข้อมูล อาจเกิดความผิดพลาด ถ้าผู้วิจัยพูดกับบุคคลอื่นที่ไม่ใช่บุคคลที่ต้องการทำให้ได้ข้อมูลที่ได้รับผิดพลาดด้วย

๓.๔. การสำรวจนั้นถือว่าการสำรวจจากบุคคล ดังนั้นปัญหาที่พบก็คือหาผู้ที่เต็มใจตอบคำถามค่อนข้างหายาก หรือถ้าเป็นการสำรวจข้อมูลทางโทรศัพท์ก็จะพบปัญหาว่าผู้ที่ตอบคำถามนั้นไม่อยู่บ้าน หรือติดเครื่องรับโทรศัพท์อัตโนมัติทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน อีกทั้งกระบวนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างสามารถส่งผลกระทบต่อความผิดพลาดในการสุ่มตัวอย่าง อาจทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะไม่ตรงกับความต้องการ ซึ่งข้อผิดพลาดระหว่างลักษณะของสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างและจำนวนประชากรมีโอกาสเกิดขึ้นได้มาก

๔). แบบสอบถาม

แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งการวิจัยเชิงสำรวจถือเป็นวิธีการที่นักวิจัยในสาขาสื่อสารมวลชนนิยมนำมาใช้มากที่สุด แบบสอบถามจะมีลักษณะที่คล้ายกับแบบสำรวจที่นำมาสำรวจเพื่อหาข้อมูลเรื่องต่างๆ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบด้วยตัวเองตามความรู้สึกนึกคิดของตนเองตามที่ผู้วิจัยออกแบบคำถามไว้ โดยคำตอบที่ได้ไม่มีผิดหรือถูก ผลที่ได้นำมาคิดเป็นค่าคะแนนตามที่ผู้วิจัยกำหนด ซึ่งอาจออกมาในรูปของความถี่หรือค่าเฉลี่ยก็ได้ รูปแบบของแบบสอบถามส่วนใหญ่แบ่งออกเป็น ๒ ลักษณะคือ คำถามปลายเปิด (open ended question) และคำถามแบบปลายปิด (close ended question) ดังนี้

๔.๑ การทดสอบก่อนใช้จริง

การทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง (pre-testing) จะทำให้ผู้วิจัยทราบว่าแบบสอบถามที่ตนเองสร้างขึ้นมานั้นเหมาะสมหรือไม่ การทดสอบก่อนการใช้จริงผู้วิจัยสามารถกระทำได้โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเล็กเพื่อเป็นการตัดสินใจว่า ได้ถามคำถามถูกทางหรือไม่ และการทดลองในลักษณะนี้ยังเป็นการช่วยขัดเกลาคำถามต่าง ๆ ที่ยังไม่ชัดเจนได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งการทดสอบก่อนนำไปใช้จริงนั้น มีอยู่ด้วยกันหลายวิธีการดังนี้

๑. การสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบด้วยการหาองค์ความรู้ (cognitive interview) Dillman (2007) กล่าวว่าปัจจุบันผู้เชี่ยวชาญด้านการสำรวจ นิยมใช้วิธีการปรับปรุงแบบสอบถามหลังจากผ่านความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญแล้ว ด้วยการใช้การสัมภาษณ์เพื่อตรวจสอบหาองค์ความรู้ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีคุณสมบัติเหมือนกับประชากรจำนวน ๑ คน เพื่อให้ดูความยากง่ายของข้อคำถาม ความคลุมเครือของภาษา รวมทั้งความเข้าใจภาษา ความหมายที่ใช้ถาม นำผลที่ได้มาปรับปรุงเพื่อนำแบบสอบถามไปใช้สอบถามกับคนกลุ่มใหญ่ขึ้นประมาณ ๕ คน ที่มีความใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรมากที่สุดเพื่อดูความเข้าใจโดยรวม อีกทั้งต้องทำการจับเวลาในการตอบคำถามทั้งหมด

๒. การสนทนากลุ่มเฉพาะ (focus group) โดยนักวิจัยนำแบบสอบถามไปให้คนกลุ่มเล็ก ๆ ประมาณ ๕ – ๑๐ คน ตอบคำถาม เมื่อตอบคำถามแล้วผู้วิจัยเปิดโอกาสให้แต่ละคนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคำถามแต่ละข้อ ซึ่งวิธีนี้จะเสียค่าใช้จ่ายและเวลามากแต่ให้ประโยชน์สูง

๓. การทดสอบในสถานการณ์ที่คล้ายสถานการณ์จริง สำหรับแบบสอบถามชนิดให้ผู้ตอบเป็นผู้ตอบเอง โดยผู้วิจัยจะต้องจดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดยทันทีทันใด

๔. การทดสอบก่อนการใช้จริงของแบบสอบถามทางโทรศัพท์ ผู้วิจัยสามารถกระทำการทดสอบได้โดยสุ่มโทรศัพท์หาคนประมาณ ๑๐ – ๒๐ คนเพื่อตอบแบบสอบถาม การทดสอบแบบนี้จะเห็นข้อผิดพลาดได้รวดเร็ว แต่อาจพบว่าหาจำนวนผู้ที่ต้องการมาทดสอบได้ยากมาก

การทดสอบก่อนนำไปใช้จริง ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตามผู้วิจัยจะต้องมีการพูดคุยกับผู้ตอบหลังจากตอบแบบสอบถามเสร็จ โดยผู้วิจัยอาจจะถามว่าผู้ตอบเข้าใจคำถามหรือไม่ หรือคำถามยาก-ง่ายเกินไปหรือไม่ ซึ่งคำตอบเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการปรับปรุงแบบสอบถามที่จะนำไปใช้จริง

๕). คุณภาพเครื่องมือ

คุณภาพของเครื่องมือ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือนั้นสามารถวัดได้ในสิ่งที่ต้องการวัด หรือต้องการศึกษาได้ถูกต้องและครบถ้วนเพียงใด คุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยถือเป็นส่วนหนึ่งของคุณภาพของการวิจัยโดยรวม คุณภาพของเครื่องมือวิจัยสื่อสารมวลชนส่วนใหญ่แล้วพิจารณาจากค่าความเที่ยงตรง ค่าความเชื่อมั่นเป็นหลัก ดังนี้

๕.๑ ความเที่ยงตรง (validity)

เกียรตินิสา ศรีสุข (๒๕๕๒:๑๓๘) กล่าวว่า ความเที่ยงตรง หมายถึง การที่เครื่องมือสามารถวัดได้ตรงและครบถ้วน ในสิ่งที่ต้องการศึกษาหรือตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงสูงจะทำให้ผู้วิจัยสามารถวัดในสิ่งที่ต้องการได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน ความเที่ยงตรงของเครื่องมือสำหรับการวิจัยทางการสื่อสาร Mimmer and Domonick (2006: 61-64) กล่าวว่าประกอบไปด้วย ๔ อย่างคือ ความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (face validity) ความเที่ยงตรงเชิงทำนาย (predictive validity) ความเที่ยงตรงตามสภาพ (concurrent validity) และความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (construct validity) ความเที่ยงตรงแต่ละอย่างมีลักษณะดังต่อไปนี้

๑). ความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (face validity)

Trochim (1999) ให้ความหมายความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า ว่าเป็นวิธีการวัดความเที่ยงตรงที่อ่อนที่สุดที่จะแสดงหลักฐานความเที่ยงตรงได้ วิธีการนี้เป็นการตรวจสอบเครื่องมือโดยผู้เชี่ยวชาญว่าสามารถวัดได้ เช่นแบบวัดทัศนคติต่อการรับชมรายการคุยข่าวทางช่อง ๑ แล้วสรุปว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามสามารถบอกระดับทัศนคติได้แน่นอน สิ่งสำคัญคือการเลือกผู้เชี่ยวชาญต้องมีความรู้และความน่าเชื่อถือเพื่อสร้างความเที่ยงตรงเฉพาะหน้าให้มีประสิทธิภาพ

๒). ความเที่ยงตรงเชิงทำนาย (predictive validity)

Mimmer and Domonick (2006:61) กล่าวว่า ความเที่ยงตรงเชิงทำนาย หมายถึงความสามารถของเครื่องมือในการประเมินความสามารถเพื่อทำนายบางอย่างในเชิงทฤษฎี โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนที่ได้จากเครื่องมือที่สร้างขึ้นกับสิ่งซึ่งจะปรากฏในอนาคต เช่น คะแนนที่ได้จากแบบสอบถามสามารถทำนายได้ว่า สส.จะได้รับคัดเลือกตามคะแนนที่ปรากฏในแบบสอบถามหรือไม่ ความเที่ยงตรงเชิงทำนายอาจไม่สอดคล้องกับความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (face validity) ความเที่ยงตรงของเครื่องมือขึ้นอยู่กับความสามารถในการทำนายอนาคตได้ถูกต้องเป็นสำคัญ

๓). ความเที่ยงตรงตามสภาพ (concurrent validity)

Mimmer and Domonick (2006: 61) กล่าวว่า ความเที่ยงตรงตามสภาพหมายถึง ความเที่ยงตรงของเครื่องมือที่จะบ่งบอกสิ่งที่วัดได้ถูกต้องตามสภาพที่แท้จริงในปัจจุบัน โดยอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนที่ได้จากเครื่องมือที่สร้างขึ้นกับเกณฑ์คะแนนซึ่งกำหนดขึ้นในขณะนั้น ตัวอย่างเช่น ถ้าเรามีแบบทดสอบวัดความก้าวร้าว แบบวัดของเราควรจะสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลที่วินิจัยแล้วว่ามีความก้าวร้าวและบุคคลที่วินิจัยแล้วว่าไม่ก้าวร้าว ถ้าแบบวัดนั้นมีความเที่ยงตรงตามสภาพสูงต้องสามารถจำแนกคนทั้งสองกลุ่มออกจากกันได้

๔). เที่ยงตรงตามโครงสร้าง (construct validity)

Trochim (1999) ให้ความหมายว่า ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างว่าเป็นระดับที่อ้างอิงถึงความถูกต้องครอบคลุมของแบบวัดที่ยึดโครงสร้างของทฤษฎีหรือโนทัศน์ (concept) ของการวัดเป็นหลัก หรือเป็นความสอดคล้องระหว่างลักษณะพฤติกรรมของข้อคำถามกับพฤติกรรมที่เป็นเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการจะวัด

ความเที่ยงตรงทั้ง ๔ ประเภท นั้น Mimmer and Domonick (2006:62) กล่าวว่า ความเที่ยงตรงตามโครงสร้าง (construct validity) เป็นความเที่ยงตรงที่ซับซ้อนที่สุด เนื่องจากความเที่ยงตรงตามโครงสร้างนั้นต้องมีความสัมพันธ์กันกับผลการตรวจสอบเครื่องมือว่าเครื่องมือได้สร้างภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีและมีความเป็นเหตุเป็นผลกับแนวคิดอื่นที่ใช้ร่วมกันในการวิจัยด้วย เป็นลักษณะสัมพันธ์แบบสามเส้า

ตารางที่ ๒.๓ แสดงรูปแบบของความเที่ยงตรงทั้ง ๔ ประเภท

ให้ความสำคัญกับ ผู้เชี่ยวชาญ (Judgment-based)	ให้ความสำคัญกับเกณฑ์การวัด (Criterion-based)	ให้ความสำคัญกับทฤษฎี (Theory-based)
ความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (face validity)	ความเที่ยงตรงเชิงทำนาย (predictive validity) ความเที่ยงตรงตามสภาพ (concurrent validity)	เที่ยงตรงตามโครงสร้าง (construct validity)

นอกจากความเที่ยงตรงทั้ง ๔ รูปแบบที่นิยมนำมาใช้ในทดสอบเครื่องมือของการวิจัยสื่อสารมวลชนแล้ว (Mimmer and Domonick, 2006: 61-64) จากการศึกษาพบว่ามีความเที่ยงตรงอีกชนิดหนึ่งที่นิยมนำใช้ในการวิจัยทางสื่อสารมวลชนด้วยเช่นกัน คือความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) ซึ่งความเที่ยงตรงนี้มีความคล้ายคลึงกับความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (face validity) แต่มีความแตกต่างกันตรงที่ ความเที่ยงตรงเฉพาะหน้าไม่ได้อ้างอิงถึงการทดสอบทางสถิติ เป็นเพียงการดูว่าสิ่งที่ปรากฏมีความเหมาะสมกับการวัดหรือไม่ หรือเป็นการ ‘ดูว่ามีความเที่ยงตรง’ (looks valid) จากผู้เชี่ยวชาญ

ความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) เป็นความสอดคล้องระหว่างเนื้อหาสาระของเครื่องมือที่สร้างขึ้นกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษา ถ้าเครื่องมือใดสร้างได้สอดคล้องกับเนื้อหาสาระของสิ่งที่ต้องการศึกษา ก็สามารถกล่าวได้ว่าเครื่องมือั้น ๆ มีความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ซึ่งมีการตรวจสอบโดยอาศัยดุลพินิจของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องเป็นผู้ตรวจสอบโดยวิธีการที่นิยมใช้เรียกว่า การหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency : IOC) ความเที่ยงตรงตามเนื้อหาต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับมาทำการประเมินหรือทดสอบประเมินเนื้อหาโดยใช้การทดสอบทางสถิติที่เข้มงวดมากขึ้นกว่าการประเมินความเที่ยงตรงตามสภาพ ด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาว่าข้อคำถาม ซึ่งถามตรงกับคำนิยามที่แนบมาหรือไม่ ถ้าแน่ใจว่า ‘ตรง’ จะกาเครื่องหมายในช่อง ‘+๑’ ถ้าแน่ใจว่า ‘ไม่ตรง’ จะกาเครื่องหมายในช่อง ‘-๑’ และถ้าไม่แน่ใจว่า ‘ตรงหรือไม่’ จะกาเครื่องหมายในช่อง ‘๐’ แล้วนำค่ามาหาค่าที่ได้มารวมและหารด้วยจำนวนผู้เชี่ยวชาญโดยกระทำเป็นรายข้อ (ซึ่งบางส่วนของแบบสอบถามอาจมีจำนวนไม่เท่ากัน) ทำทุกข้อจนครบ ถ้าค่าในข้อใดคำนวณได้มีค่าตั้งแต่ .๗๕ ขึ้นไปถือว่าข้อนั้นวัดตรงตามคำนิยาม ผู้วิจัยนำข้อที่ได้ผลต่ำกว่า .๗๕ มาพิจารณาหากคิดว่าถ้าตัดออกแล้วจะทำให้ขาดคำถามสำคัญไป ผู้วิจัยอาจต้องมีการปรับข้อคำถามนั้นให้ดีขึ้น แต่หากตัดได้และไม่ทำให้เกิดความเสียหายก็สามารถกระทำได้

การหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อการตรวจสอบความสอดคล้อง ผู้วิจัยต้องหาให้ครอบคลุมในทุกสาขาวิชาเนื่องจากวิจัยสื่อสารมวลชนมักเป็นการผสมผสานหลายสาขาวิชา อย่างไรก็ตามอาจเกิดกรณีที่ว่าผู้เชี่ยวชาญหนึ่งท่านอาจไม่สามารถตรวจสอบได้ทุกเรื่อง และเพื่อไม่ให้เกิดความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยต้องกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านพิจารณาส่วนที่มีความเชี่ยวชาญจริง เช่นผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยาคัดเลือกส่วนที่เกี่ยวข้องกับจิตวิทยา บางท่านเชี่ยวชาญด้านสื่อสารมวลชนคัดเลือกส่วนที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน หรือบางท่านเชี่ยวชาญด้านทั้งจิตวิทยาและสื่อสารมวลชนก็สามารถคัดเลือกได้หลายส่วนเป็นต้น ผู้วิจัยอาจกำหนดส่วนที่ต้องพิจารณาลงในหนังสือเชิญ รวมทั้งในการรายงานผลการวิจัยผู้วิจัยต้องระบุว่าผู้เชี่ยวชาญท่านใดดูส่วนใดของแบบสอบถาม

๕.๒ ความเชื่อมั่น (reliability)

ความเชื่อมั่นหรือความเชื่อถือได้ หมายถึงคุณสมบัติของเครื่องมือที่ให้ผลการวัดที่สม่ำเสมอแน่นอนคงที่ (stability or consistency) ถ้าเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลการวัดที่แน่นอนคงที่มาก ไม่ว่าจะนำไปวัดกี่ครั้งก็ตามเครื่องมือนั้นก็มีความเชื่อมั่นสูง ในทางตรงข้าม ถ้าเครื่องมือที่สร้างขึ้นให้ผลการวัดที่มีความคงที่น้อย เครื่องมือนั้นก็มีความเชื่อมั่นต่ำ การหาค่าความเชื่อมั่น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

๑. การทดสอบซ้ำ (test-retest reliability)

๒. การทดสอบแบบใช้ข้อสอบเหมือนกัน (equivalent-forms reliability)

๓. การทดสอบแบบแบ่งครึ่ง (split-half reliability)

๔. การทดสอบโดยวิธีหาความคงที่ภายในโดยใช้ KR-๒๐ และ KR-๒๑

๕. การทดสอบโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient)

การหาค่าความเชื่อมั่น ในการวิจัยสื่อสารมวลชนนั้นนิยมใช้วิธีการทดสอบโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) เพื่อป้องกันลักษณะของแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นที่ระดับเท่าไร วิธีนี้จึงเป็นวิธีการหาค่าความเชื่อมั่นที่ให้รายละเอียดทางสถิติ นิยมใช้สูตรของครอนบักโดยแบบสอบถามต้องมีลักษณะเป็นแบบมาตราเรียงลำดับหรืออันดับหรืออันดับ ค่าความเชื่อมั่นแสดงเป็นตัวเลขที่มีค่าไม่เกิน ๑.๐๐ หรือ ๑๐๐% หากมีค่าสูงไปทาง ๑.๐๐ ถือว่าเป็นค่าที่ดี เกณฑ์ดังนี้ (เกียรติสุดา ศรีสุข, ๒๕๕๒:๑๔๔)

๐.๐๐ - ๐.๒๐ ไม่มีเลย/ความเชื่อมั่นต่ำมาก

๐.๒๑ - ๐.๔๐ ความเชื่อมั่นต่ำ

๐.๔๑ - ๐.๗๐ ความเชื่อมั่นปานกลาง

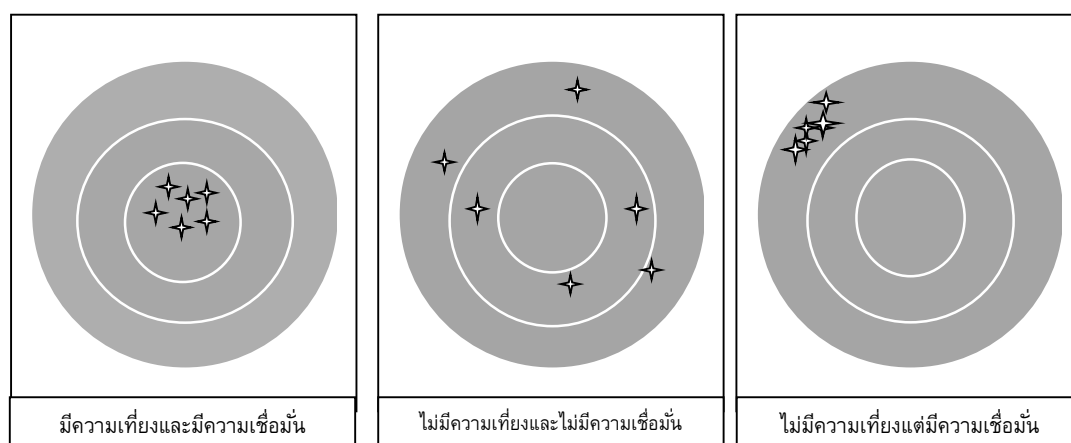
๐.๗๑ - ๑.๐๐ ความเชื่อมั่นสูง

นอกจากนี้ Creswell (2014: 227) ยังให้ความเห็นว่าการดำเนินการถูกต้องตามกระบวนการวิจัยถือเป็นความเชื่อมั่นระดับหนึ่งของการวิจัยผสมวิธี (mixed method research) การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการวิจัยตามแนวคิดของแต่ละวิธีการวิจัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่น อีกทั้งยังได้นำเครื่องมือไปหาความเชื่อมั่นด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (coefficient alpha) ด้วยเช่นกัน

ความสัมพันธ์ของความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

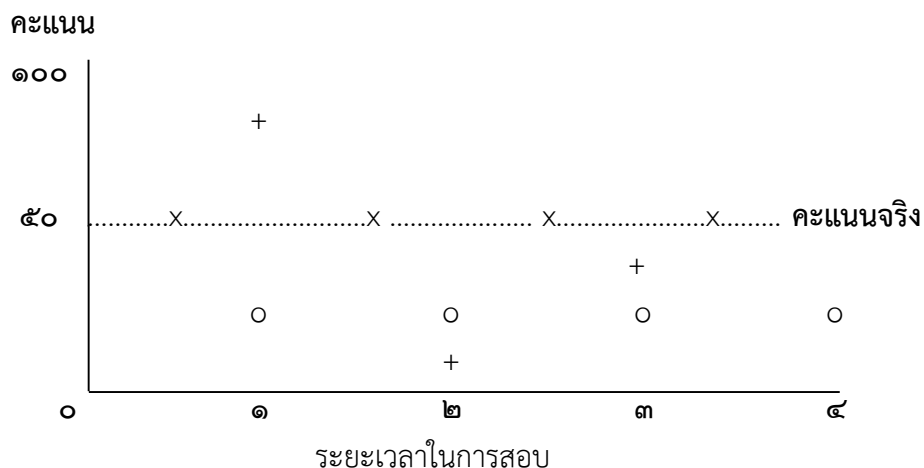
ความเชื่อมั่นนั้นมีความสำคัญในการสร้างความเที่ยงตรงแต่ก็ไม่ได้เป็นกฎข้อบังคับว่าความเชื่อมั่นนั้นจำเป็นต้องมีความเที่ยงตรง เช่น กิลล์ที่ตั้งต่ำกว่าค่าหนักที่เป็นจริง ซึ่งทุกครั้งให้ค่าน้ำหนักเหมือนเดิม นั่นคือมีค่าความเที่ยงตรง (validity) สูง แต่น้ำหนักที่เท่าเดิมนั้นเป็นน้ำหนักที่ต่ำกว่าความเป็นจริงนั้นหมายความว่าขาดความความเชื่อมั่น (reliability)

เครื่องมือมีหลายลักษณะแต่ละลักษณะส่งผลต่อผลลัพธ์ที่ได้ทั้งสิ้น เครื่องมือที่ดีย่อมต้องมีทั้งความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ลักษณะของความสัมพันธ์ของความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือมีลักษณะเป็นตามรูปดังนี้



แบบจำลองที่ ๒.๑๑ แสดงการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ของความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

เมื่อนำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้จะให้ผลตามที่แสดงในรูปที่ (Mimmer and Domonick, 2006:63) อธิบายเพิ่มเติมไว้ดังนี้



รูปที่ ๒.๑๒ แสดงค่าคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามในลักษณะที่มีค่าความสัมพันธ์ของความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นในลักษณะต่างกัน

x = การวัดที่มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

+ = การวัดที่ไม่มีทั้งความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

o = การวัดที่มีความเชื่อมั่นแต่ไม่มีความเที่ยงตรง

วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัยเชิงสำรวจ

เมื่อแบบสอบถามได้รับการปรับปรุงแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับคัดเลือกไว้แล้ว วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัยสามารถแบ่งออกเป็น ๔ รูปแบบคือการเก็บข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์ การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล การเก็บข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต และการเก็บข้อมูลแบบผสมวิธี ซึ่งทั้ง ๔ รูปแบบนี้ได้ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

๑.การเก็บข้อมูลผ่านทางไปรษณีย์

การเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ เป็นการให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามด้วยตนเอง และส่งกลับมาทางไปรษณีย์ การเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์นั้น ช่วยประหยัดเวลาและงบประมาณในเรื่องการเดินทาง แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะต้องระวังว่าผู้ตอบมีเวลาตอบหรือไม่ โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบมักจะไม่ใส่ใจตอบคำถามหรือไม่ใส่ใจส่งกลับทำให้ได้ข้อมูลที่คลาดเคลื่อนหรือเก็บแบบสอบถามได้ไม่เพียงพอ

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์ มีดังต่อไปนี้

๑). เลือกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกแล้วควรจะมีที่อยู่ และจัดแยกประเภทไว้เพื่อความสะดวกในการติดตามผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

๒). สร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามทางไปรษณีย์ ควรจะสั้น เจาะจง และมีคำอธิบายที่ชัดเจน

๓). จัดหมายปะหน้า ควรจะมีคำอธิบายสั้น ๆ เกี่ยวกับจุดประสงค์และความสำคัญของแบบสอบถาม ซึ่งส่วนนี้สามารถช่วยเชิญชวนและเพิ่มจำนวนแบบสอบถามที่ตอบกลับได้

๔). สอดช่องเปล่าและแนทมป์ให้ส่งกลับ ผู้วิจัยควรจะต้องสอดช่องเปล่า แนทมป์ และจำหน้าซองเพื่อให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับ แนทมป์อาจจะเป็นการจ่ายแบบรายชิ้นหรือเป็นการเหมาจ่ายก็ได้เช่นกัน

๕). ทำและใส่รหัส (เครื่องหมายลับ) ผู้วิจัยควรทำรหัสและเครื่องหมายลับไว้กับแบบสอบถามทุกฉบับที่ส่งไปให้กับกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้เพื่อเป็นการตรวจสอบว่ายังมีแบบสอบถามของใครบ้างที่ยังไม่ส่งกลับ

๖). การส่งกลับ หลังจากที่ได้ตรวจสอบแล้วว่าใครบ้างที่ยังไม่ได้ส่งแบบสอบถามกลับ ผู้วิจัยสามารถส่งแบบสอบถามกลับไปยังผู้ตอบคนนั้นได้อีก แต่ควรมีระยะเวลาห่างกันไม่ต่ำกว่า ๒ อาทิตย์ หลังจากส่งแบบสอบถามชุดแรก หรือในบางกรณีการส่งแบบสอบถามชุดที่ ๒ อาจจะเป็นการส่งกลับไปถามเฉพาะบางคำถามที่ผู้ตอบไม่ได้ตอบก็ได้เช่นกัน

๗). ทำตารางและวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากได้ข้อมูลแล้วผู้วิเคราะห์ควรจัดข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบตารางเพื่อที่จะทำการวิเคราะห์ต่อไป

ข้อดีและข้อจำกัดของการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

ข้อดีของการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

๑). ทำให้สามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้มาก เนื่องจากตัวอย่างบางตัวอย่างอาจจะอยู่ไกล หรืออยู่คนละประเทศทำให้ไม่สามารถเดินทางไปเก็บข้อมูลได้ ซึ่งการส่งทางไปรษณีย์จะทำให้สามารถเข้าถึงคนกลุ่มนี้ได้ดีกว่าวิธีอื่น

๒). ทำให้บางครั้งสามารถเก็บข้อมูลในบางเรื่องที่ผู้ตอบอาจจะไม่ยากให้คนอื่นรับรู้ นอกจากนี้การตอบคำถามทางไปรษณีย์ผู้ตอบยังสามารถตอบได้ในสถานที่ต่าง ๆ ได้อย่างไม่จำกัด เช่นตอบในสำนักงาน หรือนั่งตอบในบ้านของตนเอง เป็นต้น

๓). มีค่าใช้จ่ายน้อยและไม่จำเป็นต้องใช้ผู้ช่วยที่มีประสบการณ์สูง โดยผู้วิจัยสามารถกระทำได้ด้วยตัวเองคนเดียว

ข้อควรพิจารณาในการเก็บข้อมูลทางไปรษณีย์

๑). ผู้ตอบแบบสอบถามอาจเกิดความเข้าใจผิดในบางประเด็นเพราะการกรอกแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยไม่มีผู้วิจัยคอยอธิบาย

๒) การตอบกลับทางไปรษณีย์มักจะใช้เวลานาน โดยส่วนใหญ่แล้วผู้วิจัยมักจะระบุวันของการส่งกลับเพื่อสะดวกในการติดตามผลและการส่งรอบสอง

๓). ผู้วิจัยไม่สามารถรู้ได้เลยว่าใครเป็นผู้ตอบ ตัวอย่างเช่น ส่งแบบสอบถามไปให้ผู้กำกับรายการแต่ช่างไฟเป็นผู้ตอบแทนเนื่องจากผู้กำกับรายการไม่ว่าง

๔). การตอบกลับมักจะได้รับกลับน้อย ซึ่งผู้ส่งแบบสอบถามกลับมักจะเป็นผู้ที่สนใจเกี่ยวกับเรื่องนั้นจริง ๆ และการได้รับแบบสอบถามกลับมาจำนวนน้อยนี้ก็จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้วยเช่นกัน

๒.การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล

การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล เป็นการให้กลุ่มตัวอย่างตอบคำถามด้วยตนเองหรือบุคคลที่เก็บทำหน้าที่กรอกให้ และผู้เก็บข้อมูลรอรับกลับในทันทีทันใด หรือนัดเวลารับแบบสอบถามตามเวลาที่กำหนด การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล ช่วยประหยัดเวลา แต่อาจต้องมีค่าใช้จ่ายมากขึ้นในเรื่องค่าแรงเรื่องการเดินทาง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะต้องระวังว่าผู้เก็บแบบสอบถามได้บุคคลที่ถูกต้องตามข้อที่ผู้วิจัยต้องการ

นอกจากนี้การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล ยังหมายรวมถึงบุคคลที่มีถิ่นที่อยู่อาศัยในพื้นที่ๆ ผู้วิจัยต้องการแต่ไม่สามารถติดต่อด้วยวิธีการอื่น เช่นติดต่อกับผู้สอนในโรงเรียนห่างไกลในสามจังหวัดภาคใต้เพื่อให้ช่วยเก็บแบบสำรวจหรือติดต่อบุคคลที่อยู่ในต่างประเทศที่ๆ ผู้วิจัยไม่สามารถเดินทางไป

เก็บข้อมูลได้ด้วยตัวเอง การใช้บุคคลในพื้นที่ถือว่าเป็นสิ่งที่สะดวก ได้ข้อมูลตรงตามที่ต้องการ และรวดเร็วมากวิธีหนึ่ง

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูลด้วยบุคคล

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูลด้วยบุคคลมีดังต่อไปนี้

๑). เลือกกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกแล้วว่าจะไปเก็บได้ที่ใด

๒). สร้างแบบสอบถาม แบบสอบถาม ควรจะสั้น เจาะจง และมีคำอธิบายที่ชัดเจน อาจมีการแปลเป็นภาษาต่างประเทศ

๓). ติดต่อผู้ที่ทำหน้าที่เก็บ อบรบ หรืออธิบายถึงข้อมูลที่ต้องการ

๔). ส่งไฟล์ไปทางอีเมลเพื่อผลิตแบบสำรวจปลายทางตามจำนวนที่ต้องการ หรือผู้วิจัยส่งแบบสำรวจไปทางไปรษณีย์ พร้อมสอซองเปล่า แสตมป์ และเจ้าหน้าที่ซองเพื่อให้ผู้ตอบส่งแบบสอบถามกลับ หรืออาจให้เก็บค่าส่งปลายทางในกรณีที่เก็บต่างประเทศ

๕). ตรวจสอบและอาจต้องโอนค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าดำเนินการทั้งหมดตามที่ตกลงไว้

๗). ทำตารางและวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากได้ข้อมูลแล้วผู้วิเคราะห์ควรจัดข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบตารางเพื่อที่จะทำการวิเคราะห์ต่อไป

ข้อดีและข้อควรพิจารณาของการเก็บข้อมูลด้วยบุคคล

ข้อดีของการเก็บข้อมูลด้วยบุคคล

๑). การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล สามารถเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้มากและสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการได้จริงๆ เนื่องจากตัวอย่างบางตัวอย่างอาจจะอยู่ไกล หรืออยู่คนละประเทศ หรืออาจจะใช้คนละภาษา ทำให้ไม่สามารถเดินทางไปเก็บหรือถึงแม้เดินทางไปได้ก็อาจเก็บรวบรวมลำบาก

๒). การเก็บข้อมูลด้วยบุคคล หากเป็นคนในพื้นที่ไม่จำเป็นต้องใช้ผู้ช่วยที่มีประสบการณ์สูง และสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ดี

๓). ประหยัดเวลาในการเดินทางและได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนด

ข้อควรพิจารณาในการเก็บข้อมูลด้วยบุคคล

๑). ในบางครั้งการเก็บข้อมูลด้วยบุคคล ทำให้เสียค่าใช้จ่ายมาก

๒). นักวิจัยไม่สามารถรู้ได้เลยว่าใครเป็นผู้ตอบ ดังนั้นต้องอบรมหรือให้ข้อมูลกับผู้เก็บอย่างละเอียด

๓). ผู้เก็บข้อมูลอาจไม่ซื่อสัตย์ ทำงานไม่ครบตามเงื่อนไข ทั้งงานกลางคันทำให้เกิดการเสียเวลา

๓. การสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ผลจากการที่คนทั่วไปมีการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดช่องทางใหม่ในการสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ต การสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถกระทำได้ใน ๒ ทาง คือ

๑). ส่งแบบสอบถามผ่านทางอีเมล (e-mail surveys) รูปแบบนี้สามารถกระทำได้ง่ายโดยการส่งแบบสอบถามให้กรอกแล้วส่งกลับ การส่งกลับอาจอยู่ในลักษณะของการดาวน์โหลดแบบสอบถามที่กรอกแล้ว หรือการทำสัญลักษณ์ข้อที่เลือกแล้ว attach file ส่งกลับมา แบบสอบถามไม่ควรมีมากซึ่งแล้วแต่จะตกลงกันระหว่างผู้ตอบและผู้วิจัย

๒). แบบที่สองคือการใช้บริการสำรวจผ่านเว็บไซต์ (web surveys) เช่น google doc หรือ survey monkey เป็นต้น บางเว็บไซต์ให้บริการฟรี บางเว็บไซต์ฟรีช่วงแรกแต่ต้องจ่ายเงินค่าบริการ

เมื่อต้องการใช้นานขึ้นหรือกว้างขึ้น รูปแบบการสำรวจเป็นรูปแบบเดียวกันกับแบบสำรวจแบบปกติในกระดาษและเป็นคำถามในรูปแบบปลายปิดหรือแบบปลายเปิด

ข้อดีของการสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ต

๑). ทำให้สำรวจได้กว้างขวางมากขึ้น ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทางโดยเฉพาะหากมีการเก็บข้อมูลในหลายๆ ประเทศ

๒) เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น เนื่องจากทุกวันนี้ประชาชนส่วนใหญ่มีการเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต

๓). ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายเชื้อชาติมากขึ้น

๔). ช่วยทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในเรื่องของการส่ง กระดาษ และช่วยประหยัดเวลาในการเดินทางของแบบสำรวจมาถึงผู้รับ

๕). การสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยเฉพาะผ่านทางเว็บไซต์ช่วยในการในกรอกข้อมูลหรือช่วยประมวลผลเป็นร้อยละหรือเฉลี่ยได้ทันที ทำให้ประหยัดเวลา แรงงาน และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการกรอก (คีย์) ข้อมูลเพื่อประมวลผลทางคอมพิวเตอร์

๖). สามารถตอบแบบสำรวจได้ในทุกที่ เช่น ผู้ตอบอาจตอบในขณะที่ไปท่องเที่ยวในอีกประเทศหนึ่ง

๗). สามารถใช้การสำรวจในลักษณะของการผสมผสานของภาพ กราฟิก หรือเสียง

๘). สามารถสำรวจได้กับผู้พิการในลักษณะของเสียง รวมทั้งเด็กหรือผู้สูงอายุ ได้เช่นกัน

ข้อควรพิจารณาในการสำรวจผ่านทางอินเทอร์เน็ต

๑). พื้นที่ทำการสำรวจต้องมีการบริการอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์

๒). อาจต้องใช้ทักษะในการสร้างแบบสอบถาม

๓). บางเว็บไซต์ให้บริการโดยรองรับผู้ตอบทุกคนซึ่งอาจทำให้ได้ผู้ตอบที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างทั้งผู้ตอบอาจไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง อาจเป็นใครก็ได้ที่เข้าเว็บไซต์เป็นผู้ตอบและก่อให้เกิดผลต่อคำตอบที่ได้รับ

๔). อาจจะได้รับการตอบรับในจำนวนน้อย หากเว็บไซต์นั้นไม่ได้เป็นที่รู้จัก หรืออาจต้องมีค่าใช้จ่ายในการซื้อตำแหน่งของหน้าเว็บไซต์เพื่อได้พื้นที่ๆ ที่คนทั่วไปเห็น

แต่อย่างไรก็ตาม เว็บไซต์ถือเป็นเครื่องมือที่ดีเครื่องมือหนึ่งในการทำวิจัยเชิงสำรวจในยุคนี้ เนื่องจากทุกบ้านสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตแต่ค่อนข้างยากที่จะหาคนตอบ ซึ่งผู้วิจัยต้องใช้กลยุทธ์ในการเชิญชวนให้ผู้ตอบเข้ามาตอบ เช่น กลยุทธ์การให้รางวัล เป็นต้น

๔.การสำรวจด้วยวิธีการผสมวิธี

การทำวิจัยเชิงสำรวจด้วยวิธีการผสมวิธีนั้น ได้เพิ่มจำนวนมากขึ้นในทุกสาขาวิชารวมทั้งในสาขาสื่อสารมวลชน ผู้วิจัยสามารถใช้วิธีการสำรวจในลักษณะต่างๆ ที่กล่าวแล้วข้างต้น ในลักษณะที่เลือกใช้ส่วนที่เป็นจุดแข็งของแต่ละวิธีมาช่วยในการรวบรวมข้อมูล เพื่อชดเชยจุดอ่อนของแต่ละวิธี อีกทั้งการสำรวจด้วยวิธีการผสมวิธียังสามารถเพิ่มความมั่นใจในจำนวนของการส่งกลับได้ด้วย เช่น ใช้การสำรวจทางอินเทอร์เน็ตรวมกับการการสำรวจผ่านทางไปรษณีย์และผ่านบุคคล เป็นต้น

ความเหมาะสมของจำนวนแบบสอบถามตอบกลับในการวิจัยเชิงสำรวจ

ในการวิจัยเชิงสำรวจ นักวิจัยโดยทั่วไปมักจะประสบปัญหาในการเก็บแบบสอบถามกลับคืน และถึงแม้ว่าจะเป็นการยากที่จะเก็บแบบสอบถามกลับมา ๑๐๐% แต่ผู้วิจัยก็ควรจะหาวิธีให้ได้ข้อมูลตอบกลับมามากที่สุดเท่าที่จะทำได้

แต่อย่างไรก็ตาม มักจะมีคำถามเสมอว่า จำนวนของการตอบกลับเท่าไรจึงจะเหมาะสมซึ่งในประเด็นนี้ยังไม่มีคำตอบที่แน่นอนชัดเจนแต่ให้ถือว่ามากเท่าไรก็ยิ่งดี อย่างไรก็ตามก็ได้มีผู้ทำการศึกษาและให้คำแนะนำไว้ว่า การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวควรมีผู้ให้ความร่วมมือไม่น้อยกว่า ๘๒% การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ไม่ควรน้อยกว่า ๗๒% และทางไปรษณีย์ไม่ควรน้อยกว่า ๔๗% (Yu and Cooper, 1983)

ปัจจุบันการตอบกลับนิยมใช้การคำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane หรือการใช้ตารางสำเร็จรูปในการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างซึ่งก็คือจำนวนตอบกลับที่ต้องการในแต่ละครั้ง

ปัญหาทั่วไปที่พบในการวิจัยเชิงสำรวจ

ถึงแม้ว่าการวิจัยเชิงสำรวจจะเป็นที่นิยมนำมาใช้เป็นวิธีการค้นหาคำตอบทางสื่อสารมวลชน แต่การวิจัยลักษณะนี้ก็มีปัญหาเช่นกัน คือ

๑. ผู้ตอบบางคนอาจเกิดความสับสนและการสับสนเกิดจากความตื่นเต้น ความจำไม่ดี ความกลัว หรือความไม่ใส่ใจ ทำให้ตอบไม่ตรงกับคำถามและส่งผลกระทบต่อคำตอบและข้อสรุปได้

๒. ผู้ตอบบางคนอาจจะมีอคติส่วนตัว ทำให้เกิดความลำเอียงตอบคำถามตามความเชื่อและไม่ตรงกับความเป็นจริง หรือกลัวเสียหน้าจึงพยายามตอบคำถามให้ออกมาในลักษณะที่ดี

๓. ผู้ตอบบางคนตอบคำถามด้วยความคาดเดา โดยไม่คำนึงถึงความเป็นจริง

๔. ผู้ตอบบางคนเข้าใจแต่ไม่สามารถอธิบายออกมาเป็นคำพูดได้ เช่น ถามว่า ทำไมท่านถึงชอบฟังเพลงพระราชนิพนธ์ ซึ่งผู้ตอบเข้าใจแต่ไม่รู้จะอธิบายได้อย่างไร จึงตอบได้แค่ ชอบแต่ไม่รู้จะอธิบายได้อย่างไร หรือตอบว่า ‘ไม่รู้’ เหล่านี้เป็นต้น

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดที่เกิดจากการศึกษาจากเอกสารตำราและงานวิจัยที่ได้ศึกษาไว้แล้ว (pilot project) ทำให้ได้ออกแบบการวิจัย ที่สามารถควบคุมความคลาดเคลื่อนที่อาจจะเกิดขึ้นได้โดยรายละเอียดจะอธิบายต่อไปในบทที่ ๓

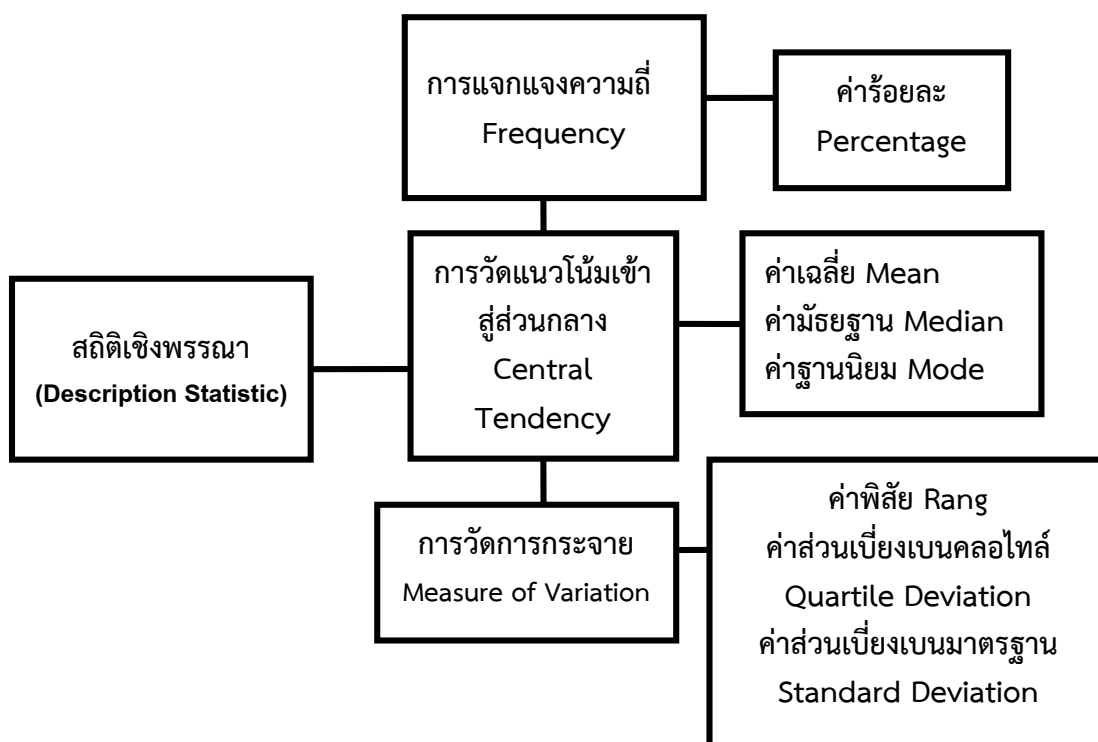
๕.๔.๔ สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติ (Statistic) คือ วิธีการจัดการข้อมูลโดยเริ่มตั้งแต่ การเก็บรวบรวมข้อมูลไปจนถึงการวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล เพื่อช่วยในการตัดสินใจ โดยอาศัยรากฐานของหลักความน่าจะเป็น สถิติโดยทั่วไปนั้นมีหลายชนิด แต่สถิติที่นิยมนำมาใช้ในการวิจัยสื่อสารมวลชนประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และสถิติสำหรับการจัดกลุ่ม (group analysis)

๑). สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics)

เป็นการนำเสนอข้อมูลที่เก็บรวบรวม นำมาบรรยายให้เห็นถึงลักษณะของข้อมูลที่เก็บมาได้ทั้งในรูปแบบของตาราง ข้อความ แผนภูมิ หรือกราฟ ต่าง ๆ หลักสำคัญของสถิติเชิงพรรณนาคือเมื่อเก็บข้อมูลชนิดใดมาได้ก็จะใช้อธิบายได้เฉพาะข้อมูลชนิดนั้น ไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงถึงข้อมูลในส่วนอื่น ได้ เช่น เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน ๔๐๐ คน จากประชากรทั้งหมด ๑,๐๐๐ คน การบรรยายลักษณะของข้อมูล ตลอดจนการวิเคราะห์และแปลผลจะเป็นเฉพาะในส่วนข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ๔๐๐ คนเท่านั้น ผู้วิจัยไม่สามารถนำไปใช้อ้างอิงแทนประชากรทั้งหมด ๑,๐๐๐ คน ได้

สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง และการวัดการกระจายของข้อมูล ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ ๒.๑๓ แสดงองค์ประกอบของสถิติเชิงพรรณนา

การแจกแจงความถี่

การแจกแจงความถี่ (Frequency) เป็นการแสดงค่าความถี่ของข้อมูลที่เกิดขึ้นได้ โดยแสดงเป็นจำนวนและร้อยละ (%)

ค่าร้อยละ

ค่าร้อยละ (Percentage) คือ การคำนวณหาสัดส่วนของข้อมูลในแต่ละตัวเทียบกับข้อมูลรวมทั้งหมด โดยให้ข้อมูลรวมทั้งหมดเป็นค่าร้อยละ ดังสูตรดังต่อไปนี้

$$\text{ร้อยละ (\%)} = \frac{X \times 100}{N}$$

X = คือ จำนวนข้อมูล (ความถี่) ที่ต้องการนำมาหาค่าร้อยละ

N = คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

การจัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง

การจัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง เป็นการหาค่ากลางของข้อมูลเพื่อใช้เป็นตัวแทนของข้อมูลทั้งหมด เพื่อเป็นประโยชน์ในการเปรียบเทียบข้อมูลแต่ละชุดโดยไม่จำเป็นต้องพิจารณาข้อมูลทั้งหมดของแต่ละชุด สถิติที่นิยมใช้ในการวัดค่าแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลางมี ๓ วิธี ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่ามัธยฐาน และค่าฐานนิยม ดังนี้

ค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย (Mean) หรือค่ามัธยิมเลขคณิต ใช้สัญลักษณ์ $\bar{x}$ สำหรับค่าเฉลี่ยที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้สัญลักษณ์ μ สำหรับค่าเฉลี่ยที่ได้มาจากประชากรทั้งหมด การคำนวณหาค่าเฉลี่ยทำ

ได้ ๒ แบบ ได้แก่ การคำนวณค่าเฉลี่ยจากข้อมูลกับที่ไม่ได้อยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่ และการคำนวณค่าเฉลี่ยจากข้อมูลจัดกลุ่มในรูปของตารางแจกแจงความถี่

ค่ามัธยฐาน

ค่ามัธยฐาน (Median) คือ ค่าของข้อมูลที่อยู่ตรงกลางของข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำมาเรียงลำดับจากน้อยไปมาก ค่าที่อยู่ตรงกลางจะเป็นค่ามัธยฐาน

การคำนวณค่ามัธยฐานมักจะพบว่าค่าที่อยู่ตรงกลาง ๒ ค่า ดังนั้นจึงต้องนำค่าทั้ง ๒ มารวมกันและเฉลี่ยออกมาถึงได้เป็นค่ามัธยฐาน

ค่าฐานนิยม

ฐานนิยม (Mode) คือ ค่าของข้อมูลที่มีค่ามากที่สุด ในชุดข้อมูลนั้น ๆ การหาค่าฐานนิยมสามารถคำนวณหาได้ ๒ แบบ คือ การคำนวณหาค่าฐานนิยมจากข้อมูลดิบที่ไม่อยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่ และการคำนวณหาค่าฐานนิยม จากข้อมูลจัดกลุ่มที่อยู่ในรูปของตารางแจกแจงความถี่

การวัดการกระจายของข้อมูล (Measure of Variation)

ค่าพิสัย (Range: R) หมายถึง การหาการกระจายของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่มีค่าสูงที่สุด (Max) ลบกับข้อมูลที่มีค่าต่ำที่สุด (Min) เพื่อให้ได้ค่าที่เป็นช่วงของการกระจาย ซึ่งสามารถบอกถึงความกว้างของข้อมูลชุดนั้นๆ สำหรับสูตรที่ใช้ในการหาพิสัยคือ

$$\text{ค่าพิสัย} = \text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}$$

ค่าเบี่ยงเบนควอไทล์

ค่าเบี่ยงเบนควอไทล์ (Quartile Deviation) คือ ค่าที่แสดงให้เห็นว่าข้อมูลจำนวน ๕๐ % ที่อยู่ตรงกลางของข้อมูลทั้งหมด แตกต่างกันอย่างไรร

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) เป็นค่าที่บ่งบอกถึงการกระจายของข้อมูล

การแปลผลการวิเคราะห์

งานวิจัยทางสื่อสารมวลชนที่ใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) เมื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างแล้วจะทำการวิเคราะห์และแปลผล โดยใช้สถิติและเกณฑ์ในการแปลผลหลายลักษณะซึ่ง บุญชม ศรีสะอาด (๒๕๓๙: ๖๔-๖๘) ได้นำเสนอไว้ดังนี้

๑. การแปลผลโดยใช้ร้อยละ วิธีนี้สามารถหาความถี่ (จำนวน) ในแต่ละคำตอบ แล้วแปลความถี่เหล่านั้นให้เป็นร้อยละ การแปลผลโดยใช้ร้อยละจะไม่สามารถแสดงระดับของภาพรวม ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างหรือของประชากรได้ ทำให้ขาดความชัดเจนและขาดความกระชับ

๒. การแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย วิธีนี้จะกำหนดให้คะแนนประจำแต่ละระดับตามระดับของความเข้มข้นแล้วหาค่าเฉลี่ยและนำค่าเฉลี่ยไปเทียบเกณฑ์การแปลความหมาย การหาค่าเฉลี่ยมักใช้วิธีนำความถี่ (จำนวน) ของแต่ละระดับคูณกับคะแนนประจำของระดับนั้นได้ผลเท่าใดรวมกันแล้วหารด้วยจำนวนคนทั้งหมดก็จะได้ค่าเฉลี่ยตามต้องการ ระดับน้อยที่สุดมีคะแนนประจำเท่ากับ ๑ ระดับน้อยมีคะแนนประจำเท่ากับ ๒ ระดับปานกลางมีคะแนนประจำเท่ากับ ๓ ระดับมากมีคะแนนประจำเท่ากับ ๔ และระดับมากที่สุดมีคะแนนประจำเท่ากับ ๕ นำความถี่คูณคะแนนประจำ นำมารวมกันจะได้ดังนี้ $(๐ \times ๑) + (๑ \times ๒) + (๙ \times ๓) + (๓๐ \times ๔) + (๑๐ \times ๕) = ๑๙๙$

เมื่อหารด้วยจำนวนคน (ในกรณีนี้เท่ากับ ๕๐) ก็จะได้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{๑๙๙}{๕๐} = ๓.๙๘$$

นำค่าเฉลี่ย ๓.๙๘ ไปแปลงให้เป็นระดับความเห็นโดยเทียบกับเกณฑ์แปลความหมายซึ่งจะพบว่าตรงกับระดับมาก ดังนั้นสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เห็นว่าวิชาวิจัยการศึกษาให้ประโยชน์ในระดับมาก ซึ่งวิธีการนี้นับว่าเป็นวิธีที่ช่วยให้สรุปได้ชัดเจน เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้น่ามาก

เกณฑ์ในการแปลความหมาย

การกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายแตกต่างกันหลายแบบ ทำให้การแปลผลแตกต่างกันไปบ้างในบางค่า ดังนี้

เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย แบบที่ ๑

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
๔.๒๑ - ๕.๐๐	มากที่สุด
๓.๔๑ - ๔.๒๐	มาก
๒.๖๑ - ๓.๔๐	ปานกลาง
๑.๘๑ - ๒.๖๐	น้อย
๑.๐๐ - ๑.๘๐	น้อยที่สุด

การกำหนดเกณฑ์อย่างนี้ ถือหลักว่า จะต้องให้ทุกระดับมีช่วงคะแนนเท่ากัน จะเห็นได้ว่า คะแนนสูงสุดคือ ๕ คะแนนต่ำสุดคือ ๑ ช่วงห่าง (พิสัย) ของคะแนนทั้งหมด = ๕ - ๑ = ๔ มี ๕ ระดับ ดังนั้นแต่ละระดับจะมีช่วงห่าง = $๔/๕ = ๐.๘$

การใช้เกณฑ์แปลความหมายแบบนี้จะมีปัญหาในความถูกต้องของการแปลความหมาย ค่าเฉลี่ยบางค่า อธิบายได้ดังนี้

ในการหาค่าเฉลี่ย ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่า ๑ แขนน้อยที่สุด ๒ แขนน้อย ๓ แขนปานกลาง ๔ แขนมาก ๕ แขนมากที่สุด เมื่อหาค่าเฉลี่ยออกมาได้ค่าเป็นจำนวนเต็ม จะไม่มีปัญหาอะไร ก็แปลผลไปตามนั้น เช่น ถ้าได้ค่าเฉลี่ย ๔ หมายถึง กลุ่มนั้นอยู่ในระดับมาก เป็นต้น แต่ถ้าไม่เป็นจำนวนเต็ม ค่าเฉลี่ยเป็นเลขทศนิยม ก็ต้องพิจารณาว่าค่าเฉลี่ยดังกล่าวอยู่ใกล้จำนวนเต็มใด ก็ปัดให้เป็นจำนวนนั้น เช่น ๑.๗๐ นับว่าอยู่ใกล้ ๒ มากกว่า ๑ ก็ปัดให้เป็น ๒ ซึ่งหมายถึงอยู่ในระดับน้อย เป็นต้น นั่นคือ ใช้หลักการปัดทศนิยมให้เป็นจำนวนเต็มนั่นเอง

การใช้เกณฑ์ในแบบให้ทุกระดับมีช่วงคะแนนเท่ากัน (๐.๘) ตามแบบที่ ๑ จะขัดกับหลักที่กล่าวมาในบางช่วง เช่น ค่าเฉลี่ย ๑.๘๐ ตามเกณฑ์จะแปลว่าอยู่ในระดับน้อยที่สุด ทั้งที่ค่านี้ควรจะ เป็นเสมือน ๒ และแปลว่าอยู่ในระดับน้อย เนื่องด้วยมีค่าใกล้กับ ๒ มากกว่าใกล้กับ ๑ หรือค่าเฉลี่ย ๔.๒๕ ไปแปลว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นความหมายประจำของ ๕ ที่จริงค่า ๔.๒๕ ใกล้กับ ๔ มากกว่า ตามหลักการปัดทศนิยม จะต้องเป็นเสมือน ๔ ซึ่งหมายถึงมาก ค่าเฉลี่ยที่มีปัญหาในการแปลความหมายโดยใช้เกณฑ์ตามแบบที่ ๑ มีดังนี้

ค่าเฉลี่ย ๔.๒๑ ถึง ๔.๕๐ หมายถึง มากที่สุด เป็นการแปลความหมายสูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น ค่าดังกล่าวใกล้เคียงกับ ๔.๐๐ มากกว่า จึงควรหมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย ๓.๔๑ ถึง ๓.๕๐ หมายถึง มาก เป็นการแปลความหมายสูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น ค่าดังกล่าวใกล้เคียงกับ ๓.๐๐ มากกว่า จึงควรหมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๒.๕๑ ถึง ๒.๖๐ หมายถึง น้อย เป็นการแปลความหมายต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ค่าดังกล่าวใกล้เคียงกับ ๓.๐๐ มากกว่า จึงควรหมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย ๑.๕๑ ถึง ๑.๘๐ หมายถึง น้อยที่สุด เป็นการแปลความหมายต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ค่าดังกล่าวใกล้เคียงกับ ๒.๐๐ มากกว่า จึงควรหมายถึง น้อย

จากการยึดเงื่อนไขของการกำหนดคะแนนประจำแต่ละระดับร่วมกับหลักของการปิดทศนิยมให้เป็นจำนวนเต็ม จึงมีผู้ใช้เกณฑ์แปลความหมาย ดังนี้
เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย แบบที่ ๒

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
๔.๕๐ - ๕.๐๐	มากที่สุด
๓.๕๐ - ๔.๔๙	มาก
๒.๕๐ - ๓.๔๙	ปานกลาง
๑.๕๐ - ๒.๔๙	น้อย
๑.๐๐ - ๑.๔๙	น้อยที่สุด

เกณฑ์แปลความหมายแบบที่ ๒ นี้ ช่วงของคะแนนมากที่สุดกับน้อยที่สุดจะมีน้อยกว่าระดับอื่น โดยช่วงของคะแนนมากที่สุดกับน้อยที่สุดมีครึ่งคะแนน (.๕๐) หรือประมาณครึ่งคะแนนขณะที่ระดับอื่น ๆ มี ๑ คะแนนหรือประมาณ ๑ คะแนน ตามเกณฑ์ในแบบที่ ๒ นี้ ค่าเฉลี่ย ๔.๒๕ แปลความหมายว่าอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย ๑.๘๐ จะแปลความหมายว่าอยู่ในระดับน้อย

แม้ว่าการใช้เกณฑ์แบบนี้จะมีความเหมาะสมถูกต้องมากกว่าแบบใช้ช่วงคะแนนที่เท่ากันแบบที่ ๑ แต่ก็ยังไม่สมบูรณ์ เนื่องจากในการใช้เกณฑ์แบบนี้มี ๔ ค่าที่ปิดทศนิยมอย่างไม่เหมาะสม คือ ค่า ๔.๕๐, ๓.๕๐, ๒.๕๐ และ ๑.๕๐ ค่า ๔.๕๐ ถูกปิดเป็น ๕.๐๐ ทั้ง ๆ ที่ไม่ได้อยู่ใกล้ ๕.๐๐ มากกว่า ๔.๐๐ ค่าที่จะปิดเป็น ๕.๐๐ ได้น่าจะเป็น ๔.๕๑ ถึง ๔.๙๙ ซึ่งมีค่าใกล้กับ ๕.๐๐ มากกว่า ๔.๐๐ ทำนองเดียวกันกับ ๓.๕๑ ถึง ๓.๙๙ ปิดเป็น ๔.๐๐, ๒.๕๑ ถึง ๒.๙๙ ปิดเป็น ๓.๐๐ และ ๑.๕๑ ถึง ๑.๙๙ ปิดเป็น ๒.๐๐ ดังนั้นเกณฑ์การแปลความหมายที่เหมาะสมที่สุดน่าจะเป็น ดังนี้
เกณฑ์แปลความหมายค่าเฉลี่ย แบบที่ ๓

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
๔.๕๑ - ๕.๐๐	มากที่สุด
๓.๕๑ - ๔.๕๐	มาก
๒.๕๑ - ๓.๕๐	ปานกลาง
๑.๕๑ - ๒.๕๐	น้อย
๑.๐๐ - ๑.๕๐	น้อยที่สุด

การแปลผลโดยนำค่าเฉลี่ยมาเทียบกับเกณฑ์ที่กล่าวมานี้ ถ้าค่าเฉลี่ยที่นำมาเทียบกับเกณฑ์ได้มาจากประชากร (เรียกค่าเฉลี่ยนั้นว่า μ) การแปลผลจะมีความถูกต้องสมบูรณ์ แต่ถ้าเป็นค่าเฉลี่ยที่เกิดขึ้นจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยต้องการอ้างอิงผล หรือวางนัยทั่วไป (generalized) ไปยังประชากร ก็ต้องเพิ่มกระบวนการอ้างอิงตามหลักวิชาอีก โดยใช้สถิติประเภทอ้างอิง (inferential statistics) เช่น ใช้ t-test กรณีกลุ่มตัวอย่างเดียว เข้ามาช่วย ด้วยเหตุนี้ทำให้การวิจัยครั้งนี้ได้เลือกใช้เกณฑ์การแปลผลในแบบที่ ๓

๒). สถิติสำหรับการจัดกลุ่ม (group analysis)

การจัดกลุ่มเป็นการใช้สถิติเพื่อจำแนกหรือแบ่ง case ซึ่งในการวิจัยนี้หมายถึงการจัดกลุ่มตัวแปรพฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต (plots) ความต้องการเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ case ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะที่เหมือนกันหรือคล้ายกัน ส่วน case ที่อยู่ต่าง กลุ่มกันจะมีลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้น การพิจารณาเลือกลักษณะหรือตัวแปรที่จะนำมาใช้ในการจัดกลุ่ม case จึงมีความสำคัญ นอกจากนั้น case ใด case หนึ่งจะต้องอยู่ในกลุ่มหนึ่งเพียงกลุ่มเดียว สถิติที่ใช้ประกอบด้วย

๒.๑ สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor Analysis) เป็นสถิติเพื่อการจัดกลุ่มตัวแปร เป็นการหาคุณภาพของโครงสร้างหรือโมเดลที่ค้นพบ การวัดจะพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความเที่ยงของโครงสร้าง (construct reliability : p_c) ซึ่งควรมีค่าสูงกว่า ๐.๖๐ และความแปรปรวนที่สกัดได้ (average variance extracted : p_v) ซึ่งควรมีค่าสูงกว่า ๐.๕๐ (ยุทธ ไกยวรรณ, ๒๕๕๗: ๓๓๐)

๒.๒ การวิเคราะห์กลุ่ม (cluster analysis)

เทคนิค cluster analysis สำหรับการแบ่งกลุ่มตัวแปรที่เป็น คน สัตว์ และสิ่งของ โดยจะให้ตัวแปรอยู่ในกลุ่มเดียวกันมีความสัมพันธ์กันมากกว่าตัวแปรที่อยู่ต่างกลุ่มกัน ตัวแปรที่อยู่ต่างกลุ่มกันมีความสัมพันธ์กันน้อยหรือไม่มีความสัมพันธ์กันเลยประเภทของเทคนิค cluster analysis เทคนิค Cluster Analysis แบ่งเป็นหลายประเภทหรือเทคนิคย่อย โดยเทคนิคที่ใช้กันมาก มี ๒ เทคนิค

๑. เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis

๒. เทคนิค K-Means Cluster Analysis

การเลือกใช้เทคนิคใดนั้นขึ้นอยู่กับจำนวน case หากต่ำกว่า ๒๐๐ ใช้ เทคนิค Hierarchical Cluster Analysis และถ้ามีจำนวนตั้งแต่ ๒๐๐ ขึ้นไปใช้ k-means cluster โดยไม่จำเป็นต้องทราบจำนวนกลุ่มมาก่อน และไม่จำเป็นต้องทราบว่าตัวแปรใดหรือ case ใดอยู่กลุ่มใดก่อนในการวิจัยครั้งนี้ใช้เทคนิค k-means cluster analysis

๒.๓ การวิเคราะห์จำแนก (discriminant analysis)

การวิเคราะห์จำแนกกลุ่มด้วยเทคนิค discriminant analysis เป็นวิธีการทางสถิติ ที่ใช้วิเคราะห์จำแนกกลุ่มตั้งแต่ ๒ กลุ่มขึ้นไป ด้วยการวิเคราะห์จากตัวแปรตาม ๑ ตัวและตัวแปรอิสระ ตั้งแต่ ๑ ตัวขึ้นไป การวิเคราะห์ด้วยวิธีนี้นอกจากจะสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างกลุ่มได้แล้ว ยังสามารถบอกธรรมชาติบางอย่างของการจำแนกกลุ่มได้ด้วย เช่น บอกได้ว่าตัวแปรจำแนกได้ดี มาก น้อยกว่ากัน นั่นคือสามารถบอกประสิทธิภาพ หรือน้ำหนักในการจำแนกของตัวแปรเหล่านั้นเป็นการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มเป็นการใช้ตัวแปรพยากรณ์หรือตัวแปรอิสระ ที่ร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตาม ซึ่งเป็นเทคนิคทางสถิติที่คล้ายคลึงกับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) (ยุทธ ไกยวรรณ, ๒๕๕๗ : ๕๘๑).

ตอนที่ ๒ แนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์

ละครโทรทัศน์ได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งบันเทิงยอดนิยมของคนทั่วไปแต่ในขณะเดียวกัน ละครโทรทัศน์ก็มีอิทธิพลต่อการผู้ที่เปิดรับเป็นอย่างมาก ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำละครโทรทัศน์มาเป็นตัวแปรสำคัญในการศึกษาและได้ทำการศึกษาแนวคิดเพื่อเป็นกรอบในการวิจัยดังนี้

๒.๑ ความหมาย

ละครโทรทัศน์ที่พบเห็นกันอยู่ทั่วไปนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายไว้มากมายดังนี้

ละคร หมายถึง การแสดงบทบาท (action) เป็นเรื่องราว (story) ทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการถ่ายทอดสด ถ่ายทำเป็นภาพยนตร์ หรือเป็นเทปโทรทัศน์ เป็นเรื่องที่มุ่งเสนอเพื่อความบันเทิงมากกว่าอย่างอื่น (Clark, 1992)

นอกจากนี้ ปมุข ศุภสาร (๒๕๓๑) ยังได้ให้ความหมายของรายการละครไว้ว่า เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาสาระเป็นเรื่องราว โดยใช้การแสดงของผู้แสดงตามบทบาทในเรื่องราวเพื่อสื่อความหมาย ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจในเรื่องราวนั้นได้

ในการวิจัยครั้งนี้จะขอให้ความหมายของละครโทรทัศน์ว่า ‘เป็นการแสดงบทบาท เรื่องราว โดยใช้การแสดงตามบทบาทของผู้แสดงตามเรื่องราวเพื่อสื่อความหมาย ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าใจในเรื่องราว โดยการถ่ายทอดสดหรือบันทึกเป็นเทปโทรทัศน์ เพื่อมุ่งเสนอเพื่อความบันเทิงมากกว่าอย่างอื่น’

ละครโทรทัศน์ (soap operas) เป็นรายการที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายมากในกลุ่มผู้ชม มีการผลิตละครโทรทัศน์อยู่อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ละครโทรทัศน์ปัจจุบันได้นำไปเป็นสินค้าเพื่อการส่งออก ทำให้ละครโทรทัศน์จากต่างประเทศสามารถสร้างการรับรู้ในฐานะทูตทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน การสร้างละครโทรทัศน์สำหรับการนำเสนอในประเทศอื่นอาจต้องมีการพิจารณาองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ให้เหมาะสมกับบริบทของละครที่เล่น

ละครโทรทัศน์เป็นการสร้างเรื่องราว สร้างเหตุการณ์ สร้างจินตนาการขึ้นเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ ละครโทรทัศน์ที่นำเสนออยู่ทั่วไปอาจเป็นเรื่องราวสั้นๆ หรืออาจมีความยาวแสดงเรื่องราวของคนหลายช่วงอายุก็ได้ ซึ่งองค์ประกอบของละครโทรทัศน์มีดังนี้

๖.๒ องค์ประกอบละครโทรทัศน์

องค์ประกอบของละครโทรทัศน์นั้น มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับองค์ประกอบของภาพยนตร์ ดังนั้นในการวิจัยนี้จึงได้อาศัยแนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์มาเพื่อเทียบเคียงอธิบายเป็นองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ดังนี้ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ :๒๕๔๗)

บทละคร เป็นการแปลงความคิดเกี่ยวกับเรื่องที่จะสร้างออกมาเป็นบทละครโทรทัศน์ อาจเป็นเรื่องแต่งขึ้นมาใหม่เรียกว่าบทภาพยนตร์ดั้งเดิมหรือดัดแปลงจากบทประพันธ์นิยายที่มีอยู่แล้วก็ได้ เรียกว่าบทภาพยนตร์ดัดแปลง ในบางครั้งบางครั้งอาจต้องปรับบทเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์สถานที่และตัวแสดง

นักแสดง ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกองค์ประกอบหนึ่ง นักแสดงต้องเหมาะสมกับบทบาทที่ได้รับในละครแต่ละเรื่อง ความเหมาะสมนั้นมีทั้งรูปร่าง หน้าตา บุคลิก ภาษาพูด รวมถึงลีลาการแสดง นักแสดงประกอบด้วยนักแสดงหลักและนักแสดงสมทบซึ่งเป็นนักแสดงประกอบที่มีบทบาทและบทแสดงเล็กน้อย ตลอดจนนักแสดงประกอบที่ไม่มีบทบาท (extra) เพียงแค่เดินผ่านกล้องเท่านั้น

ศิลปกรรม ที่ปรากฏในฉากต่าง ๆ อุปกรณ์ประกอบฉาก (prop master) เช่น เฟอร์นิเจอร์ ฝ้าม่าน และของประกอบฉากอื่น ๆ ของละครโทรทัศน์ต้องสอดคล้องกลมกลืนกัน เพื่อให้ภาพออกมาสมจริงตามท้องเรื่อง หากมีการถ่ายทำนอกสถานที่ ต้องทำให้เกิดความเป็นธรรมชาติเพื่อผสมผสานให้เข้ากับฉากในโรงถ่ายด้วย นอกจากนี้ควรต้องมีการกำหนดอารมณ์ บรรยากาศ ตลอดจนโทนสีของแต่ละฉากให้สอดคล้องกับบทละครโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน

การแต่งหน้าทำผมนักแสดงให้เข้ากับบทบาทที่ได้รับซึ่งอาจรวมถึงการแต่งหน้าแบบพิเศษด้วย เช่น หน้าคนแก่ หน้าผี หน้ามีบาดแผล เป็นต้น

เครื่องแต่งกาย ของผู้แสดงทั้งเรื่องต้องเลือกสีและเนื้อผ้า เครื่องประดับให้เหมาะสมกับบทบาท รวมทั้งยุคสมัยของแต่ละครแต่ละตัว

การตัดต่อมีการเชื่อมต่อกันเป็นเรื่องราวตามลำดับก่อนหลังอย่างสมบูรณ์ ความสำเร็จหรือล้มเหลวของละครโทรทัศน์ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้ตัดต่อ/ลำดับภาพในการคัดเลือกช็อต กำหนดความยาว ตลอดจนควบคุมจังหวะของการนำเสนอเรื่องราว

ระบบเสียงทั้งหมดของละครโทรทัศน์ ได้แก่ เสียงพูด เสียงดนตรี เสียงประกอบต่าง ๆ รวมทั้งเสียงของนักแสดงขณะทำการแสดงตามบท

เพลงประกอบเนื้อเรื่องต้องทำให้เข้ากับอารมณ์และเนื้อหาของละครโทรทัศน์ อาจเป็นการแต่งขึ้นมาใหม่หรือดัดแปลงจากเพลงเก่าที่มีอยู่แล้วก็ได้ แต่ต้องอยู่ในกรอบของกฎหมายลิขสิทธิ์ที่มีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน

ประเด็นอ่อนไหวที่ต้องหลีกเลี่ยงอันประกอบไปด้วย ที่เป็นกะเทย ทอม หรือดี การแต่งกายโป้เปลือย การพูดที่มีคำหยาบ การแสดงออกที่มีการกอดจูบ การแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน การฆ่า หรือภาพสยองขวัญ แสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี แสดงการลบหลู่ศาสนา รวมทั้งยังสามารถสอดแทรกสิ่งอื่นเช่นสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการสร้างการรับรู้หรือต่อยอดเชิงพาณิชย์อื่นๆ ซึ่งองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด เสริมพล็อต (plot) และเนื้อหา (content) ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ซึ่งการวิจัยนี้เรียกว่าองค์ประกอบเชิงพาณิชย์

นอกจากองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ที่กล่าวแล้วนั้น Aristotle นักปราชญ์ผู้ยิ่งใหญ่ชาวกรีก ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของละครไว้ในหนังสือ Poetics ซึ่งถือเป็นตำราเกี่ยวกับทฤษฎีการละครเล่มแรกของโลก โดยได้จำแนกองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ (Geraldine, 1977: 170) ดังต่อไปนี้

๖.๓ โครงเรื่อง

การผลิตรายการละครโทรทัศน์เริ่มต้นจากการสรรหาบทประพันธ์หรือโครงเรื่อง หรือโครงเรื่องที่น่าสนใจเพื่อนำมาเขียนเป็นบทละครโทรทัศน์และเข้าสู่กระบวนการผลิตละครโทรทัศน์ ซึ่งโครงเรื่องหมายถึง โครงสร้างของการกระทำที่ปรากฏอยู่ในละคร การลำดับ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในละครอย่างมีเหตุผลและจุดหมายปลายทางโดยให้มีความสมบูรณ์อยู่ในตัวเอง นั่นคือมีจุดเริ่มต้น ตอนกลาง และจุดจบของเรื่อง เหตุการณ์ทุกตอนที่ประกอบเข้าด้วยกันจะต้องมีความสมเหตุสมผลซึ่งเรื่องราวที่เกิดขึ้นในฉากหนึ่งจะต้องมีความสัมพันธ์หรือสืบเนื่องมาจากฉากอื่น การวางโครงเรื่องเป็นการวางแผนหรือการกำหนดชะตาชีวิตของตัวละครแต่ละตัวให้มีเรื่องราว การกระทำ อุปสรรค ปัญหา และบทสรุปของชีวิต หรืออาจเป็นการจัดลำดับสารให้อยู่ในรูปของการแสดงที่มีความขัดแย้งระหว่างตัวละครเอก (protagonist) และตัวละครฝ่ายร้าย (antagonist) การจัดลำดับสารดังกล่าวจะทำให้เชื่อมโยงเห็นสาระสำคัญของเรื่อง (theme) ในที่สุด

องค์ประกอบของโครงเรื่องละครโทรทัศน์

๑. การเปิดเรื่อง (exposition) คือจุดเริ่มต้นเพื่อดึงความสนใจให้ผู้ชมติดตามเรื่องราว ในละคร ภาพยนตร์ กลยุทธ์การเริ่มเรื่องมีหลายแบบ เช่น แนะนำตัวละคร แนะนำฉากหรือสถานที่เปิดประเด็นปัญหาหรือบ่มความขัดแย้งไม่จำเป็นต้องเรียงตามลำดับเหตุการณ์ คือ อาจเริ่มเรื่องจากตอนกลางเรื่องหรือย้อนจากตอนท้ายเรื่องไปหาตอนต้นเรื่องก็ได้

๒. การพัฒนาเหตุการณ์ (rising action) คือการที่เรื่องราวดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและสมเหตุสมผล ปมปัญหา ข้อขัดแย้งเริ่มทวีความเข้มข้นขึ้นเรื่อย ๆ ตัวละครเริ่มมีความยุ่งยากลำบากใจมากขึ้นและสถานการณ์ก็อยู่ในช่วงยุ่งยากขึ้น

๓. ขึ้นภาวะวิกฤติ (climax) คือ ขั้นตอนที่มีความขัดแย้งพุ่งขึ้นสูงสุดและถึงจุดแตกหัก

๔. ขึ้นภาวะคลี่คลาย (falling action) คือ ขั้นตอนหลังจากจุดวิกฤติผ่านพ้นไปแล้ว

เนื่องจากปัญหาความยุ่งยากหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ได้คลายตัวลงหรือปัญหาเริ่มเฉลยที่มาที่ไป

๕. ขึ้นการยุติเรื่องราว (ending) คือ ขั้นตอนการสิ้นสุดของเรื่องราวทั้งหมดจบอย่างสูญเสียได้เปิดเผยหรือได้รับการขจัดออกไปอาจมีจุดจบได้หลายแบบ เช่น จบอย่างมีความสุข จบทิ้งท้ายเป็นปริศนาให้ขบคิด หรือจบเพื่อต้องการมีภาคต่อสำหรับผลเชิงพาณิชย์

๖.๔ ประเภทของละครโทรทัศน์

ละครโทรทัศน์โดยทั่วไปได้มีการนำกลับมาสร้างใหม่โดยใช้ผู้แสดงชุดใหม่ เช่น ละครสี่แผ่นดิน ที่ได้มีการนำกลับมาสร้างใหม่และฉายซ้ำไม่ต่ำกว่า ๔ ครั้ง ซึ่งละครแต่ละเรื่องก็จะเน้นในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป โดยบางเรื่องเน้นตลกในขณะที่บางเรื่องเป็นแนวรักโรแมนติก หรือเน้นนำเสนอชีวิตที่рінตเศร้าของตัวละคร แต่อย่างไรก็ตามละครโทรทัศน์โดยทั่วไป สามารถแบ่งได้เป็นกลุ่มที่หลากหลาย โดยขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งกลุ่ม ต่อไปนี้จะเป็นการจำแนกละครโดยการใช้เรื่องราวหรือ เนื้อหาเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง คือ

๑. ละครแนวรักโรแมนติก ซึ่งรักหักสวาท เป็นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก โดยทั่วไปเป็นการนำเสนอเรื่องราวความรักระหว่างหนุ่มสาว ส่วนใหญ่เป็นการแสดงถึงการแก่งแย่งกันระหว่างนางเอกกับตัวร้ายและสุดท้ายพระเอกนางเอกก็ได้แต่งงานกัน อิทธิพลของละครโทรทัศน์แนวนี้อาจส่งผลให้ผู้ชมมองเห็นความสำคัญของวัตถุ เงินตรา และรูปลักษณ์ภายนอก เนื่องจากพระเอกในเรื่องมักเป็นผู้เพียบพร้อมไปด้วยรูปสมบัติและทรัพย์สมบัติ เป็นที่หมายปองของสาวหลาย ๆ คน นอกจากนี้การแสดงกิริยาที่ไม่เหมาะสมของผู้หญิงในเรื่อง (ตัวร้าย) เช่น การกรีดร้องเมื่อได้รับการขัดใจ การยั่วยวนผู้ชายทั้งในที่ลับและที่แจ้ง หรือการแสดงออกความรักอย่างเปิดเผยโดยไม่ขัดเขิน เช่น การจับมือ การจูบ หรือการโอบกอด เป็นต้น

๒. ละครแนวชีวิต เป็นการนำเสนอเกี่ยวกับการต่อสู้ในการดำเนินชีวิตของคนในยุคต่าง ๆ ซึ่งละครแนวนี้อาจสะท้อนให้เห็นค่านิยมในด้านต่างๆ เช่น การรักพวกพ้อง การมีภรรยาหลายคน อำนาจของเงินทอง การมีอำนาจ ความเป็นเจ้าพ่อ ความหุนหัน พุ่มเพื่อย ความกตัญญู รวมทั้งความไม่เป็นธรรมในสังคม เป็นต้น

๓. ละครแนวสยองขวัญ ต่อสู้ และผจญภัยเป็นละครที่นำเสนอเกี่ยวกับความลึกลับ ภูตผี ปีศาจ การก่ออาชญากรรม สงคราม การสูญเสียทรัพย์สินและชีวิต ความเก็บกดของตัวละคร ความบ้า อำนาจ ความวิปริตและความเปี่ยงเบนของอารมณ์ จิตใจผิดปกติ ความอาฆาตและความพยาบาท ซึ่งอิทธิพลของละครแนวนี้อาจก่อให้เกิดความเชื่อในสิ่งที่มองไม่เห็น รวมทั้งยังสามารถก่อให้เกิดความก้าวร้าวรุนแรง หรือเป็นการชี้แนะให้ใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา

๔. ละครแนวตลกและสนุกสนาน ละครแนวนี้อาจใช้ความสนุกสนานสะท้อนแนวคิด อุดมคติของเรื่องโดยตัวละครเป็นผู้ถ่ายทอด มีการขมวดปมไว้ให้ผู้ชมคิดและตัดสินใจเอง ทำให้ผู้ชมไม่รู้สึกลำบากใจตลกเย้ยหยันเนื้อหาที่นำเสนอ ข้อเสียของละครแนวนี้อาจจะบดบังเนื้อหาสาระที่เป็นแก่นของเรื่องจนผู้ชมมองข้ามสาระที่ผู้ผลิตต้องการนำเสนอ และอาจเกิดการเลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมได้ เช่นเลียนแบบการใช้ภาษาไม่ถูกต้อง ใช้คำที่มีความหมายสองแง่ ตลอดจนการเกิด

ความไม่ถูกต้องและไม่ชัดเจนทางวัฒนธรรมที่แฝงอยู่ในละคร อาจทำให้เด็กและเยาวชนได้รับข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง (วรวิทย์ พงษ์ธีระพล ๒๕๔๕: ๒๙-๓๒)

ประเภทของละครโทรทัศน์ต่าง ๆ ที่กล่าวแล้วนั้น จะเห็นว่าละครแต่ละชนิดได้ส่งผลต่อผู้ชมในลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในแต่ละวันมีละครในลักษณะดังกล่าวออกอากาศตามช่องต่าง ๆ สลับสับเปลี่ยนไปมา จากผลการวิจัยต่าง ๆ ที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของละครโทรทัศน์ทำให้คาดเดาได้ว่าหากมีการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ในปริมาณที่มากและต่อเนื่อง ก็จะทำให้ผู้ชมได้รับอิทธิพลของละครโทรทัศน์เหล่านั้นได้เช่นกัน

๖.๕ พล็อต (plot) ละครโทรทัศน์

พล็อต (plot) ละครโทรทัศน์ ถือเป็นตัวแปรหลักในงานวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นจึงต้องมีการค้นหาเพื่อกำหนดเป็นคำนิยาม เพื่อให้เข้าใจตรงกัน คำว่า ‘พล็อต (plot)’ ได้มีการบัญญัติศัพท์และความหมายไว้ในหลากหลายดังนี้

พล็อต ในความหมายทางวรรณกรรม หมายถึง โครงเรื่อง (ศัพท์บัญญัติราชบัณฑิตยสถาน วันที่ ๖ มีนาคม ๒๕๔๕ อ้างถึงใน <http://dict.longdo.com>)

พล็อต หมายถึง โครงเรื่องหรือแก่นของเรื่อง (อังกฤษ-ไทย: คลังศัพท์ไทย โดย สวทช.อ้างถึงใน <http://dict.longdo.com>)

พล็อต หมายถึง เค้าเรื่องหรือเค้าโครง (Thai-English: NECTEC's Lexitron-๒ อ้างถึงใน <http://dict.longdo.com>)

กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์ (๒๕๕๐) ได้เขียนบทความออนไลน์เรื่อง ‘องค์ประกอบของงานเขียนประเภทบันเทิงคดี’ กล่าวถึงความหมายของโครงเรื่องว่าเป็น ‘เป็นเค้าโครงหรือลำดับเหตุการณ์ที่ผู้แต่งกำหนดไว้ล่วงหน้าว่าจะเขียนเรื่องให้ดำเนินไปอย่างไร โดยนำเหตุการณ์หลาย ๆ เหตุการณ์มาเรียงต่อกัน ซึ่งแต่ละเหตุการณ์จะต้องเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกันอย่างเป็นเหตุเป็นผล นั่นคือเหตุการณ์หนึ่งจะต้องส่งผลกระทบให้เกิดอีกเหตุการณ์หนึ่งตามมาและต่อเนื่องกันไปเป็นลูกโซ่จนกว่าเรื่องนั้นจะจบลง’ นอกจากนี้ยังพบคำอธิบายของ ศิวภรณ์ หอมสุวรรณ (๒๕๓๕ อ้างถึงใน กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์: ๒๕๕๐) ที่ได้อธิบายเกี่ยวกับโครงเรื่อง (plot) ไว้ได้อ่านน่าสนใจคือ

‘คำว่า ‘โครงเรื่อง’ มีความหมายไม่เหมือนกับคำว่า ‘เนื้อเรื่อง’ เพราะแม้ว่าต่างก็เป็นการเล่าเหตุการณ์ด้วยกัน แต่เหตุการณ์ใน ‘เนื้อเรื่อง’ จะจัดเรียงตามลำดับเวลาที่เกิดขึ้น ส่วนเหตุการณ์ใน ‘โครงเรื่อง’ อาจจัดเรียงตามลำดับเวลาที่เกิดขึ้นหรือไม่ก็ได้ แต่จะต้องเป็นเหตุเป็นผลเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน ดังที่ E.M. Forster ยกตัวอย่างว่า ‘พระราชาสันพระชนม์แล้วพระราชินีสันพระชนม์’ ถือว่าเป็น ‘เนื้อเรื่อง’ เพราะเป็นเหตุการณ์สองเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่มีความเกี่ยวข้องกัน แต่ถ้าเป็นข้อความว่า ‘พระราชาสันพระชนม์ ต่อมาพระราชินีก็สันพระชนม์ตามด้วยความเสียพระทัย’ จัดว่าเป็น ‘โครงเรื่อง’ เพราะได้แสดงให้เห็นถึงปัญหาในพระทัยของพระราชินี เป็นข้อขัดแย้งระหว่างความรักกับความพลัดพราก เน้นถึงความทุกข์เดือดร้อนในใจรุนแรงจนถึงกับสันพระชนม์ในที่สุด...’

จากความหมายดังกล่าว ทำให้เห็นว่าโครงเรื่องกับพล็อตมีความหมายเดียวกัน เนื่องจากได้ผู้ให้คำนิยามได้เขียนคำว่า ‘โครงเรื่อง’ และกำกับด้วยภาษาอังกฤษว่า ‘(plot)’ แต่อย่างไรก็ตาม จากคำอธิบายข้างต้น ทำให้เห็นว่า โครงเรื่องมีลักษณะคล้ายคลึงกันกับ ‘เนื้อเรื่อง’ แตกต่างกันด้วยเรื่องของลำดับเวลา

นอกจากนี้ยังพบว่า นักวิชาการต่างประเทศ อย่าง Tobias (1993) ได้รวบรวมพล็อต

ไว้จำนวน ๒๐ พล็อต (๒๐ plots) โดยระบุว่า ทั้ง ๒๐ พล็อต ถือเป็นหัวใจของภาพยนตร์ โดยประกอบด้วย

๑. การสืบเสาะแสวงหา (quest) : เรื่องราวที่ขับเคลื่อนด้วยตัวละครที่มีตัวเอกในการเดินทางสำหรับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงหรือการค้นพบสิ่งสำคัญบางอย่าง

๒. การเสี่ยงภัย/ผจญภัย (adventure): เรื่องราวที่ขับเคลื่อนด้วยโครงเรื่องมุ่งเน้นไปที่การบรรลุเป้าหมายหลายอย่าง

๓. การไล่ล่า (pursuit) เป็นแนวบู๊แอ็คชั่นการจับตัวร้าย

๔. การกู้ภัย (rescue): เป็นแนวของการช่วยชีวิตอาจเป็นอุบัติเหตุหรือภัยธรรมชาติ

๕. การหลบหนี (escape) คล้ายกับการกู้ภัยแต่เป็นการหลบหนีจากสิ่งที่เป็นอันตรายหรือจากการคุมขัง

๖. การแก้แค้น (vengeance): เรื่องราวแก้แค้นถือเป็นพื้นฐานของละครส่วนใหญ่

๗. ปริศนา (the riddle) ลึกลับบางครั้งขับเคลื่อนด้วยคำถาม

๘. การชิงดีชิงเด่น (rivalry): เรื่องราวที่มุ่งเน้นการแข่งขันมีการโต้ตอบของสองตัวละครเป็นลักษณะของฝ่ายระหว่างตัวเอกและฝ่ายตรงข้าม

๙. เรื่องหักมุม/กลับมุม (underdog) เป็นเรื่องของความด้อยโอกาสและความพลิกผันในชีวิตหรือเรื่องอาจจะเป็นเรื่องของผู้ด้อยโอกาส คนยากจน คนพิการที่ประสบความสำเร็จ

๑๐. สิ่งล่อใจ/ทดสอบจิตใจ (temptation) เรื่องเล่าเกี่ยวกับการที่จะให้สิ่งล่อใจและผลที่ตามมา เช่น กล้อง กล่องวิเศษและเวทมนต์

๑๑. การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อม (metamorphosis) เรื่องราวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพบางอย่างโดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงคือถนนหรือบ้านเมือง

๑๒. การเปลี่ยนแปลงภายในร่างกาย (transformation) เรื่องราวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงภายในจิตใจไม่ใช่เรื่องทางกายภายนอก

๑๓. ความเจริญเติบโต/การดำเนินชีวิต (maturation) แสดงช่วงชีวิตคนตั้งแต่เด็กจนกระทั่งตาย

๑๔. ความรัก (love) เป็นพื้นฐานระหว่างชายหนุ่มหญิงสาว

๑๕. ความรักแอบต้องห้าม (forbidden love) เรื่องราวของความพยายามของคู่หนุ่มสาวที่จะพยายามอยู่ด้วยกันหรือเป็นคนรักข้ามดาวที่ใช้เวลาส่วนใหญ่ในแผนการที่พยายามจะอยู่ด้วยกัน แม้ว่าโลกจะพยายามฉีกขาดออกจากกันก็ตาม

๑๖. แนวความเสียสละ (sacrifice) เป็นการสร้างตัวเองที่ต้องมีความเสียสละและความตายของพวกเขา คือความเสียสละของคนส่วนใหญ่

๑๗. การค้นพบ (discovery) เป็นเรื่องราวที่ค้นพบความลึกลับในอดีตที่ต้องเข้าไปแก้ไขให้ถูกต้อง

๑๘. สถานการณ์ที่เลวร้าย (wretched excess) สถานการณ์ การผิดพลาดที่เลวร้ายทำให้ต้องตกอยู่ในเกลียวแห่งความเลวร้ายของชีวิต เช่น ยาเสพติด ความโลภ ความห妒ความวิกลจริต เป็นต้น

๑๙. ความเชื่อทางศาสนา (ascension) การทำตามความเชื่อทางศาสนา

๒๐ ความหยิ่งรู้ (dissensions) คล้ายๆ กันกับ ascension เป็นเรื่องของอำนาจพิเศษ

นอกจากนี้ Booker (2004) ยังได้นำเสนอพล็อตพื้นฐาน ๗ เรื่อง ซึ่งบางเรื่องได้มีความคล้ายคลึงกันกับที่ Tobias ได้กล่าวไว้แล้ว ดังนี้

๑. สัตว์ประหลาด (monster) ฮีโร่เรียนรู้ถึงความชั่วร้ายอันยิ่งใหญ่ที่ซู่จะทำลายแผ่นดินและทำลายล้าง

๒. จากยากสู่เศรษฐี (rags to riches) เรื่องราวของตัวเอกจากความยากจนสู่ ความร่ำรวยเป็นอาณาจักรและเพื่อนที่สมบูรณ์แบบ

๓. การค้นหา/ค้นคว้า (quest) การค้นหาหรือการค้นคว้าแสดงถึงการทำงานเป็นทีม การค้นหาสุทธอาหาร หรือการค้นหาแผ่นดินใหม่

๔. การรอนแรมเดินทางและกลับบ้าน (voyage และ return) ฮีโร่หลงไปในดินแดนมหัศจรรย์ที่แปลกหรือดินแดนสุดเถื่อนในที่สุดสามารถปลงความบ้าและกลับบ้านมาพร้อมชัยชนะ

๕. ตลก (comedy) แนวเรื่องเบาสมองสร้างการหัวเราะ

๖. โศกนาฏกรรม (tragedy) ตัวละครตัวเอกคือคนร้ายแต่พ่ายแพ้ความดีในที่สุด

๗. การเวียนว่ายตายเกิด (rebirth) เป็นแนวความเชื่อทางศาสนา

พล็อตของ Tobias (1993) และ Booker (2004) ส่วนใหญ่เป็นพล็อตสำหรับภาพยนตร์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ยอมรับว่าพล็อตสำหรับภาพยนตร์สามารถนำมาอ้างอิงในละครโทรทัศน์ได้ เนื่องจากนวนิยายเรื่องหนึ่งสามารถเป็นทั้งภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ เช่น นวนิยายเรื่องคู่กรรมหรือเรื่องแม่น้ำคงคา อีกทั้งพล็อตทั้งหมดนี้ก็ปรากฏเป็นพล็อตสำหรับละครโทรทัศน์เช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ได้นำเสนอไว้ในตำราของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชดังนี้

ละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ เป็นรายการที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน แต่ได้มีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านให้ความเห็นเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ว่า ‘หากพิจารณาจากเทคนิคทางการผลิตและลักษณะเฉพาะของสื่อแต่ละประเภท รายการละครกับรายการภาพยนตร์นั้นเป็นรายการคนละประเภทแต่อย่างไรก็ตามละครหรือภาพยนตร์มีการผลิตที่ต้องใช้ศิลปะการแสดงเข้าช่วยในการนำเสนอเรื่องราวเหมือนกับละครทางโทรทัศน์แม้จะผลิตด้วยเทปโทรทัศน์ แต่ก็มีหลักการผลิตที่คล้ายกับการผลิตภาพยนตร์ ซึ่งสถานีวิทยุโทรทัศน์บางสถานีจึงเรียกว่า ‘รายการภาพยนตร์’

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช: ๒๕๓๓)

นอกจากพล็อตทั้งหมดที่รวบรวมมาแล้ว ละครโทรทัศน์ยังมีลักษณะที่ตรงกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน เป็นเรื่องของการทำงานต่อสู้ชีวิต ศาสนา ฝึ วิจัย รุน สักคมคนรวย แนววิทยาศาสตร์ และความขัดแย้งในการทำงานหรือในสังคม รวมทั้งเรื่องเกี่ยวกับการชิงรักหักสวาท ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้เกิดขึ้นได้ทั่วไปในชีวิตประจำวันของคน

จากการรวบรวมความหมายของราชบัณฑิตยสถาน ของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) และของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (National Electronics and Computer Technology Center: NECTEC) ทำให้เห็นคำว่า ‘พล็อต (plot)’ นั้นตรงกับภาษาไทยใน ๓ คำคือ ‘โครงเรื่อง แก่น หรือเค้าโครงเรื่อง’ ทั้ง ๓ คำนี้ มีการเรียกในลักษณะที่สลับกันไปมา หากพิจารณาแล้วคำแต่ละคำสามารถทำให้เกิดการเข้าใจความหมายที่แตกต่างกันไป ดังคำว่า โครงเรื่อง สามารถทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นเหตุการณ์ที่มีลำดับของเหตุการณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนคำว่า แก่น ถือเป็นประเด็นเดียวที่มองเห็นเด่นชัด สำหรับคำว่า โครงเรื่องนั้น อาจ

ใกล้เคียงกับคำว่าพล็อตเนื่องจาก พบว่าได้มีผู้เขียนคำนิยามถึงหนังสือของ Tobias (1993) ไว้บนปกหนังสือความตอนหนึ่งว่า

‘Ronald Tobias, in his popular and practical book, 20 Master Plots, and how to build them, describes 20 common story plots and gives lots of detail on how to construct complete stories around them’

จากคำกล่าวข้างต้นทำให้เห็นว่า เมื่อได้พล็อตหลักในลักษณะที่กว้างๆ แล้วก็จะเปิดโอกาสให้แทรกเนื้อหาสำหรับเรื่องราวของละครโทรทัศน์ได้ในเวลาต่อมา ซึ่งคำกล่าวนี้นี้ ทำให้เห็นว่า พล็อตไม่ได้มีลักษณะนำเสนอรายละเอียดทำให้ไม่ตรงกับความหมายของโครงเรื่องหรือเนื้อเรื่อง แต่มีความหมายใกล้เคียงกับแก่นคือเป็นประเด็นเดียว หรือมีลักษณะที่กว้างขึ้นอีกคือเป็น ‘เค้าโครงเรื่อง’ ดังนั้นเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันในการวิจัยนี้จะใช้พล็อตในความหมายของ ‘เค้าโครงเรื่อง’ โดยใช้คำว่า ‘พล็อต’ ตรงกับศัพท์ภาษาอังกฤษของ plots

การใช้คำทับศัพท์ภาษาอังกฤษของคำว่า ‘พล็อต’ โดยทั่วไปแล้ว เป็นคำที่นิยมใช้ทั่วไปในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการละครไทย ผู้กำกับละครโทรทัศน์ไทยมักเรียก ‘พล็อต’ แทนคำว่า ‘เค้าโครงเรื่อง’ ดังจะเห็นได้จากคำสัมภาษณ์ตอนหนึ่งว่า

...**พล็อตผี พล็อตตลก** มันเป็นสากล หนังสือมีสองชนิดคือหนังสือกับหนังตลก ผู้กำกับเองก็อยากทำหนังหลากหลายที่ไม่ใช่ตลก แต่ผู้ลงทุนต้องการต้องการหนังที่ตอบโจทย์เรื่องรายได้ และ**หนังทั้ง ๒ พล็อตก็**สามารถตอบโจทย์ได้ เขาก็ต้องลงทุนในสิ่งที่คิดว่าต้องได้เงิน หนังผีสามารถทำเงินได้...

(อิสรา นาคี สัมภาษณ์รายการสยามสารพา กระแสหนังผีไทย..ไฉไลกว่าที่คิด สยามสารพา เนชั่นทีวี วันที่ ๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๖)

ซึ่งจากคำสัมภาษณ์ข้างต้นนั้น การที่ผู้กำกับละครโทรทัศน์กล่าวว่า ‘ผีและตลก’ เป็นพล็อตสากล ทำให้เห็นว่าผู้ปฏิบัติงานในวงการละครโทรทัศน์เอง ได้กล่าวถึงพล็อตในความหมายที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Tobias (1993) และ Booker (2004) ดังนั้น ในการวิจัยนี้ขอยึดพล็อตในแนวของ Tobias และ Booker และเป็นหลักเนื่องจากมีลักษณะเป็นสากลอีกทั้งยังสามารถสร้างความเข้าใจได้ง่าย

พล็อตละครโทรทัศน์อาจจะผสมกันได้กล่าวคือละครเรื่องหนึ่งมีหลายรูปแบบ เช่น เรื่องสืบสวนสอบสวน อาจจะออกมาในรูปแบบของละครสะท้อนขวัญ (thriller) หรือออกมาในรูปแบบของละครตลก (comedy) แต่อย่างไรก็ตามในละครหนึ่งเรื่องต้องมีความคิดหลัก (theme) ในการดำเนินเรื่องที่ผู้เล่าเรื่อง ต้องการนำเสนอ ใช้เป็นแกนกลางในการสร้างโครงเรื่อง ในเรื่องหนึ่งอาจมีแก่นเรื่องหลักและความคิดย่อย สนับสนุนความคิดหลัก และในละครยังต้องมีความขัดแย้ง (conflict) เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับเรื่อง หรือทำให้เรื่องสนุก ตื่นเต้น เป็นบ่อเกิดของเหตุการณ์ต่าง มักสร้างความขัดแย้งให้เกิดแก่ตัวละครหลักของเรื่อง โดยสร้างความเป็นปรปักษ์ต่อกันของตัวละครทั้งพฤติกรรม การกระทำ ความคิด ความปรารถนา ขั้นตอนการพัฒนาเหตุ การณ์จะเกิดขึ้นท่ามกลางความขัดแย้ง ซึ่ง Ross (1993) และ Simpson (2001) ได้ แบ่งออกเป็น ๓ ประเภทคือ ดังรายละเอียดดังนี้

๑. ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ (man against man) เป็นความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างคนโดยแบ่งเป็นสองฝ่ายหรือสองบุคลิกภาพ เช่น ตำรวจกับโจร คู่แข่งกับความช่วยเหลือ ความอ่อนแอและความเข้มแข็ง เป็นต้น

๒. ความขัดแย้งของมนุษย์กับภายในจิตใจของมนุษย์เอง (man against self) เป็นความขัดแย้งของมนุษย์กับภายในตนเองเช่น ความชั่วหรือ แม้แต่มุมมองที่เปลี่ยนไปตามวัย

๓. ความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสังคม (man against society) เป็นลักษณะของบุคคลที่มีความขัดแย้งกับสังคมรอบตัวหรือกฎระเบียบที่สังคมสร้างขึ้น เช่น ค่านิยมเรื่องการเรียนในมหาวิทยาลัย ความฟุ้งเฟ้อกับความอดอยาก หรือความคิดเห็นของคนรักสัตว์ต่อแนวคิดเรื่องการเลี้ยงสัตว์เพื่อทำเป็นอาหาร เป็นต้น

๔. ความขัดแย้งมนุษย์กับธรรมชาติ (man against nature) เป็นความขัดแย้งระหว่างมนุษย์กับสัตว์เป็นการต่อสู้กับสัตว์ประหลาด ความหายนะทางธรรมชาติ หรือเป็นการผจญภัยต่อสู้กับธรรมชาติเช่นการต่อสู้กับพายุ หรือคลื่นลมทะเล เป็นต้น

๕. ความขัดแย้งกับพลังหรือสิ่งที่เป็นความเชื่อจากภายนอกตน (man against external locus of control) เป็นความขัดแย้งระหว่างอำนาจที่มาจากภายนอกตน เช่น ผี วิญญาณ มนุษย์ต่างดาวหรืออำนาจเวทมนต์

ซึ่ง ณ ตอนนี้อาจกล่าวได้ว่า *พล็อต (plots)* หมายถึง *เค้าโครงของเรื่อง* ที่เห็นเด่นชัด เป็นสิ่งสำคัญที่ครอบคลุมเรื่องทั้งหมด ในหนึ่งเรื่องอาจมีพล็อตหลักและพล็อทย่อยเสริมให้ดูน่าสนใจ นอกจากนี้พล็อตของละครโทรทัศน์สามารถเหมือนหรือเป็นพล็อตเดียวกันได้ในสองประเทศ แต่แตกต่างกันที่เนื้อเรื่อง (content) อีกทั้งยังสามารถผสมกันเป็นพล็อตหลักและพล็อตรองในละครโทรทัศน์หนึ่งเรื่อง

๖.๕.๑ การค้นหาพล็อตละครโทรทัศน์

การค้นหาพล็อตละครโทรทัศน์ นักเขียนแต่ละคนต่างมีกลยุทธ์การค้นหาพล็อต นักเขียนบางคนได้พล็อตมาจากประสบการณ์ของตนเอง บางคนได้จากเหตุการณ์บ้านเมือง แตกต่างกันไปดังนี้

คทาหัสต์ บุษปะเกศ คิดขึ้นจากสิ่งรอบตัว การอ่านหนังสือ หนังสือพิมพ์ โจทย์ที่กำหนดมาจากสถานี **จิระวิทย์ สมบัติศิริ (เอกสิทธิ์)** คิดโครงเรื่องได้จากแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ต่างประเทศที่ชื่นชอบเรื่องราวที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์จริง สิ่งที่อยู่รอบตัวในชีวิตประจำวัน **ฐานาวดี สถิตยยุทธการ** คิดโครงเรื่องโดยหาจุดขายของเรื่องจากโจทย์ที่กำหนดมา พิจารณาความสามารถในการแสดงของนักแสดง **เพ็ญศิริ เสวตวรวิหारी (นายพัณสร)** การคิดโครงเรื่องได้จากเหตุการณ์ที่กระทบใจ แรงบันดาลใจจากข่าว ปัญหาสังคม และ**ศิริลักษณ์ ศรีสุคนธ์** คิดโครงเรื่องได้จาก การดัดแปลงบท **สมภพ เวชชพิพัฒน์** โครงเรื่องเป็นโจทย์กำหนดจากทางผู้จัดพัฒนาตัวละครจากโจทย์ที่กำหนด

(นราพร สังข์ชัย, ๒๕๕๒: ๑๔๙-๑๕๑)

ทั้งนี้ นราพร สังข์ชัย (๒๕๕๒: ๑๕๑) ยังได้กล่าวสรุปให้เห็นว่า พล็อตหรือรูปแบบละครโทรทัศน์ สามารถเกิดขึ้นได้จากทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวของผู้เขียนบท สามารถเกิดขึ้นได้จากประสบการณ์จริงของผู้เขียนบทโทรทัศน์หรือคนใกล้ชิด สามารถเกิดขึ้นได้จากแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ต่างประเทศที่ชื่นชอบ เกิดขึ้นได้จากการอ่านนิยายสารหรือหนังสือพิมพ์ เกิดขึ้นได้เรื่องราวที่เป็นปัญหาสังคม เกิดขึ้นได้จากโจทย์หรือข้อเสนอกับที่กำหนดมาจากทางสถานีโทรทัศน์ การคิดโครงเรื่องนั้นขึ้นอยู่กับเทคนิคเฉพาะบุคคลของผู้เขียนบทละครโทรทัศน์ ซึ่งพล็อตที่ประสบความสำเร็จบางครั้งอาจ

เป็นพล็อตที่แปลกหรือบางครั้งอาจเป็นพล็อตที่คุ้นเคยทั้งนี้ที่ความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ชมเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าพล็อตละครโทรทัศน์เป็นหัวใจของสิ่งที่สร้างความต้องการในการเปิดรับชมละคร และเมื่อต้องการสร้างละครเพื่อหวังผลเชิงพาณิชย์แล้วพล็อตก็จำเป็นต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมละครในแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมด้วยเช่นกัน

๖.๕.๒ รูปแบบการนำเสนอละครโทรทัศน์

การนำเสนอละครโทรทัศน์ เป็นการเสนอฉายละครในหลายรูปแบบและความยาว ที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้เป็น ๖ ประเภท (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช: ๒๕๓๓) ดังต่อไปนี้

๑. ละครสั้นที่สรุปเรื่องราวจบภายในตอนเดียวโดยใช้เวลานำเสนอประมาณ ๖๐-๑๒๐ นาที ละครในลักษณะนี้ อาจเป็นละครที่สร้างขึ้นในโอกาสพิเศษเช่น ละครวันแม่-วันพ่อและวันสำคัญอื่น ๆ

๒. ละครสั้นที่สรุปเรื่องราวจบในตอนภายใน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์ ซึ่งเนื้อหาหลักของละครจะเป็นแนวเดียวโดยตลอดและผู้แสดงชุดเดียวโดยตลอด ซึ่งเทียบได้กับ TV Series รวมทั้งเป็นละครที่นำเสนออย่างต่อเนื่องแต่จบในหนึ่งตอนเช่น บุญตีฝึ้มและกลิ้งไว้ก่อนพ่อสอนไว้ ที่ออกอากาศในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๔๘-๒๕๕๐ เป็นต้น

๓. ละครเรื่องยาวหลายตอนจบ ซึ่งมีเรื่องราวดำเนินติดต่อกันไป โดยใช้ผู้แสดงชุดเดียวกันตลอด ความยาวตั้งแต่ ๘ ตอนจบขึ้นไปถึงเป็น ๑๐๐ ตอนจบ อาจใช้เวลาแสดงตอนละ ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือ ๒-๓ วันต่อสัปดาห์ หรือ ๕ วันต่อสัปดาห์ หรือเป็นประจำทุกวันในช่วงเวลาเดียวกัน ซึ่งเทียบได้กับ TV series, soap operas (soaps) เช่น แด่จิ้งกั่ม จอมใจ และละอองดาว เป็นต้น

๔. ละครที่ผลิตเป็นเรื่องยาวซึ่งมีความยาวตั้งแต่ต้นจนจบมากกว่า ๓ ชั่วโมงขึ้นไป จึงจำเป็นต้องแบ่งวันออกอากาศเป็น ๒ ภาค หรือบางเรื่องอาจมีความยาวมากถึง ๖ ชั่วโมง หรือมากกว่านั้น ก็อาจแบ่งออกอากาศฉายครั้งละ ๑ ชั่วโมง และออกอากาศติดต่อกันในเวลาเดียวกันในวันต่อไป หรือสัปดาห์ต่อไปเรื่อย ๆ จนจบเรื่อง หรือมักจะออกอากาศตั้งแต่ ๒-๘ ตอน ซึ่งเทียบได้กับ miniseries ในประเทศไทยไม่ค่อยมีรายการประเภทนี้ แต่ก็มีบ้างอย่างเช่นละครเทิดพระเกียรติที่ออกอากาศหลายวันในช่วงวันพ่อ หรือละครเปาบุ้นจิ้น

๕. ละคร ซึ่งแตกต่างจากโดยทั่ว ๆ ไป คือเป็นเรื่องจบในตอน ผู้แสดงจะไม่เป็นชุดเดียวกันตลอด เรื่องที่นำมาแต่ละตอนไม่เกี่ยวเนื่องกันเลย แต่แนวของเรื่องทุกเรื่องจะเป็นไปในทำนองเดียวกัน เช่น แนวเกี่ยวกับเรื่องลักลอบของขวัญ แนวเรื่องเกี่ยวกับตำนาน แนวเรื่องเกี่ยวกับเทพนิยาย ผู้เขียนบทอาจจะมีหลายคน แบ่งกันเขียนคนละตอนไป เช่น มิติพิศวาศ หรือแดนพิศวาศ เป็นต้น

๖. ละครประเภทละครตลก ขวัญหัว หรือเสียดสีสังคม ลักษณะการออกอากาศ จะออกอากาศเป็นประจำทุกสัปดาห์หรือทุกวันในเวลาเดียวกัน มักจะมีความยาวตอนละ ๓๐ นาที ลักษณะเป็น small one-act play ละครประเภทนี้ อาจจะแสดงสดในห้องส่ง พร้อมทั้งอัดเทปไปด้วย และมักจะแสดงต่อหน้าผู้ชมในห้องส่งที่เรียกว่า studio audience จึงไม่ใช่ฉากมากนัก อาจจะมีเพียง ๒-๓ ฉากใน ๑ ตอน มีผู้แสดงหลัก ๆ เพียง ๒-๓ คนเท่านั้น และผู้แสดงเป็นชุดเดียวกันโดยตลอด เช่น ละครเรื่อง เป็นต่อ บ้านนี้มีรัก รถด่วนขบวนสุดท้าย หรือบางรักซอยเก้า เป็นต้น

จากการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ทำให้เห็นว่าองค์ประกอบของละครโทรทัศน์โดยเฉพาะพล็อต ซึ่งถือเป็นประเด็นหลักในการกำหนดแนวทางและแผนการผลิตละครโทรทัศน์และองค์ประกอบอื่นๆ ในละครโทรทัศน์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักสำหรับเป็นการค้นหาพล็อตละครโทรทัศน์ รวมทั้งองค์ประกอบอื่นที่สามารถสร้างความชื่นชอบและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางการค้าเพื่อการส่งออก และการสร้างการรับรู้สินค้าต่างๆ ที่แทรกอยู่ในละครโทรทัศน์ รวมทั้งละครโทรทัศน์ยังทำหน้าที่เป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้กับประเทศไทย ผลที่ได้รับจากการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการผลิตละครโทรทัศน์ในฐานะสินค้าส่งออกในลักษณะของวัฒนธรรมบันเทิง

ตอนที่ ๗ แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมในการเลือกเปิดรับสาร

ข่าวสารเป็นสิ่งสำคัญต่อมนุษย์มีการใช้ข่าวสารเป็นเครื่องมือในการสนทนาในชีวิตประจำวัน เป็นข้อมูลในการวางแผนประกอบกิจการตัดสินใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมปัจจุบันเป็นสังคมข่าวสาร (the information society) ในการศึกษาครั้งนี้ได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารไว้ดังนี้

๗.๑ ความหมายของการเปิดรับข่าวสาร

การเปิดรับข่าวสารนั้น Becker (1972) ได้ให้ความหมายของการเปิดรับข่าวสารโดยจำแนกตามพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารคือ

๑. การแสวงหาข้อมูล (information seeking) กล่าวคือ บุคคลที่จะแสวงหาข้อมูลเมื่อต้องการให้มีความคล้ายคลึงกับบุคคลอื่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือเรื่องทั่ว ๆ ไป

๒. การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (information receptivity) กล่าวคือ บุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจ อยากรู้ สนใจ หากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้ความสนใจใฝ่อ่านหรือดูหรือฟังเป็นพิเศษ

นอกจากนี้ Atkin (1979) ได้กล่าวไว้ว่า การเปิดรับข่าวสารและการสื่อสารเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตมนุษย์ เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นและความต้องการของตน รวมทั้งความต้องการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความเข้าใจซึ่งกันและกัน ความต้องการการสื่อสารของมนุษย์นั้นเนื่องมาจากความไม่เข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไป ก็ย่อมต้องการข่าวสารเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น โดยการแสวงหาข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐาน ๔ ประการของมนุษย์ คือ ต้องรู้ในเหตุการณ์ ต้องการคำแนะนำในการปฏิบัติให้ถูกต้อง และต้องการข่าวสารนั้นเพื่อเสริมสร้างความมั่นคงให้ตนเอง

๗.๒ การเปิดรับละครโทรทัศน์

ละครโทรทัศน์นั้นสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั้ง ๔ ประการของมนุษย์ดังที่กล่าวไว้แล้วในรูปของการสอดแทรกลงในเนื้อหาละครโทรทัศน์ แต่ละครโทรทัศน์โดยพื้นฐานแล้วเป็นสื่อหลักที่สร้างความบันเทิงตอบสนองเรื่องความผ่อนคลาย เป็นหลัก ดังนั้นละครโทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่สร้างความบันเทิงและยังสามารถสอดแทรกข้อมูลข่าวสารเพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้รับได้ด้วยเช่นกัน

Westerwick (2015:261) กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมในการเปิดรับ โดยให้ความสำคัญไปในเรื่องของ การแสวงหาข่าวสารและการใช้สื่อ ซึ่งพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่ศึกษาในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาตามแนวคิดของ Westerwick ซึ่งได้กำหนดให้ ‘พฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ เป็นการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์’ ซึ่งประกอบด้วย ๒ ลักษณะสำคัญคือ

๑. ลักษณะของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ หมายถึง ความถี่ ลักษณะละครโทรทัศน์ที่ต้องการ และการใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงละครโทรทัศน์ เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจ ในการวิจัยนี้เป็นการสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

๒. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ หมายถึง การค้นหาละครโทรทัศน์และข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนผ่านช่องทางการสื่อสารคืออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล^๗

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปิดรับละครโทรทัศน์

โดยปกติแล้วคนทั่วไปมักจะมียุทธวิธีเลือกตามที่เราปรารถนาโดยส่วนใหญ่เลือกของที่สวยงามของที่ดี ของที่ชอบ ของที่ต้องการ นิยสในการชอบเลือกนี้มาจากการเรียนรู้และประสบการณ์ชีวิตของเรา ในการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน ในสถานการณ์ของการสื่อสารแต่ละสถานการณ์ โดยพื้นฐานแล้วนักวิชาการมักให้ความสนใจไปที่ ลักษณะทางประชากร ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ประมะ สตะเวทิน, ๒๕๓๘ :๑๑๔)

๗.๓ องค์ประกอบทางด้านประชากร

วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมาก ในกรณีของการเปิดรับละครโทรทัศน์นั้น สามารถจำแนกตามลักษณะของประชากร (demographic characteristics) (ประมะ สตะเวทิน, ๒๕๓๘: ๑๑๐-๑๑๖) ซึ่งอาจมีผลต่อการเปิดรับดังนี้

๑. เพศ (sex)

ในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผู้รับสารตามทฤษฎีประชากรศาสตร์ นักวิจัยยังให้ความสนใจกับความแตกต่างของพฤติกรรมในการเปิดรับสารระหว่างเพศหญิง และเพศชายด้วย แม้ว่าจะไม่พบความแตกต่างที่เด่นชัดมากเท่าอายุและการศึกษา แต่ก็มี ความแตกต่างอยู่บ้างระหว่างเพศหญิง และเพศชายในการเปิดรับสื่อสารมวลชน ตัวอย่างเช่นเพศหญิงใช้เวลาดูโทรทัศน์มากกว่าเพศชายในขณะที่เพศชายอาจนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า เป็นต้น

๒. อายุ (age)

อายุของผู้รับสารเป็นลักษณะประการหนึ่ง ที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร อายุทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิดเห็นและพฤติกรรม อายุต่างกันทำให้เลือกรับเนื้อหาของละครต่างกัน ซึ่งอาจออกมาในรูปของความสนใจ ความเชื่อ หรือพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ เป็นต้น

๓. การศึกษา (education)

นอกจากนี้ผู้ที่มีการศึกษาระดับหนึ่งอาจจะมึบทบาทหน้าที่ในการทำงานน้อยกว่าผู้ที่มีการศึกษาที่สูงกว่าที่มีบทบาทหน้าที่มากกว่าจึงทำให้เลือกรับละครโทรทัศน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งอายุกับการศึกษารวมกัน จะสามารถอธิบายความแตกต่างกันของพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ได้ดี

๔. สภาพสังคมและเศรษฐกิจ (social and economic status)

ทุกองค์กรหรือทุกหน่วยสังคม มีวัฒนธรรม หรือบรรทัดฐาน บทบาท คัดค้าน หรือความนิยม นับถือ ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อความเชื่อ ทศนคติ ความรู้ และพฤติกรรมของสมาชิกในสังคมในที่นี้รวมถึงรายได้และอาชีพเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ เช่นคนที่มีฐานะดี หรือรายได้สูง มักจะใช้สื่อ

^๗ เป็นผลจากการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน (๒๕๕๗)

อิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อสมัยใหม่มากขึ้น และการใช้สื่อสารมวลชนก็มักจะใช้เพื่อแสวงหาเรื่องราวข่าวสารที่หนักๆ เช่นการบ้านการเมือง ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจ รวมทั้งคนที่มีความชีพต่างกันย่อมมองโลก มีแนวความคิด ความเชื่อแตกต่างกันด้วยเช่นกัน

กล่าวสรุปโดย สภาพสังคม และเศรษฐกิจมีความสำคัญ และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ด้วยเช่นกัน เนื่องจากความแตกต่างทางด้านสังคม วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อทัศนคติ รวมถึงสภาพเศรษฐกิจ อาชีพและ ระดับรายได้ที่แตกต่างกัน จะเปิดรับข้อมูลข่าวสารและจากสื่อในรูปแบบที่แตกต่างกันไป

๗.๔ ทฤษฎีการเลือกและการเปิดรับสารผ่านละครโทรทัศน์

สำหรับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสารที่นำมาใช้คือ ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการในการเลือกรับสาร (selectivity process) ในการสื่อสารนั้นการเลือกของเรา มี ๔ ลักษณะ ซึ่งแต่ละลักษณะจะมีความเกี่ยวข้องเป็นขั้นตอนดังนี้ (Klapper, 1960: 56) คือการเลือกรับหรือการเลือกใช้ (selective exposure) การเลือกให้ความสนใจ (selective attention) การเลือกรับรู้และการเลือกตีความหมาย (selective perception and interpretation) และการเลือกจดจำ (selective retention) องค์ประกอบทั้งหมดนั้น พบว่าการเปิดรับสารมีปัจจัยทั้งในส่วนของผู้คน ตลอดจนสภาพทางสังคมและวัฒนธรรม อันทำให้เกิดการเปิดรับละครโทรทัศน์ของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน โดยจะมีการเปิดรับละครโทรทัศน์ตามทีบุคคลนั้นๆ ให้ความสนใจ หรือเลือกรับสารที่ตนเองคุ้นเคยได้ง่ายกว่า นอกจากนี้ยังมีผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมในการเปิดรับสามารถโน้มน้าวหรือจูงใจผู้รับสารได้ง่าย ดังนั้นอาจอธิบายได้ว่า ผู้ที่ชอบท่องเที่ยวก็จะเลือกรับละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ตนสนใจ และหากตนเองคุ้นเคยกับสิ่งใด เช่นคุ้นเคยกับสถานที่ท่องเที่ยวรวมทั้งวัฒนธรรมและธรรมชาติ อาจจะเลือกรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว รับรู้และเลือกจดจำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือธรรมชาติที่ปรากฏในละครโทรทัศน์นั้น และเมื่อมีโอกาสจึงนำข้อมูลที่จดจำไปประยุกต์ใช้ในการตัดสินใจไปเดินทางท่องเที่ยวหรือเกิดการต้องการสินค้าบางอย่างที่ตนเองรับรู้หรือจดจำมาจากละครโทรทัศน์ที่รับชม

ในการวางแผนการสื่อสารในเรื่องใดก็ตาม หากผู้ทำการสื่อสารมีข้อมูลข่าวสารเกี่ยวข้องกับ ผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นสภาพสังคม ลักษณะทางเศรษฐกิจ อาชีพ หรือระดับรายได้ ก็จะเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดเนื้อหาสาร (ละครโทรทัศน์) ให้เหมาะสมกับผู้รับหรือกำหนดเนื้อหาให้เหมาะสมกับสิ่งที่ต้องการให้เกิดในกลุ่มผู้รับ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงต้องมีการสำรวจพฤติกรรมในการเปิดรับความต้องการองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนสำหรับการออกแบบองค์ประกอบของละครโทรทัศน์เพื่อการส่งออกในโอกาสต่อไป

๗.๕ ความสัมพันธ์ของพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ ความต้องการพล็อต (plots) ละครโทรทัศน์และความต้องการเนื้อหา (contents) ละครโทรทัศน์

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และความต้องการตามเนื้อหาที่รับรู้ นั้นได้มีผู้ทำการศึกษาไว้เป็นจำนวนมาก โดยงานวิจัยเหล่านั้นค้นพบว่า คนทั่วไปมีแนวโน้มที่เลือกสื่อที่ตนเองสนใจหรือเห็นด้วย เกิดความต้องการเนื้อหาที่สื่อนำเสนอ และมีพฤติกรรมที่คล้ายตามเนื้อหาตามทีสื่อนำเสนอ (Garret, 2009a; Johnson, et al, 2009 Knobloch-Westervick and Meng, 2009; Kobayashi and Ikeda, 2009; Melican and Dixon, 2008 Knobloch-Westervick, Meng, 2012) โดยงานวิจัยในกลุ่มนี้ บางเรื่องยังได้ศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าการโน้มน้าวใจสามารถกระทำผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตได้เช่นกัน (Garret, 2009a; 2009; Johnson et al, 2009 and Perlmutter, 2008)

จากงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาภายใต้กรอบความสัมพันธ์ของตัวแปรพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้และความต้องการเนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ นั้น ปรากฏผลการศึกษา ดังนี้

๑. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๗)

๒. การรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลมีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๗)

๓. การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๘)

๔. การรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลมีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๘)

๕. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กับความตระหนักรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ และความตระหนักรู้ด้านความรู้ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อภาวะโลกร้อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๑)

ถึงแม้ว่าผลการวิจัยข้างต้นจะเป็นการยืนยันความสัมพันธ์ของการเปิดรับกับการรับรู้ หรือความสัมพันธ์ของการเปิดรับกับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมในสถานการณ์ที่แตกต่างกัน แต่ก็สามารถมองเห็นทิศทางของข้อสันนิษฐานความสัมพันธ์ของทั้ง ๓ ตัวแปร ในการวิจัยครั้งนี้คือ

ข้อสันนิษฐาน ‘พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม’

ข้อสันนิษฐาน ‘การเปิดรับพล็อต (plots) มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม’

ซึ่งข้อสันนิษฐานนี้จะได้นำไปเป็นแนวทางในการค้นหาคำตอบในบทที่ ๖ ต่อไป

ตอนที่ ๘ แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติถือเป็นสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดเรื่องทัศนคติมาอธิบายประกอบกับบริบทการเปิดรับข่าว เพื่อให้เห็นถึงทิศทางและแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมของผู้รับสารโดยได้รวบรวมไว้ดังนี้

๘.๑ ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประสาทของมนุษย์ได้สัมผัสกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อน นั่นคือรับรู้สิ่งนั้นก่อน ถ้าจิตใจเกี่ยวข้องกับสิ่งนั้นก็ทำให้เกิดความรู้สึกตั้งแต่ขั้นต้น ๆ จนถึงขั้นสูงคือเกิดความสนใจ ความซาบซึ้งใจ และเกิดทัศนคติในที่สุด การวัดว่าสิ่งใดมีลักษณะอย่างไรรันนั้น ต้องทำความเข้าใจนิยามก่อนว่าสิ่งนั้นคืออะไร และทัศนคติก็เช่นเดียวกันมีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลายได้แก่

Allport (1935 อ้างถึงใน ล้วน สายยศ: ๒๕๔๓) ได้ให้ความหมายของ ทศนคติ (attitudes) ไว้ว่า เป็นสภาพความพร้อมของจิตใจ ซึ่งเกิดขึ้นได้โดยประสบการณ์ สภาพความพร้อมนี้เป็นแรงพยายามที่จะกำหนดทิศทางหรือปฏิกิริยาต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งนั้น ๆ

Thurestone (1946) กล่าวว่า ทศนคติเป็นระดับความมากน้อยของความรู้สึกในด้านบวกหรือลบที่มีต่อสิ่งหนึ่งซึ่งอาจจะเป็นอะไรก็ได้เป็นต้นว่า สิ่งของ บุคคล บทความ องค์การ ความคิด ความรู้สึกเหล่านั้นแสดงให้เห็นความแตกต่างว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

Cambell (1950) ให้ความหมายของทศนคติว่า เป็นอาการรู้สึกตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างคงเส้นคงวา

Katz (1960 อ้างถึงใน ล้วน สายยศ: ๒๕๔๓) กล่าวว่า ทศนคติ คือความสมัครใจอย่างแน่วแน่ที่จะประเมินวัตถุ สิ่งของหรือสัญลักษณ์ของวัตถุสิ่งของนั้น ๆ

Bem (1970 อ้างถึงใน ล้วน สายยศ: ๒๕๔๓) นิยาม ทศนคติ ว่าเป็นความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบของบุคคลต่อที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Triandis (1971) กล่าวว่า ทศนคติ เป็นความคิดที่เต็มไปด้วยความรู้สึกซึ่งพร้อมที่จะปฏิบัติการอย่างหนึ่งต่อสถานการณ์เฉพาะอย่าง

จากความหมายทั้งหมดที่กล่าวมาแล้วสามารถสรุปได้ว่า ทศนคติคือ ความรู้สึกและความคิดเห็นที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล สถานการณ์ สถาบัน และข้อเสนอใด ๆ ในทางที่จะยอมรับหรือปฏิเสธซึ่งมีผลทำให้บุคคลพร้อมที่จะปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดต่อสถานการณ์ บุคคล สถาบันหรือข้อเสนอต่าง ๆ นั้น และทศนคติของเยาวชนที่มีต่อละครโทรทัศน์นั้น อาจหมายถึงการที่ประชาชนในกลุ่มอาเซียนมีความรู้สึก หรือมีความคิดเห็นต่อละครในทางที่ดีหรือไม่ดี ซึ่งส่งผลให้มีการยอมรับและไม่ยอมรับและความพร้อมที่จะปฏิบัติการอย่างหนึ่งอย่างใดต่อละครเรื่องนั้น เช่น ถ้ามีการยอมรับละครเรื่องนั้น ๆ ก็อาจแสดงออกโดยการติดตามชมทุกวันหรือมีการนำแนวคิดที่ได้จากละครไปเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิต และถ้าหากไม่มีการยอมรับก็จะไม่ชมละครเรื่องนั้นหรือมีการแสดงออกถึงการต่อต้านด้วยการพูดถึงแต่ด้านลบของละครเรื่องนั้น ๆ

จากความหมายของทศนคตินั้น ทำให้สังเกตได้ว่า ทศนคติจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ด้วยตัวเอง แต่ทศนคติจำเป็นต้องเกิดขึ้นหลังจากที่มนุษย์ได้สัมผัสกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งก่อนเสมอ ส่งผลให้ทศนคติมีลักษณะเป็นจิตลักษณะตามสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

๘.๒ องค์ประกอบของทศนคติ

จากความหมายของทศนคติ ซึ่งนักจิตวิทยาสังคมได้ให้ความหมายไว้นั้น แสดงให้เห็นว่า ทศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ของมนุษย์ซึ่งโดยทั่วไปประกอบด้วย องค์ประกอบ ๓ ประการ ได้แก่ (Rosenberg and Hovland: 1960)

๑).องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ หรือ ความเชื่อ (cognitive component or beliefs)

องค์ประกอบทางด้านความรู้ ความเข้าใจ หรือความเชื่อ เกี่ยวกับสิ่งที่บุคคลจะมีทศนคติว่า สิ่งนั้นเป็นสิ่งดีมีประโยชน์หรือเลวมีโทษ เป็นองค์ประกอบแรกของการมีทศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ถ้าบุคคลไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เลย บุคคลจะมีทศนคติต่อสิ่งนั้นไม่ได้ เช่น ชาวชนบทผู้หนึ่งไม่เคยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับ ‘ดาวเทียม’ เลยจึงไม่ทราบว่าดาวเทียมคืออะไร ดังนั้นเขาจึงมีทศนคติต่อดาวเทียมไม่ได้ หรือการที่บุคคลจะบอกได้ว่าชอบพฤติกรรมที่แสดงในละครหรือชอบเรื่องราวของละครโทรทัศน์เรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือไม่ บุคคลนั้นจะต้องรู้จักหรือเคยได้รับชมละครโทรทัศน์เรื่องนั้นมาบ้าง

จึงจะรู้จักและสามารถบอกได้ว่ารู้สึกอย่างไรต่อละครเรื่องนั้น ความรู้หรือความเชื่อนี้เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้วจึงเข้ามามีอิทธิพลต่อการตีความสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล ความรู้หรือความเชื่อนี้อาจถูกหรือผิดก็ได้

๒). องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component or emotion)

องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้นักจิตวิทยาสังคมบางคนใช้คำว่า องค์ประกอบด้านอารมณ์ เป็นการแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อสิ่งที่เรามิทัศนคติ สิ่งที่เป็นเครื่องชี้ขาดว่าบุคคลจะมีความรู้สึกหรืออารมณ์อย่างไรต่อสิ่งที่เขามิทัศนคตินั้นก็คือความเข้าใจ ความเชื่อและประสบการณ์ต่อสิ่งนั้น ๆ (ผลจากองค์ประกอบที่ ๑) หรือเมื่อบุคคลบางคนมีความเชื่อว่าพ่อค้าจะต้องเอาเปรียบลูกค้าโดยเห็นแก่กำไรเกินควรและลักษณะนี้เป็นลักษณะที่เขาไม่ยอมรับ บุคคลก็จะมีความรู้สึกทางลบต่อพ่อค้าบางคน ซึ่งบางครั้งบุคคลอาจแสดงความรู้สึกทางลบต่อบางสิ่งบางอย่างโดยที่เขาเองไม่รู้สึกรู้สิดำเนินการจากความคับแค้นใจที่บุคคลเก็บไว้ในจิตใจไว้สำนึก สิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อทัศนคติอย่างยิ่ง โดยสามารถนำมาอธิบายในวงการละครโทรทัศน์ได้เช่นกันว่า เมื่อบุคคลเชื่อว่าสิ่งที่ละครโทรทัศน์นำเสนอเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เนื่องจากละครโทรทัศน์ใช้ดาราที่ตนเองเชื่อถือหรือชื่นชอบมาเป็นผู้นำเสนอ หรือเชื่อว่าการออกโทรทัศน์เป็นสิ่งที่พิเศษและได้มีการคัดเลือกว่าจะมีการนำเสนอ บุคคลนั้นก็จะเกิดความรู้สึกยอมรับทุกสิ่งทุกอย่างที่ละครโทรทัศน์นำเสนอ

๓). องค์ประกอบด้านพฤติกรรมหรือการแสดงออก (behavioral component or emotion or actions)

เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของทัศนคติ เป็นความพร้อมที่จะแสดงออกต่อสิ่งที่ตนเองมีทัศนคติในทางบวกหรือทางลบ การแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งที่บุคคลมีทัศนคติได้รับอิทธิพลจากความรู้ ความเชื่อ (องค์ประกอบที่ ๑) และความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น (องค์ประกอบที่ ๒) เช่น บุคคลมีความเชื่อว่าพ่อค้าเป็นคนเอาเปรียบลูกค้าเพราะค้ากำไรเกินควร เขาเกิดความรู้สึกไม่ชอบพ่อค้าเพราะความเชื่อดังกล่าว การแสดงออกของเขาคือไม่สามารถสนิทสนมกับพวกพ่อค้าหรือแจ้งตำรวจทราบทันทีเมื่อพบว่าพ่อค้าคนใดกักตุนสินค้า หรือในกรณีของการเลือกรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ บุคคลก็จะเลือกเปิดรับจากละครที่นำเสนอเนื้อเรื่องโดยบุคคลที่ตนเองชอบหรือเกิดการกระทำตามหรือเลียนแบบบุคคลที่ตนเองชื่นชอบ ตามการนำเสนอของละครเรื่องนั้น ๆ

๔.๓ ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะของทัศนคติ ส่วนใหญ่มักขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของทัศนคติด้านองค์ประกอบทางด้านการรู้ความรู้สึกและความพร้อมที่จะแสดงออกของพฤติกรรม เป็นหลัก ซึ่งลักษณะของทัศนคติดังนี้คือ (Sax: 1980)

๑) ทัศนคติมีทิศทาง

ทัศนคติมีทิศทางในลักษณะที่ดี – ไม่ดี ชอบ – ไม่ชอบ หรือทางลบทางบวกในสิ่งนั้น (เป็นลักษณะของทัศนคติขององค์ประกอบทางด้านการรู้ความรู้สึก) เช่นไม่ชอบการดูละครโทรทัศน์ในแนวบู๊ล้างผลาญแต่ชอบดูในลักษณะที่เป็นแนวรักโรแมนติก เป็นต้น

๒). ทัศนคติมีปริมาณ

ทัศนคติมีปริมาณ คือ ปริมาณการชอบ – ไม่ชอบว่า มีระดับมากน้อยเพียงใด คือ ชอบมาก ชอบน้อย หรือไม่ชอบเลย เป็นต้น (เป็นลักษณะของทัศนคติขององค์ประกอบทางด้านการรู้ความรู้สึก) เช่นชอบดูละครโทรทัศน์ในแนวบู๊ล้างผลาญมากที่สุด เป็นต้น

๓). ทศนคติมีความเข้ม

ทศนคติมีความเข้ม คือ มีลักษณะอื่น ๆ ของทศนคติเข้ามาประกอบ ทำให้เกิดความเข้มงวด ส่วนมากมักมีสิ่งอื่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ความมั่นใจ หรือความสำคัญของจุดมุ่งหมายที่มีต่อสิ่งนั้น เช่น ทศนคติที่มีต่อบิถัมภ์ของเราย่อมเข้มขึ้นกว่าทศนคติต่อบิถัมภ์ของคนอื่น เนื่องจากบิถัมภ์ของเราที่มีความสำคัญมากกว่าบิถัมภ์ของคนอื่น ๆ หรือมีทศนคติที่ดีต่อดาราที่ตนเองนิยมมากกว่าดาราคคนอื่น ๆ

๔). ทศนคติมีความตรงกันข้ามหรือมีลักษณะที่เป็นกลาง ๆ

ทศนคติมีความตรงกันข้ามหรือมีลักษณะที่เป็นกลาง ๆ คือ บางครั้งเรามีทศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วชอบและไม่ชอบพอ ๆ กัน หรือมีความรู้สึกตรงกันข้ามเท่า ๆ กัน เราจะอยู่ตรงกลางในสิ่งนั้นไม่รู้ว่าเราจะชอบหรือไม่ชอบ ซึ่งทำให้เกิดความขัดแย้งใจขึ้นได้

๕). ทศนคติมีความเด่น

ทศนคติมีความเด่น คือความพร้อมที่จะแสดงทศนคติหรือแสดงพฤติกรรมตอบโต้ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่นเราเป็นคนไทยนับถือศาสนาพุทธ หากมีคนในศาสนาอื่นมาว่าศาสนาพุทธไม่ดีเราก็พร้อมที่จะตอบโต้

๘.๔ การเปลี่ยนแปลงทศนคติ

ถึงแม้ว่าทศนคติจะสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ และเป็นสิ่งที่สร้างขึ้นแล้วมักจะติดตัวบุคคลนั้นไป แต่ทศนคติก็เป็นสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งในการเปลี่ยนแปลงทศนคตินั้นสามารถเกิดขึ้นได้จาก

๑) การแนะนำให้เปลี่ยน

ในการรับชมละครโทรทัศน์นั้น บุคคลใกล้ชิด เช่น เพื่อนหรือบุคคลในครอบครัวอาจแนะนำให้ลองเปลี่ยนแนวการรับชมละครโดยให้มีการเปิดรับในเรื่องที่ไม่ก่อให้เกิดความก้าวร้าวหรือเกิดพฤติกรรมทางเพศ

๒). การใช้ความคิดเห็นของกลุ่มเป็นตัวชี้แนะ

กลุ่มเพื่อนสามารถให้ข้อมูลหรือความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่แฝงมากับละครแต่ละชนิด หรืออาจบอกให้ทราบว่า คนส่วนใหญ่เขาปฏิบัติอย่างไร หรือแนะนำให้เห็นอิทธิพลหรือผลเสียของละครที่กำลังเปิดรับ แต่ควรจะเป็นความเข้าใจโดยไม่มีการบังคับ แต่สามารถทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกขึ้นมาเองว่าสมควรจะปรับเปลี่ยนทศนคติเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มอื่นหลังจากที่ได้รับคำแนะนำแล้ว

๓). การอภิปรายกลุ่ม

การอภิปรายกลุ่มเป็นการจัดให้บุคคลในวัยเดียวกันได้มาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยมีผู้นำอภิปรายซึ่งอาจเป็นผู้ทรงคุณวุฒิหรืออาจารย์ผู้สอนก็จะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทศนคติได้ โดยสิ่งที่นำมาอภิปรายจะต้องดัดแปลงให้เหมาะสมกับผู้รับจนทำให้การอภิปรายนั้นสามารถให้เกิดการเปลี่ยนทศนคติได้

๔). ใช้ข้อมูลข่าวสาร

ในการปรับเปลี่ยนทศนคติสามารถใช้บทความที่ไม่ยากไม่ยุ่งยากเกินไปทำให้น่าอ่าน และเหมาะสมกับผู้รับ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะมีการตีพิมพ์แจกแล้วบอกว่าเป็นสารที่มาจากบุคคลที่มีความสำคัญหรือเป็นบุคคลที่ได้รับการยอมรับหรือชื่นชมในหมู่เยาวชน ก็อาจจะทำให้เยาวชนเปลี่ยนแปลงทศนคติในเรื่องนั้น ๆ ได้

๕). การปลูกฝังความเชื่อ

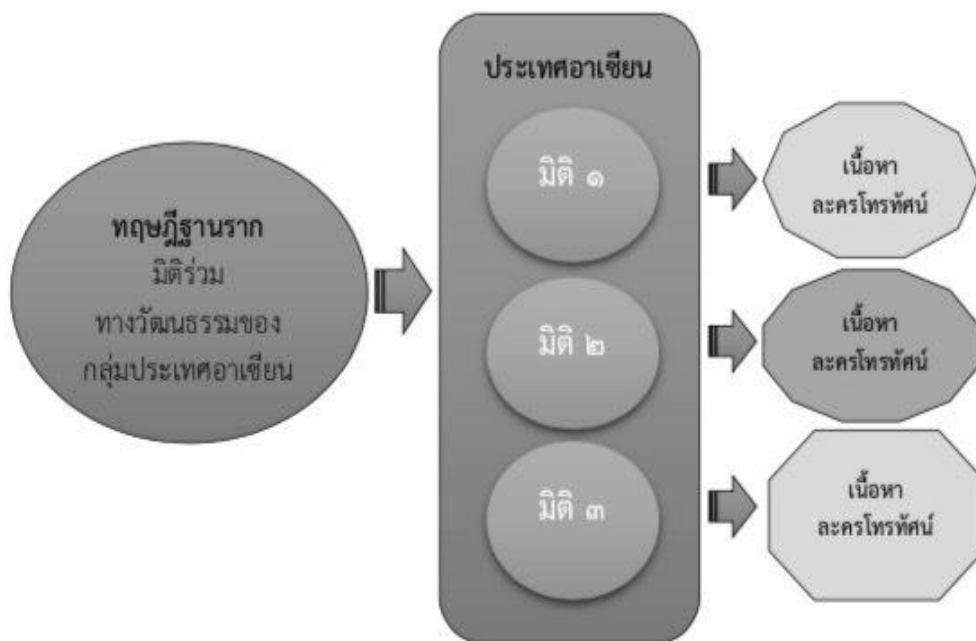
การปลูกฝังความเชื่อสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การอบรมเลี้ยงดู แต่วิธีนี้ต้องใช้ระยะเวลายาวนานและต้องกระทำตั้งแต่ยังเป็นเด็ก วิธีนี้อาจจะต้องอาศัยครอบครัวเป็นผู้กระทำและอาจจะกระทำอย่างต่อเนื่องด้วย

บุคคลแต่ละคนมีกระบวนการในเลือกรับข่าวสารต่างกัน ไป คือมีการเลือกเปิดรับข่าวสารขึ้นอยู่กับความสนใจ และสอดคล้องกับทัศนคติของแต่ละบุคคล

อย่างไรก็ตามการศึกษาทางด้านการสื่อสารมวลชน ได้ให้ความสำคัญต่ออิทธิพลการเลือกเปิดรับสื่อ และยังได้ศึกษาเพิ่มเติมจากอิทธิพลของทัศนคติต่อพฤติกรรมการเลือกรับเนื้อหาไปสู่ลักษณะทางจิตใจอื่นของบุคคล เช่น การแสดงพฤติกรรมก้าวร้าวของมนุษย์ โดยมีผู้ให้ความเห็นว่าการที่เยาวชนชอบเปิดรับรายการที่มีลักษณะก้าวร้าวรุนแรงนั้น แสดงให้เห็นว่าเยาวชนผู้นั้นจะต้องมีลักษณะทางจิตใจบางอย่างที่เป็นตัวกำหนดหรือก่อให้เกิดความพอใจรายการประเภทก้าวร้าว นั้น ดังจะเห็นได้จากงานวิจัยของ Atkin, et.al. (1979) ที่สรุปว่าพฤติกรรมก้าวร้าวที่ปรากฏแทรกซึมในลักษณะของเนื้อหาละครโทรทัศน์นั้นย่อมนำไปสู่การหล่อหลอมบ่มเพาะพฤติกรรมในผู้ชมหรือผู้รับสาร ซึ่งพฤติกรรมก้าวร้าวนี้เองที่เป็นสาเหตุหนึ่งของพฤติกรรมในสังคม ดังนั้นการที่ประชาชนเปิดรับรายการละครไทยในปริมาณมาก ๆ ก็สามารถก่อให้เกิดผลในการเพิ่มขึ้นของการถูกชักจูงใจได้ด้วยเช่นกัน

ตอนที่ ๙ กรอบการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทำให้นำมาสู่ข้อสรุปของกรอบการวิจัยของงานวิจัยในครั้งนี้นำแสดงเป็นแผนภูมิต่อไปนี้



ตอนที่ ๑๐ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตามปกติแล้วการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากด้วยตัวของงานวิจัยเองเป็นจุดเริ่มต้นของการวิจัย จากการศึกษาค้นคว้าการวิจัยฐานรากส่วนใหญ่มักเกิดจากงานวิจัยที่ผู้วิจัยได้กระทำมาก่อนในลักษณะของโครงการนำร่อง (pilot projects) ภายใต้ร่มเดียวกันเพื่อนำผลสร้างสมมติฐานชั่วคราว

งานวิจัยหลักที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเทศอาเซียน^๔ มาสังเคราะห์เพื่อสร้างชุดมโนทัศน์ (concepts) แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนและได้ใช้ผลการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาในหาพฤติกรรมการเปิดรับ การรับรู้และความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล โดยศึกษาภายใต้บริบทของการท่องเที่ยว เพื่อนำผลมาสร้างเป็นสมมติฐานชั่วคราวเพื่อเป็นกรอบสำหรับดำเนินการพิสูจน์ทดสอบเพื่อการพัฒนาสู่ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังได้นำผลการวิจัยเรื่องอื่นๆ ที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับการเรียนรู้และการตีความในบริบทของละครโทรทัศน์และเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม มาเป็นแนวทางในการวางข้อสันนิษฐานเพื่อค้นหาความเชื่อมโยงของมิติร่วมทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นหัวใจของการศึกษาในครั้งนี้ ดังนั้นงานวิจัยหลักที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจึงเป็นงานวิจัยทั้งหมดของผู้วิจัย โดยแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม ดังนี้

งานวิจัยหลักที่เกี่ยวข้อง

๑. งานวิจัยที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยสากล ประกอบด้วย ๔ เรื่อง คือ

๑). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๕) การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล มีวัตถุประสงค์หลักคือ ๑. เพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องของวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมสากล ๒. เพื่อจัดอันดับความสำคัญของวัฒนธรรมไทยสากลภายใต้บริบทของการสื่อสาร ๓. เพื่อศึกษาความมีอยู่จริงของวัฒนธรรมไทยที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมสากล ๔. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการใช้วัฒนธรรมไทยสากลในการสื่อสารการท่องเที่ยว งานวิจัยเริ่มด้วยการรวบรวมวัฒนธรรมสากลตามกรอบแนวคิดของนักมานุษยวิทยาชื่อจอร์จ เมอร์ด็อก (1945) วิเคราะห์หาความสอดคล้องของวัฒนธรรมไทยกับวัฒนธรรมสากลโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายอาชีพ จำนวน ๗ คน คัดเลือกวัฒนธรรมไทยสากลได้จำนวน ๑๑ เรื่อง นำวัฒนธรรมไทยกลุ่มนี้ไปเป็นหัวข้อสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน ๕ คน เพื่อหาความมีอยู่จริงและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลไปสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและกรุงเทพมหานคร จำนวน ๖๒๕ คน เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ของวัฒนธรรมไทยสากลในการสื่อสารสำหรับการรับรู้ ทัศนคติและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า มีเพียง ๙ เรื่อง ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่า มีกิจกรรมที่สามารถนำมาทำการสื่อสารได้ระดับมากคือ วัฒนธรรมการทำอาหาร การถักทอ พลุกซาศาสตร์พื้นฐาน การเต้นรำ ศิลปะตกแต่ง คติชาวบ้าน การบำบัดโรค การแต่งงานและการศึกษา ตามลำดับ และมีกิจกรรมจำนวน

๒). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๗) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน วัตถุประสงค์ประกอบด้วย ๑. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ๒. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสารและการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ๓. เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ๔. เพื่อศึกษาระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ๕. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนในกลุ่ม

^๔ รายละเอียดในบทที่ ๔

ประเทศอินโดจีนที่มีต่อวัฒนธรรมไทยสากลที่สร้างให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในประเทศไทย ๖. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยกับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ๗. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลกับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน สมมติฐานการวิจัยที่ ๑ การรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ สมมติฐานที่ ๒ การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ สมมติฐานที่ ๓ การรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลมีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ กลุ่มตัวอย่างจำนวน ๑,๔๒๐ คน จากประเทศกัมพูชา จำนวน ๓๓๐ คน ประเทศลาว จำนวน ๓๙๕ คน ประเทศเมียนมา จำนวน ๓๘๕ คน และประเทศเวียดนาม จำนวน ๓๑๐ คน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มประเทศอินโดจีนโดยรวมมีความถี่การท่องเที่ยวในประเทศใน ๑ ปี คือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสยกเว้นเมียนมามีความถี่ในการท่องเที่ยว ๑-๒ ครั้ง/ปี กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีความถี่ในการท่องเที่ยวต่างประเทศใน ๑ ปี คือ ๑-๒ ครั้ง/ปี และเดินทางไปเอง ยกเว้นเวียดนามที่ส่วนใหญ่ชอบไปกับกลุ่มทัวร์ กลุ่มตัวอย่างโดยรวมมีลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยวกับครอบครัวยกเว้นกัมพูชาส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อน กลุ่มตัวอย่างโดยรวมชอบธรรมชาติยกเว้นเวียดนามส่วนใหญ่ชอบท่องเที่ยวเมือง/เทคโนโลยี/แหล่งบันเทิง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปผ่านช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสื่อวิทยุโทรทัศน์ และน้อยที่สุดคือสื่อวิทยุกระจายเสียง เมื่อพิจารณารายประเทศพบว่ากัมพูชาและเวียดนามส่วนใหญ่รู้จักและค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ลาวส่วนใหญ่รู้จักและค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางวิทยุโทรทัศน์ เมียนมาส่วนใหญ่รู้จักและค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางสื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างโดยรวมเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสื่อวิทยุโทรทัศน์ และน้อยที่สุดคือสื่อวิทยุกระจายเสียง และเมื่อพิจารณารายประเทศพบว่ากัมพูชาและเวียดนามส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต ลาวส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางสื่อวิทยุโทรทัศน์ และเมียนมาส่วนใหญ่รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านทางสื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าคนทั่วไปในประเทศตนเองรู้จักวัฒนธรรมไทยสากล เมียนมามีจำนวนผู้ที่รู้จักวัฒนธรรมไทยสากลมากที่สุด โดยรวมกลุ่มตัวอย่างรู้จักอาหารไทย รองลงมาคือสิ่งของตกแต่งบ้านแบบไทยและรู้จักพืชพื้นบ้านของไทยน้อยที่สุด เมื่อพิจารณารายประเทศพบว่ากัมพูชา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักสิ่งของตกแต่งบ้านของไทย ส่วนลาว เมียนมาและเวียดนามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักอาหารไทย

เมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลในระดับปานกลาง และหากพิจารณารายกิจกรรมแล้วพบว่า กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการในระดับสูงคือกิจกรรมเยี่ยมชมการวาดภาพเพื่อตกแต่งบ้านแบบไทย การเข้าเรียนระยะสั้นในมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน และการเรียนหรือการฝึกอาชีพ

การทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า ในภาพรวมวัฒนธรรมไทยสากลสามารถสร้างให้กลุ่มตัวอย่างจากประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาและเวียดนาม เกิดความต้องการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ ช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้

๓). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๘) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท วัตถุประสงค์ประกอบด้วย ๑. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท ๒. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อข่าวสารการท่องเที่ยวไทยของประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท ๓. เพื่อศึกษาทัศนคติต่อวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท ๔. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท ที่มีต่อวัฒนธรรมไทยสากลที่สร้างให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในประเทศไทย ๕. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยกับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท ๖. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับวัฒนธรรมไทยสากลกับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท

สำรวจความเห็นของกลุ่มตัวอย่างในเมืองหลวงโจฮันเนสเบิร์กและกรุงพิตทรอเลียของประเทศแอฟริกาใต้ จำนวน ๔๖๔ คน และกรุงมาเซรูของราชอาณาจักรเลโซโท จำนวน ๔๕๖ คน ผลการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างในแอฟริกาใต้ มีลักษณะท่องเที่ยวในและต่างประเทศแบบไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส เดินทางไปเที่ยวเองกับเพื่อน ชอบท่องเที่ยวแบบเมืองเทคโนโลยีหรือแหล่งบันเทิง ส่วนกลุ่มตัวอย่างจากประเทศราชอาณาจักรเลโซโท มีลักษณะการท่องเที่ยวแบบ ๑ - ๒ ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่ไม่เคยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ แต่มีโอกาสดูท่องเที่ยวกับครอบครัวและชอบท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ทั้งสองประเทศรู้จักสถานที่ท่องเที่ยว อันดับหนึ่งจากสื่ออินเทอร์เน็ต อันดับที่สองจากสื่อวิทยุโทรทัศน์ อันดับสามจากสื่อวิทยุกระจายเสียง สื่อบุคคล และสื่อหนังสือพิมพ์

ระดับความคิดเห็นของประชาชนแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโทที่มีต่อวัฒนธรรมไทยสากลที่ก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .๐๕ กล่าวคือชาวแอฟริกาใต้มีความเห็นว่าวัฒนธรรมไทยสากลสามารถสร้างการรับรู้เรื่องการท่องเที่ยวได้ดีโดยเฉลี่ยสูงกว่าประชาชนราชอาณาจักรเลโซโทเกือบทุกเรื่อง

การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กับระดับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ กล่าวได้ว่าการรู้จักวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนชาวแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโทขึ้นอยู่กับช่องทางการค้นหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทย

การรู้จักวัฒนธรรมไทยสากลมีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเข้าร่วม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลประชาชนในประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ อีกนัยหนึ่งคือความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลขึ้นอยู่กับการรู้จักวัฒนธรรมไทยสากลทุกด้าน

๔). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๙) พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย วัตถุประสงค์ในการวิจัยประกอบด้วย ๑. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ๒. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสารและการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ๓. เพื่อศึกษาการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ๔. เพื่อศึกษาระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ๕. เพื่อเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียที่มีต่อวัฒนธรรมไทยสากลที่สร้างให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในประเทศไทย ๖. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยกับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ๗. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลกับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียโดยรวมมีความถี่การท่องเที่ยวในประเทศใน 1 ปี ไม่นานจนแล้วแต่โอกาส กลุ่มตัวอย่างในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียส่วนใหญ่รู้จักและค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวผ่านช่องทางสื่ออินเทอร์เน็ต ชาวมาเลเซียและอินโดนีเซียรู้จักวัฒนธรรมไทยสากลมากที่สุดคือ วัฒนธรรมไทยสากลอาหาร ชาวมาเลเซียต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลมากที่สุดคือรำไทย ส่วนชาวอินโดนีเซียต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลมากที่สุดคือการท่องเที่ยวตลาดเสาร์อาทิตย์จตุจักร และพบว่าช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไทยและการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของชาวมาเลเซียและอินโดนีเซียมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 หรือกล่าวได้ว่าการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลขึ้นอยู่กับช่องทางการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย

๒. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเปิดรับ การรับรู้ การตีความ ประกอบด้วย ๒ เรื่องคือ

๑). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๐) จิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นในการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ ของเยาวชนไทย: การสร้างมโนทัศน์พื้นฐาน การประเมินและการพัฒนาวัตถุประสงค์ประกอบด้วย ๑. เพื่อศึกษาและค้นหาจิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย ๒. เพื่อสร้างมโนทัศน์พื้นฐานเกี่ยวกับจิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย ๓. เพื่อสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดจิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย ๔. เพื่อวัดและประเมินระดับของจิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย และ ๕. เพื่อทดสอบและพัฒนาโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือเยาวชนชายหญิงที่ศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ภาคเรียนที่สอง ปีการศึกษา ๒๕๔๙ จำนวน ๑,๘๐๘ คน โดยสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการศึกษาจากเอกสารตำรางานวิจัย การสังเคราะห์งานวิจัยและวิธีการสำรวจ ผลการทดสอบและพัฒนาโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ของเยาวชนไทย พบว่าเยาวชนที่มีการเลือกรับรู้หรือตีความพฤติกรรมก้าวร้าวและพฤติกรรมทางเพศ

ตามที่ละครโทรทัศน์นำเสนอ จะมีจิตลักษณะในระดับต่ำโดยสามารถทำนายการเลือกรับรู้หรือตีความพฤติกรรมก้าวร้าวและพฤติกรรมทางเพศที่ระดับนัยสำคัญ.๐๕ ซึ่งสรุปได้ว่า เยาวชนที่เลือกรับรู้หรือตีความพฤติกรรมก้าวร้าวและพฤติกรรมทางเพศตามที่ละครโทรทัศน์นำเสนอ ส่วนใหญ่มีความวิตกกังวลอยู่ในระดับสูง มีความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ความมุ่งมั่นอนาคต-ควบคุมตน ความเชื่ออำนาจในตน และมีทัศนคติต่อละครโทรทัศน์ในระดับต่ำ โดยองค์ประกอบด้านทัศนคติต่อละครโทรทัศน์ในระดับต่ำนั้น พบว่า มีองค์ประกอบด้านความตระหนักถึงผลดีผลเสียของละครโทรทัศน์อยู่ในระดับต่ำ แต่มีความรู้สึกพอใจละครโทรทัศน์และมีความพร้อมที่จะปฏิบัติตามสิ่งที่ละครโทรทัศน์นำเสนอในระดับสูง

๒). กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๑) การเปิดรับข่าวสาร ความตระหนักและรูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนไทยเกี่ยวกับ “ภาวะโลกร้อน” วัตถุประสงค์ประกอบด้วย ๑. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนของเยาวชนไทย ๒. เพื่อศึกษาความตระหนักเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนของเยาวชนไทย ๓. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนไทยที่ส่งผลต่อภาวะโลกร้อน ๔. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนและความตระหนักเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนของเยาวชนไทย ๕. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักของเยาวชนไทยเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนและรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อภาวะโลกร้อน เก็บข้อมูลด้วยวิธีการ สทนากลุ่ม สํารวจด้วยแบบสอบถาม จำนวน ๒, ๕๗๐ คน และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนนั้น เยาวชนส่วนใหญ่เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนทางสื่อโทรทัศน์ มีการเปิดรับแบบจบบ้างไม่จบบ้าง มีความเข้าใจบ้าง มีการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนบางครั้ง มีความเห็นว่าข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนมีความเพียงพอปานกลาง ส่วนรูปแบบการดำเนินชีวิตพบว่า เยาวชนไทยส่วนใหญ่ยังมีรูปแบบในการดำเนินชีวิตที่ลดภาวะโลกร้อนในลักษณะทำบ้างไม่ทำบ้างโดยที่สิ่งทำมากที่สุดคือ ไม่ช่วยโรงเรียนประหยัด น้ำ ไฟฟ้า และเปิดไฟฟ้านอนตอนกลางคืน ส่วนความตระหนักเกี่ยวกับภาวะโลกร้อน พบว่า เยาวชนไทยรู้ว่าการตัดไม้ทำลายป่าจะทำให้หน้าท่วมโลกในอนาคตได้ อากาศที่ร้อนขึ้นมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการเผาขยะ และเยาวชนตอบผิดมากที่สุดคือการทำฟาร์มสัตว์ส่งผลให้อากาศร้อนขึ้นในแต่ละปี เยาวชนมีความต้องการให้ดาราคาเป็นพรเซ็นเตอร์ในการรณรงค์ลดภาวะโลกร้อน โดยให้มีการเสนอทางสถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง ๗ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับภาวะโลกร้อนมีความสัมพันธ์กันกับความตระหนัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ และความตระหนักด้านความรู้ มีความสัมพันธ์กันกับรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อภาวะโลกร้อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑

งานวิจัยทั้ง ๖ เรื่องนี้ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างสมมติฐานในการวิจัยและข้อสันนิษฐานในการดำเนินการวิจัย ดังจะปรากฏในบทต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเทศอาเซียน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับละครในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางการวิจัยได้ดังนี้

อัมพร จิรัฐติกร (๒๕๕๘) งานวิจัยเรื่อง การศึกษาเรื่องการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม ในช่วงหลายปี ที่ผ่านมานี้ ได้เกิดความนิยมสื่อบันเทิงของไทยเกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศใน ภูมิภาคอาเซียนและรวมถึงประเทศจีน ในส่วนของละครโทรทัศน์ของไทยพบว่ามีหลายประเทศใน ภูมิภาคที่นำละครไทยไปเผยแพร่ในช่องทางสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งนำละครไทยไปแปล ใส่คำบรรยายในภาษาท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ใน

สื่ออินเทอร์เน็ต ความนิยมละครโทรทัศน์ของไทยใน กลุ่มประเทศในภูมิภาคนี้สามารถแยกผู้ชมออกได้เป็นสองประเภท คือ กลุ่มผู้ชมดั้งเดิมในประเทศ ที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย เช่น กัมพูชา และชนกลุ่มน้อยในพม่า และกลุ่มผู้ชมกลุ่มใหม่ใน ประเทศที่ไม่ถือว่ามีความคล้ายคลึงกับไทย เช่น เวียดนามและจีน งานวิจัยนี้เลือกกรณีศึกษาในสามประเทศ คือ ประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนาม เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของความนิยมละครไทยในภูมิภาค ช่องทางการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในสามประเทศดังกล่าว ตลอดจนการศึกษาทำความเข้าใจว่าความแตกต่างในบริบท ทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองของแต่ละประเทศส่งผลต่อการเปิดรับ ตีความและ สร้างความหมายให้กับการบริโภคละครไทยแตกต่างกันอย่างไร งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิง คุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เพื่อให้เข้าถึงการรับรู้และแปลความหมายจากการรับชมละครโทรทัศน์ ไทยในกลุ่มผู้ชมในสามประเทศ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ทำให้ความนิยมละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้นในช่วง ๓-๔ ปี ที่ผ่านมา เกิดจากความเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศในภูมิภาค ความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาการทางด้านอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในประเทศไทยและประเทศปลายทาง ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในภูมิภาครับชมละครไทยผ่านช่องทางที่หลากหลาย มีทั้งช่องทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การรับชมจากวี ซีดีหรือดีวีดีที่มีการลักลอบอัดสำเนาแล้วนำไปใส่เสียงบรรยายเป็นภาษาต่าง ๆ และการรับชมผ่าน เว็บไซต์ที่มีการใส่เสียงหรือคำบรรยายเป็นภาษาในประเทศนั้นๆ ส่วนช่องทางแบบเป็นทางการ เกิดขึ้นจากการที่สถานีโทรทัศน์ในประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนามนำละครไทยไปแพร่ภาพ ออกอากาศในช่วงเวลาของสถานี ความรู้สึกใกล้ชิดทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมในสามประเทศชื่นชอบละครไทย นอกเหนือจากความชอบในเนื้อหาที่หลากหลาย พล็อตเรื่องที่เข้มข้น และการแสดงที่เน้นการแสดงออกทางอารมณ์อย่างชัดเจน ในภาพย่อยของแต่ละประเทศ พบว่าผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในแต่ละประเทศมีรสนิยมที่แตกต่างกัน ในระดับของปัจเจกบุคคล การรับรู้และตีความละครไทยขึ้นอยู่กับเพศ วัย การศึกษา สถานะทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ในระดับประเทศ หรือชุมชน การรับรู้ และตีความละครไทยขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของแต่ละประเทศ

Jay-Ar M. Igno and Marie Cielo E. Cenidoza (2016) งานวิจัยเรื่อง ‘Beyond the “Fad”: Understanding Hallyu in the Philippines’ คลื่นเกาหลี (Korean Wave) ซึ่งเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายว่า Hallyu (한류) คือการแพร่กระจายอย่างรวดเร็วของวัฒนธรรมป๊อปเกาหลีในรูปแบบของละครเกาหลี การเต้นรำ เพลงรวมไปถึงแฟชั่นของดาราเกาหลีและอื่น ๆ อีกมากมาย คำว่า ‘คลื่นเกาหลี’ ที่เขียนด้วยตัวอักษรจีนได้รับการยกย่องว่ามาจากชื่ออัลบั้มที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในประเทศจีนในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๙๐ บางคนในฟิลิปปินส์อ้างว่า Hallyu เป็นเพียงแฟชั่น - ความนิยม, ความกระตือรือร้นที่รุนแรงและร่วมกันอย่างมากสำหรับบางสิ่งบางอย่าง เช่นเดียวกับรุ่นก่อนหน้าในฟิลิปปินส์ เช่น Mexicanovelas, Chinovelas หรือ Jpop (ป๊อปญี่ปุ่น) แต่เมื่อผ่านไปเรื่อย ๆ Hallyu ก็เพิ่มขึ้นโดยไม่มีคำแนะนำว่าจะลดลงในอีกกี่ปีข้างหน้า

Rosidi, I (2016) งานวิจัยเรื่อง ‘Being Active Consumers: Indonesian Muslim Youth Engaging with Korean Television Dramas’ การเพิ่มขึ้นของวัฒนธรรมป๊อปเกาหลีแสดงให้เห็นถึงกรอบการทำงานและอิทธิพลของละครต่อผู้ชมที่เป็นชาวมุสลิม การศึกษาค้นคว้าพบว่าเยาวชนมุสลิมอินโดนีเซียมีบทบาทในการบริโภคละครโทรทัศน์ผ่านทางคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปมากกว่าทางเครื่องรับโทรทัศน์ โลกาวัดนี้ได้สนับสนุนการให้บริการละครโทรทัศน์ของเกาหลีในรูปแบบออนไลน์ พร้อมทั้ง

สามารถดาวน์โหลดและแบ่งปันเป็นวิธีดีเยี่ยมและฟรีได้ นอกจากนี้เยาวชนมุสลิมที่ดูละครโทรทัศน์เกาหลียังคิดอย่างจริงจังว่า ความทันสมัยสะท้อนให้เห็นได้ในตัวพวกเขาและพยายามที่จะเลือกประสบการณ์ที่ทันสมัยซึ่งผสมผสานกับโครงสร้างความเชื่อแบบมุสลิมและทำให้เยาวชนมีทั้งแบบสมัยใหม่และแบบมุสลิม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกเรื่องได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการอภิปรายรวมทั้งใช้เป็นแหล่งอ้างอิงผลที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสู่อาเซียน ได้ดำเนินการตามแนวคิดของ Corbin โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพมาดำเนินการร่วมกับวิธีการเชิงปริมาณ^๑ (Corbin and Strauss 1990, Strauss and Corbin, 1990 1998 อ้างถึงใน Charmaz, 2006: 8) ซึ่งได้ออกแบบวิธีการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยคือ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑. เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และสร้างชุดมโนทัศน์แนวคิดเกี่ยวกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน^๒

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒. เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (developed grounded theory)^๓

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนด พล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (grounded theory to practice)

ขั้นตอนการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง ๓ ข้อนี้ มีกระบวนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

๑. สร้างความชัดเจนก่อนเริ่มดำเนินการวิจัย

การกำหนดคำถามสำหรับการวิจัย เป็นคำถามภายใต้วัตถุประสงค์หลักคือ คือ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ ซึ่งประกอบด้วยการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์ของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน ลักษณะการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย และความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ องค์ประกอบละครโทรทัศน์อื่นที่สามารถกระตุ้นและสร้างความสนใจให้เกิดกับละครโทรทัศน์^๔

คำถามสำหรับการวิจัยในการศึกษาคครั้งนี้ ได้นำมาเป็นแนวทางในการออกแบบและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาตลอดกระบวนการ

๒. การสร้างมโนทัศน์

^๑ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๒

^๒ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๔

^๓ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๘

^๔ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๔

ทำการเก็บข้อมูล โดยใช้เทคนิควิธีการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis)^๕ และวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)^๖ ทำการเชื่อมโยงมโนทัศน์ต่างๆ ที่ได้จากข้อมูล แล้วสร้างเป็นสมมติฐานชั่วคราวก่อนนำสมมติฐานนี้ไปใช้ในเป็นแนวทางในสร้างแบบวัดเพื่อเพื่อทดสอบสมมติฐาน

๓. สมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis)^๗

สมมติฐานชั่วคราวสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ เกิดจากการตรวจสอบกรอบแนวคิดทฤษฎีและผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ในบริบทที่แตกต่างกัน โดยสมมติฐานชั่วคราวจะได้รับการตรวจสอบอีกครั้งกับข้อมูลชุดใหม่ซึ่งได้รวบรวมมาจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหม่ ด้วยรูปแบบของการสำรวจด้วยแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้รับหลังจากการตรวจสอบสามารถปรับปรุงหรือยืนยันสมมติฐานชั่วคราวที่วางไว้

๔. การได้ข้อสรุป

ข้อสรุปที่ได้จะอยู่ในรูปของ ‘รูปแบบ (patterns) พฤติกรรม’ ที่สามารถนำไปเป็นตัวแบ่งกลุ่มประเทศทั้ง ๑๐ ประเทศ ออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ซึ่งกลุ่มย่อยนั้นเรียกว่า ‘มิติ’ ซึ่งเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับสื่อสารมวลชน ถือเป็นทฤษฎีฐานรากในระดับกลาง (middle range theory) ที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัดหรือเป็นการอธิบายปรากฏการณ์เฉพาะเรื่อง ‘พฤติกรรมทางการสื่อสารของกลุ่มประเทศอาเซียน’ เท่านั้น ทฤษฎีฐานรากที่ค้นพบนี้ถือเป็นการจุดเริ่มต้นของแนวคิดทฤษฎี ซึ่งยังต้องอาศัยการนำไปพิสูจน์ทดสอบในหลากหลายสถานการณ์เพื่อให้เกิดความคงที่สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ หรือเรียกอีกอย่างก็คือ ‘ทฤษฎีแม่บท (grand theory)’

รูปแบบการวิจัย

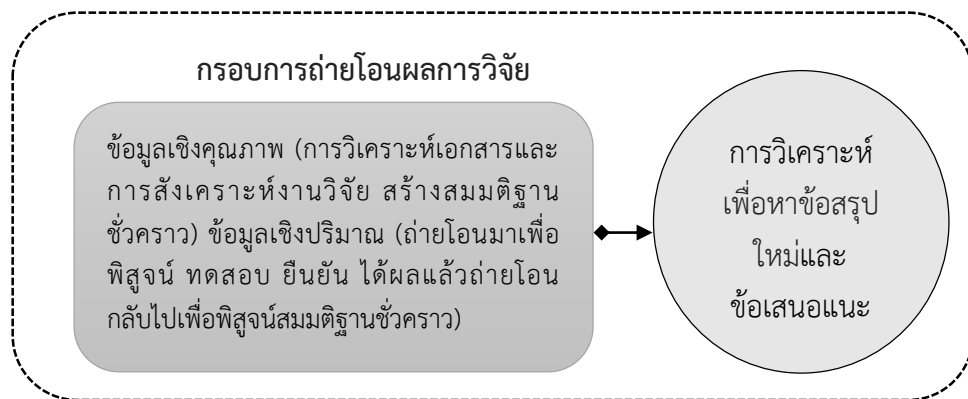
ด้วยวิธีการวิจัยผสมวิธี (mixed method) เป็นวิธีการวิจัยในศตวรรษที่ 21 ซึ่งอยู่ในช่วงของการพัฒนารูปแบบการวิจัย ทำให้เกิดการคิดค้นรูปแบบการวิจัยที่หลากหลาย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบวิธีการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลัก คือ ค้นหาทฤษฎีฐานรากมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และการค้นหาข้อมูลเพื่อนำไปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานเกี่ยวกับละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ดังนั้นจึงได้ออกแบบวิธีการเพื่อให้สอดคล้องกับผลลัพธ์ (outcome) ที่ต้องการ ภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach) มิตรร่วมทางวัฒนธรรม^๘ของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งดำเนินการโดยมีการถ่ายโอนข้อมูลไปมาในลักษณะเดียวกันกับวิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล (transformative mixed methods) ของ Creswell (2014: 221) แต่มีความแตกต่างจากรูปแบบของ Creswell (2014: 221) ตรงที่การถ่ายโอนข้อมูลเป็นการถ่ายโอนผลที่ได้จากวิธีการเชิงคุณภาพไปสู่วิธีการเชิงปริมาณและถ่ายโอนผลที่ได้จากเชิงปริมาณกลับไปพิสูจน์ เพื่อยืนยันหรือปรับผลที่ได้จากเชิงคุณภาพอีกครั้ง ส่วนผลการวิเคราะห์ให้ข้อสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่มิใช่เรื่องเดิม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ขอเรียกว่า ‘วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัย (transformative result mixed methods)’ ดังแผนภูมิต่อไปนี้

^๕ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๔

^๖ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๕

^๗ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๗

^๘ ศึกษากรอบการวิจัยในบทที่ ๒



แผนภูมิที่ ๓.๑ แสดงวิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัยสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

แผนการดำเนินการวิจัย

ภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยและรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัย ทำให้การวิจัยครั้งนี้ได้วางแผนการวิจัยเป็น ๓ ตอน (phases) ซึ่งแต่ละตอนได้กำหนดวัตถุประสงค์ดำเนินการและวิธีการเฉพาะดังนี้

ตอนที่ ๑. เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และแนวคิดเกี่ยวกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ (objectives)

๑.๑ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ แนวคิดมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๔)

๑.๒ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ (concepts) พล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิพย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (บทที่ ๕)

วิธีการดำเนินการวิจัย (methodologies)

ในตอนนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพบนพื้นฐานของแนวคิดทฤษฎี (theoretical base) ด้วยการรวบรวมแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (literature review) ทำการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) และวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อค้นหาชุดมโนทัศน์ อันประกอบไปด้วยการนิยาม จำนวนตัวแปร และความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (outcomes)

๑. ชุดมโนทัศน์ มิตรร่วมทางวัฒนธรรมกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งถือเป็นสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) ของกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach)

๒. ชุดมโนทัศน์พล็อต ละครโทรทัศน์ และเนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิพย์ที่เป็นบริบทเสริมละครโทรทัศน์ไทยสำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อนำไปสร้างเป็นเครื่องมือในการค้นหาพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิตรร่วมทางวัฒนธรรม

ตอนที่ ๒. เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมีตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (developed grounded theory)

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ (objectives)

๒.๑ เพื่อค้นหาพฤติกรรมกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๖)

ข้อสันนิษฐานที่ ๑. กลุ่มประเทศอาเซียนมีการเปิดรับพล็อตดีในละครโทรทัศน์ มากที่สุด

ข้อสันนิษฐานที่ ๒. กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารไทยมากที่สุด

ข้อสันนิษฐานที่ ๓. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานที่ ๔. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานที่ ๕. การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

๒.๒ เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๗)

๒.๓ เพื่อสร้างสมมติฐานมีตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๗)

๒.๔ เพื่อค้นหารูปแบบ (patterns) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๘)

๒.๕ เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากมีตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน จากข้อเท็จจริงที่ได้จากรูปแบบ (patterns) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๘)

วิธีการดำเนินการวิจัย (methodologies)

การศึกษาในตอนนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ (survey) ความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ และนำรูปแบบ (patterns) พฤติกรรมที่ค้นพบ มาทำการจัดกลุ่ม (มิติ) ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อทดสอบ (verified grounded theory) สมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) และพัฒนา มีตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (outcomes)

๑. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

๒. มีตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ตอนที่ ๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (grounded theory to practice)

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ (objectives)

๓.๑ เพื่อยืนยันผลการค้นพบพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๙)

๓.๒ เพื่อนำเสนอแนวทางการใช้ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมและข้อค้นพบอื่นสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (บทที่ ๙)

วิธีการดำเนินการวิจัย (methodologies)

ในตอนนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อนำเสนอแนวทางการใช้ทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมและผลการค้นพบสำหรับพัฒนาละครโทรทัศน์

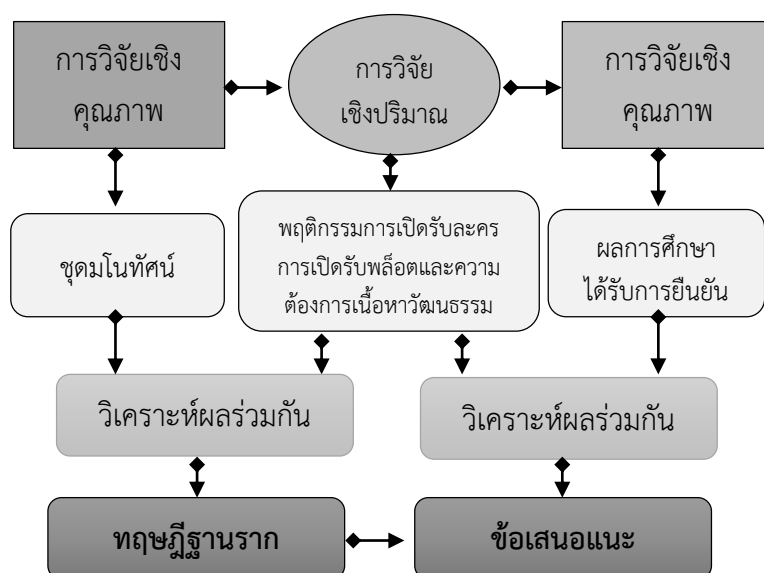
โดยเบื้องต้นได้ทำการยืนยันผลการค้นพบโดยเทคนิควิธีการ IOC (The Index of Item Objective Congruence) จากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเทศๆ ละ ๓ คน นำผลที่ได้มาที่ได้รับการยืนยันสอดคล้องกันมาทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อค้นหาข้อเสนอแนะในเชิงคุณภาพสำหรับพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลที่คาดว่าจะได้รับ (outcomes)

ข้อเสนอแนะแนวทางในการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

แผนภูมิแสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

‘วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัย’ ในการวิจัยครั้งนี้มีขั้นตอนการดำเนินการเป็นไปตามแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิ ๓.๒ แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ได้วางแผนทำการดำเนินงานตามลักษณะธรรมชาติของการวิจัยผสมวิธี (mix methods) โดยออกแบบให้มีการดำเนินการแยกระหว่างวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยนำผลที่ได้ถ่ายโอนไปสู่ส่วนถัดไป และท้ายสุดได้มีการนำผลที่ได้ในแต่ละตอนมาทำการสรุปร่วมกันอีกครั้ง เพื่อเป็นผลการศึกษาในภาพรวม

ความเชื่อมั่น (reliability) ของผลการวิจัยจะขึ้นอยู่กับขั้นตอนการออกแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในแต่ละตอนของกระบวนการวิจัย ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการโดยยึดหลักของการสร้างความเชื่อมั่นในแต่ละรูปแบบการวิจัยอย่างเคร่งครัด เพื่อให้ได้ผลลัพธ์มีความเชื่อมั่นเช่นกัน

การวิจัยนี้ได้ออกแบบให้มีการนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยและผลการศึกษาที่ค้นพบ โดยแต่ละบทมีความสมบูรณ์ในตัวเอง เมื่อดำเนินการครบทุกบทก็จะทำให้ได้ผลการวิจัยที่สมบูรณ์

บทที่ ๔

ชุดมโนทัศน์ (concepts) มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

บทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๑.๑ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ (concepts) แนวคิด มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าว ในบทนี้ได้ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง (literature review) รวมทั้งได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (research synthesize) ซึ่งจะนำเสนอออกเป็น ๓ ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศอาเซียน

นักมานุษยวิทยามีความเห็นว่าวัฒนธรรม เป็นเรื่องเกี่ยวกับระบบความเชื่อและค่านิยมทางสังคม เป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ มีพื้นฐานมาจากการใช้สัญลักษณ์ มีหน้าที่สนองตอบความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ อีกทั้งวัฒนธรรมยังเป็นการกำหนดนิยาม ความหมายให้กับชีวิตและสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวอยู่ตลอดเวลา นักมานุษยวิทยายังมีความเชื่อว่า วัฒนธรรมคือสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้นผู้ที่มีวัฒนธรรมเดียวกันย่อมมีพฤติกรรมคล้ายคลึงกัน (Guttermann, 2010) และถึงแม้ว่าโดยหลักการแล้ววัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นตามลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคม แต่เมื่อมนุษย์มีการเดินทางอพยพถิ่นฐานย่อมมีการนำวัฒนธรรมของตนเองติดตัวไปด้วย ซึ่งผลการศึกษาเปรียบเทียบทางด้านวัฒนธรรมของนักมานุษยวิทยาชื่อ Murdock พบว่า มีวัฒนธรรมจำนวนหนึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในทุกสังคมของมนุษย์เรียกว่า วัฒนธรรมสากล (cultural universals) ซึ่งนักจิตวิทยาพัฒนาการถือว่า พฤติกรรมหรือคุณลักษณะที่ปรากฏในทุกวัฒนธรรมนี้ เป็นสิ่งที่ดีที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในหลายๆ กิจกรรม (Murdock, et.al: 1964)

วัฒนธรรมสากลตามแนวคิดของ Murdock ถึงแม้ได้ทำการศึกษาวินิจฉัยแล้ว แต่ก็ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการสร้างความเข้าใจว่า วัฒนธรรมนั้นมีความเหมือนและความเหมือนนั้นหากนำมาทำการจัดกลุ่มก็จะสามารถเห็นเป็นกลุ่มที่หลากหลาย และภายในกลุ่มก็มีหลายประเทศอยู่ร่วมกัน เนื่องจากมีวัฒนธรรมที่คล้ายกัน กลุ่มวัฒนธรรมมีชื่อเรียกทั่วไปว่า ‘มิติทางวัฒนธรรม’ ประเทศที่อยู่ในมิติทางวัฒนธรรมเดียวกัน ถือว่ามี ‘มิตรร่วมทางวัฒนธรรม (Common Denominator of Cultures)’ เดียวกัน ซึ่ง Kluckhohn and Strodtbeck (1961) และ Inkeles (1997) อธิบายเสริมว่า

‘มิตรร่วมทางวัฒนธรรม เป็นรูปแบบทางวัฒนธรรมที่มีผลกระทบกับกลุ่มคนในเรื่องการทำงาน อีกทั้งยังอยู่เบื้องหลังคอยกำกับความคิด ประเด็นความขัดแย้งและการจัดการของบุคคลโดยแสดงออกในลักษณะที่คล้ายกันโดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในมิตรร่วมเดียวกัน การจัดกลุ่มของรูปแบบทางวัฒนธรรมนั้นสามารถกระทำโดยการพิจารณาจากรูปแบบ (patterns) ที่มองเห็นเป็นพฤติกรรม หรือการแสดงเป็นนัยยะผ่านทางสัญลักษณ์ แนวคิดหรือปรากฏเป็นรูปของสิ่งประดิษฐ์ที่แสดงถึงพฤติกรรมของกลุ่มที่เหมือนกันอย่างชัดเจน

จากแนวคิดของนักสังคมวิทยาที่กล่าวแล้ว ทำให้สามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยสามารถแสดงอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มคน แต่ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมก็มีความ

คล้ายคลึงกันและสามารถนำมาจัดแบ่งกลุ่มเพื่อใช้ประโยชน์สำหรับทำความเข้าใจร่วมทั้งยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในกิจการอื่นๆ ได้

๑.กลุ่มแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม

แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมนั้น ได้ถูกค้นพบและได้รับการพัฒนาจากนักวิจัยมาระยะหนึ่งแล้ว และในบรรดาแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวก็มีหลายแนวคิดที่ได้รับการยอมรับและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง ดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๑ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม (Zakour: 2004)

แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม (Cultural Dimension Theories)	นักวิจัย (Authors)
ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจ (power distance) ความแตกต่างในเรื่องของความเป็นส่วนตัว (individual) ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิง (masculinity) ความแตกต่างในเรื่องของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (uncertainty avoidance) ความแตกต่างในเรื่องของเวลาในการทำงานร่วมกัน (long and short-term orientation)	Hofstede (1997)
ความมั่นคงและความมีเสถียรภาพ (personal steadiness and stability) การรักษาหน้า (protecting your face) การเคารพประเพณี (respect for tradition) การทักทายและการให้ของขวัญ (reciprocation of greetings, favors and gifts)	Confucian Dynamism (1987)
จารีตนิยม (conservatism) ลำดับชั้นทางสังคม (hierarchy) อำนาจควบคุม (mastery) แรงจูงใจเกี่ยวกับตนเอง (intellectual autonomy) ความอิสระทางความรู้สึก (affective autonomy) ความเสมอภาค (egalitarianism) ความกลมกลืน (harmony)	Schwartz (1994)
ความมีส่วนร่วมหรือความเป็นสากล/ความหลากหลาย (universalism/pluralism) ความเป็นปัจเจก/ความเป็นกลุ่ม (individualism/communitarianism) ความเฉพาะ/ความแตกต่าง (specific/diffuse) การแสดงความรู้สึกอารมณ์/การซ่อนความรู้สึก (affectivity/neutrality) เชื่ออำนาจในตน/เชื่ออำนาจนอกตน (inner directed/outer directed)	Trompenaars, and Hampden- Turner (1998)
สถานะตามความสำเร็จ/สถานะตามข้อสันนิฐาน (achieved status/ascribed status) ความต่อเนื่องทางเวลา/ ช่วงเวลา (sequential time/ synchronic time)	Trompenaars, (1998)
การรับรู้ของพื้นที่ (perception of space) ความต่อเนื่องทางเวลา/ช่วงเวลา (sequential time/ synchronic time) (monochronic and polychronic time)	Hall, (1987) Hall (1989)
ธรรมชาติของมนุษย์ (nature of people) ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ (person's relationship to nature) ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ (person's relationship to other people) กิจกรรมเบื้องต้น (primary mode of activity) พื้นที่ความเป็นส่วนตัว (privacy of space) แนวทางเกี่ยวกับเวลาของแต่ละบุคคล (temporal orientation)	Kluckhohn and Strodtbeck (1961)

แนวคิดมิติทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1997) ถือเป็นแนวคิดที่สำคัญทางด้านบริหารและธุรกิจซึ่งเป็นการจัดกลุ่มคนในหลากหลายชาติพันธุ์ ส่วนแนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian work Dynamism) (1987) เป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นจากข้อมูลของคนเอเชียและเป็นแนวคิดที่สามารถนำไปอธิบายได้ดีในงานด้านการบริหารหรือด้านพฤติกรรมของคนในเอเชียซึ่งเน้นคนจีนเป็นสำคัญ ส่วนแนวคิดของนักคิดคนอื่นนั้นได้เน้นการจัดแบ่งกลุ่มของคนทั่วไป โดยอาศัยลักษณะสิ่งแวดล้อม ทางกิจกรรม และลักษณะทางกายภาพของคนในสังคม ดังเช่น แนวคิดของ Schwartz (1994), Trompenaars and Hampden-Turner (1998), Hall, (1987,1989) และแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) เป็นต้น

๒. ลักษณะเฉพาะของแต่ละแนวคิดทฤษฎีมิตีร่วมทางวัฒนธรรม

แนวทั้ง ๖ แนวคิดดังกล่าว ได้นำมาเป็นแนวทางสำหรับการศึกษา รวมทั้งได้เรียกลักษณะความคล้ายคลึงทางวัฒนธรรมที่มีวัฒนธรรมร่วมกันในกลุ่มว่า ‘มิตีร่วมทางวัฒนธรรม (common cultural dimension)’ ซึ่งแต่ละแนวคิดและมิตีมีรายละเอียด ดังแสดงในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิตีร่วมทางวัฒนธรรม มิตีย่อยและคำอธิบาย

นักวิจัย	มิตีร่วมทางวัฒนธรรม	มิตีย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
Hofstede	มิตีที่ ๑ ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจ (Power distance)	๑.ให้ความสำคัญกับอำนาจ	- ให้ความสำคัญกับอำนาจ - สมาชิกมีการยอมรับเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมได้ง่ายกว่า - มีความเชื่อฟังผู้บังคับบัญชามากกว่า - มีโครงสร้างการปกครองแบบรวมศูนย์
		๒.ให้ความสำคัญกับอำนาจต่ำ	- โครงสร้างแบบการกระจายอำนาจ - ความเท่าเทียม
	มิตีที่ ๒ ความแตกต่างในเรื่องของความเป็นส่วนตัว (individuality)	๑.ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว	- บุคคลยึดถือในสิทธิตามกฎหมาย - มีการประเมินมูลค่าสิ่งของ ความพึงพอใจของตนเอง ก่อนตัดสินใจ - มีเสรีภาพ เพลิดเพลินความท้าทาย - คาดหวังของรางวัลสำหรับการทำงานหนัก - เคารพความเป็นส่วนตัว รับทราบความสำเร็จ - ไม่ชอบเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล - ไม่ชอบการสนับสนุนการอภิปราย - ไม่ชอบแสดงออกความคิดของตนเอง - มีลักษณะความเป็นส่วนตัวสูง - เน้นการสร้างทักษะและกลายเป็นต้นแบบของการดำเนินชีวิต - ทำงานเน้นผลตอบแทน
		๒.ให้ความสำคัญกับสังคมรอบตัว	- ทำงานต้องอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว - มีความคิดและการกระทำต่างๆ ที่คำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นหรือของกลุ่มมากกว่า - เน้นความสามัคคี แสดงความเคารพ อายุ และภูมิปัญญา - ระวังความรู้สึกและอารมณ์ในการทำงาน

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย (ต่อ)

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิติย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
Hofstede (ต่อ)			- เคารพประเพณี - นิยมการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ - ให้ความสำคัญกับครอบครัวและพวกพ้อง - การตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรจะมีคุณค่าน้อยกว่าความผูกพันแบบเครือญาติหรือพรรคพวก
	มิติที่ ๓ ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิง (masculinity)	๑. หญิงและชายมีสิทธิเท่าเทียมกันในเรื่องต่างๆ	- หญิงสามารถเป็นหัวหน้าผู้ชายได้ในสังคม - หญิงและชายไม่แตกต่างกันมาก
		๒. หญิงและชายไม่มีสิทธิเท่าเทียมกันในเรื่องต่างๆ	- หญิงมีหน้าที่ทำงานบ้านเท่านั้น – หญิงไม่มีโอกาสเข้าทำงานและเป็นหัวหน้าผู้ชายได้เลย
	มิติที่ ๔ ความแตกต่างในเรื่องของการหลีกเลี่ยงความเสี่ยง (uncertainty avoidance)	๑. การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงสูง	- ต้องการความปลอดภัย - เชื่อความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ - ยึดถือความรู้ โครงสร้าง กิจกรรมขององค์กร กฎระเบียบ - ไม่ชอบความเสี่ยง
		๒. มีลักษณะหลีกเลี่ยงความเสี่ยงต่ำ	- พนักงานต้องการหัวหน้างานที่มุ่งสร้างความสัมพันธ์มากกว่า หัวหน้าที่มุ่งงานและไม่สร้างความสัมพันธ์
	มิติที่ ๕ ความแตกต่างในเรื่องของเวลาในการทำงานร่วมกัน (short-term or long-term orientation)	๑. วัฒนธรรมแสดงให้เห็นถึงการวางแผนเวลาในระยะสั้น	- การวางแผนเป้าหมายระยะสั้น คือ มุ่งเน้นไปที่ปัจจุบันหรือในอดีต และพิจารณาและให้ความสำคัญกับปัจจุบันมากกว่าอนาคตให้สำคัญต่อประเพณี ลำดับชั้นทางสังคมในปัจจุบัน และการปฏิบัติ ตามพันธกรณีทางสังคม ใส่ใจเกี่ยวกับความพึงพอใจในทันที มากกว่าความสำเร็จในระยะยาว หรือที่เรียกว่า พวกพึงพอใจประโยชน์เฉพาะหน้าหรือประโยชน์ปัจจุบัน
		๒. ในขณะที่ยุควัฒนธรรมแสดงให้เห็นถึงการวางแผนเวลาในระยะยาว	- การวางแผนเวลาในระยะยาว คือ มุ่งเน้นไปที่อนาคต ยินดีที่จะหยุดยั้งความสำเร็จทางสังคมในระยะสั้น หรือแม้กระทั่งความพึงพอใจทางอารมณ์ในระยะสั้น เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต - ให้ความสำคัญกับความเพียรพยายาม มีความประหยัด และสามารถปรับตัวได้ สามารถอดทนรอได้ หรือที่เรียกว่า พวกอดเปรี้ยวไว้กินหวาน

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิตีย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
(Hofstede and Bond (๑๙๘๘) ขงจื้อ (confucian dynamism))	มิติที่ ๑ ความมั่นคงและความมีเสถียรภาพ (personal Steadiness and Stability)	เป็นผู้ที่มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ	- มีความประหยัด - มีคุณธรรมและจริยธรรม ละอายต่อความคดโกง
		ผู้ที่ไม่มีความมั่นคง เป็นบุคคลที่มีบุคลิกที่เชื่อถือไม่ได้	- ไม่น่าไว้วางใจ - ขาดการเคลื่อนไหว - มีกิเลส อยากมีอยากได้ - ขาดทักษะทางการค้าซึ่งถือเป็นคุณสมบัติที่สำคัญทางด้านสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน
	มิติที่ ๒ การรักษาหน้า (protecting your face)	รักษาหน้าสูง	- ความสุภาพ - ทำงานหนัก (หาเงิน) - สร้างความมั่งคั่ง สถานภาพ และอำนาจทางสังคม
		รักษาหน้าต่ำ	- ไม่มีความมั่นคงทางการเงิน - สถานภาพไม่มั่นคง
	มิติที่ ๓ การเคารพประเพณี (respect for tradition) และลำดับชั้น (Hierarchy)	ให้ความสำคัญกับประเพณีรวมทั้งให้ความสำคัญกับลำดับชั้นทางสังคมต่ำ	- ให้ความสำคัญกับประเพณีน้อย เช่น การอยู่ด้วยกันของชายหญิงไม่จำเป็นต้องแต่งงานให้ถูกต้อง สามารถอยู่ด้วยกันก่อนได้ - คำนึงถึงลำดับชั้นในสังคมน้อย เช่น ทุกคนเท่ากันไม่มีผู้อาวุโส
	มิติที่ ๔ การตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ (reciprocation of greetings favors and gifts)	นิยมการตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ	- ให้ของแสดงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล - การมอบของเพื่อหวังสิ่งตอบแทน
		ไม่นิยมการตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ	- ไม่นิยมใช้สิ่งของเพื่อหวังความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
Schwartz	มิติที่ ๑ จารีตนิยม /ความอิสระ (conservatism /autonomy)	มีความคงไว้ซึ่งจารีตประเพณีสูง	- ความสนใจของบุคคลจะไม่มีแตกต่างกันไปจากความสนใจของกลุ่ม - ความคิด ทัศนคติของแต่ละบุคคลอยู่ภายใต้ประเพณีของกลุ่ม - สมาชิกกลุ่มมีความเชื่อว่าประเพณีคือแนวคิดที่เชื่อถือได้
		มีความเป็นอิสระไม่อยู่ภายใต้ประเพณี	- สามารถแสดงความรู้สึก ความคิดความสามารถได้อย่างอิสระ - การมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย (ต่อ)

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิติย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
Schwartz (ต่อ)	มิติที่ ๒ ลำดับชั้นทางสังคม/ ความเสมอภาค (hierarchy/egalitarianism)	ลำดับชั้นในสังคม	- บุคคลมักแสดงพฤติกรรมตามลำดับชั้นที่ตนเองสังกัดอยู่ - ลำดับชั้นในสังคมมักผูกติดอยู่กับอำนาจทางสังคม สิทธิ ฐานะทางการเงิน - ในสังคมที่มีระดับชั้นจะมีกฎระเบียบออกมาควบคุมสมาชิก ซึ่งแต่ละบุคคลต้องยอมรับและดำเนินการตามกฎระเบียบนั้นด้วย - บุคคลแต่ละคนก็จะมีระบบของตนเองที่จะควบคุมให้ดำเนินไปตามกฎระเบียบของสังคมด้วยเช่นกัน
		ความเสมอภาค	- มีความเท่าเทียมในเรื่องพื้นฐานของการดำเนินชีวิต เช่นมีงานหรือมีสวัสดิการจากรัฐเท่าเทียมกัน - มีความยุติธรรม - มีความช่วยเหลือสมาชิกที่อ่อนแอกว่า - มีความซื่อสัตย์ - มีความเท่าเทียม - มีความเห็นอกเห็นใจ - มีการทำงานเพื่อคนอื่น - มีความรับผิดชอบต่อสังคม - มีความเสียสละ - มีความร่วมมือกันภายในสังคม - มีความเห็นแก่ส่วนรวม ให้ส่วนรวมอยู่ได้
	มิติที่ ๓ อำนาจควบคุม/ความกลมกลืน (mastery/harmony)	อำนาจควบคุม	- มีการกระทำตามความคิดของตนเอง ตามอำเภอใจ เพื่อค้นหาอำนาจควบคุม ทิศทางและการเปลี่ยนแปลงธรรมชาติและสังคมโลกเพื่อค้นหาความสนใจขั้นสูงขึ้น หรือความสนใจในกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิก - มีค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับอำนาจควบคุมได้ ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเอง - เลือกเป้าหมายในชีวิตตามความตั้งใจ ความกล้าเผชิญกับความเสี่ยง ทำงานหนัก ทะเยอทะยาน มีการขับเคลื่อนไปสู่ความสำเร็จสูง และมีความแข่งขันสูง
		ความกลมกลืน (harmony)	- สถานการณ์ที่บุคคลแต่ละคนดำเนินชีวิตที่สอดคล้องกับธรรมชาติและสังคมโลก โดยบุคคลค้นหาและต้องการที่จะมีความเข้าใจ มีการรักษาความดั้งเดิม มากกว่ามองหาความเปลี่ยนแปลง - ค่านิยมในลักษณะนี้ประกอบด้วย ความสงบ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย (ต่อ)

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิติย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
			สุขของโลก ความเป็นหนึ่งกับเดียวธรรมชาติ และการรักษาสังแวดล้อมผ่านการยกระดับ การใช้ประโยชน์ส่วนตนของบุคคลและ ทรัพยากร
Trompenaars and Hampden-Turner	มิติที่ ๑ ความมีส่วนร่วมหรือ ความเป็นสากล/ ความหลากหลาย (universalism/pluralism)	มีความเป็นสากลสูง	- กฎหรือแนวปฏิบัติได้นำไปใช้ในทุกที่ อย่างเป็นระบบ - มีลักษณะเป็นทางการมีการติดต่อเป็นไปตามสัญญาทางธุรกิจ
		มีความเป็นสากลต่ำ	- ให้ความสำคัญกับเพื่อนมนุษย์และความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิด - กฎระเบียบที่มีอยู่ในวัฒนธรรม นำมาใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์มากกว่า
	มิติที่ ๒ ความเป็นปัจเจก/ ความเป็นกลุ่ม	มีความเป็นปัจเจก	- ให้ความสำคัญกับส่วนตัวมากกว่าชุมชน - มีความสุขกับความเป็นส่วนตัว - มีความพึงพอใจกับการมีสวัสดิการ - ดูแลตัวเองได้
		มีความเป็นกลุ่ม	- ให้ความสำคัญกับความเป็นกลุ่มก่อนปัจเจก - บุคคลที่มีทำหน้าที่ในกลุ่มที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่ จะไม่ค่อยให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว - แต่ละบุคคลจะเข้าร่วมกลุ่มโดยสภาพหรือเป็นสมาชิกของกลุ่มตั้งแต่เกิด - วัฒนธรรมในลักษณะนี้จะเน้นในเรื่องของระบบครอบครัวขยาย ชุมชน กลุ่มต่างๆ
	มิติที่ ๓ ความสำเร็จเกิดจาก ความสามารถ/ ความสำเร็จได้มา ตั้งแต่เกิด	ความสำเร็จเกิดจาก ความสามารถ	- ความสามารถเพื่อให้ได้มาซึ่งการยอมรับหรือตำแหน่งหน้าที่การงาน ประสบความสำเร็จ (achieved status) จะต้องได้รับการพิสูจน์ครั้งแล้วครั้งเล่า จนสถานะนั้นจะได้รับการยอมรับ - คนต้องยอมที่จะทำงานหนักหรือต้องแสดงความสามารถเพื่อเข้าสู่ตำแหน่งที่สูงขึ้น
		ส่วนวัฒนธรรมที่ บุคคลได้ตำแหน่งมา ตั้งแต่เกิด	- สถานะแบบนี้ไม่ได้มาจากความสามารถแต่กลับสอดคล้องบนพื้นฐานของความเป็นอยู่ของคน - บุคคลได้ตำแหน่งมาตั้งแต่เกิด (ascribed status) - ได้มาเพราะสถานะทางการเงิน - อายุ

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย (ต่อ)

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิติย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
Trompenaars and Hampden-Turner (ต่อ)	มิติที่ ๔ ความเฉพาะเจาะจง/ ความแพร่กระจาย หรือฟังก์กระจาย	แบบเฉพาะเจาะจงสูง	- สิ่งแรกที่คนทำคือการวิเคราะห์องค์ประกอบของสิ่งแวดล้อมรอบตัว - เชื่อว่าชีวิตของผู้คนจะถูกแบ่งออกตามองค์ประกอบและถูกจัดให้อยู่เพียงองค์ประกอบเดียวที่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้ในเวลานั้น - ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนเป็นไปในลักษณะเฉพาะของสังคมที่กำหนดไว้ - ลักษณะคนให้ความสนใจ ข้อเท็จจริง มาตรฐาน และสัญญา เช่น การแบ่งเวลาทำงานออกจากเวลาส่วนตัวชัดเจน ไม่เอามาปนกัน
		มีความแพร่กระจาย/ ฟังก์กระจาย	- มองทุกสิ่งทั้งหมดและเห็นแต่ละองค์ประกอบจากมุมมองของทั้งหมด - ดูองค์ประกอบทั้งหมด - ดูความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับคนหนึ่ง - ดูความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ - เน้นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบมากกว่าแต่ละองค์เดี่ยวๆ - ไม่มีการแบ่งเวลางานกับเรื่องส่วนตัว คือทำงานทั้งวันทั้งคืนเพื่อให้งานเสร็จ
	มิติที่ ๕ การแสดงความรู้สึก อารมณ์/การซ่อน ความรู้สึก	การแสดงออกทาง อารมณ์ความรู้สึก	- ไม่จำเป็นที่จะต้องซ่อนความรู้สึก - ความรู้สึกที่อยู่ภายในตนเองโดยอาจแสดงออกทางอวัจนภาษาคือแสดงออกทางสีหน้า หรือแสดงออกทางวัจนภาษา
		การซ่อนความรู้สึก	- คนถูกสอนให้เก็บความรู้สึกของตนอย่าง - การแสดงออกทางอารมณ์ถือเป็นสิ่งผิด ดังนั้นจึงต้องควบคุมเอาไว้ นอกจากอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ก็จะแสดงออกทางสีหน้าว่ามีความเครียด
	มิติที่ ๖ เชื่ออำนาจในตน/เชื่อ อำนาจนอกตน	เชื่ออำนาจในตน	- มองว่าธรรมชาติมีความซับซ้อน แต่สามารถควบคุมได้โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ - เชื่อว่ามนุษย์สามารถควบคุมธรรมชาติ ถ้ามนุษย์ใส่ความพยายามลงไป (หรือหมายถึงการผืนดวงชะตา)
		เชื่ออำนาจนอกตน	- เชื่อว่ามนุษย์ถูกธรรมชาติควบคุมอยู่ (หรืออาจหมายถึงโชคชะตา) - ควรอยู่อาศัยไปตามสภาพแวดล้อม - คนจึงต้องปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ภายนอกหรือเป็นไปตามโชคชะตาที่กำหนด

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย (ต่อ)

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิติย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
	มิติที่ ๗ ความต่อเนื่องทางเวลา/ ช่วงเวลา	ความต่อเนื่องทางเวลา	- มักคำนึงถึงงานโดยไม่คำนึงถึงเวลา - ทำงานจนเสร็จโดยไม่คำนึงถึงเวลา
		ช่วงเวลา	- มักชอบที่จะทำสิ่งหนึ่งในเวลาหนึ่ง - มักให้ความสำคัญกับการวางแผน ตารางกำหนดเวลา
Hall	มิติที่ ๑ บริบท	วัฒนธรรมที่มีบริบทระดับสูง	- คนจะไม่ทำการสื่อสารออกมาโดยตรง
		วัฒนธรรมที่มีบริบทระดับต่ำ	- คนจะทำการสื่อสารในลักษณะที่เปิดเผยตรงไปตรงมามากที่สุด
	มิติที่ ๒ เวลา	การมองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว	- มักจะทำสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง - มีการวางแผนอย่างรอบคอบ - การกำหนดเวลามักจะเป็นในปัจจุบัน - จะไม่เริ่มทำสิ่งใหม่หากสิ่งที่ทำอยู่เดิมยังไม่เสร็จ
		การมองเวลาเป็นเชิงซ้อน	- ทำหลายสิ่งในเวลาเดียวกัน - ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการวางแผน
	มิติที่ ๓ พื้นที่	พื้นที่ต่ำ	- จะไม่ให้ความสำคัญกับพื้นที่และขอบเขต - ไม่ให้ความสำคัญต่อตนเอง - มีความพร้อมที่จะแบ่งปันพื้นที่
		พื้นที่สูง	- ให้ความสำคัญกับพื้นที่ - คำนึงถึงความเป็นเจ้าของ พยายามทำเครื่องหมาย แสดงอาณาเขตของตนเอง
	มิติที่ ๔ ข้อมูลข่าวสาร	ระดับที่ข้อมูลข่าวสารที่มีการไหลช้า	- ผู้ที่อยู่ในระดับที่ข้อมูลข่าวสารที่มีการไหลช้าจะมีแนวโน้มที่จะได้รับข้อมูลข่าวสารมากและไม่ค่อยเกี่ยวข้อง
		ระดับที่ข้อมูลข่าวสารที่มีการไหลเร็ว	- ผู้ที่อยู่ในมิติของการไหลของข้อมูลข่าวสารที่ไหลเร็ว จะคิดเกี่ยวกับการเผยแพร่ข่าวสารได้รวดเร็วและข้อมูลมีการแพร่กระจายที่ดีกว่า
Kluckhohn and Strodbeck	มิติที่ ๑ ธรรมชาติของมนุษย์	ความดี	- มุ่งเน้นสังคม
		ความชั่ว	- ความเห็นแก่ตัว
	มิติที่ ๒ ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ	อยู่กับธรรมชาติอย่างกลมกลืน	- รักษาและสนับสนุนธรรมชาติ ทรัพยากรเพื่อการอนุรักษ์และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด
		การปล้นสะดมธรรมชาติ	- มนุษย์มักมองธรรมชาติเป็นคนรับใช้และแหล่งเสียงของมนุษย์ มุมมองนี้อาจเป็นที่มาของการปล้นสะดมธรรมชาติของ มนุษย์

ตารางที่ ๔.๒ แสดงแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม มิติย่อยและคำอธิบาย (ต่อ)

นักวิจัย	มิติร่วมทางวัฒนธรรม	มิติย่อย	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
Kluckhohn and Strodtbeck (ต่อ)	มิติที่ ๓ เน้นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์	ให้ความสำคัญกับคนอื่น	- การให้ความสำคัญกับกลุ่ม ส่งผลให้ความเป็นส่วนตัวหมดไป
		ให้ความสำคัญกับตนเอง	- การที่จะเลือกสิ่งที่ถูกต้องสำหรับตนเอง
	มิติที่ ๔ เน้นกิจกรรม	ตอบแทนสังคม	- มุ่งเน้นสังคมส่วนรวม
		ไม่ตอบแทนสังคม	- ไม่ได้ให้กลับไปยังสังคม
	มิติที่ ๕ พื้นที่ความเป็นส่วนตัว	ความเป็นส่วนตัว	- ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว
		ให้ความสำคัญกับกลุ่ม	- ไม่เป็นของบุคคลและไม่ให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัว
	มิติที่ ๖ แนวทางเกี่ยวกับเวลาของแต่ละบุคคล	เน้นปัจจุบัน เน้นอนาคต	- บางสังคมให้ความสำคัญกับสุขนิยมของปัจจุบัน - ในขณะที่บางสังคม ยังคงวางแผนอย่างรอบคอบกับอนาคต
		เน้นอดีต	- มุ่งเน้นในอดีตที่ผ่านมา บรรพบุรุษ และประเพณี

แนวคิดทฤษฎีจากตาราง ๔.๒ ทำให้เห็นมิติร่วมทางวัฒนธรรม มีลักษณะดังต่อไปนี้

๓. ลักษณะร่วมของแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรม

จากลักษณะเฉพาะของมิติร่วมทางวัฒนธรรมแต่ละมิติ เมื่อนำมาวิเคราะห์แล้วทำให้เห็นลักษณะร่วมกันของแต่ละมิติ ซึ่งถือเป็นลักษณะของมิติร่วมทางวัฒนธรรม ดังนี้

๑. การจัดกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรม ต้องมีตัวแบ่งมิติ ซึ่งตัวแบ่งนั้นเกิดขึ้นจาก การมองเห็นรูปแบบ (Pattern) ที่เหมือนหรือคล้ายกันของแต่ละมิติ ตัวแบ่งสามารถเป็นลักษณะวัฒนธรรมอย่างไรอย่างหนึ่ง เช่น ลักษณะการสื่อสาร ลักษณะความสัมพันธ์ของมนุษย์กับธรรมชาติ หรือลักษณะการดำเนินชีวิต ซึ่งตัวแบ่งเกิดจากการมองเห็นในภาพรวมมากกว่าเจาะจง

๒. ในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า ‘มิติ (dimensions)’ มีการกำหนดลักษณะหรือพฤติกรรมประจำกลุ่ม โดยทั่วไปในแต่ละมิติมีการกำหนดลักษณะพฤติกรรมประจำกลุ่มไว้ใน 2 ลักษณะตรงกันข้าม ซึ่งหากลักษณะหนึ่งปรากฏมากอีกลักษณะหนึ่งก็จะปรากฏน้อยลง เช่น มิติวัฒนธรรมกำหนดเรื่องการให้ความสำคัญกับเพศซึ่งประกอบด้วยเพศชาย/หญิง หรือกำหนดเรื่องความสำคัญของส่วนบุคคล/กลุ่ม และหากวัฒนธรรมใดให้ความสำคัญกับเพศชายมากในทางตรงกันข้ามจะให้ความสำคัญกับเพศหญิงน้อย หรือถ้าวัฒนธรรมใดให้ความสำคัญกับความเป็นส่วนตัวมาก วัฒนธรรมนั้นก็ให้ความสำคัญกับกลุ่มน้อย เป็นต้น

๓. กำหนดคำอธิบายลักษณะของแต่ละมิติ เพื่อที่จะสามารถนำไปใช้ในการจัดคนทั่วไปเข้ากลุ่ม

๔. นักวิชาการโดยทั่วไปมักทำการศึกษาโดยนำเสนอมิติทางวัฒนธรรม อันเกิดจากการพิจารณาผสมผสานวัฒนธรรมและค่านิยมในระดับประเทศ ทำให้แนวคิดเรื่องมิติทางวัฒนธรรม โดยทั่วไปมักเป็นวัฒนธรรมและค่านิยมในภาพรวมของประเทศ เช่น ทฤษฎีของ Schwartz (Schwartz (1992; 1994a; 1994b) ได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มวัฒนธรรมที่อยู่บนพื้นฐานมุมมองของจิตวิทยาการเรียนการสอน ซึ่งได้รวบรวมค่านิยมทั้งหมด ๕๖ เรื่อง และนำ ๕๖ เรื่องไปจัดกลุ่มได้ ๑๐

ลักษณะของค่านิยม และนำทั้งค่านิยมทั้ง ๑๐ เรื่อง มาจัดกลุ่มได้เป็น ๓ กลุ่มหรือ ๓ มิติ ส่วน Hofstede (1980; 1983) ทำการศึกษาในสาขาบริหารธุรกิจ มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาค่านิยมของกลุ่มคนทำงาน ได้จัดลำดับค่านิยมเป็นระดับบุคคล สถาบันและสังคม และแบ่งกลุ่มออกเป็น ๕ กลุ่มหรือ ๕ มิติ Inglehart (2015; 1997) ได้ทำการศึกษาในกลุ่มของการเมืองและสังคมศาสตร์และทำการจัดแบ่งกลุ่มโดยอาศัยลักษณะร่วมของกลุ่มเหล่านั้น ดังนั้นการจัดกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรมนั้นเบื้องต้นจำเป็นต้องมีการรวบรวมวัฒนธรรมและทำการค้นหาตัวร่วมหรือที่เรียกว่ารูปแบบ (pattern) เพื่อนำมาเป็นตัวจัดแบ่งกลุ่ม

๕. ข้อสังเกตของแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับมิติทางวัฒนธรรมนั้น พบว่า ส่วนหนึ่งมีการใช้คำว่าวัฒนธรรมและค่านิยมที่สลับกับไปมา อย่างเช่น Hofstede มีการใช้คำว่า วัฒนธรรม (culture) และค่านิยม (values) ไปด้วยกัน โดยบางครั้งได้ใช้คำเชื่อมทั้งสองคำไว้ด้วยกัน หรือบางครั้งเรียกชื่อต่างกันแต่ภายใต้ความหมายเดียวกัน หรือภายใต้เรื่องเดียวกัน ดังจะเห็นได้จากงานเขียนของ Gudykunst, W. B., and Ting-Toomey, S. (1988). Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., and Dazen, P. R. (2002). และ Srite, M. (2000). นอกจากนี้ในบทความของนักวิชาการดังกล่าว ยังพบว่าได้มีการใช้ คำว่า ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรม (common denominator of cultures)’ ในความหมายของกลุ่มค่านิยมและทัศนคติของบุคคลด้วยเช่นกัน จึงทำให้เข้าใจได้ว่า คำว่า ‘วัฒนธรรม’ หลายครั้งพบว่าใช้สลับไปมากับคำว่า ‘ค่านิยม’ ดังนั้นจึงทำให้เข้าใจได้ว่าทั้งสองคำนี้จึงอาจใช้ไปในความหมายทำนองเดียวกันได้ และมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

๖. มิติทางวัฒนธรรมมีลักษณะเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังจะเห็นได้จากมิติทางวัฒนธรรม ของ Hofstede (1997) Schwartz (1994) แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism) (1987) Trompenaars และ Hampden-Turner (1998) และของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ซึ่งมิติดังกล่าวมักเกี่ยวข้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในหลากหลายลักษณะ เช่น มิติเรื่องความต่อเนื่องทางเวลา (sequential time) หรือช่วงเวลา (synchronic time) การทักทาย และการให้ของขวัญ (reciprocation of greetings, favors and gifts) เป็นต้น

๗. มิติทางวัฒนธรรมมีลักษณะเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทางจิตใจหรือความรู้สึก ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Schwartz (1994) ซึ่งมิติที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางจิตใจหรือความรู้สึกมีหลายลักษณะเช่น แรงจูงใจเกี่ยวกับตนเอง (Intellectual autonomy) และความอิสระทางความรู้สึก (affective autonomy)

๘. มิติทางวัฒนธรรมมีลักษณะเกี่ยวกับโครงสร้างทางสังคม ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม Schwartz (1994) ซึ่งเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางสังคมมีหลายลักษณะเช่น ลำดับชั้นทางสังคม (hierarchy)/ความเสมอภาค (egalitarianism) เป็นต้น

๙. มิติทางวัฒนธรรมมีลักษณะเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ การแสดงออกทางสังคม ดังจะเห็นได้จากมิติแนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism: 1987) และ Strodtbeck (1961) ซึ่งเป็นมิติที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และการแสดงออกทางสังคมที่มีหลายลักษณะ เช่น มิติที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ การรักษาหน้า (protecting your face) หรือการทักทายและการให้ของขวัญ (reciprocation of greetings, favors and gifts) การแสดงความรู้สึกอารมณ์/การซ่อนความรู้สึก (affectivity/neutrality) หรือหน้าที่ต่อผู้อื่น (duty towards others) เป็นต้น

๑๐. มิติทางวัฒนธรรมมีลักษณะเกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ซึ่งมีมิติที่เกี่ยวข้องกันกับสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น มิติความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับธรรมชาติ เป็นต้น

๑๑. มิติทางวัฒนธรรมมีลักษณะเกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพ ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Hofstede (1997) ซึ่งมีมิติที่เกี่ยวข้องกับทางกายภาพของมนุษย์ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น มิติความแตกต่างระหว่างเพศ เป็นต้น

๑๒. มิติทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับเวลา ดังจะเห็นได้จากมิติร่วมทางวัฒนธรรม ของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) มิติร่วมทางวัฒนธรรมแนวขงจื้อ (Chinese Culture Connection (1987) Trompenaars และ Hampden-Turner (1998) ซึ่งมีมิติที่เกี่ยวข้องกับเวลามีหลายลักษณะ เช่น มิติของการวางแผนทางชั่วคราว การให้ความสำคัญกับบรรพบุรุษ และประเพณี เป็นต้น

จากลักษณะดังกล่าวทำให้เห็นว่าการจัดมิติ ต้องมีตัวแบ่งมิติโดยการค้นหาจากรูปแบบในภาพรวม (patterns) ที่เหมือนหรือคล้ายกัน จัดทำมิตีย่อยและทำอธิบายลักษณะของมิติ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร การเปิดรับพล็อต (plots) และความต้องการเนื้อหา (contents) ละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ดังนั้นตัวแบ่งจึงเป็นเกิดจากกลุ่มตัวแปรดังกล่าวเป็นสำคัญ

ตอนที่ ๒. การสังเคราะห์งานวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ในตอนนี้เป็นการค้นหาแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีทั้ง 6 ที่กล่าวแล้วข้างต้น

สังเคราะห์งานวิจัยที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้ดำเนินการโดยการอ้างอิงวิธีการของ Jackson (1980) และนงลักษณ์ วิรัชชัย (๒๕๔๒:๙๘-๙๙) ดังนี้

๑. ทำการกำหนดสิ่งที่ต้องการค้นหา ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เป็นการค้นหา ‘มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน’

๒. ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิด ๖ แนวคิดที่แสดงในตารางที่ ๔.๒^๑ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดขอบเขตการวิจัยที่ต้องการคัดเลือก

๓. การค้นหางานวิจัย ภายใต้แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม ๖ แนวคิดทฤษฎีอันประกอบด้วย แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1997), แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism) (1987), แนวคิดของ Schwartz (1994), แนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner (1998), แนวคิดของ Hall, (1987, 1989) และ แนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ที่ได้ศึกษาในหลากหลายแง่มุมอันประกอบด้วย ธุรกิจ การสื่อสาร สุขภาพ การท่องเที่ยว การศึกษาและการเมือง ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับประชากรในกลุ่มประเทศอาเซียน ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศอาเซียน ๑๐ ประเทศคือ ประเทศกัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

๔. การกำหนดและคัดเลือกฐานข้อมูลสากล

^๑ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๒

ในการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกผลงานวิจัยที่มีการตีพิมพ์ในวารสาร โดยเฉพาะที่ปรากฏในฐานข้อมูลสากล สามารถบ่งบอกถึงคุณภาพงานได้ระดับหนึ่ง (Smith, 1980 อ้างถึงใน Light and Pillemer, 1984) อีกทั้งยังเป็นการสร้างความเชื่อมั่น (reliability) ให้กับงานวิจัยนี้ด้วยเช่นกัน

ฐานข้อมูลซึ่งใช้สำหรับค้นหางานวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ เป็นฐานข้อมูลสากลซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ซึ่งประกอบไปด้วย ฐานข้อมูล Business Source Complete, Communication & Mass Communication Complete, EconLit with Full Text, Emerald, ERIC, Hospitality & Tourism Complete, Regional Business News, ScienceDirect (Business, Management and Accounting, Decision Sciences, Economics, Econometrics and Finance, Psychology, และฐานข้อมูล Social Sciences

๕. การค้นหาและรวบรวมผลงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกบทความในหลากหลายลักษณะ อันประกอบด้วย บทความที่ตีพิมพ์จากวิทยานิพนธ์หรือปริยฐานิพนธ์ของนิสิตและนักศึกษา รายงานการวิจัยของหน่วยงานต่างๆ ตลอดจนงานประชุมสัมมนาเกี่ยวกับการวิจัย และอื่นๆ บทความดังกล่าวได้นำมาทำการตรวจสอบตรวจสอบคุณภาพของงานวิจัย ทำการคัดเลือกเรื่องที่มีความสมบูรณ์ของการวิจัย มีการเสนอผลวิจัยครบถ้วน ไม่ลำเอียง ถูกต้อง และอ่านง่าย (อุทุมพร จามรมานม ๒๕๒๗: ๒๒) และเป็นงานวิจัยที่มีการนำเสนอแบบฉบับเต็ม (full text) คัดเลือกบทความที่ตีพิมพ์ในฐานที่กำหนดระหว่างปี ค.ศ. ๑๙๖๖-๒๐๑๖^๒

๖. การคัดเลือกผลงานวิจัย

บทความที่ได้รับการคัดเลือกได้ถูกรวบรวมโดยผู้วิจัย และ download ไว้ เพื่อทำการคัดเลือก ด้วยกระบวนการดังนี้

๖.๑ การคัดเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องได้นำไปคัดเลือกอีกครั้ง โดยด้วยวิธีการ IOC (The Index of Item Objective Congruence) ซึ่งคัดเลือกจากผลของความสอดคล้องกันของนักวิชาการ ๓ คน^๓ โดยคัดเลือกบทความวิจัยที่มีผู้ลงความเห็นว่าย่เกี่ยวข้องกัวัตถุประสงค์และข้อกำหนดตั้งแต่ ๒ คน ขึ้นไป ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

^๒ ทำการสืบค้นระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือน ธันวาคม ๒๕๕๖

^๓ นายพนันท์ ตรีฤทธิวัฒน์ นักวิจัยฝ่ายกฎหมายเศรษฐกิจของสถาบัน TDRI, นางสาวดวงรัตน์ โชคเหรียญสุขชัย นักศึกษา Virginia Polytechnic Institute and State University ประเทศสหรัฐอเมริกา, อาจารย์หัสณัย คันธฤทธิ์ อาจารย์ฝ่ายปฏิบัติการวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ตารางที่ ๔.๓ แสดงความสอดคล้องของการคัดเลือกบทความวิจัยที่ศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมและประเทศในกลุ่มอาเซียน

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hofstede (1997)	ความสอดคล้อง			การคัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Koh Li, Ji and Hia, Heng Sok. (1997) The effects of interactive leadership on human resource management in Singapore's banking industry. International Journal of Human Resource Management . 8(5). 710-719.	✓	✓	✓	คงไว้
Aaker, J. L., & Williams, P. (1998). Empathy versus pride: The influence of emotional appeals across culture. Journal of Consumer Research . 25(4). 241-261.	✗	✗	✗	ตัดออก
Karen A. M, R. & Wilson, D. (1988) Emotional Feelings and Attitude Toward the Advertisement: The Roles of Brand Familiarity and Repetition Journal of Advertising . 17(3). 27-35.	✗	✗	✗	ตัดออก
Ralston DA, Thang NV, Napier NK (1999) A comparative study of the work values of North and South Vietnamese managers. Journal of International Business Studies 30(4): 655-72.	✓	✓	✓	คงไว้
Ang, S. H. (2000). The power of money: A cross-cultural analysis of business-related beliefs. Journal of World Business . 35(1). 43-60.	✓	✓	✓	คงไว้
Gurhan-Canli, Z., & Maheswaran, D. (2000). Cultural variations in country of origin effects. Journal of Marketing Research . 37. 309-317.	✗	✓	✗	ตัดออก
Pornpitakpan, C. (2000). Trade in Thailand: A Three-Way Cultural Comparison Business Horizon . 6170-755.	✓	✓	✓	คงไว้
Bao, Y., Zhou, K. Z., & Su, C. (2003). Face consciousness and risk aversion: Do they affect consumer decision-making? Psychology & Marketing . 20(8). 733-755.	✗	✗	✗	ตัดออก
ITIM International. (2003). Compare your host culture with your home culture: Vietnam and the USA. Retrieved February 21, 2016, from http://www.geert-hofstede.com/	✓	✓	✓	คงไว้
Hofstede. G, Hofstede, G. J, (2005) Cultures and Organizations: Software of the Mind . 2nd Edition, McGraw-Hill USA.	✓	✓	✓	คงไว้
Le, M. H. (2005). A profile of Vietnam's land and people. In W. T. Alpert (Ed.), The Vietnamese economy and its transformation to an open market system (pp. 44-60). Armonk. NY: M.E. Sharpe.	✓	✓	✓	คงไว้
Manke, M. P. (2006) Lao Newcomers and Mennonite Settlers: A Case Study of Local Cultural and Language Interaction JOURNAL OF LANGUAGE, IDENTITY, AND EDUCATION . 5(2). 123-141.	✓	✗	✗	ตัดออก

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hofstede (1997)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Chang, K., & Lu, L. (2007). Characteristics of organizational culture, stressors, and wellbeing the case of Taiwanese organizations. Journal of Managerial Psychology . 22(6). 549-568.	✓	✗	✗	ตัดออก
Pappu, R., Quester, P. G., & Cooksey, R. W. (2007). Country image and consumer-based brand equity: Relationship and implications for international marketing. Journal of International Business Studies . 38, 726-745.	✗	✗	✗	ตัดออก
Li, J. J., & Su, C. (2007). How face influences consumption: A comparative study of American and Chinese consumers. International Journal of Market Research . 49(2). 237-256.	✗	✓	✗	ตัดออก
Haniffa, R & Hudaib, M (2006) 'Corporate Governance Structure and Performance of Malaysian Listed Companies' Journal of Business Finance and Accounting , 33(7-8).1034-1062.	✗	✗	✗	ตัดออก
Kim. M.S, (2007) Our Culture, Their Culture and Beyond: Further Thoughts on Ethnocentrism in Hofstede's Discourse doi: 10.2167/md051c.2	✗	✗	✗	ตัดออก
Kohl. K. S. (2007) AMERICANS DOING BUSINESS IN VIETNAM: COMMUNICATION DIFFERENCES COM 9656: International Business Communication	✓	✓	✓	คงไว้
Chang, K., & Lu, L. (2007). Characteristics of organizational culture, stressors, and wellbeing - the case of Taiwanese organizations. Journal of Managerial Psychology ,. 22(6), 549-568.	✓	✓	✓	คงไว้
Rarick. C, & Charles A., (2009) THE HISTORICAL ROOTS OF CHINESE CULTURAL VALUES AND MANAGERIAL PRACTICES Journal of International Business Research , 8(2),59-66.	✓	✓	✓	คงไว้
Macmillan. P. (2009) Place Branding and Public Diplomacy .5, 169 – 179. doi: 10.1057/pb.2009.112009 1751-8040	✓	✗	✗	คงไว้
Hoang, V. Q, & Dung, T. T. (2009). The cultural dimensions of the Vietnamese private entrepreneurship. The IUP Journal of Entrepreneurship Development 6(3/4). 54-78.	✓	✓	✓	คงไว้
Dapkus. G, Eimantaitė G (2010) Adapting the Advertisement Considering International Markets Peculiarities. Economics & Management . 15: 457-464.	✗	✗	✗	ตัดออก
Fang. T (2009) Asian management research needs more self-confidence: Reflection on Hofstede (2007) and beyond Springer Science and Business Media , online: 19 February.	✗	✗	✗	ตัดออก

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hofstede (1997)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Gnoth, J; Zins, A. H, (2010) Cultural Dimensions and the International Tourist Role Scale: Validation in Asian Destinations? Asia Pacific Journal of Tourism Research . 15 (2). 111-27.	✓	✓	✓	คงไว้
Gutterman. A. S. (2010) Trompenaars and Hampden-Turner's Seven Dimensions of Culture, in Organizational Management and Administration: A Guide for Managers and Professionals , available on-line at http://alangutterman.typepad.com/files/cmstrompenaars-seven_dimensions.pdf .	✗	✗	✗	ตัดออก
Mooij. M, and Hofstede G. (2010) The Hofstede model Applications to global branding and advertising strategy and research Interactional Journal of Advertising , 29(1). 85-110.	✗	✓	✗	ตัดออก
Ahmed. T.S. A, & Kadir. A, R, A. (2011) Impact of information sources on the decision making process of travel to the Egyptian tourist destination after January 25, 2011 TOURISM 61(4). 395 – 423.	✗	✗	✓	ตัดออก
Bruton. G. D, Ahlstrom. D, Turnaround, C. C. Wan (2011) Success of Large and Midsize Chinese Owned Firms: Evidence from Hong Kong and Thailand Johnny Journal of World Business . 36(2). 146–165.	✗	✗	✗	ตัดออก
Diplock, J., K, L., & Wilderotter, M., (2011). Women in the Boardroom: A Global Perspective. The Deloitte Global Center for Corporate Governance.	✓	✓	✓	คงไว้
Darmadi, S. (2011). Board diversity and firm performance: The Indonesian evidence. Corporate Ownership and Control. 9(1). 524-539.	✓	✓	✓	คงไว้
Quy Cao (Jenny) (2012) Cultural dimensions in leadership development in joint ventures: the case of Vietnam. (Unpublished dissertation) Master of Business (MBus) Faculty of Business and Law. Auckland University of Technology	✓	✓	✓	คงไว้
Croucher, S.M. (2013) The Difference in Verbal Aggressiveness Between the United States and Thailand. Communication Research Reports . 30(3). 264–269.	✓	✓	✓	คงไว้
Faming, M. (2013) Lao as a touch stone: Language use among ethnic minority students in Laos Journal of Asian Pacific Communication 23(1).119–143.	✗	✗	✗	ตัดออก
Faming, M. (2013) Lao as a touch stone: Language use among ethnic minority students in Laos Journal of Asian Pacific Communication 23(1).119–143.	✗	✗	✗	ตัดออก

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hofstede (1997)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Tananuraksaku, N, (2013) Power distance reduction and positive reinforcement: EFL learners' confidence and linguistic identity <i>International Journal of Language Studies</i> . 7(1).103-116.	✓	✓	✓	คงไว้
Hajli M. N (2014) A study of the impact of social media on consumers. The Market Research Society DOI: 10.2501 /U M R-2014-025	✗	✗	✗	ตัดออก
Yotyodying S and Wild E (2014) Antecedents of different qualities of home-based parental involvement: Findings from a cross-cultural study in Germany and Thailand. Department of Educational Psychology, Bielefeld University, Germany <i>Learning, Culture and Social Interaction</i> . 3. 98–110.	✓	✓	✓	คงไว้
Nguyen. B, Chen. Cheng-Hao S, Wu. Meng-Shan S, and Melewar. T.C, (2015) Ethical marketing: Singapore, Malaysia and Thailand in <i>Ethical and Social Marketing in Asia</i> Nguyen, B. and Rowley, C. p55-79. Chandos Publishing Amsterdam: Elsevier	✗	✗	✓	ตัดออก
Sittichai. R, & Smith. P.K. (2015) Bullying in South-East Asian Countries: A review <i>Aggression and Violent Behavior</i> . 23. 22–35.	✗	✗	✗	ตัดออก
Low D C.M., Roberts. H, Whiting. R H.(2015) <i>Malaysia and Singapore</i> Department of Accountancy and Finance, University of Otago, Dunedin 9054, New Zealand	✓	✓	✓	คงไว้
Ciochetto, L. (2016) Advertising Vietnam, Cambodia and Laos in the first decade of the 21 st century: Promise of things to come? <i>MEDIA ASIA</i> . 40(3). 274–282	✗	✗	✗	ตัดออก
Shinde. M, Jones. D.J. & Steinberg. H. (2016) CUSTOMER SERVICE & HOFSTEDE'S CULTURAL DIMENSIONS IN INDIA, MEXICO, SPAIN, & THE USA Proceedings of the Academy of Economics and Economic Education 19 (1). New Orleans March 30- April 1, 2016.	✓	✓	✓	คงไว้
Carmine. S, and Phonthanukitithaworn, C (2016) A Reflection on Intercept Survey Use in Thailand: Some Cultural Considerations for Transnational Studies. <i>Electronic Journal of Business Research Methods</i> , 14(1). 60 - 70.	✗	✗	✗	ตัดออก
Carmine. S, and Phonthanukitithaworn, C (2016) A Reflection on Intercept Survey Use in Thailand: Some Cultural Considerations for Transnational Studies. <i>Electronic Journal of Business Research Methods</i> , 14(1). 60 - 70.	✗	✗	✗	ตัดออก

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hofstede (1997)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Carmine. S, and Phonthanukitithaworn, C (2016) A Reflection on Intercept Survey Use in Thailand: Some Cultural Considerations for Transnational Studies. Electronic Journal of Business Research Methods , 14(1). 60 - 70.	✗	✗	✗	ตัดออก
Duran. M, Irfan. S, Sipoche. D, Blough. D, Turner. D, Nguyen. P, & Steinberg. H, (2016) Customer Service & Hofstede's Cultural Dimensions Among Arabs, Australians, Canadians, Greek, Jamaicans, Pakistani, Singaporean, & American Accounting Information Personnel Proceedings of the Academy of Accounting and Financial Studies Volume 21, Number 1.	✓	✓	✓	คงไว้
Carmine. S, and Phonthanukitithaworn, C (2016) A Reflection on Intercept Survey Use in Thailand: Some Cultural Considerations for Transnational Studies. Electronic Journal of Business Research Methods , 14(1). 60 - 70.	✗	✗	✗	ตัดออก
Wanga. M. Riege. & M.C, Hens. T, (2016) How time preferences differ: Evidence from 53 countries. Journal of Economic Psychology . 52, 115–135.	✗	✗	✗	ตัดออก
Yang, E., Burger, J., Peters, M., Cruz, B., & Steinberg, H. (2016, January). Customer service management & hofstede's cultural dimensions in Australia, Brazil, China, Germany, Japan, Norway, and the USA. In Allied Academies International Conference. Academy of Organizational Culture, Communications and Conflict. Proceedings . 21(1), p.62. Jordan Whitney Enterprises, Inc	✓	✓	✓	คงไว้
งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian dynamism)	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Goldberg LR. (1981) Language and individual differences: The search for universals in personality lexicons. In: Wheeler LW, editor. Review of personality and social psychology . Thousand Oaks, CA: Sage; pp. 141–165.	✗	✗	✗	ตัดออก
Hwang, K. K. (1987). Face and favor: The Chinese power game. American Journal Sociology , 92(4), 944-974.	✓	✓	✓	คงไว้
Zane N. (1991) An empirical examination of loss of face among Asian Americans. Paper presented at the 99 th Annual Convention of the American Psychological Association; San Francisco.	✗	✗	✗	ตัดออก
Hu, H. C. (1944). The Chinese concepts of “face”. American Anthropologist , 46, 45-64.	✗	✗	✗	ตัดออก
Trueba, H., Cheng, L., & Ima, K. (1993). Myth or reality: Adaptive strategies of Asian Americans in California . Washington, DC: Falmer.	✓	✓	✓	คงไว้

งานวิจัยที่ศึกษาโดยใช้แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian dynamism) (ต่อ)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Chang, H.C., & Holt, G.R. (1994). A Chinese perspective on face as inter-relational concern. In S. Ting-Toomey (Ed.), The challenge of facework: Cross-cultural and interpersonal issues (pp. 95-132). Albany: State University of New York Press.	✓	✓	✓	คงไว้
Fu, D. (1995). My trouble is my English: Asian students and the American dream . ERIC Identifier: ED380817.	✓	✓	✓	คงไว้
Siu, S. (1996). Asian American students at risk: A literature review . CRESPAR. Retrieved February 21, 2016, from http://www.csos.jhu.edu/crespar/techReports/Report8.pdf	✓	✓	✓	คงไว้
Chambers, K. (1997). Succeed in business: Vietnam . The essential guide for business and investment. Portland, OR: Graphics Arts Center	✓	✓	✓	คงไว้
Goldfarb, K. (1999). Working together: Immigrant families and the schools. NCFR Report: Immigrant and refugee families . Minneapolis: National Council on Family Relations, p. 13.	✓	✓	✓	คงไว้
Gurhan-Canli, Z., & Maheswaran, D. (2000). Cultural variations in country of origin effects. Journal of Marketing Research. 37, 309-317.	✗	✓	✗	ตัดออก
Waldmann, E. (2000) Teaching ethics in accounting: a discussion of cross-cultural factors with a focus on Confucian and Western philosophy. Accounting Education . 9 (1), 23–35.	✗	✗	✗	ตัดออก
Cheung FM, Leung K, Zhang J, Sun H, Gan Y, Song WZ, (2001) Indigenous Chinese personality constructs: Is the five factor model complete? Journal of Cross-Cultural Psychology .32. 407–433.	✗	✗	✗	ตัดออก
Hwang, K. K. (2001). The deep structure of Confucianism: A social psychological approach. Asian Philosophy , 11(3), 179-204.	✗	✗	✗	ตัดออก
Zane N, Yeh M. (2002) Use of culturally-based variables in assessment: Studies on loss of face. In: Kurasaki K, Okazaki S, Sue S, editors. Asian American mental health: Assessment, theories and methods . Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic; 2002. pp. 123–138.	✓	✓	✓	คงไว้
Cheng, C. Y. (2004). A theory of Confucian selfhood: Self-cultivation and face will in Confucian philosophy. In K. L. Shun & D. B. Wong (Eds.), Confucian Ethic (pp. 124–147). London: Cambridge University Press.	✗	✗	✗	ตัดออก

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian dynamism) (ต่อ)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Hitchcock, M. & Wesner, S. (2009) Vietnamese Values, Networks and Family Businesses in London Asia. Pacific Business Review . 15(2).265-282..	✓	✓	✓	ตัดออก
Rutaichanok J, & Fotaki, M. (2010) Confucian Ethics and the Limited Impact of the New Public Management Reform in Thailand. Marianna. Journal of Business Ethics . 104, p61-73.	✗	✗	✗	ตัดออก
Kim. J, Lim. T, Dindia. K, & Burrell, N. (2010) Reframing the Cultural Differences between the East and the West. Communication Studies . 61(5), November–December pp. 543–566	✗	✗	✗	ตัดออก
Tjeldvoll, A. (2011) Change leadership in universities: the Confucian dimension. Journal of Higher Education Policy and Management , 33(3), 219-230.	✓	✓	✓	คงไว้
Ciochetto, L. e. (2013) Advertising Vietnam, Cambodia and Laos in the first decade of the 21 st century: Promise of things to come? MEDIA ASIA 40(3), pp. 274–282	✓	✓	✓	คงไว้
Hwang. K. (2011). Face Dynamism in Confucian Society. <i>Communication & Mass Media Complete</i> . 7(4) p13-24.	✗	✗	✗	ตัดออก
Lien Le Monkhouse, Bradley R. Barnes & Thi Song Hanh Pham, (2013). Measuring Confucian Values among East Asian Consumers: A Four Country Study. Asia Pacific Business Review , 19 (3), 320–336,	✗	✗	✗	ตัดออก
Kim. T. W, (2014). Confucian Ethics and Labor Rights. Business Ethics Quarterly . 24 (4):565-594.	✗	✗	✗	ตัดออก
Yan, F. (2015). An Analysis of the Evaluations in a Discourse on Confucius lhs, 10. 69–82,	✗	✗	✗	ตัดออก
Nguyen. B, Chen. Cheng-Hao S., Wu. Meng-Shan S, and Melewar. T.C, (2015) Ethical marketing: Singapore, Malaysia and Thailand in Ethical and Social Marketing in Asia Nguyen, B. and Rowley, C. p55-79. Chandos Publishing Amsterdam: Elsevier.	✓	✓	✓	คงไว้
Chinese Culture Connection. (1987). Chinese values and the search for culture-free dimensions of culture. Journal of Cross-Cultural Psychology , 18, 143-164.	✗	✗	✗	ตัดออก
Komin, S. (1990). Culture and work-related values in Thai organizations. International Journal of Psychology , 25(3–6), 681–704.	✓	✓	✓	คงไว้
Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. Advances in Experimental Social Psychology , 25(1), 1–65.	✗	✗	✗	ตัดออก

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian dynamism) (ต่อ)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. Advances in Experimental Social Psychology , 25(1). 1–65.	✗	✗	✗	ตัดออก
Chang, H. C., & Holt, R. G. (1994). A Chinese perspective on face as inter-relational concern. In S. Ting-Toomey (Ed.), The challenge of facework . pp. 95-132. Albany, NY: State University of New York.	✓	✓	✓	คงไว้
Ros, M. & Schwartz, S. H. (1995). Jerarquía de valores en países de la Europa Occidental: Una comparación transcultural. Revista Española de Investigaciones Sociológicas , 69. 69-95.	✗	✗	✗	ตัดออก
Chambers, K. (1997). Succeed in business: Vietnam . The essential guide for business and investment. Portland, OR: Graphics Arts Center.	✓	✓	✓	คงไว้
Valdiney V. Gouveia and Ros M. (2000). Hofstede and Schwartz's models for classifying individualism at the cultural level: their relation to macro-social and macro-economic variables. Psicothema . 12..25-33.	✗	✗	✗	ตัดออก
ZAHIDE KARAKITAPO LU AYGÜN & E. OLCAY IMAMO LU (2002) Value Domains of Turkish Adults and University Students. The Journal of Social Psychology , 142(3). 333–351.	✗	✗	✗	ตัดออก
Zane N, Yeh, M. (2002) Use of culturally-based variables in assessment: Studies on loss of face. In: Kurasaki K, Okazaki S, Sue S, editors. Asian American mental health: Assessment, theories and methods . Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic; 2002. pp. 123–138.	✓	✓	✓	คงไว้
Ciochetto, L. e. (2013) Advertising Vietnam, Cambodia and Laos in the first decade of the 21 st century: Promise of things to come? MEDIA ASIA 40(3). 274–282.	✓	✓	✓	คงไว้
Jirachiefpattana, W (2015) USING INDIVIDUAL VALUES OF INFORMATION TECHNOLOGY PROFESSIONALS TO IMPROVE SOFTWARE DEVELOPMENT MANAGEMENT PRACTICES IN THAILAND. Asian Academy of Management Journal. 20(1). 49–69.	✗	✓	✗	ตัดออก
Nguyen. B, Chen. Cheng-Hao S., Wu. Meng-Shan S, and Melewar. T.C, (2015) Ethical marketing: Singapore, Malaysia and Thailand in Ethical and Social Marketing in Asia Nguyen, B. and Rowley, C. p55-79. Chandos Publishing Amsterdam: Elsevier.	✓	✓	✓	คงไว้

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Trompenaars and Hampden-Turner ^๔	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Ciochetto, L. e. (2013) Advertising Vietnam, Cambodia and Laos in the first decade of the 21 st century: Promise of things to come? <i>MEDIA ASIA</i> 40(3).274-282	✓	✓	✓	คงไว้
Siu, S. (1996). Asian American students at risk: A literature review . CRESPAR. Retrieved February 21, 2016, from http://www.csos.jhu.edu/crespar/techReports/Report8.pdf	✓	✓	✓	คงไว้
Pornpitakpan, C. (2000). Trade in Thailand: A Three-Way Cultural Comparison <i>Business Horizon</i> . 6170-755.	✓	✓	✓	คงไว้
งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Edward Hall	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Kaplan, R. (1966). Cultural thought patterns in intercultural education. <i>Language Learning</i> , 16. 1-20.	✗	✗	✗	ตัดออก
Hwang, K. K. (1987). Face and favor: The Chinese power game. <i>American Journal Sociology</i> , 92(4), 944-974.	✓	✓	✓	คงไว้
Chang, H. C., & Holt, R. G. (1994). A Chinese perspective on face as inter-relational concern. In S. Ting-Toomey (Ed.), The challenge of facework . pp. 95-132. Albany, NY: State University of New York.	✓	✓	✓	คงไว้
Morley, M., & Robins, K. (1995). Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries. London: Routledge.	✗	✗	✗	ตัดออก
Chambers, K. (1997). Succeed in business: Vietnam . The essential guide for business and investment. Portland, OR: Graphics Arts Center	✓	✓	✓	คงไว้
Marcus, A., & Gould, E. W. (2000). Cultural dimensions and global web user-interface design: What? So What? Now What? Proceedings of the 6th Conference on Human Factors and the Web. Austin, Texas. Retrieved October 5, 2017, from http://www.amanda.com/resources/hfweb2000/AMA_CultDim.pdf	✗	✗	✗	ตัดออก
Leonardi, P. M. (2002). Cultural variability in web interface design: Communicating U.S. Hispanic cultural values on the Internet. In F. Sudweeks & C. Ess (Eds.), Proceedings of Cultural Attitudes Towards Communications and Technology 2002 (pp. 297-315). Murdoch, Western Australia: Murdoch University.	✗	✗	✗	ตัดออก

^๔ Siu (1996), Pornpitakpan, C. (๒๐๐๐)Ciochetto (๒๐๑๓), Pornpitakpan, C. (๒๐๐๐) งานวิจัยสามารถอ้างอิงได้ในหลายกลุ่มแนวคิด

งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Edward Hall (ต่อ)	ความสอดคล้อง			การ คัดเลือก
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	
Zane N, Yeh M. (2002) Use of culturally-based variables in assessment: Studies on loss of face. In: Kurasaki K, Okazaki S, Sue S, editors. Asian American mental health: Assessment, theories and methods . Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic; 2002. 123–138.	✓	✓	✓	คงไว้
Han, K. (2003) Cultural Differences in Cyberspace: Do Traditional Cultural Dimensions Fit into Web Communication Contexts? Paper Submitted to the Communication and Technology Division, The 53rd Annual Conference of the International Communication Association, San Diego, CA, May 23-27.	✗	✗	✗	ตัดออก
Brislin, R. W. & Kim, E. S. (2003) Cultural Diversity in People's Understanding and Uses of Time APPLIED PSYCHOLOGY: AN INTERNATIONAL REVIEW , 2003, 52 (3). 363–382.	✗	✗	✗	ตัดออก
Singh, N. (2004) From Cultural Models to Cultural Categories: A Framework for Cultural Analysis. The Journal of American Academy of Business, Cambridge , September, 95-101.	✗	✗	✗	ตัดออก
Morris,P. & Lee, S. (2005) ,CULTURE AND ADVERTISING: AN EMPIRICAL STUDY OF CULTURAL DIMENSIONS ON THE CHARACTERISTICS OF ADVERTISEMENTS. Paper submitted to the International Communication Association, 2005 Annual Convention “Communication: Questioning the Dialogue” for the Intercultural Communication Division.	✗	✗	✗	ตัดออก
Wu” rtz, E. (2006) Intercultural Communication on Web sites: A Cross-Cultural Analysis of Web sites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures. Journal of Computer Mediated Communication .11. 274-299.	✗	✗	✗	ตัดออก
Donelson R. Forsyth, Ernest H. O’Boyle, Jr. Michael A. McDaniel (2008) East Meets West: A Meta-Analytic Investigation of Cultural Variations in Idealism and Relativism. Journal of Business Ethics , Springer 83. 813–833.	✗	✗	✗	ตัดออก
Sally O. Hastings, George W. Musambira, & Rana Ayoub (2011) Revisiting Edward T. Hall’s Work on Arabs and Olfaction: An Update with Implications for Intercultural Communication Scholarship. Journal of Intercultural Communication Research 40(1), March 2011. 3–20.	✗	✗	✗	ตัดออก
Nguyen. B, Chen. Cheng-Hao S., Wu. Meng-Shan S, and Melewar. T.C, (2015) Ethical marketing: Singapore, Malaysia and Thailand in Ethical and Social Marketing in Asia Nguyen, B. and Rowley, C. p55-79. Chandos Publishing Amsterdam: Elsevier.	✓	✓	✓	คงไว้

๖.๒ ภาพรวมของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สืบเนื่องจากตาราง ๔.๓ พบผลจากการรวบรวมงานวิจัยภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎี ๖ แนวคิด ซึ่งทำการศึกษาในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยตีพิมพ์ในฐานข้อมูลสากลระหว่าง ปี ค.ศ. ๑๙๖๖-๒๐๑๖ จำนวน ๑๐๓ เรื่อง ทำการคัดเลือกและหาความสอดคล้อง สามารถคัดเลือกงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ทั้งสิ้น ๕๐ เรื่อง อีกทั้งยังพบว่าแต่ละทฤษฎีได้รับการอ้างอิงเพื่อนำไปเป็นกรอบในการศึกษาแตกต่างกัน ดังนี้ ตารางที่ ๔.๔ แสดงจำนวนเรื่องและอันดับความนิยมของการอ้างอิงจำแนกตามกรอบแนวคิดทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้เป็นกรอบดำเนินงานวิจัย	จำนวน/เรื่อง ที่เกี่ยวข้อง	จำนวน/เรื่อง ที่ได้รับการคัดเลือก	อันดับ ความนิยม
Hofstede	๔๗	๒๓	๑
Confucian dynamism	๒๖	๑๒	๒
Schwartz	๑๒	๑๐	๓
Edward Hall	๑๖	๕	๔
Trompenaars and Hampden-Turner ^๔	(๓)	(๓)	-
Kluckhohn and Strodtbeck	๐	๐	-

จากตาราง ๔.๔ พบว่า แนวคิดของ Hofstede ได้รับความสนใจและนำไปอ้างอิงมากที่สุด รองลงมาคือแนวคิดพลวัตรของขงจื้อ (Confucian Dynamism) ของ Schwartz (1992) และ Edward Hall (1976, 2000) และไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎี Trompenaars and Hampden-Turner และ Kluckhohn and Strodtbeck

แนวคิดทฤษฎีของ Hofstede นั้นเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นปัจจุบัน ในแต่ละมิตีย่อยมีคำอธิบายที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับบริบทของสังคมทั่วไปมีความชัดเจนและให้ผลสะท้อนกลับไปยังการจัดการที่สอดคล้องกับความเป็นจริง และสามารถนำไปใช้อธิบายมิติระหว่างวัฒนธรรมในด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศได้ดี ส่วนแนวคิดพลวัตรของขงจื้อ (Confucian Dynamism) ซึ่งได้รับการพัฒนามาจาก Hofstede and Bond (1988) เป็นมิติร่วมทางวัฒนธรรมที่อธิบายบริบทของวัฒนธรรมในแนวคิดทางตะวันออก (ขงจื้อ) ทั้งแนวคิดทฤษฎีของ Hofstede และแนวคิดพลวัตรของขงจื้อ (Confucian Dynamism) จึงเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมกลุ่มประชากรทั้งตะวันออกและตะวันตก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ทั้ง 2 เป็นที่นิยมนำมาอ้างอิงในการศึกษาวิจัย

ตอนที่ ๓. การค้นหามโนทัศน์มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

บทความวิจัยที่ได้รับการคัดเลือกทั้งหมดได้จัดทำเป็นบัญชีแยกตามกลุ่มทฤษฎี และปีที่ตีพิมพ์ โดยได้ทำการจัดแต่ละประเทศลงมิติร่วมทางวัฒนธรรมแยกตามทฤษฎีได้ดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

๑. กลุ่มประเทศอาเซียนภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม

^๔ งานวิจัยบางเรื่องให้ผลที่สามารถนำไปอ้างอิงได้ในหลายกลุ่มทฤษฎี ทำให้จำนวนที่อ้างอิงอาจมีจำนวนเพิ่มขึ้นในบางกลุ่ม และในการศึกษาครั้งนี้ไม่พบงานวิจัยที่อ้างอิงแนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner และ Kluckhohn and Strodtbeck แต่ผลจากการวิจัยได้ค้นพบไปในทิศทางคำอธิบาย Trompenaars and Hampden-Turner ได้ ๓ เรื่อง

ตารางที่ ๔.๕ แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดของ Hofstede เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

Hofstede (1997)										
ชื่อนักวิจัย	มิติที่ ๑ Power distance		มิติที่ ๒ individuality		มิติที่ ๓ masculinity		มิติที่ ๔ uncertainty avoidance		มิติที่ ๕ long-term orientation	
	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
Koh and Hia, (1997)						สิงคโปร์				
Ralston, et.al, (1999).	เวียดนาม ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย			ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์	เวียดนาม					
Ang, (2000)			สิงคโปร์	ไทย, มาเลเซีย						
Pornpitakpan (2000)	ไทย			ไทย		ไทย	ไทย			
ITIM International, (2003)				เวียดนาม						
Hofstede and Hofstede (2005)	มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ไทย		ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย	ไทย	ฟิลิปปินส์	ไทย	ไทย อินโดนีเซีย	สิงคโปร์	เวียดนาม สิงคโปร์	ฟิลิปปินส์ เวียดนามไทย
Le and et.al, (2005)				เวียดนาม						
Kohl, (2007)	เวียดนาม									
Chang and Lu, (2007)			สิงคโปร์	ไทย มาเลเซีย						

ตารางที่ ๔.๕ แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดของ Hofstede เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

Hofstede (1997)										
ชื่อนักวิจัย	มิติที่ 1 Power distance		มิติที่ 2 individuality		มิติที่ 3 masculinity		มิติที่ 4 uncertainty avoidance		มิติที่ 5 long-term orientation	
	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
Rarick et.al, (2009)					ลาว					
Hoang & Dung, (2009)					เวียดนาม					
Gnoth and Zins, (2010)	สิงคโปร์ มาเลเซีย			สิงคโปร์ เวียดนาม ไทย มาเลเซีย						
Flaming et.al, (2010)	มาเลเซีย ฟิลิปปินส์			สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์	ฟิลิปปินส์			สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์		ฟิลิปปินส์
Darmadi, (2011)	อินโดนีเซีย			อินโดนีเซีย						
Diplock et al, (2011)					มาเลเซีย					
Quy Cao (Jenny) (2012)	เวียดนาม				เวียดนาม					
Croucher (2013)	ไทย				ไทย		ไทย			
Tananuraksakul (2013)				ไทย						
Yotyodying S and Wild E (2014)				ไทย						
Low et al, (2015)					มาเลเซีย					
Duran and et.al, (2016)	สิงคโปร์				สิงคโปร์					
Yang, and et.al, (2016)					ไทย ลาว					
Shinde and et.al, (2016)	ไทย				ไทย					ไทย

จากตารางที่ ๔.๕ จากการศึกษางานวิจัยจำนวน ๒๓ เรื่อง แสดงให้เห็นว่าประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่ม Power distance สูง ประกอบด้วย ประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย ประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่ม individuality สูง ประกอบด้วยฟิลิปปินส์ มาเลเซียประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่ม masculinity สูงได้แก่ ฟิลิปปินส์ ไทย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ ประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่ม uncertainty avoidance สูงได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย ประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่ม long-term สูงได้แก่ เวียดนาม ไทย และสิงคโปร์

นอกจากนี้ ยังพบว่า มีประเทศในอาเซียนอยู่ในมิติเดียวกันกับประเทศไทยดังนี้ มิติที่ ๑ ประเทศไทยอยู่ในกลุ่ม Power distance สูง ร่วมกันกับประเทศมาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม อยู่ในกลุ่ม individuality ต่ำ ร่วมกันกับประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ อยู่ในกลุ่ม masculinity สูง ร่วมกันกับประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม ลาว อยู่ในกลุ่ม uncertainty avoidance สูง ร่วมกันกับประเทศอินโดนีเซีย และอยู่ในกลุ่ม long-term orientation ต่ำ ร่วมกันกับประเทศฟิลิปปินส์ เวียดนาม

ตารางที่ ๔.๖ แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิดพลวัตของขงจื้อ เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

พลวัตของขงจื้อ (Confucian dynamism) (Hofstede and Bond (1988))								
ชื่อนักวิจัย	มิติที่ ๑ ความมั่นคงและควมมีเสถียรภาพ		มิติที่ ๒ การรักษาหน้า		มิติที่ ๓ การเคารพประเพณี		มิติที่ ๔ การตอบสนองด้วยสิ่งของ	
	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
Hwang, (1987)			มาเลเซีย สิงคโปร์					
Cheng and Ima, (1993)					กัมพูชา ลาว			
Chang and Holt, (1994)			มาเลเซีย สิงคโปร์					
Fu, (1995)					กัมพูชา ลาว			
Siu, (1996)					กัมพูชา ลาว			
Chambers, (1997)			สิงคโปร์ เวียดนาม					
Goldfarb, (1999)					กัมพูชา ลาว			
Zane and Yeh, (2002)			ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์					
Hitchcock and Wesner, (2009)					เวียดนาม			
Tjeldvoll (2011)					สิงคโปร์			
Clochetto, (2013).					กัมพูชา ลาว			
Nguyen et al, (2015)			มาเลเซีย สิงคโปร์					

จากตาราง ๔.๖ พบว่า ผลการวิจัย จำนวน ๑๒ เรื่องที่ได้ศึกษาในสาขาวิชาต่างนั้น แสดงให้เห็นว่า ใน ๔ มิติ มีมิติ การรักษาหน้าสูง ในกลุ่มประเทศอาเซียนคือ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และการเคารพประเพณีสูงประกอบด้วยประเทศกัมพูชา ลาว เวียดนาม อีก ๒ มิติคือ การตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ ความมั่นคงและควมมีเสถียรภาพประเทศอาเซียนส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มนี้ นอกจากนี้ ยังพบว่าประเทศไทยอยู่ในกลุ่มการรักษาหน้าสูงร่วมกับมาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม ตารางที่ ๔.๗ แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Schwartz เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

Schwartz (๑๙๙๒) ^๖						
ชื่อนักวิจัย	มิติที่ ๑ จารีตนิยม/ความอิสระ		มิติที่ ๒ ลำดับชั้นทางสังคม/ความเสมอภาค		มิติที่ ๓ อำนาจควบคุม/ความกลมกลืน	
	จารีตประเพณีสูง	ไม่อยู่ภายใต้ประเพณี	ลำดับชั้นในสังคม	ความเสมอภาค	อำนาจควบคุม	ความกลมกลืน
Komin, (1990)			ไทย			ไทย
Cheng and Ima, (1993)	กัมพูชา ลาว					
Chang and Holt, (1994)			มาเลเซีย สิงคโปร์			
Fu, (1995)	กัมพูชา ลาว					
Goldfarb, (1996)	กัมพูชา ลาว					
Chambers, (1997)			สิงคโปร์ เวียดนาม			
Siu, (2016)	กัมพูชา ลาว					

^๖แนวคิดของ Schwartz (๑๙๙๒) ได้มีผู้จัดแบ่งกลุ่มใน ๒ ลักษณะแต่เท่าที่ศึกษาพบว่า นักวิจัยส่วนใหญ่ได้ แบ่งตาม Gutterman (2010) ซึ่งแนวคิดนี้ได้นำมาเป็นแนวทางในการจัดแบ่งกลุ่มในงานวิจัยเรื่องนี้ ด้วยเช่นกัน

Fu (1665), Goldfarb, (1996), Siu, (2016), Cheng and Ima, (1993) งานวิจัยสามารถอ้างอิงได้ในหลายกลุ่มแนวคิด

Schwartz (๑๙๙๒) (ต่อ)						
ชื่อนักวิจัย	มิติที่ ๑ จารัตินิยม/ความอิสระ		มิติที่ ๒ ลำดับชั้นทางสังคม/ความเสมอภาค		มิติที่ ๓ อำนาจควบคุม/ความกลมกลืน	
	จารัติประเพณีสูง	ไม่อยู่ภายใต้ประเพณี	ลำดับชั้นในสังคม	ความเสมอภาค	อำนาจควบคุม	ความกลมกลืน
Zane and Yeh, (2002)			ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์			
Clochetto, (2013)	กัมพูชา ลาว					
Nguyen et al,(2015)			มาเลเซีย สิงคโปร์			

จากตาราง ๔.๗ พบว่า จากการศึกษางานวิจัยจำนวน ๑๐ เรื่อง พบว่า ประเทศที่จัดอยู่ในสังคมที่มีความคงไว้ซึ่งจารัติประเพณีสูง ร่วมกับกัมพูชาและลาว และลำดับชั้นในสังคม ประกอบด้วยประเทศไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ และมิติความกลมกลืนกับธรรมชาติ ประกอบด้วยประเทศไทย การรักษาน้ำสูง ในกลุ่มประเทศอาเซียนคือ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และการเคารพประเพณีสูงประกอบด้วยประเทศกัมพูชา ลาว เวียดนาม อีก ๒ มิติคือ การตอบแทนด้วยสิ่งของและการให้ของขวัญ และความมั่นคงและความมีเสถียรภาพ จากการวิจัยพบว่าไม่มีประเทศอาเซียนใดอยู่ในมิตินี้

ตารางที่ ๔.๘ แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Trompenaars and Hampden-Turner เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

มิติ ประเทศ	มิติที่ ๑		มิติที่ ๒		มิติที่ ๓		มิติที่ ๔		มิติที่ ๕		มิติที่ ๖		มิติที่ ๗	
	ความเป็นสากล	ความหลากหลาย	ปัจเจก	กลุ่ม	เจาะจง	พุ้งกระจาย	แสดงอารมณ์	เก็บซ่อนอารมณ์	เชื่ออำนาจในตน	เชื่ออำนาจนอกตน	ความสามารถ	ติดตัวมาแต่เกิด	เวลาต่อเนื่อง	สอดคล้องทางเวลา
Clochetto, (2013)										กัมพูชา ลาว				
Siu, (2016)										กัมพูชา ลาว				
Pornpitakpan (2000)										ไทย				

จากตารางที่ ๔.๘ พบว่า จากการศึกษางานวิจัยจำนวน ๓ เรื่อง พบว่า ประเทศที่จัดอยู่ในสังคมที่มีความเชื่ออำนาจนอกตนสูงประกอบด้วยไทย กัมพูชาและลาว

ตารางที่ ๔.๙ แสดงผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่ได้ศึกษาโดยใช้แนวคิด Hall เพื่อทำการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

Edward Hall (1976, 2000) ^๗								
ชื่อนักวิจัย	มิติที่ 1 บริบท		มิติที่ 2 เวลา		มิติที่ 3 พื้นที่		มิติที่ 4 ข้อมูลข่าวสาร	
	วัฒนธรรมที่มี บริบทระดับสูง (high-context)	วัฒนธรรมที่มี บริบทระดับต่ำ (low-context)	มองเวลาเป็น เชิงเดี่ยว	มองเวลาเป็น เชิงซ้อน	พื้นที่ต่ำ	พื้นที่สูง	ระดับที่ข้อมูล ข่าวสารที่มีการ ไหลช้า	ระดับที่ข้อมูล ข่าวสารที่มีการ ไหลเร็ว
Hwang, (1987)			มาเลเซีย สิงคโปร์					
Zane and Yeh, (2002)			ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์					
Chang and Holt, (1994)			มาเลเซีย สิงคโปร์					
Nguyen et al, (2015)			มาเลเซีย สิงคโปร์					
Chambers, (1997)			สิงคโปร์ เวียดนาม					
Pornpitakpan (2000)	ไทย			ไทย				

ที่มา: งานวิจัยที่ได้รับการคัดเลือกในตารางที่ ๔.๓

จากตาราง ๔.๙ พบว่า งานวิจัยจำนวน ๕ เรื่อง พบว่า ประเทศที่จัดอยู่ในกลุ่ม มองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว ได้แก่ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม

๑.๑ ประเทศอาเซียนภายใต้กรอบแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม

จากผลการรวบรวมงานวิจัยแยกตามแนวคิดทฤษฎีของ Hofstede, ชงจื้อ, Schwartz, Trompenaars and Hampden-Turner และ Hall พบว่างานวิจัยทั้งหมดนั้นได้ให้ผลการวิจัยไปในลักษณะที่หลากหลาย ประเทศบางประเทศพบว่า อยู่ได้ในหลายมิติ อีกทั้งบางประเทศยังมีผลการวิจัยที่ไปในแนวทางที่บางครั้งให้ผลที่ตรงกันและบางครั้งให้ผลตรงกันข้ามขึ้นอยู่กับประเด็นและมุมมองที่นักวิจัยแต่ละคนต้องการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการค้นพบทั้งหมดมาทำการการแจกแจงนับในเชิงปริมาณด้วยสถิติพรรณนาพื้นฐาน คือ ค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (Mode) เพื่อหาภาพรวมของมิติร่วมทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ โดยแสดงในตารางต่อไปนี้

^๗ Chang and Holt, (1994), Chambers, (1997), Pornpitakpan (2000), Nguyen et al, (2015) งานวิจัยสามารถอ้างอิงได้ในหลายกลุ่มแนวคิด

ตารางที่ ๔.๑๐ แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede จำแนกตามประเทศอาเซียน

ประเทศ \ มิติ	มิติที่ 1 อำนาจ		มิติที่ 2 ความเป็นส่วนตัว		มิติที่ 3 การแบ่งชาย/หญิง		มิติที่ 4 การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง		มิติที่ 5 เวลาในการทำงานร่วมกัน	
	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
ไทย	////			////////	////	/	///			///
เวียดนาม	///			//	////				/	/
ลาว					//					
กัมพูชา										
มาเลเซีย	////		/	///	//					
สิงคโปร์	////		//		/	/			/	
บรูไน										
อินโดนีเซีย	///							//		
เมียนมา										
ฟิลิปปินส์	///			/		//		/		//

ที่มา: ความถี่จากตารางที่ ๔.๙

จากตาราง ๔.๑๐ พบว่าผลการวิจัยที่จัดประเทศอาเซียนในแต่ละมิติของ Hofstede มีค่าความถี่และค่าฐานนิยมสูงสุดในแต่ละประเทศดังนี้ ประเทศไทยจัดเป็นประเทศที่มีลักษณะความเป็นส่วนตัวต่ำ เวียดนามจัดเป็นประเทศที่มีลักษณะ masculinity สูง ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ จัดเป็นประเทศที่มีลักษณะอำนาจสูง ส่วนประเทศลาวผลการศึกษาจาก ๒ เรื่อง มีลักษณะที่สอดคล้องกันคือมีค่าความเป็นส่วนตัวต่ำ ส่วนกัมพูชา บรูไนและเมียนมา ไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ ๔.๑๑ แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีพลวัตของขงจื้อ (Confucian work Dynamism) จำแนกตามประเทศอาเซียน

ประเทศ \ มิติ	มิติที่ ๑ ความมั่นคงและความมีเสถียรภาพ		มิติที่ ๒ การรักษาหน้า		มิติที่ ๓ การเคารพประเพณี/ลำดับชั้นทางสังคม		มิติที่ ๔ การให้ของขวัญ	
	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
ไทย			//		//		/	
เวียดนาม			/		/			
ลาว					////			
กัมพูชา					////			
มาเลเซีย			////					
สิงคโปร์			////		/			
บรูไน								
อินโดนีเซีย								
เมียนมา								
ฟิลิปปินส์								

ที่มา: ความถี่จากตารางที่ ๔.๙

จากตาราง ๔.๑๑ พบว่า ผลการวิจัยที่จัดประเทศอาเซียนในแต่ละมิติแนวคิดทฤษฎีพลวัตของขงจื้อ (Confucian work Dynamism) มีค่าความถี่และค่าฐานนิยมสูงสุดในแต่ละประเทศดังนี้ ประเทศลาวและกัมพูชาเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับเคารพประเพณี ส่วนประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์จัดเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับการรักษาหน้า และมีผลการวิจัยเพียง ๑-๒ เรื่อง ที่แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยและประเทศเวียดนามจัดอยู่ในกลุ่มให้ความสำคัญกับการรักษาหน้า ส่วนประเทศอื่นไม่พบการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ ๔.๑๒ แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Schwartz จำแนกตามประเทศอาเซียน

ประเทศ \ มิติ	มิติที่ ๑ จารัตนิยม/ความอิสระ		มิติที่ ๒ ลำดับชั้นทางสังคม/ความเสมอภาค		มิติที่ ๓ อำนาจควบคุม/ความกลมกลืน	
	จารัต	อิสระ	ลำดับ	เสมอภาค	อำนาจ	ควบคุม
ไทย			///			
เวียดนาม			/			
ลาว	////					
กัมพูชา	////					
มาเลเซีย			///			
สิงคโปร์			///			
บรูไน						
อินโดนีเซีย						
เมียนมา						
ฟิลิปปินส์						

ที่มา: ความถี่จากตารางที่ ๔.๙

จากตาราง ๔.๑๒ พบว่าผลการวิจัยที่จัดประเทศอาเซียนในแต่ละมิติของ Schwartz มีค่าความถี่และค่าฐานนิยมสูงสุดในแต่ละประเทศดังนี้ ประเทศลาวและกัมพูชาเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับเคารพจารัต ส่วนประเทศสิงคโปร์ ไทย มาเลเซียและเวียดนาม จัดเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับลำดับชั้นในสังคม แต่เวียดนามมีเพียงผลงานวิจัย ๑ เรื่อง ส่วนประเทศอื่นไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตารางที่ ๔.๑๓ แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Trompenaars and Hampden-Turner จำแนกตามประเทศอาเซียน

มิติ ประเทศ	มิติที่ ๑		มิติที่ ๒		มิติที่ ๓		มิติที่ ๔		มิติที่ ๕		มิติที่ ๖		มิติที่ ๗	
	ความเป็นสากล	ความหลากหลาย	ปัจเจก	กลุ่ม	เจาะจง	พื้กระจาย	แสดงอารมณ์	เก็บซ่อนอารมณ์	เชื่ออำนาจในตน	เชื่ออำนาจนอกตน	ความสามารถ	ติดตัวมาแต่เกิด	เวลาต่อเนื่อง	สอดคล้องทางเวลา
ไทย										/				
ลาว										/				
กัมพูชา										/				

ที่มา: ความถี่จากตารางที่ ๔.๙

จากตาราง ๔.๑๓ พบว่าผลการวิจัยที่จัดประเทศอาเซียนในแต่ละมิติของ Trompenaars and Hampden-Turner มีค่าความถี่และค่าฐานนิยมสูงสุดในแต่ละประเทศดังนี้ ประเทศไทย กัมพูชาและลาวเป็นประเทศที่มีการเชื่ออำนาจนอกตนสูง

ตารางที่ ๔.๑๔ แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Hall จำแนกตามประเทศอาเซียน

มิติ ประเทศ	มิติที่ ๑ บริบท		มิติที่ ๒ เวลา		มิติที่ ๓ พื้นที่		มิติที่ ๔ ข้อมูลข่าวสาร	
	สูง	ต่ำ	มองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว	มองเวลาเป็นเชิงซ้อน	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
ไทย	/		/					
เวียดนาม			/					
ลาว								
กัมพูชา								
มาเลเซีย			////					
สิงคโปร์			////					
บรูไน								

ตารางที่ ๔.๑๔ แสดงค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (mode) ของผลการวิจัยที่ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Hall จำแนกตามประเทศอาเซียน

มิติ ประเทศ	มิติที่ ๑ บริบท		มิติที่ ๒ เวลา		มิติที่ ๓ พื้นที่		มิติที่ ๔ ข้อมูลข่าวสาร	
	สูง	ต่ำ	มองเวลาเป็น เชิงเดี่ยว	มองเวลาเป็น เชิงซ้อน	สูง	ต่ำ	สูง	ต่ำ
อินโดนีเซีย								
เมียนมา								
ฟิลิปปินส์								

ที่มา: ความถี่จากตารางที่ ๔.๙

จากตาราง ๔.๑๔ พบว่าผลการวิจัยที่จัดประเทศอาเซียนในแต่ละมิติของ Hall มีค่าความถี่และค่าฐานนิยมสูงสุดในแต่ละประเทศดังนี้ ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์จัดเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับการมองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว ส่วนประเทศไทยและเวียดนามต่างก็ให้ความสำคัญกับการมองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว เช่นกัน แต่มีผลการวิจัยเพียง ๑ เรื่อง ที่เกี่ยวข้อง ส่วนประเทศอื่นไม่พบการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑.๒ มิติทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

การศึกษาตอนนี้ดำเนินการด้วยวิธีการเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติพื้นฐานประกอบด้วย ความถี่ และฐานนิยมของงานวิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีของ Hofstede Confucian Schwartz Trompenaars and Hampden-Turner และ Hall พบว่า ประเทศในอาเซียน ทั้ง ๑๐ ประเทศมีผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าแต่ละประเทศนั้นอยู่ในมิติวัฒนธรรมดังนี้

ตารางที่ ๔.๑๕ แสดงค่าความถี่และฐานนิยมของประเทศอาเซียนและมิติร่วมทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของ Hofstede Confucian Schwartz Trompenaars and Hampden-Turner และ Hall

ประเทศ	มิติทางวัฒนธรรม
กัมพูชา	จารีตนิยมสูง เคารพประเพณีสูง และเชื่ออำนาจนอกตนสูง
ไทย	ความแตกต่างในเรื่องความเป็นส่วนตัวต่ำ (คำนึงถึงคนรอบข้างมีลักษณะเป็นกลุ่มสังคม) คำนึงถึงชนชั้นทางสังคมสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง และเชื่ออำนาจนอกตนสูง
บรูไน	ไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ฟิลิปปินส์	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง
มาเลเซีย	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง การรักษาหน้าสูง มองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง
เมียนมา	ไม่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ลาว	จารีตนิยมสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง เคารพประเพณีสูง และเชื่ออำนาจนอกตนสูง
เวียดนาม	ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง
สิงคโปร์	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจ ลำดับชั้นทางสังคมสูง การรักษาหน้าสูง มองเวลาเป็นเชิงเดี่ยว
อินโดนีเซีย	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง

ที่มา: ผลจากตาราง ๔.๕-๔.๑๔

๑.๓ มิติร่วมทางวัฒนธรรมและคำอธิบาย

ผลการสังเคราะห์งานวิจัยทำให้ได้ลักษณะของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน และเมื่อนำลักษณะดังกล่าวไปอธิบายร่วมกับตารางที่ ๔.๒ ทำให้เห็นภาพรวมของแต่ละประเทศดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๔.๑๖ แสดงองค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรมและคำอธิบายลักษณะโดยทั่วไปจำแนกตามประเทศ

ประเทศ	องค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรม	คำอธิบายลักษณะโดยทั่วไป
กัมพูชา	จารีตนิยมสูง	- ความสนใจของบุคคลจะไม่มี ความแตกต่างกันไปจาก ความสนใจของกลุ่ม - ความคิด ทักษะคติของแต่ละบุคคลอยู่ภายใต้ประเพณีของกลุ่ม - สมาชิกกลุ่มมีความเชื่อว่าประเพณีคือแนวคิดที่เชื่อถือได้
	เคารพประเพณีสูง	- ให้ความสำคัญกับประเพณี เช่น การอยู่ด้วยกันของ ชายหญิงต้องแต่งงานให้ถูกต้อง
	เชื่ออำนาจนอกตนสูง	- มีความเชื่อว่ามนุษย์ถูกธรรมชาติควบคุมอยู่ (หรืออาจหมายถึงโชคชะตา) ดังนั้นควรอยู่อาศัยไปตามสภาพแวดล้อม
ไทย	มีความแตกต่างในเรื่องความเป็นส่วนตัวต่ำ (คำนึงถึงคนรอบข้างมีลักษณะเป็นสังคม)	- ทำงานต้องอาศัยความสัมพันธ์ส่วนตัว - ความคิดและการกระทำต่างๆที่คำนึงถึงความรู้สึกของผู้อื่นหรือของกลุ่มมากกว่า - เน้นความสามัคคี แสดงความเคารพ อายุและภูมิปัญญา - ระวังความรู้สึกและอารมณ์ในการทำงาน - เคารพประเพณี - นิยมการเปลี่ยนแปลงอย่างช้าๆ - การให้ความสำคัญกับครอบครัวและพวกพ้อง - การตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรจะมีคุณค่าน้อยกว่า ความผูกพันแบบเครือญาติหรือสมัครพรรคพวก
	ชนชั้นทางสังคมสูง	- บุคคลมักแสดงพฤติกรรมตามลำดับชั้นที่ตนเองสังกัด - ลำดับชั้นในสังคมมักผูกติดอยู่กับอำนาจทางสังคม สิทธิ ฐานะทางการเงิน - ในสังคมที่มีระดับชั้นจะมีกฎระเบียบบอกมาควบคุมสมาชิก ซึ่งแต่ละบุคคลต้องยอมรับและดำเนินการกฎระเบียบนั้นด้วย - บุคคลแต่ละคนก็มีระบบของตนเองที่จะควบคุมให้ดำเนินไปตามกฎระเบียบของสังคมด้วยเช่นกัน
	ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง	- หญิงมีหน้าที่ทำงานบ้านเท่านั้น - หญิงไม่มีโอกาสเข้าทำงานและเป็นหัวหน้าผู้ชายได้เลย
	เชื่ออำนาจนอกตนสูง	- มีความเชื่อว่ามนุษย์ถูกธรรมชาติควบคุมอยู่ (หรืออาจหมายถึงโชคชะตา) ดังนั้นควรอยู่อาศัยไปตามสภาพแวดล้อม

ฟิลิปปินส์	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง	- ให้ความสำคัญกับอำนาจ - สมาชิกมีการยอมรับเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมได้ง่ายกว่า - มีความเชื่อฟังผู้บังคับบัญชามากกว่า - มีโครงสร้างการปกครองแบบรวมศูนย์
มาเลเซีย	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง	- ให้ความสำคัญกับอำนาจ - สมาชิกมีการยอมรับเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมได้ง่ายกว่า - มีความเชื่อฟังผู้บังคับบัญชามากกว่า - มีโครงสร้างการปกครองแบบรวมศูนย์
	ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง	- หญิงมีหน้าที่ทำงานบ้านเท่านั้น - หญิงไม่มีโอกาสเข้าทำงานและเป็นหัวหน้าผู้ชายได้เลย
	การรักษาหน้าสูง	- ความสุภาพ - ทำงานหนัก (หาเงิน) - สร้างความมั่งคั่ง สถานภาพ และอำนาจทางสังคม
	การมองเวลาเป็นเชิงเดียว	- มักจะทำสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง - มีการวางแผนอย่างรอบคอบ - การกำหนดเวลามักจะเป็นในปัจจุบัน - มักจะไม่เริ่มทำสิ่งใหม่หากสิ่งที่ทำอยู่เดิมยังไม่เสร็จ
ลาว	จารีตนิยมสูง	- ความสนใจของบุคคลจะไม่มีแตกต่างกันไปจากความสนใจของกลุ่ม - ความคิด ทักษะคติของแต่ละบุคคลอยู่ภายใต้ประเพณีของกลุ่ม - สมาชิกกลุ่มมีความเชื่อว่าประเพณีคือแนวคิดที่เชื่อถือได้
	ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง	- หญิงมีหน้าที่ทำงานบ้านเท่านั้น - หญิงไม่มีโอกาสเข้าทำงานและเป็นหัวหน้าผู้ชายได้
	เคารพประเพณีสูง	- ให้ความสำคัญกับประเพณี เช่น การอยู่ด้วยกันของชายหญิงต้องแต่งงานให้ถูกต้อง
	เชื่ออำนาจนอกตนสูง	- มีความเชื่อว่ามนุษย์ถูกธรรมชาติควบคุมอยู่ (หรืออาจหมายถึงโชคชะตา) ดังนั้นควรอยู่อาศัยไปตามสภาพแวดล้อม
เวียดนาม	ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง	- หญิงมีหน้าที่ทำงานบ้านเท่านั้น - หญิงไม่มีโอกาสเข้าทำงานและเป็นหัวหน้าผู้ชายได้เลย
สิงคโปร์	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง	- ให้ความสำคัญกับอำนาจ - สมาชิกมีการยอมรับเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมได้ง่ายกว่า - มีความเชื่อฟังผู้บังคับบัญชามากกว่า - มีโครงสร้างการปกครองแบบรวมศูนย์

	ลำดับชั้นทางสังคม/ ความเสมอภาคสูง	- บุคคลมักแสดงพฤติกรรมตามลำดับชั้นที่ตนเองสังกัดอยู่ - ลำดับชั้นในสังคมมักผูกติดอยู่กับอำนาจทางสังคม สิทธิ ฐานะทางการเงิน - ในสังคมที่มีระดับชั้นจะมีกฎระเบียบออกมาควบคุม สมาชิก ซึ่งแต่ละบุคคลต้องยอมรับและดำเนินการ กฎระเบียบนั้นด้วย - บุคคลแต่ละคนก็มีจะมีระบบของตนเองที่จะควบคุม ให้ดำเนินไปตามกฎระเบียบของสังคมด้วยเช่นกัน
	การรักษาหน้าสูง	- ความสุภาพ - ทำงานหนัก (หาเงิน) - สร้างความมั่งคั่ง สถานภาพ และอำนาจทางสังคม
	การมองเวลาเป็น เชิงเดียว	- มักจะทำสิ่งหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง - มีการวางแผนอย่างรอบคอบ - การกำหนดเวลามักจะเป็นในปัจจุบัน - มักจะไม่เริ่มทำสิ่งใหม่หากสิ่งที่ทำอยู่เดิมยังไม่เสร็จ
อินโดนีเซีย	ความแตกต่างใน เรื่องของอำนาจสูง	- ให้ความสำคัญกับอำนาจ - สมาชิกมีการยอมรับเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมได้ง่ายกว่า - มีความเชื่อฟังผู้บังคับบัญชามากกว่า - มีโครงสร้างการปกครองแบบรวมศูนย์

๒. ชุดมโนทัศน์มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

จากผลการสังเคราะห์งานวิจัยต่างๆ (แสดงผลในตารางที่ ๔.๑๕) ที่ได้รับการตีพิมพ์ในฐานข้อมูลสาขานั้น หากพิจารณาความสอดคล้องตั้งแต่ ๒ มิติขึ้นไปพบว่า สามารถจัดกลุ่มได้จำนวน ๓ กลุ่ม ได้ดังนี้

๒.๑ ประเทศและองค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรม

ตารางที่ ๔.๑๗ แสดงประเทศและองค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรมของประเทศอาเซียน

ประเทศ	องค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรม
ไทย ลาว กัมพูชา	ความแตกต่างในเรื่องความเป็นส่วนตัวต่ำ ขนชั้นทางสังคมสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง เชื่ออำนาจนอกตนสูง จารีตนิยมสูง เคารพประเพณีสูง
มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง การรักษาหน้าสูง การมองเวลาเป็นเชิงเดียว
อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง

ผลจากการศึกษาที่ใช้กรอบทฤษฎี ๖ แนวคิด (แสดงผลในผลในตาราง ๔.๑๖) ที่ศึกษาเกี่ยวข้องกับประเทศอาเซียนนั้น พบว่า ชุดมโนทัศน์ (concepts) แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน แบ่งประเทศออกเป็น ๓ กลุ่ม คือกลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วยประเทศไทย ลาวและกัมพูชา กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วยประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม และกลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ส่วนประเทศบรูไนและประเทศเมียนมาไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ไม่สามารถจัดกลุ่มได้ในขณะนี้ ดังนั้น

๒.๒ สมมติฐานชั่วคราวสำหรับกลุ่มมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน^๔

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้แนวคิดซึ่งถือเป็นสมมติฐานชั่วคราวของกลุ่มประเทศอาเซียนในครั้งนี้เป็น

สมมติฐานการวิจัย “กลุ่มประเทศอาเซียนสามารถแบ่งกลุ่ม ได้เป็น ๓ กลุ่มใหญ่^๕ โดยกลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วย ประเทศไทย ลาว กัมพูชา กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และกลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์^{๑๐}”

ในบทต่อไป จะเป็นการศึกษาเพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์พล็อตละครโทรทัศน์ เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรม ภายใต้ข้อบท ‘ชุดมโนทัศน์ (concepts) พล็อต (plots) และเนื้อหา (contents) ละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน’

^๔ สมมติฐานนี้ถือเป็นสมมติฐานที่ได้จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะต้องมีการนำไปพิสูจน์เพื่อปรับให้เป็นสมมติฐานที่สมบูรณ์ในการศึกษาช่วงที่ ๒ (phase ๒) ซึ่งจะมีการนำเสนอในบทที่ ๗

^๕ ภายใต้กรอบแนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของแนวคิดของ Hofstede Confucian Schwartz Trompenaars and Hampden-Turner และ Hall

^{๑๐} ส่วนประเทศเมียนมาและบรูไนนั้นไม่สามารถนำมาจัดกลุ่มได้เนื่องจากไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับทั้ง ๒ ประเทศนี้

บทที่ ๕
ชุดมโนทัศน์ (concepts) พล็อต (plots) และเนื้อหา (contents)
ละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

บทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๑.๒ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ (concepts) พล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรม และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน

ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าว ในบทนี้ได้ดำเนินการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) รวมทั้งได้ทำการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (research synthesize) ซึ่งจะนำเสนอออกเป็น ๓ ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนที่นำเสนอเกี่ยวกับกลุ่มประเทศอาเซียน

เพื่อค้นหาพล็อตและเนื้อหาและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศในกลุ่มอาเซียน ซึ่งได้นำเสนอผ่านสื่อมวลชนในช่วงที่มีการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยการวิจัยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

๑. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรประกอบด้วยรายการวิทยุกระจายเสียงและรายการโทรทัศน์ ที่นำเสนอเกี่ยวกับพฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร รูปแบบการดำเนินชีวิต และองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ไทยที่ประสบความสำเร็จในประเทศอาเซียน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างกระทำโดยใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่ง Glass (1981:62-63) อธิบายว่า การเลือกแบบเจาะจงจะเหมาะสมกับการวิจัยที่มีลักษณะเฉพาะ ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้คัดเลือกรายการประกอบด้วย

๑). รายการวิทยุ ‘Good Morning ASEAN’ รายการวิทยุ ‘Good Morning ASEAN’ ลักษณะของรายการ

รายการ ‘Good Morning ASEAN’ ออกอากาศทางคลื่น FM. ๑๐๐.๕ อสมท. ช่วงเวลา ระหว่างเวลา ๗.๐๐-๗.๓๐ น. ดำเนินรายการโดยกลุ่มนักสื่อสารมวลชนและนักวิชาการอันประกอบด้วย คุณอิสริย์ บงกชสถิต คุณกীরติกร นาคสมภพ ดร.เจษฎา ศาลาทอง อ.เกษมสันต์ วีระกุล อ.ทรงฤทธิ์ โพนเงิน ผู้ช่วยศาสตราจารย์วีรวรรณ วรธนะ คุณพิญ พุ่มแก้ว คุณพันพลอย เพิ่มภัทร คุณพิญ พุ่มแก้ว คุณกัญญาพัชญ์ ด่านอุตรา รองศาสตราจารย์ ดร.อัทธิ พิศาลวานิช ดร.นิติภูมิธณัฐ มิ่งรุจิราลัย (ดร. นิติภูมิ นวรรตน์) และ ดร.สมเกียรติ อ่อนวิมล

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดการคัดเลือกเนื้อหาของรายการเป็นช่วง ‘เจาะลึกอาเซียน’ ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์และการรายงานสถานการณ์จากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในแต่ละประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภคของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน และความต้องการด้านการตลาดของกลุ่มประเทศอาเซียน มีความยาวอยู่ระหว่าง ๑๕-๒๐ นาที ออกอากาศทุกวัน ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๙ ซึ่งเป็นปีแรกของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ถึงวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๙ และคัดเลือกเฉพาะวันที่ออกอากาศเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ละคร โทรทัศน์ หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตและความต้องการด้านการตลาดของกลุ่มประเทศอาเซียน

๒). รายการสารคดี ชุด ‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน’

ลักษณะของรายการ

สารคดี ASEAN Beyond ๒๐๑๕ เป็นรายการสารคดี ออกอากาศช่วงปี ๒๕๕๗ มีจำนวน ๑๓ ตอน ออกอากาศทางสถานีไทยพีบีเอส ออกอากาศทุกวันศุกร์เวลา ๒๐.๐๐ -๒๓.๐๐ น. เริ่มต้นที่ ๑ วันที่ ๓ มกราคม ๒๕๕๗- ๑๑ เมษายน ๒๕๕๗ โดยได้นำเสนอลักษณะของรายการไว้ดังนี้

‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน เป็นรายการที่จะพาทุกคนร่วมกันเดินทาง สู่การเปิดประตูประชาคมอาเซียน ปี ๒๕๕๘ โดยจะนำมาซึ่งความเปลี่ยนแปลงครั้งประวัติศาสตร์ของ ๑๐ ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเสนอในรูปแบบเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย กับอีก ๙ ประเทศสมาชิก เพื่อให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวการเตรียมตัวของแต่ละประเทศ ถึงความพร้อมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้าน ภาษา การศึกษา อาชีพ การเคลื่อนย้ายแรงงานและทุน การเมืองความมั่นคงหรือแม้แต่วัฒนธรรม เพื่อให้คนไทยได้รู้จุดยืน รู้ปัญหา อุปสรรคและโอกาสของประเทศไทย’

๓). รายการบันเทิงชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’

ลักษณะของรายการ

เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความชื่นชอบและความต้องการรายการบันเทิงในประเทศอาเซียนประกอบด้วย ๖ ตอน และรายการออกอากาศทางช่อง ๙ อสมท.ช่วงปี ๒๕๕๘-๒๕๕๙.

๒. การดำเนินการสังเคราะห์รายการ

๑). วิธีการเก็บและการคัดเลือกข้อมูล

กระบวนการเก็บรวบรวมรายการมีขั้นตอนดังนี้

๑.๑.การเก็บรวบรวมรายการวิทยุ กระทำโดยการฟังย้อนหลังทางวิทยุออนไลน์ (FM. ๑๐๐.๕) เนื่องจากในช่วงที่ดำเนินการเก็บข้อมูลนั้น รายการได้ออกอากาศไปแล้วบางส่วน การเก็บรวบรวมกระทำเฉพาะรายการที่สามารถสืบค้นย้อนหลังได้และบางส่วนได้ทำการบันทึกเสียงรายการสดในช่วงเดือน พฤษภาคม – ธันวาคม ๒๕๕๙^๑ สามารถจัดเก็บรายการได้จำนวนทั้งสิ้น ๒๒๘ รายการ ส่วนรายการ ‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน’ และ ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ จัดเก็บทุกตอนเนื่องจากมีจำนวนน้อย

๑.๒ ทำการถอดเทป^๒ โดยกลุ่มนักศึกษาเอกวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ชั้นปีที่ ๒ จำนวน ๑๘๐ คน และนักศึกษาชั้นปีที่ ๔ จำนวน ๑๘๖ คน จำนวนคนละ ๑ รายการ ทำการจัดพิมพ์เป็นเอกสารฉบับสมบูรณ์เพื่อทำการคัดเลือกต่อไป

๑.๓ ดำเนินการคัดเลือกรายการที่ได้จากข้อ ๑.๒ เรื่องที่คงไว้ เป็นเรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม ความต้องการรายการบันเทิง ธุรกิจบันเทิง ละครโทรทัศน์ สภาพแวดล้อม รูปแบบการดำเนินชีวิต และความต้องการสินค้าของกลุ่มประเทศในอาเซียน โดยกลุ่มนักวิชาการซึ่งเป็นผู้ช่วยนักวิจัย^๓ ผลการคัดเลือกแสดงในตารางต่อไปนี้

^๑ ซึ่งรายการบางส่วนไม่ได้ออกอากาศเนื่องจากเป็นช่วงแสดงความความอาลัยในหลวงรัชกาลที่ ๙

^๒ ผู้วิจัยได้ดำเนินการบรรยายและสร้างความเข้าใจให้ตรงกันในการจัดเก็บข้อมูล การถอดเทปบันทึกเสียง การจับประเด็น และจัดพิมพ์เป็นเอกสาร

^๓ ผู้คัดเลือกกลุ่มเดียวกับการคัดเลือกบทความสำหรับการวิเคราะห์ในบทที่ ๔

ตารางที่ ๕.๑ แสดงชื่อรายการเจาะลึกอาเซียนทางสถานีวิทย์ อสมท.๑๐๐.๕ ประจำเดือนมกราคม พ.ศ.๒๕๕๙ และความสอดคล้องของการคัดเลือก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการคัดเลือก
		๑	๒	๓	
๒ มกราคม ๒๕๕๙	ทิศทางภาพรวมของการขยายกลุ่มนักท่องเที่ยว ญี่ปุ่น และเกาหลี ในตลาดเอเชีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๗ มกราคม ๒๕๕๙	คนไทยเข้าสู่ประชาคมอาเซียนแบบเต็มตัว	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ มกราคม ๒๕๕๙	ยางพารา	✗	✗	✗	ตัดออก
๙ มกราคม ๒๕๕๙	การส่งเสริมเล่นดนตรีไวโอลิน กับบทเพลงอาเซียนวัย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๐ มกราคม ๒๕๕๙	การเรียนการสอนภาษาอังกฤษให้กับเด็กดอยชาวไทยเชื้อสายม้ง	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๑ มกราคม ๒๕๕๙	แนวโน้มธุรกิจการในอาเซียนและประเทศเอเชียติดอันดับ ๑-๒ ของโลกที่ใช้กาวมากที่สุด	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๒ มกราคม ๒๕๕๙	ศาสนาในดินแดนศรีวิชัยก่อนที่อินเดียจะเข้ามา	✓	✓	✓	คงไว้
๑๔ มกราคม ๒๕๕๙	ทิศทางเศรษฐกิจประเทศบรูไน ปี ๒๐๑๖ และ ลู่ทางการลงทุนในบรูไน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๕ มกราคม ๒๕๕๙	สถานการณ์ทั่วไป	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๖ มกราคม ๒๕๖๐	ปฏิรูปมาเลเซียแข่งขันหน้าเมืองไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ มกราคม ๒๕๖๐	พูดคุยเรื่องธุรกิจ startup	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๘ มกราคม ๒๕๕๙	แนวโน้มธุรกิจในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๙ มกราคม ๒๕๕๖	ธุรกิจประกันภัย เคลมดี ทาง แอปพลิเคชัน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๐ มกราคม ๒๕๕๙	ทิศทางเศรษฐกิจมาเลเซียและการค้าการลงทุนในมาเลเซีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๑ มกราคม ๒๕๕๙	ความสงบในเมียนมา	✓	✓	✓	คงไว้
๒๒ มกราคม ๒๕๕๙	นโยบายยางพาราของมาเลเซีย	✓	✓	✓	คงไว้
๒๓ มกราคม ๒๕๕๙	โครงการสำรวจวิจัยความเข้าใจในประชาคมอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ มกราคม ๒๕๕๙	การประชุมใหญ่สมัชชาครั้งที่ ๑๒ ที่เวียดนาม และงานตรุษเวียดนาม	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๕ มกราคม ๒๕๕๙	ทิศทางเศรษฐกิจมาเลเซีย ๒๐๑๖ และการค้าการลงทุนในมาเลเซีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ มกราคม ๒๕๕๙	การทำธุรกิจขายของออนไลน์บนเว็บไซต์เถาเป่า	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๙ มกราคม ๒๕๕๙	ความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม ครบรอบ ๔๐ ปี	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๓๑ มกราคม ๒๕๕๙	การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	เจาะตลาดอินเดีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	ผลสำรวจอสังหาริมทรัพย์ ๑๐ แห่งของเขตเศรษฐกิจพิเศษของไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	ลงทุนเมียนมาหรือเวียดนามดี	✓	✓	✓	คงไว้
๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	เขตเศรษฐกิจพิเศษ	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	จังหวัดกาญจนบุรีหลังเปิดสมาคมอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒๒ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	การนับถอยหลังเลือกตั้งที่ฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๓ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติในเมียนมา	✓	✓	✓	คงไว้
๒๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	ธุรกิจของเครื่องประดับในเวียดนาม	✓	✓	✓	คงไว้
๒๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	ภาพรวมเศรษฐกิจในอาเซียน สิทธิพิเศษระหว่างนักลงทุนทุกแตกต่างกันอย่างไร	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	ศักยภาพของจังหวัดมุกดาหารการขับเคลื่อนเขตเศรษฐกิจพิเศษ	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙	การท่องเที่ยวของประเทศพม่า	✓	✓	✓	คงไว้
๑ มีนาคม ๒๕๕๙	ตลาดเสื้อผ้าเด็กในอินเดีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒ มีนาคม ๒๕๕๙	เจาะธุรกิจขนส่งระบบโลจิสติกส์ในเมียนมา	✗	✗	✗	ตัดออก
๓ มีนาคม ๒๕๕๙	ประเด็นเกี่ยวกับการประชุมรัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนอย่างไม่เป็นทางการ หรือ AEM Retreat ที่ไทยเป็นเจ้าภาพ ที่จัดขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ ๒-๓ มีนาคม พ.ศ.๒๕๕๙	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ มีนาคม ๒๕๕๙	ร้านอาหารไทยในเวียดนาม	✗	✗	✗	ตัดออก
๙ มีนาคม ๒๕๕๙	การขยายขยายของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ประเทศไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๐ มีนาคม ๒๕๕๙	โครงการพัฒนาเส้นทางหลวงไตรภาคี อินเดีย พม่าและไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๑ มีนาคม ๒๕๕๙	ข้าวผกามะลิกับมะม่วงแก้วขมิ้นของกัมพูชา	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๒ มีนาคม ๒๕๕๙	เศรษฐกิจพิเศษจังหวัดตราด	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๔ มีนาคม ๒๕๕๙	ประธานาธิบดีคนใหม่ของเมียนมา	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/พ.ศ.	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๑๕ มีนาคม ๒๕๕๙	ธุรกิจ Event Marketing	✓	✓	✓	คงไว้
๒๑ มีนาคม ๒๕๕๙	ความสามารถในการพัฒนาระบบการนำน้ำทะเลมาทำเป็นน้ำดื่มในสิงคโปร์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๒ มีนาคม ๒๕๕๙	ตลาดกาแฟในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ มีนาคม ๒๕๕๙	อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง	✓	✓	✓	คงไว้
๒๕ มีนาคม ๒๕๕๙	มณฑลฟูเจี้ยน กวางตุ้งแห่งที่สองของจีน โอกาสการค้าและการลงทุนไทยต่อสายตรง จากเมืองจีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๖ มีนาคม ๒๕๕๙	ภาพรวมจังหวัดหนองคาย ธุรกิจโมเดิร์นเทรดเขตเศรษฐกิจพิเศษ	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ มีนาคม ๒๕๕๙	จะอย่างไรให้พลเมืองอาเซียนด้วยกันเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาค เพื่อให้มีเงินไหลเวียนอยู่ในภูมิภาคอาเซียนของเรามากขึ้น	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ มีนาคม ๒๕๕๙	เศรษฐกิจพิเศษของไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๙ มีนาคม ๒๕๕๙	โฆษณาและbusiness matchingในเมียนมา	✗	✗	✗	ตัดออก
๑ เมษายน ๒๕๕๙	การทดสอบตลาดสินค้าไทยแปรรูปในตลาดจีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒ เมษายน ๒๕๕๙	ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ	✗	✗	✗	ตัดออก
๓ เมษายน ๒๕๕๙	การเตือนนักท่องเที่ยวในเมืองท่องเที่ยว	✗	✗	✗	ตัดออก
๔ เมษายน ๒๕๕๙	วัฒนธรรมการตั้งชื่อในกัมพูชา	✓	✓	✓	คงไว้
๖ เมษายน ๒๕๕๙	กลยุทธ์เจาะตลาดให้ถูกจุดและพฤติกรรมชาวเมียนมา	✓	✓	✓	คงไว้
๗ เมษายน ๒๕๕๙	ทิศทางตลาดเครื่องสำอางไทย ใน CLMV	✓	✓	✓	คงไว้
๘ เมษายน ๒๕๕๙	การทดสอบตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปข้าวไทย	✓	✓	✓	คงไว้
๙ เมษายน ๒๕๕๙	การจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดเชียงราย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๐ เมษายน ๒๕๕๙	ญี่ปุ่น	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๕ เมษายน ๒๕๕๙	โรงเรียนเกษตรนานาชาติ๑๑ เมษายน ๒๕๕๙ ล้วงลึกการปล้นแบงก์ที่ใหญ่ที่สุดครั้งหนึ่ง แบงก์ชาติบังคลาเทศ	✓	✓	✓	คงไว้
๑๖ เมษายน ๒๕๕๙	ธุรกิจการค้าในจังหวัดกาญจนบุรี	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/พ.ศ.	ชื่อบท	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ทิศทางการวางกลยุทธ์ด้านอุตสาหกรรมบันเทิงไทยเพื่อก้าวสู่การแข่งขันระดับอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙	สีสันแรงงานในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๓ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การจัดเทศกาลอาหารซีฟู้ด	✗	✗	✗	ตัดออก
๔ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ความเคลื่อนไหวในประเทศกัมพูชา: การผลักดันสนามบินหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางเชื่อมประเทศเพื่อนบ้าน	✗	✗	✗	ตัดออก
๕ พฤษภาคม ๒๕๕๙	กลยุทธ์การทำการตลาดของผลิตภัณฑ์ทำสีผมและดูแลเส้นผมในตลาดอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๖ พฤษภาคม ๒๕๕๙	รสนิยมผู้บริโภคจีนต่อสินค้าเกษตรแปรรูปไทยและช่องทางการจัดจำหน่าย	✗	✗	✗	ตัดออก
๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การเมืองในเมียนมา	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ พฤษภาคม ๒๕๕๙	วิเคราะห์ความหมายของเพลงเจาะลึกอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๙ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การไปทำงานไมซ์ โรดโชว์ แคมโบเดีย ๒๐๑๖ ที่ กัมพูชา	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ติดตามการค้าส่งและค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การค้าปลีกในภาคเหนือหลังจากเปิดประชาคมอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน-รัสเซีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๕ พฤษภาคม ๒๕๕๙	เรื่องความคืบหน้าการจดทะเบียนแรงงานต่างด้าว	✓	✓	✓	คงไว้
๑๖ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ประเด็นความคืบหน้าเกี่ยวกับการเลือกตั้งฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การพัฒนาแรงงานในจังหวัดตราดเพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจพิเศษ	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๘ พฤษภาคม ๒๕๕๙	อินเทอร์เน็ตชนชั้นแนลไพรเรทกรุป	✓	✓	✓	คงไว้
๑๙ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การเปิดปิดมหาวิทยาลัยตามอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ทำการตลาดอย่างไรให้โดนใจชาวเมียนมาในไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การจัดการเลือกตั้งในฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙	แนวทางการพัฒนาเซฟไทยสู่การเป็นผู้นำเซฟอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒๓ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ประวัติโฮจิมินห์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๙	เปิดแนวรุกบุกลงทุน AEC ชี้ช่องลงทุนอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้

วันที่/เดือน/พ.ศ.	ชื่อบท	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๒๕ พฤษภาคม ๒๕๕๙	เทคโนโลยีปิโตรเลียมนานาชาติ IPTC	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การใช้พิพิธภัณฑ์ราชของประเทศไทย การใช้ภาษาของลาวและภาษาเขม	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ พฤษภาคม ๒๕๕๙	โครงการ MICE ที่อินโดนีเซีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๙ พฤษภาคม ๒๕๕๙	ธุรกิจอาหารไทยในฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙	การไปเยือนอินโดนีเซียครั้งล่าสุดของอาจารย์เกษมสันต์	✓	✓	✓	คงไว้
๓๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙	หลักเกณฑ์เงื่อนไขการอนุญาตให้รถต่างประเทศเข้ามาใช้ในประเทศไทยชั่วคราว เพื่อการท่องเที่ยว	✗	✗	✗	ตัดออก
๑ มิถุนายน ๒๕๕๙	ตลาดน้ำจัม ซอสปรุงรสในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒ มิถุนายน ๒๕๕๙	เวียนนามชุมทรัพย์ นักลงทุนอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๓ มิถุนายน ๒๕๕๙	ผลกระทบเขตการค้าเสรีเอเซีย-จีน ต่ออุตสาหกรรมไทย	✓	✓	✓	คงไว้
๕ มิถุนายน ๒๕๕๙	น้ำอินทผลัมโซดา ในประเทศมุสลิม อาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๖ มิถุนายน ๒๕๕๙	เที่ยวตลาดนัดในฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ มิถุนายน ๒๕๕๙	โครงการ CSR ที่ประเทศอินโดนีเซีย	✓	✓	✓	คงไว้
๙ มิถุนายน ๒๕๕๙	แป้งหอมศรีจันทร์กับการรุกรตลาดอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๙	จับทิศทางพัฒนาของจีนในอีก ๕ ปีข้างหน้า	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๑ มิถุนายน ๒๕๕๙	มรดกโลกในประเทศอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๙	ตลาดบันเทิงไทยในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๔ มิถุนายน ๒๕๕๙	ไข่ไก่สดระดับพรีเมียมแห่งแรกในไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๖ มิถุนายน ๒๕๕๙	ระบบชิมการ์ดในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๗ มิถุนายน ๒๕๕๙	อาหารแปรรูปในเวียดนาม	✓	✓	✓	คงไว้
๑๘ มิถุนายน ๒๕๕๙	ศูนย์ภาษาและการเรียนรู้เพื่อชีวิตและสังคม วิทยาลัยชุมชนแม่ฮ่องสอน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๙ มิถุนายน ๒๕๕๙	โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ศูนย์กลางแพทย์ไทยสู่อาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒๐ มิถุนายน ๒๕๕๙	ประวัติ ออง ซาน ซูจี	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๒๑ มิถุนายน ๒๕๕๙	Brexit การออกจากประเทศกลุ่ม EU ของอังกฤษ	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๒ มิถุนายน ๒๕๕๙	การมาเยือนไทยของ ออง ซาน ซูจี	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๓ มิถุนายน ๒๕๕๙	การที่อังกฤษจะออกจากสหภาพยุโรปหรือ EU	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ มิถุนายน ๒๕๕๙	นำสินค้าไทยมาเจาะลึกอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๕ มิถุนายน ๒๕๕๙	โครงการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมและเอกลักษณ์วังสวนสุนันทา	✓	✓	✓	คงไว้
๒๖ มิถุนายน ๒๕๕๙	อองซานซูจี มาเยือนประเทศไทยและการลงนามสนธิสัญญาสามฉบับของประเทศไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ มิถุนายน ๒๕๕๙	การเตรียมพร้อมว่าที่ประธานาธิบดีในฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๙ มิถุนายน ๒๕๕๙	น้ำพริกกุ้งเสียบและแกงไตปลาร้านเจ๊น้อง รุกตลาดอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๙	เทรนด์การก่อสร้างในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙	อาเซียนกับ Bexit ความต่างและผลกระทบต่อไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙	กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกา เผยแพร่รายงานการค้ามนุษย์	✗	✗	✗	ตัดออก
๓ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ลงนามความร่วมมือด้านดาราศาสตร์ไทย เมียนมาพัฒนาดาราศาสตร์อาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๔ กรกฎาคม ๒๕๕๙	Up Date เรื่องราวประเทศฟิลิปปินส์ นายก สปป.ลาว เยือนไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๗ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ภาพการส่งออกของไทยไปตลาด CLMV ครึ่งปีหลัง	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ กรกฎาคม ๒๕๕๙	การสำรวจเส้นทาง R๑๒	✗	✗	✗	ตัดออก
๙ กรกฎาคม ๒๕๕๙	จัดทำมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพสาขาวิชาชีพผู้สอนภาษาเวียดนาม	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๐ กรกฎาคม ๒๕๕๙	IS ภัยร้ายส่อแววตั้งรัฐคอปิฟะห์ในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ธุรกิจ start up	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ไทยเวียดนาม ความร่วมมือป้องกันควบคุมโรคติดต่อ	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๔ กรกฎาคม ๒๕๕๙	บทบาทขององค์กรสำรองข้าวฉุกเฉินของอาเซียน +๑๓	✓	✓	✓	คงไว้
๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙	เจาะมณฑลเจียงซู เจ้อเจียง ผู้เขียน กาวางต๋อง ชานตง กับโอกาสในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ กรกฎาคม ๒๕๕๙	การประชุมตรวจ หรือการประชุมหัวหน้าตำรวจอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ปฏิรูปมาเลเซีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ความจำเป็นกับความต้องการของธุรกิจเรือ แบบ roll ในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ กรกฎาคม ๒๕๕๙	นักท่องเที่ยวจีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ตลาดที่วีซอพับและโฮมซอพับใน อาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ความพร้อมรับมือการท่องเที่ยวไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙	วันสตรีไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๒ กรกฎาคม ๒๕๕๙	เจาะมณฑลเจียงซู เจ้อเจียง ฝูเจี้ยน กวางต๋อง ซานตง กับโอกาสในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ กรกฎาคม ๒๕๕๙	การประชุมตรวจ หรือการประชุมหัวหน้าตำรวจอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๕ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ปฏิรูปมาเลเซีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๖ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ความจำเป็นกับความต้องการของธุรกิจเรือในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ กรกฎาคม ๒๕๕๙	นักท่องเที่ยวจีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ตลาดที่วีซอพับและโฮมซอพับใน อาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๙	ความพร้อมรับมือการท่องเที่ยวไทย	✓	✓	✓	คงไว้
๓๑ กรกฎาคม ๒๕๕๙	วันสตรีไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๑ สิงหาคม ๒๕๕๙	สำรวจวัฒนธรรมมาเลเซียในสิงคโปร์	✗	✗	✗	ตัดออก
๓ สิงหาคม ๒๕๕๙	เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดสระแก้ว เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตและกระจายสินค้าสู่อินโดจีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ สิงหาคม ๒๕๕๙	ภาพรวมธุรกิจสื่อโฆษณาใน เมียนมาและกัมพูชา	✓	✓	✓	คงไว้
๙ สิงหาคม ๒๕๕๙	ความสำเร็จของ คาเฟ่ อเมซอน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๑ สิงหาคม ๒๕๕๙	การประปาส่วนภูมิภาคกับความร่วมมือในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๒ สิงหาคม ๒๕๕๙	ยุทธศาสตร์ผลักดันสินค้าเกษตรไทยสู่ตลาดอาเซียนและโลก	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๓ สิงหาคม ๒๕๕๙	วัฒนธรรมของกลุ่มอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙	ภาพรวมอาเซียนปี ๕๙	✓	✓	✓	คงไว้

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อบทสนทนา	ความสอดคล้อง			ผลการคัดเลือก
		๑	๒	๓	
๑๖ สิงหาคม ๒๕๕๙	การประชุม ATRC Dialogue ๒๐๑๖	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ สิงหาคม ๒๕๕๙	ATRC Dialogue ๒๐๑๖ การประชุมหน่วยงานกำกับดูแลด้านโทรคมนาคม ของอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๘ สิงหาคม ๒๕๕๙	อนาคตอุตสาหกรรมการเดินเรือในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๙ สิงหาคม ๒๕๕๙	ศักยภาพและโอกาสของผลไม้ไทยในตลาดอินเดีย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๐ สิงหาคม ๒๕๕๙	โครงการพัฒนากลุ่มน้ำห้วยหลวงตอนล่าง	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๑ สิงหาคม ๒๕๕๙	การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพใน Southeast Asia	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๒ สิงหาคม ๒๕๕๙	ภาพรวมอาเซียน ๔๙ แต่ละประเทศใน AEC ทิศทางการพัฒนา	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๙	ทิศทางการเติบโตเทคโนโลยีในประเทศอาเซียน Data management	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๕ สิงหาคม ๒๕๕๙	วิธีเจาะลึกตลาดผลไม้อาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒๖ สิงหาคม ๒๕๕๙	จังหวัด เหงะอาน (Nghe An) เขตลงทุนของเวียดนาม	✓	✓	✓	คงไว้
๒๗ สิงหาคม ๒๕๕๙	ผลกระทบระยะไกลจากแผ่นดินไหวและความเสียหายต่อโบราณสถาน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ สิงหาคม ๒๕๕๙	สำรวจวัฒนธรรมมาเลเซียในสิงคโปร์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๙ สิงหาคม ๒๕๕๙	๔๙ ปี แห่งการเป็นกลุ่มอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๐ สิงหาคม ๒๕๕๙	ความสัมพันธ์สหรัฐกับอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๑ สิงหาคม ๒๕๕๙	สถานการณ์โรคไวรัสในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๐ สิงหาคม ๒๕๕๙	สำรวจวัฒนธรรมมาเลเซียในสิงคโปร์	✗	✗	✗	ตัดออก
๑ กันยายน ๒๕๕๙	ความมั่นคง	✗	✗	✗	ตัดออก
๓ กันยายน ๒๕๕๙	การเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐ: ผลกระทบต่ออาเซียนและไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๕ กันยายน ๒๕๕๙	ภาพรวมการท่องเที่ยวไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๖ กันยายน ๒๕๕๙	เขตเศรษฐกิจพิเศษราวีวาสสามเหลี่ยมแห่งความมั่นคง	✗	✗	✗	ตัดออก
๗ กันยายน ๒๕๕๙	วาระและบทบาทของ สปป.ลาว ที่เป็นประธานในการจัดงาน ASEAN SUMMIT ครั้งที่ ๒๘ และ ๒๙	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ กันยายน ๒๕๕๙	ภาษาเพื่อนบ้านอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๑๑ กันยายน ๒๕๕๙	วิพากษ์ทำที่ผู้นำสหรัฐ-ฟิลิปปินส์ และผลกระทบอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๓ กันยายน ๒๕๕๙	อาหารไทยสู่อาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๖ กันยายน ๒๕๕๙	มุกดาหารเขตเศรษฐกิจพิเศษ	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ กันยายน ๒๕๕๙	โครงการใหม่ๆผู้ประกอบการไทยต้องการที่จะเข้าไปเจาะตลาดอินเดียบ้าง สินค้าอะไรของไทยที่อินเดียกำลังฮิตยอมรับกันมาก และ โอกาสในการค้าที่จะเข้าไปต้องทำอย่างไร	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ กันยายน ๒๕๕๙	โครงการใหม่ๆผู้ประกอบการไทยต้องการที่จะเข้าไปเจาะตลาดอินเดียบ้าง สินค้าอะไรของไทยที่อินเดียกำลังฮิตยอมรับกันมาก และ โอกาสในการค้าที่จะเข้าไปต้องทำอย่างไร	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๘ กันยายน ๒๕๕๙	เรียนรู้วัฒนธรรมเวียดนาม	✓	✓	✓	คงไว้
๑๙ กันยายน ๒๕๕๙	ความคืบหน้าและความเห็นการประชุมปางโหลงศตวรรษที่ ๒๑ และการประชุมเพื่อแก้ไขปัญหารัฐยะไข่	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๐ กันยายน ๒๕๕๙	ดอกบัวคู่เล็งเจาะตลาดวัยรุ่นลุยตลาดอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒๑ กันยายน ๒๕๕๙	โอกาสธุรกิจเครื่องสำอางในอาเซียน และโอกาสของผู้ประกอบการไทย	✓	✓	✓	คงไว้
๒๒ กันยายน ๒๕๕๙	สถานการณ์ในฟิลิปปินส์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๓ กันยายน ๒๕๕๙	เขตเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหาร	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ กันยายน ๒๕๕๙	มหาวิทยาลัยสามสัมพันธ์วัฒนธรรมอาเซียนเทศกาลภาพยนตร์และการประชุมวิชาการอาเซียนครั้งที่ ๑	✓	✓	✓	คงไว้
๒๕ กันยายน ๒๕๕๙	ธุรกิจ sme ไทยควรรู้อะไรบ้างก่อนรุกตลาดอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๒๖ กันยายน ๒๕๕๙	พาเที่ยวกัมพูชา	✓	✓	✓	คงไว้
๒๙ กันยายน ๒๕๕๙	โอกาสอุปสรรคการส่งออกสินค้าประเภทอาหารในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๓๐ กันยายน ๒๕๕๙	สถาบันการศึกษาต้นแบบด้านวิทยาศาสตร์ของไทยในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๖ ตุลาคม ๒๕๕๙	โอกาสการลงทุนในกัมพูชา	✓	✓	✓	คงไว้
๗ ตุลาคม ๒๕๕๙	เขตเศรษฐกิจพิเศษกัมพูชากับศักยภาพจังหวัดกันตาร	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ ตุลาคม ๒๕๕๙	การจัดการประกวดสุนทรพจน์เกิดพระเกียรติ	✗	✗	✗	ตัดออก
๙ ตุลาคม ๒๕๕๙	โอกาสผลิตหนังห้องน้ำสำเร็จรูปในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อตอน	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๑๑ ตุลาคม ๒๕๕๙	โอกาสธุรกิจอาหารสุขภาพในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๓ ตุลาคม ๒๕๕๙	โอกาสสู่ทางสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๑๒ ตุลาคม ๒๕๕๙	โอกาสการลงทุนในอินโดนีเซีย	✓	✓	✓	คงไว้
๒๔ ตุลาคม ๒๕๕๙	ข้อดี-ข้อเสีย การลงทุนในต่างประเทศของจีนและไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๕ ตุลาคม ๒๕๕๙	สู่ทางโอกาสธุรกิจเบเกอรี่กับคุณพลอยไพลิน ศรีเฉลิม เจ้าของขนม สยาม บานาน่า	✓	✓	✓	คงไว้
๒๖ ตุลาคม ๒๕๕๙	ในหลวงรัชกาลที่ ๙ ในความทรงจำของเรา	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ ตุลาคม ๒๕๕๙	ปาล์มน้ำมันในอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๐ ตุลาคม ๒๕๕๙	โครงการพระราชดำริของในหลวงรัชกาลที่ ๙	✗	✗	✗	ตัดออก
๓๑ ตุลาคม ๒๕๕๙	บทเพลงพระราชนิพนธ์ต่างๆของพระบาทสมเด็จพระปรมิหรมหาภูมิพลอดุลยเดช	✗	✗	✗	ตัดออก
๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	การส่งออกข้าวไทยในอาเซียนและในต่างประเทศ	✗	✗	✗	ตัดออก
๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	โอกาสธุรกิจสื่อในอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ความโดดเด่นของประเทศในกลุ่มอาเซียน	✓	✓	✓	คงไว้
๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ข้าวไทย	✗	✗	✗	ตัดออก
๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	การพัฒนารถไฟใน สปป.ลาว	✗	✗	✗	ตัดออก
๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ข้าวต่างประเทศและการสร้างมูลค่าเพิ่ม	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ทิศทางการค้าไทย-จีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	แนวทางสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจในประเทศอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	เครื่องใช้ไฟฟ้าไทยและอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	อินเดียปราบคอร์รัปชั่น ยกเลิกธนบัตร ๕๐๐ และ ๑๐๐๐ รูปี	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	มะพร้าวหอมไทยกับการทำตลาดในอาเซียน โอกาสมีมากน้อยแค่ไหน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	โอกาสรองเท้าไทยในตลาดอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ภาษามือกับการสื่อสาร	✗	✗	✗	ตัดออก

วันที่/เดือน/ปี	ชื่อบท	ความสอดคล้อง			ผลการ คัดเลือก
		๑	๒	๓	
๒๑ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ทางออกและบทเรียนขอสมัครราชา	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๒ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	เปิดภาพรวมการจัดงานแสดงสินค้าแห่งอาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	โครงการเรือเยาวชนเอเชียอาคเนย์	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	ธุรกิจความงามทำอะไรให้รุ่งใน AEC	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	การใช้ปีพุทธศักราชของประเทศไทย การใช้ภาษาของลาวและภาษาเขมร	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๕๙	กำลังซื้อของสังคมอเมริกันและจีน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑ ธันวาคม ๒๕๕๙	เหตุใดชาวอาเซียนถึงไวใจเครื่องสำอางไทย	✓	✓	✓	คงไว้
๓ ธันวาคม ๒๕๕๙	การเดินทางระหว่างประเทศ	✗	✗	✗	ตัดออก
๔ ธันวาคม ๒๕๕๙	การเดินทางไปบรรยายเรื่องการเมืองโลกที่มหาวิทยาลัยในสาธารณรัฐอิรัก	✗	✗	✗	ตัดออก
๖ ธันวาคม ๒๕๕๙	โครงการ PTTEP Teenergy	✗	✗	✗	ตัดออก
๗ ธันวาคม ๒๕๕๙	การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดตราด	✗	✗	✗	ตัดออก
๘ ธันวาคม ๒๕๕๙	ภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์อาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๙ ธันวาคม ๒๕๕๙	ถั่วดาวอินคา พืชเศรษฐกิจใหม่อาเซียน	✗	✗	✗	ตัดออก
๑๒ ธันวาคม ๒๕๕๙	การเมืองโลก	✗	✗	✗	ตัดออก
๒๕ ธันวาคม ๒๕๕๙	ความมุ่งมั่นในการที่จะหลุดพ้นจากสภาพพหุนาการของ สปป. ลาว	✗	✗	✗	ตัดออก
รวม		๒๒๘ เรื่อง			

ตาราง ๕.๑ รายการที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้น ๒๒๘ เรื่อง (บางส่วนเป็นรายการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๙) เมื่อทำการคัดเลือกจากนักวิชาการและมีความเห็นตรงกันตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไป พบมีจำนวนเรื่องที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งสิ้น ๖๕ เรื่อง

๑.๕ ระบบการจัดหมวดเนื้อหารายการที่เกี่ยวข้อง

การจัดประเภทเนื้อหาที่ต้องการวิเคราะห์เพื่อให้การจัดหมวดมีเอกภาพ ในการวิจัยนี้ได้ ทำการศึกษาในภาพรวมและเห็นรูปแบบ (pattern) เนื้อหาโดยรวมของรายการทั้งหมด และได้ทำการ คัดเลือกรูปแบบเพื่อนำมาเป็นหน่วยของการวิเคราะห์ได้ ๒ หน่วยคือ ๑). สถานการณ์ทั่วไปในแต่ละ ประเทศอาเซียนและความสัมพันธ์กับประเทศไทย และ ๒). ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของแต่ละ ประเทศ

๒. ผลการวิเคราะห์เนื้อหา

๒.๑. การวิเคราะห์เนื้อหาของรายการ ‘Good Morning ASEAN’ รายการวิทยุ ‘Good Morning ASEAN’ และรายการ ‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน’ ที่ได้รับการคัดเลือกนั้น สามารถนำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลแยกตามประเทศได้ดังต่อไปนี้

ประเทศกัมพูชา

สถานการณ์ทั่วไปในกัมพูชาและความสัมพันธ์กับประเทศไทย

ปัจจุบันกัมพูชามีการพัฒนาประเทศไปอย่างรวดเร็ว ภายในเมืองหลวงกรุงพนมเปญมี ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ อาทิ Paragon Cambodia และ Sorya Shopping Center อีกทั้งยังเป็นศูนย์ รวมแหล่งบันเทิงครบวงจร อาทิ โรงภาพยนตร์ ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านอาหาร แฟรนไชส์จาก ต่างประเทศ เช่น พิชซ่า ไอศกรีม แต่เป็นการตอบสนองเฉพาะผู้บริโภคชาวกัมพูชาที่มีกำลังซื้อสูง และนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่านั้น ขณะที่ผู้บริโภคชาวกัมพูชาที่มีกำลังซื้อปานกลางถึงต่ำยังนิยมเลือก ซื้อสินค้าในตลาดสดและร้านค้าปลีก สินค้าอุปโภคบริโภคเป็นสินค้าที่ชาวกัมพูชายังต้องการอยู่มาก โดยสินค้าไทยที่มีโอกาสส่งออกสูง ได้แก่ สินค้าที่ใช้บริโภค โดยเฉพาะน้ำตาลทราย ขอสบรุรงรส ปลา กระป๋อง และซอสพริกที่มีรสเผ็ดน้อย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และสินค้าอุปโภคที่จำเป็นต้องใช้ใน ชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพู ผงซักฟอก ครีมบำรุงผิว และชุดเครื่องครัวทำด้วยพลาสติก จำพวกถ้วย ชาม จาน ถาด และฝาชี

ผู้บริโภคในกัมพูชาแบ่งเป็น ๓ กลุ่ม คือกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ ๕ กลุ่มผู้มีกำลังซื้อปานกลางจำนวนประมาณร้อยละ ๑๐ และกลุ่มที่มีกำลังซื้อต่ำประมาณร้อยละ ๘๕ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ลูกจ้างในโรงงานอุตสาหกรรม รวมถึงชาวกัมพูชา ที่มีรายได้จากเงินช่วยเหลือจากญาติที่ทำงานในต่างประเทศ มักเลือกซื้อสินค้า อุปโภคบริโภคที่ จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวันเป็นหลัก โดยใช้ราคาเป็นเกณฑ์สำคัญในการตัดสินใจซื้อ มากกว่า คุณภาพสินค้า

ประเทศไทยและกัมพูชามีการติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้าซึ่งกันและกัน โดยไทยได้มีการเข้าไป ลงทุนในกัมพูชาในหลากหลายลักษณะ อีกทั้งไทยยังเป็นผู้นำด้านการค้าและเทคโนโลยี เรื่องการ ดำเนินชีวิต การค้าขายในกัมพูชาต้องอาศัยล่ามในการสื่อสาร สินค้าเกี่ยวกับการตกแต่งบ้านและ เครื่องใช้ต่าง ๆ ของไทยได้รับความนิยมของชาวกัมพูชาอย่างมาก เนื่องจากวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน ดัง คำสัมภาษณ์ที่ว่า

“ไทยเป็นผู้นำทางด้านการออกแบบก่อสร้าง ถึงแม้ว่าจะตามหลังจีนและเกาหลี แต่ก็ยังได้ ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศผู้นำและคู่ค้าเนื่องจากมีวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน...” (กุลเดช สินธวณรงค์ ประธาน กรรมการบริหาร กลุ่มบริษัท จาร์เค็น จำกัด ๓๐ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอน เทรนด์การก่อสร้างใน อาเซียน)

กัมพูชามีความร่วมมือกับไทยในหลายด้าน อย่างเช่น มีความร่วมมือกันทางด้านการรักษาโรค ด้วยสมุนไพรพื้นบ้านกับโรงพยาบาลอภัยภูเบศร ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านสมุนไพรไทยที่มีความล้ำหน้ามากกว่ากัมพูชา ก่อให้เกิดแนวคิดในการพัฒนาด้านการแพทย์แผนไทยโดยมีการนำไปเชื่อมกับการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อจะขยายตัวไปประเทศอาเซียน ดังคำสัมภาษณ์ตอนหนึ่งที่ว่า

“...ทางโรงพยาบาล ได้มีการเอาไปนำเสนอในประเทศอาเซียนและได้มีการพัฒนาแนวคิดในเรื่องของตลาดสุขภาพอาเซียนร่วมกับประเทศกัมพูชา ในช่วงที่ผ่านมาเรามีรองนายกรัฐมนตรีที่กัมพูชาได้เดินทางมาและมีแนวคิดร่วมกันว่า ถ้าเราทำโมเดลร่วมกัน โดยใช้สมุนไพรเพื่อการรักษาโรค...” (สุภาพร ปิติพร หัวหน้ากลุ่มงานเภสัชกรจากโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ตอน โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ศูนย์กลางแพทย์แผนไทยในประชาคมอาเซียน)

ความร่วมมือด้านความบันเทิงชาวกัมพูชาและไทย ดำเนินการโดยได้มีการจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ช่อง ๕ ที่กัมพูชา ดังคำสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“บริษัทบันเทิงไทยคือบริษัทกันตนาได้เข้าไปในตลาดอาเซียนเริ่มตั้งแต่ ๒๐ ปีที่แล้ว โดยมีความร่วมมือกับบริษัทคนไทยที่อยู่ในกัมพูชาจัดตั้งสถานีโทรทัศน์ที่ออกอากาศทางช่อง ๕ ของกัมพูชา” (ปนัดดา ธนสถิต อธิการบดีสถาบันกันตนา ๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอนบันเทิงเกาะกระแสนอาเซียน)

ภาพรวมแล้วชาวกัมพูชานิยมการชงโชค ซึ่งสามารถนำการชงโชคมาเสริมเพื่อสร้างการรับรู้ และสามารถกระตุ้นการรับรู้และความต้องการได้ดีกว่าการตลาดวิธีการอื่นๆ ดังข้อสัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ประเทศกัมพูชาเนี่ย วิธีการตลาดที่ได้ผลมากคือการชงโชค คือถ้าเราเข้าใจเขา เราก็ไม่ต้องเอา marketing budget ไปทำอะไรวิธีคิดมาหามากนัก ชงโชคเงินเยอะๆ เป็นต้นนะครับ ซึ่งอันนี้ผมก็ได้ข้อมูลมาจาก partner ของผมนะแล้วก็ได้ผลจริงๆด้วย” (วิศ หาดูตสาหะ ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอน แป้งหอมศรีจันทร์กับการรุกตลาดอาเซียน)

ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของประเทศกัมพูชา

ชาวกัมพูชาโดยทั่วไปจะเอานามสกุลขึ้นก่อนชื่อและภรรยาสามารถนำชื่อสามีไปต่อท้ายได้ถ้าแต่งงานกัน ในประเทศกัมพูชาผู้หญิงจะมีบทบาทมากและเป็นบุคคลสำคัญ ชาวกัมพูชาส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับครอบครัว มีการรับประทานอาหารร่วมกัน รวมทั้งอาจมีการนอนกลางวันในช่วงสั้นๆ ก่อนไปเริ่มงานในตอนบ่าย ผู้สูงอายุชาวกัมพูชานิยมเข้าวัดฟังธรรม เมื่อมีงานบุญตามประเพณี ประชาชนหนุ่มสาวและเด็กจะร่วมแรงช่วยเหลือจัดการงานอย่างสม่ำเสมอ งานบุญประเพณีที่สำคัญทางพระพุทธศาสนาตามจันทรคติ ได้แก่ วันมาฆบูชา วันปีใหม่ ซึ่งตรงกับวันสงกรานต์ใหญ่ตราซารในวันที่ ๑๔ – ๑๖ เมษายนทุกปี วันวิสาขบูชา วันสารท และงานวันลอยกระทง เรียกว่างานบุญอมตูกหรืองานแข่งเรือ เพราะจะมีเรือจากจังหวัดต่างๆ มาแข่งฝีพายกันหน้าพระบรมมหาราชวัง ถือเป็นวันหยุดราชการ ๓ วัน (เกษมสันต์ วีระกุล วันที่ ๔ เมษายน ๒๕๕๙)

ในวัฒนธรรมกัมพูชาศีรษะถือว่าเป็นของสูง การสัมผัสศีรษะหรือหันเท้าไปทางศีรษะจึงไม่สุภาพ การทักทายจะใช้วิธีการที่เรียกว่า “ซัมเปียะห์” ที่คล้ายการไหว้ของไทย การสบตากับผู้สูงอายุถือว่าไม่สุภาพ อาหารกัมพูชามีความคล้ายคลึงกับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะอาหารไทย อาหารเวียดนาม และอาหารจีนแต่จืด อาหารกัมพูชาใช้น้ำปลาเป็นเครื่องปรุงรสสำคัญ มีการปรุงอาหารด้วยการผัดแบบจีน มีแกงใส่กะทิที่ได้รับอิทธิพลจากอาหารอินเดีย กวยเตี๋ยวเป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากกวยเตี๋ยวของจีนและมีบั้งเจาเป็นขนมแป้งญวนแบบกัมพูชา

นาฏศิลป์ในประเทศกัมพูชาประกอบด้วยนาฏศิลป์คลาสสิก นาฏศิลป์พื้นบ้านและการแสดงทางสังคม นาฏศิลป์คลาสสิกเกิดขึ้นในราชสำนัก มีความคล้ายคลึงกับนาฏศิลป์ไทย นิยมแสดงเกี่ยวกับเรื่องเรียมเกียร์หรือรามเกียรติ์ เช่นระบำสุวรรณมัจฉาและระบำณิเมขลา ระบำอัปสร่าเป็นการแสดงของกัมพูชาที่กำเนิดจากรูปนางอัปสรสมัยพระนคร เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ริเริ่มโดยพระนโรดมบุปผาเทวีก่อนสมัยเขมรแดงปกครองประเทศ และได้รับการยกย่องให้เป็นสัญลักษณ์ของกัมพูชา

ชาวกัมพูชานิยมบริโภคข้าว และข้าวที่มีชื่อเสียงคือข้าวผกามะลิและผกาลำดวน ซึ่งเป็นข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษ เนื่องจากกัมพูชายังมีดินและน้ำอุดมสมบูรณ์โดยเฉพาะพระตะบองที่ปลูกข้าวมีดินดีน้ำอุดมสมบูรณ์ และใช้แรงงานคนเป็นหลักใช้ปุ๋ยเคมีน้อย จึงทำให้มีต้นทุนต่ำและราคาถูกกว่าข้าวหอมมะลิของไทย ข้าวผกามะลิของกัมพูชาเป็นข้าวที่ได้รับรางวัลข้าวที่ดีที่สุดในโลก ด้วยกลิ่นหอมเมล็ดที่เรียงตัวสวย นอกจากนี้ไทยยังรับมะม่วงแก้วขมิ้นจากกัมพูชาเข้ามาแปรรูปวันละ ๒๐๐ ตัน ดังคำสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้าวและมะม่วงตอนหนึ่งว่า

“...ในกัมพูชาปลูกข้าวอยู่ประมาณ ๑๘ ล้านไร่ ผลิตข้าวสารได้ ๔.๕ ล้านตัน ส่งออกล่าสุดประมาณ ๔ ล้านตัน ที่เหลือก็บริโภค เขาไม่สามารถที่จะได้มากกว่านี้แล้วเพราะว่าเขามีข้อจำกัดตรงพื้นที่ เป้าหมายจะเพิ่มอีก ๒-๓ ล้านตัน ส่วนใหญ่แล้วปลูกที่พระตะบอง เป็นเมืองเกษตรของกัมพูชา...”

“...ข้าวหอมมะลิเป็นแบบออแกนิก กัมพูชาก็มีโลโก้ออแกนิกแต่น้อย เพราะมีปลอดสารพิษอยู่แล้ว ไม่ใช้ปุ๋ยเคมี ส่วนเรื่องมะม่วงแก้วขมิ้น เรากินมะม่วงแก้วขมิ้นของกัมพูชามา ๘ ปีแล้ว รสชาติเปรี้ยวๆ มันๆ กินกับน้ำปลาล้วน มีสองแบบคือกะปิกับน้ำตาล มะม่วงส่งเข้าไปไทย ๒๐๐ ตันต่อวันไปที่ตลาดไทยและมีการแปรรูป” (อาร์ท พิศาลวานิช ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๑ มีนาคม ๒๕๕๙ ตอน ข้าวผกามะลิ ผกาลำดวนกับมะม่วงแก้วขมิ้นของกัมพูชา)

ประเทศบรูไน

ลักษณะโดยทั่วไปและความเกี่ยวข้องกับประเทศไทย

คนบรูไนจะไม่นิพนธ์บอกทางให้ใช้น้ำมันเพราะสุภาพเรียบร้อยกว่า นี่ถือเป็นความแตกต่าง บรูไนเป็นประเทศอิสลามเหมือนมาเลเซียและอินโดนีเซียแต่เคร่งครัดมากกว่ามาเลเซียและอินโดนีเซีย สิ่งที่ควรระวัง คือ ต้องเคารพหลักศาสนา เช่น การเข้าสู่หะร่าต้องแต่งกายให้เหมาะสม มีเสื้อคลุมให้

มิดชิดก่อนเข้าไป ชี้ทางต้องใช้นิ้วโป้งจะเหมาะกว่า (อภิชาติ เพ็ชรรัตน์ เอกอัครราชทูตไทย ณ บันดาร์เสรีเบกาวัน)

จากรายการวิทยุกระจายเสียงและรายโทรทัศน์ที่ได้จัดเก็บมานั้น มีการกล่าวถึงประเทศบรูไนน้อยมาก

ประเทศฟิลิปปินส์

สถานการณ์ทั่วไปและความสัมพันธ์กับประเทศไทย

ประเทศฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่ใช้ภาษาอังกฤษ ดังนั้นงานชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นในประเทศฟิลิปปินส์ก็คือนงานรับโทรศัพท์หรือที่เรียกว่า คอลเซ็นเตอร์ (call center) รายได้ในระดับปริญญาตรีเงินเดือน ๑๘,๐๐๐ - ๒๒,๕๐๐ บาท แต่ละวันเขาต้องรับสายจากชาวอเมริกันไม่ต่ำกว่า ๑๐๐ สาย โดยทุกคนพยายามพูดภาษาอังกฤษให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้และมีการเตรียมพร้อมรับกับทุกสายโทรศัพท์ที่โทรเข้ามา รวมทั้งต้องมิจิตวิทยาซึ่งบางครั้งต้องรับสารจากผู้ที่ม้อารมณ์หงุดหงิด รวมทั้งต้องทราบความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างความพึงพอใจสูงสุด ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่มากและในเอเชียมีเพียงสองประเทศที่ครองธุรกิจนี้คือฟิลิปปินส์และอินเดียเนื่องจากสามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ดี (Asean beyond ๒๐๑๕ ไทยพีบีเอส สื่อนาตปประเทศอาเซียนเรื่อง ตอน ธุรกิจบริการข้ามโลก วันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๕๗)

ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสนใจเครื่องสำอางไทย โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เสริมความงามที่ให้ผลอย่างรวดเร็วทันใจ และเครื่องสำอางประเภทกลิ่นหอมเป็นสำคัญ

“...อะไรก็ได้ที่ทำให้เขาดูสวยงามขึ้น จะมีตลาดล่างอันที่ใช้แล้วหอมแล้วก็ดูดีดูสวยขึ้นมาได้เฉียบพลัน สำหรับตัวดิฉันหรือดีบายไปเมื่อ ๓ ปีที่แล้ว ปีแรกๆไปคือสิ่งที่เขาไขว่คว้าหา คือสินค้าที่ตอบโจทย์เค้า ที่สามารถทำไปตามสรรพคุณที่ว่า เพราะในปีแรกที่เราไป ก็มีคนมาสนใจตัวนี้ พอเราบอกว่าของทำได้แบบนี้ เขาก็ซื้อไปลอง พอปีที่ ๒ เขามาเป็นตัวแทนเลยโอกาสดีคะ เพราะว่า เศรษฐกิจเขายังดี เผอิญเมื่อต้นเดือนใกล้ช่วงการเลือกตั้งของเขา มีการจัดประกวดพูดในทุกๆ วันเสาร์ จะมองเห็นว่าตลาดของเขาตื่นตัวมาก เห็นได้ว่าเศรษฐกิจเขาดี ดีกว่าบ้านเรา...” (เกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยและประธานกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๕๙ ตอน อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง)

ประเทศมาเลเซีย

สถานการณ์ทั่วไปและความเกี่ยวข้องกับประเทศไทย

มาเลเซียเป็นประเทศที่มีการปลูกยางมาก สินค้าส่งออกจึงเกี่ยวข้องกับยาง โดยประเทศมาเลเซียได้มีนโยบายว่าใน ปี ๒๐๒๐ มาเลเซียจะเป็นศูนย์กลางในการผลิตภัณฑ์ถุงมือยางและถุงยางอนามัย

‘ขณะนี้ผลิตถุงมือยางและถุงยางอนามัยจะอยู่ประมาณ ๕๐% (อัทธ์ พิศาลวานิช ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาการค้าระหว่างประเทศมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ

Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๒ มกราคม ๒๕๕๙ ตอน นโยบายayangพาราของ มาเลเซีย)

นอกจากนี้เศรษฐกิจของมาเลเซียขึ้นอยู่กับน้ำมันเมื่อน้ำมันมีราคาตกต่ำก็ทำให้รายได้ในประเทศตกลงไปด้วย

“...คือนับตั้งแต่ราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกมันตกต่ำนะคะ ปัจจุบันมันตกต่ำไปมากกว่า ๕๐% นะคะ และก็ขณะนี้ก็ตกต่ำไปกว่า ๔๐ ดอลลาร์สหรัฐแล้วด้วย เพราะฉะนั้นตรงจุดนี้เนี่ยจะมี ผลต่อรายรับรัฐบาลของมาเลเซียค่อนข้างสูง เพราะว่ารายรับของรัฐบาลของมาเลเซียช่วงที่ ผ่านมาเนี่ย ประมาณ ๓๐ กว่าเปอร์เซ็นต์มันเป็นรายรับที่ได้มาจากน้ำมัน พอรายรับของ รัฐบาลตกลงเนื่องจากราคาน้ำมันดิบตกลงเนี่ย มันก็เลยทำให้งบประมาณรายจ่ายของรัฐบาล เนี่ยต้องมีการทบทวนอีกครั้งนึงนะคะ ตอนนี้อยู่รัฐบาลมาเลเซียอยู่ในระหว่างการที่จะรีไทร์ งบประมาณประจำปี ๒๕๕๙...” (วิชาดา ภาบรรเจติกิจ ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริม การค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๑ มกราคม ๒๕๕๙ ตอน ทิศทางเศรษฐกิจ มาเลเซีย ๒๐๑๖ และการค้าการลงทุนในมาเลเซีย)

ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของประเทศมาเลเซีย

ไทยส่งสินค้าเข้าไปในประเทศมาเลเซียหลายอย่าง เช่น อาหารไทย การส่งสินค้าประเภท อาหารไปในประเทศมาเลเซียต้องศึกษาตลาดข้อห้ามทางศาสนา สินค้าประเภทเครื่องดื่มซึ่งขายทั้งในประเทศ ไทยและมาเลเซีย นั้นรสชาติจะแตกต่างกัน ในมาเลเซียค่อนข้างจัดกว่าที่ขายในประเทศไทย ส่วนนม ถั่วเหลืองไทยก็เป็นที่นิยม ซึ่งแตกต่างจากในอินโดนีเซีย นมถั่วเหลืองของไทยไม่สามารถทำตลาดได้ เนื่องจากมีสินค้าของอินโดนีเซียอยู่แล้ว นอกจากนี้ รวมสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ไทยส่งไปทำการตลาด และเป็นที่นิยมในประเทศมาเลเซีย นั้นเป็นที่นิยมอย่างมากโดยเฉพาะแป้งน้ำแอปเปิ้ล

“แต่ในมาเลเซีย นมถั่วเหลืองไทยขายดีในมาเลเซีย ขายได้ทั่วไป นี่เป็นผลมาจากการเรียนรู้ ตลาด ต้องทำการวิจัยก่อน รู้ว่าคนมาเลเซียไม่ชอบนมถั่วเหลืองที่ไม่เข้มข้น กินแทนน้ำ ก็มีคนส่วน หนึ่งชอบนมถั่วเหลืองเข้มข้นเป็นโฮมเมดขายในตลาดสด ถึงมองเห็นโอกาส ทำสินค้าออก แทรกตรงกลาง โฮมเมดรสชาติเข้มข้น สินค้ามีคุณภาพสม่ำเสมอ ปรับรสชาติให้คนมาเลเซีย ชอบ แล้วใส่ขวดแล้ว เกิดสินค้าเป็นโฮมเมด อร่อยเข้มข้นที่คนมาเลเซียต้องการ...” (ธรรมศักดิ์ จิตติมา พร กรรมการผู้จัดการ บ.กรีนสปอต จำกัด สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๙ ตอน การเปิดเฟรนไชส์และขยายตลาดในประเทศ อาเซียน)

“...มาเลเซียเนี่ยตัวแป้งน้ำแอปเปิ้ลเนี่ยก็เป็นที ๑ เลยถึงวันนี้ ก็ยังเป็นที ๑ ในมาเลเซีย แล้วเรา ก็ยังขยายไป มันก็ได้ทั่วๆ เพราะว่าทุกคนชื่นชอบเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศไทย...” (เกษมณี เลิศกิจจา นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยและประธานกลุ่มอุตสาหกรรม

เครื่องสำอางอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๔ มีนาคม ๒๕๕๙ ตอน อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง)

ชาวมาเลเซียที่เป็นชนชั้นกลางหรือค่อนข้างมีฐานะนิยม มีสระว่ายน้ำที่บ้านแทบทุกบ้าน ทำให้สามารถพบเห็นบ้านที่มีสระว่ายน้ำได้ทั่วไปในมาเลเซีย

“...มาเลเซียเมื่อก่อน ผมก็สังเกตว่าบ้านในมาเลเซียที่เป็นชนชั้นกลางหรือว่าค่อนข้างฐานะดี ก็มีสระว่ายน้ำแทบจะทุกบ้าน...” (ณัฐศักดิ์ พึ่งเดช ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการบริษัท JD POOLS ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๙ ตอน การเปิดเฟรนไชน์และขยายตลาดในประเทศอาเซียน)

ประเทศเมียนมา

สถานการณ์ทั่วไปและความเกี่ยวข้องกับประเทศไทย

ประเทศเมียนมาได้เปิดประเทศ ได้ทำการปรับระบบการปกครอง และมีการติดต่อกับชาวต่างชาติส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ เริ่มเข้ามาเติบโตในเมียนมาและไต่ระดับขึ้นมาเรื่อยๆ โดยเฉพาะทางด้านอุตสาหกรรม และทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ได้เข้ามาลงทุน เมียนมาอาจจะยังไม่ได้พัฒนาไปมากแต่ก็เติบโตขึ้นเรื่อยๆ และสามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดดเนื่องจากผลของการรับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างอินเทอร์เน็ต เมียนมาพร้อมรับการพัฒนาประเทศด้วยการปรับกฎหมายเพื่อเอื้อต่อชาวต่างชาติ

“ประเทศเมียนมามีความเจริญและมีการเปิดประเทศมากขึ้น นางองซาน ซู จี มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาชาวต่างประเทศ ทำให้เป็นแรงดึงดูดให้นักลงทุนเข้ามาลงทุน เกิดการขยายตัวของอสังหาริมทรัพย์ทำให้ต้องออกกฎหมายการรับรองกรรมสิทธิ์ในท้องที่ รวมทั้งเปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติเข้าไปถือกรรมสิทธิ์ท้องที่ได้โดยสามารถครอบครองได้แต่ไม่ใช่เจ้าของ...”

(กษิเดช จันทรเจริญใช้ ที่ปรึกษากฎหมายบริษัท สำนักกฎหมายสากลเมียนมาพรีเมีย จำกัด ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน การถือครองอสังหาริมทรัพย์ของชาวต่างชาติในเมียนมา)

เมียนมาและไทยมีความสัมพันธ์กันมาตั้งแต่อดีต และเมื่อเปิดประเทศทำให้แรงงานชาวเมียนมาหลั่งไหลมาทำงานในประเทศไทย ทำให้ปัจจุบันเห็นชาวเมียนมาทำงานอยู่ทั่วไปในประเทศไทย

“...ไทยและเมียนมามีการติดต่อค้าขายและการท่องเที่ยวในหลายเขตแดนและด่านผ่อนปรน มีหลายด่านอย่างในจังหวัดกาญจนบุรีมีจุดผ่อนปรน ทองผาภูมิ สังขละบุรี (ด่านเจดีย์สามองค์) และมีบริษัทรับชาวเมียนมาและคนไทยเข้าออกเพื่อไปท่องเที่ยวและรับประทานอาหารทะเล มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันอย่างแพร่หลาย...” (วิศรุต อินแฮมม ผู้อำนวยการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงาน กาญจนบุรี ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๑ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๙ ตอน จังหวัดกาญจนบุรีหลังเปิดสมาคมอาเซียน)

ประเทศเมียนมามีวัยแรงงานอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่ทำงานในต่างประเทศและส่งเงินกลับบ้าน ที่อยู่บ้านนั้นส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ประเทศเมียนมามีความร่วมมือด้านธุรกิจกับไทยโดยเชื่อมโยงกับบริษัทธุรกิจบันเทิงไทยอย่างบริษัทกันตนา และบริษัท BEC-Tero Entertainment ซึ่งได้ทำการผลิตละครโทรทัศน์บ่อนในประเทศ

“เมียนมามีจำนวนประชากรทั้งสิ้นประมาณ ๕๕ ล้านคนเป็นแรงงาน ๓๐ ล้านคน และส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ ในเมียนมามีสถานีโทรทัศน์ มีกลุ่มวิชาชีพเชื่อมโยงกับทางสถาบันกัณฑ์...” (ปนัดดา ธนสถิต อธิการบดีสถาบันกัณฑ์นา ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๒ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอนบันเทิงเกาะกระแสะอาเซียน)

ในประเทศเมียนมาส่วนใหญ่แล้ว พบว่ามีปัญหาเรื่องอาหารซึ่งมีราคาแพงมาก ส่วนตลาดที่คนไทยนิยมไปลงทุนคือตลาดอาหาร สินค้าเกษตร เครื่องสำอาง เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าแตะ เสื้อผ้าไฟฟ้าและวัสดุก่อสร้างเนื่องจากประเทศอยู่ในช่วงของกำลังพัฒนา ซึ่งสินค้าไทยเป็นที่นิยมในประเทศเมียนมา

“ประเทศเมียนมาขาดแคลนอาหารแล้วก็มีราคาแพงมาก เพราะว่ามีไม่เพียงพอ ผลผลิตไม่เพียงพอ เราตามไปดูตามร้านอาหาร ตามศูนย์การค้า ร้านจำหน่าย จะได้ว่าสินค้าจากไทยเป็นที่นิยม ขายดีขายดี แบบนี้คือความต้องการของตลาดของผู้บริโภค เพราะฉะนั้นตลาดเขากำลังโต รายได้ของประเทศมาจากขั้นชั้นกลาง”

“บริษัทไทยไปลงทุนเลี้ยงไก่ ทำให้พม่ามีไก่ มีอาหารที่ราคาถูกแล้วก็มีเพียงพอครับ จากไก่แปรรูปอย่างเดียวไม่พอตอนนี้ประชากรรายได้มากขึ้น แล้วก็มีคนอยู่ในเมืองมากขึ้น เพราะฉะนั้นทานอาหารที่เป็นไก่แปรรูปสำเร็จรูปมากขึ้น ฉะนั้นอาหารสำเร็จรูปเป็นหนึ่งสินค้าที่คนไทยลงทุนเยอะ”

“กลุ่มที่สามวัสดุก่อสร้าง เขากำลังพัฒนา กำลังสร้างที่อยู่อาศัย สร้างถนนหนทาง เพราะฉะนั้น วัสดุก่อสร้างไม่ว่าจะเป็นปูน เป็นเหล็กต่าง ๆ นี้ก็มีคนไทยไปลงทุนเยอะ อีกกลุ่มที่น่าลงทุนคือ กลุ่มพลังงานครับ เพราะว่าเขาขาดแคลนไฟฟ้า ไทยมีการไปลงทุนเยอะ” (โชคดี แก้วแสง รองเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน การสัมมนา เปิดแนวรุกบุกลงทุน AEC ชี้ช่องลงทุนอาเซียน)

“สินค้าของไทยคุณภาพระดับดี รสชาติถูกปาก มีทั้งน้ำตาลน้อย มีงาดำ ซึ่งหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ก็ง่าย”

“สินค้าไทยที่มีศักยภาพทั้งหมด ๕ กลุ่ม คือ สินค้าเกี่ยวกับของกินของใช้ สินค้าก่อสร้าง สินค้าเกษตร เครื่องจักรกล สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพความงาม เรื่องของการบริการ” (ผุสดี พลสารมัย ผู้อำนวยการศูนย์ยุทธศาสตร์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย)

๕ กฎรูกแบบรักหมดใจ ดันสินค้ำไทย ครองตลาดเมียนมา ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ วันที่ ๘ มกราคม ๒๕๕๙)

“ในขณะที่วัฒนธรรมของพม่าเนี่ยเขาใส่รองเท้าแตะ เพราะงั้นเนี่ยช่วงแรกๆเราค่อนข้างที่จะไม่ประสบความสำเร็จในการขายรองเท้าผ้าใบในพม่า ก็เลยได้มีการเปลี่ยนแปลง จึงเกิดรองเท้าแตะขึ้นอะนะครับ เราก็เลยเอารองเท้าแตะไปขายที่พม่าแทน ซึ่งก็ทำให้สามารถที่จะทำการตลาดได้” (อรุณ คงเจริญ ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ตอน โอกาสรองเท้าไทยในตลาดอาเซียน)

พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวเมียนมานั้นให้ความสนใจและเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าไทย และมีความเห็นว่าราคาสินค้าไทยนั้นอยู่ในระดับที่ไม่สูงคือระดับปานกลางเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ผู้ที่มีรายได้ปานกลางจนถึงสูงสนใจซื้อสินค้าไทยซ้ำและต่อเนื่อง ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่ำนั้นขึ้นอยู่กับโปรโมชั่นสินค้า ชาวเมียนมาให้ความสนใจและใส่ใจสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ นอกจากนี้ยังให้ความสนใจบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้ ดังนั้นการจะไปเจาะตลาดเมียนมา ผู้ประกอบการอาจต้องให้ความสำคัญกับการลงทุนในบรรจุภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นเหตุผลสำคัญประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าของชาวเมียนมา

“...กรณีของน้ำผลไม้และแยมยี่ห้อ ‘ควีน’ ยังอยู่ในใจของเขาตลอดและคุณภาพยอดเยี่ยม เหตุผลที่สำคัญมีหลากหลายคือเรื่องของรสชาติ และที่น่าสังเกตก็คือให้ความสำคัญในเรื่องบรรจุภัณฑ์ โดยแยมมีถ้วยใส่ที่สวยงามและสามารถนำถ้วยไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้ด้วย นอกจากแยมผลไม้แบรนด์ดังกล่าว ขนมปังปิ้งก็เป็นสินค้าที่ชาวเมียนมาชื่นชอบ เพราะจะได้นำปิ้งไปใช้ต่อ...” (ผุสดี พลสารมย์ ผู้อำนวยการศูนย์ยุทธศาสตร์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๖ เมษายน ๒๕๕๙)

นอกจากสินค้าไทยแล้วงานด้านการบริการในรูปแบบอื่นของไทยก็เป็นนิยมของชาวเมียนมา เช่น การจัดงานอีเวนต์ชาวเมียนมาก็นิยมให้บริษัทของไทยจัดงานอีเวนต์ในเทศกาลต่างๆ คนไทยมีส่วนช่วยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมียนมาโดยการนำเทคโนโลยีเข้าไปช่วยในการสร้างการรับรู้ เช่น ทำการส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์เสริมการท่องเที่ยวรวมทั้งการจัดงานรื่นเริงในช่วงสงกรานต์ การจัดงานโชว์ด้านวัฒนธรรม

“Index เค้านสนใจ ไปลงทุนทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว คือ เราไปทำโชว์ เพื่อวัฒนธรรม เพื่อที่จะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็น Hi-end นิดนึงเพราะว่า เราไปทำอยู่ที่เมืองพุกาม หรือ บากันนะครับ ซึ่งเป็นเมืองหลวงแห่งแรกของพม่า และก็เป็นที่คนไทยเรียกว่าทะเลเจดีย์ และก็ไปทำปีนี้ปีนี้เป็นปีที่ ๒ กำลังจะหมดซีซั่นของเราก็คือ เราเริ่มปีนี้เราเริ่ม ๑๔ ตุลาคม ปีที่แล้วจนถึง ๒๙ กุมภาพันธ์ปีนี้ ก็ในช่วงไฮซีซั่นอะนะครับเนื่องจากพุกามเนี่ยต้องบอกว่าเป็นเมืองที่เหมาะสมที่จะท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาว หลังจากนั้นก็จะค่อนข้างร้อน เพราะว่าเป็นอยู่ในเขตแห้งแล้งของพม่านะครับ ”

(เกรียงไกร กาญจโนภิน ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๙ ตอน การท่องเที่ยวของประเทศไทย)

เมื่อมีการเปิดประเทศ ชาวเมียนมาต้องการสินค้าที่ดูแลสุขภาพ มีบรรจุภัณฑ์พกพาง่าย รวมทั้งต้องสื่อให้เห็นหรือทำให้ตนเองดูดีเทียบกับประเทศที่เจริญแล้วอื่นๆ อีกทั้งเมื่อใช้ของแล้วต้องสามารถถอดคนหรือสามารถถอดต่อหน้าสาธารณะได้ ของต้องสามารถบ่งบอกถึงฐานะทางครอบครัว ของใช้ที่แสดงถึงฐานะนั้นสามารถเห็นได้จากเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน และแสดงให้เห็นได้จากเครื่องใช้บางชนิด ที่เป็นลักษณะเดียวกันกับของคนไทย ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่เป็นการนำเข้าจากประเทศไทย

“...การทานไก่ทอดเคเอฟซี ดื่มน้ำโค้ก ใช้ปืนโตตราหมีมาลาย จึงเป็นโอกาสของสินค้าที่มีชื่อเสียงที่จะได้ใจลูกค้าไปก่อน ปัจจัยที่สำคัญนอกจากเป็นแบรนด์ดัง สินค้าต้องสื่อไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคได้อีกด้วย เช่น ชาวเมียนมาใส่ใจในสุขภาพ สินค้ากลุ่มเครื่องดื่มน้ำผัก-ผลไม้ นมถั่วเหลือง จะสื่อถึงคนที่รักสุขภาพ แต่ทั้งนี้ บรรจุภัณฑ์ต้องพกพาง่าย สวยงาม สื่อตัวสินค้า...”

“ชาวเมียนมานั้นนอกจากจะใช้ปืนโตสำหรับใส่อาหารไปทานในที่ทำงานแล้ว ปืนโตยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงฐานะทางสังคม คือ ถ้าคุณถือปืนโตธรรมดาก็ดูเหมือนฐานะสังคมไม่ค่อยดีนะ มีปืนโตเฉยๆ ไม่พอปืนโตนี้ต้องมีเอคเซสเซอร์ ต้องมีไหมพรมร้อยปืนโต ต้องมีตระกร้าใส่ปืนโตประดับประดาเยอะเยอะ แสดงว่าคุณมีรสนิยมสูง...ในโรงงานแห่งหนึ่งของคนไทย ในโรงงานอาหารของเขาช่วงที่คนงานทำงาน ก็เห็นตระกร้าวางเต็มไปหมดหลากหลายสี สัน ตะกล้ำหวายตระกร้าพลาสติก แล้วก็ประดับประดาจริงอย่างที่ผมเล่าให้ฟัง แต่สิ่งที่คนไทยเราต้องภูมิใจเลยก็คือว่า เป็นปืนโตสแตนเลสตราหมีมาลาย ถ้าเป็นปืนโตตราหมี ยี่ห้อนี้เป็นสแตนเลสก็ถือว่ายอดเยี่ยม ถือว่าคุณมีเกรดขึ้นมาละ เปรียบเสมือนว่าถือหมีไปเที่ยว คือถือว่าแบบสุดยอดเป็นคนมีรสนิยมมาก” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน สีสันแรงงาน)

ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของประเทศเมียนมา

ชาวเมียนมาถือเป็นชาติที่เคร่งครัดต่อศาสนาและประเพณี ชาวเมียนมาส่วนใหญ่มีพฤติกรรม การบริโภคที่เกี่ยวข้องกับศาสนาพุทธ กล่าวคือมีการซื้อสินค้าคราวละมากๆ เพื่อนำไปทำบุญหรือให้กับเด็กกำพร้า ทำให้สินค้าเกี่ยวข้องกับศาสนานั้นมีโอกาสเข้าไปตีตลาดในเมียนมาได้ดี

“...ประเทศเมียนมาเป็นประเทศที่เคร่งครัด และศรัทธาในพระพุทธศาสนาเป็นอย่างมาก สินค้าที่นำไปถวายพระสงฆ์ หรือถวายวัด จึงเป็นสินค้าที่เรียกว่าดีที่สุดเสมอ เท่ากับเป็นตัวบ่งชี้แบรนด์ที่ดีในตัว ประชาชนจะนิยมใช้สินค้าตามที่พระใช้ หากสินค้าประเภทใดที่พระชื่นชอบ สินค้าแบรนด์นั้นจะขายดีไปด้วย เช่น เครื่องดื่มกระดังงาจะเป็นที่โปรดปรานมาก นิยมถวายไปกับสังฆทาน ทำให้กลายเป็นสินค้าสำหรับรับแขกคนสำคัญในเวลาต่อมา...”

“...ปีนโตตราหัวม้าลาย นอกจากถวายเป็นเครื่องครวที่วัดยังนิยมหิ้วไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะที่นี่ยังมีวัฒนธรรมการหิ้วปีนโตไปทำงาน ความนิยมดังกล่าวกระจายมาจากวัด และคุณภาพสินค้าที่มีความทนทาน อยู่ระดับพรีเมียม เป็นเครื่องหมายของความมีรสนิยมของผู้ใช้ สินค้าหลายแบรนด์เปิดตลาดผ่านการนำสินค้าไปให้แก่พระทอดลองใช้ ได้ผลดีกว่าการซื้อโฆษณาสินค้า เนื่องจากยังเข้มงวดในเรื่องของการใช้สื่อ...”

“ที่น่าสนใจคือผู้บริโภคนานแคว้นละกล่่งเวลาซื้อจริงประมาณ ๒๕๐-๓๐๐ กล่่ง/สัปดาห์ สำหรับคนค่อนข้างมีฐานะ ถ้าถามว่าเอาไปทำอะไรในจำนวนเท่านั้น เขาบอกว่านำไปถวายพระ หรือมอบให้กับเด็กกำพร้า หรือสินค้าจำพวกนมนำไปถวายพระหรือแม่ชี ผ้าสำหรับพระใช้นุ่มห่ม เคยพาท่านแม่ชีท่านหนึ่งไปเลือกซื้อผ้าท่านบอกว่าผ้าไหมไทยมีคุณภาพสูงมาก”

“สำหรับกลุ่มที่มีอายุอยู่ในวัยรุ่นนั้น พบว่าชาวเมียนมานิยมแฟชั่นเสื้อผ้าจากไทย แต่ต้องเป็นไซส์เล็ก แตกต่างจากไทยที่ไซส์ยอดนิยมเป็น M ทั้งยังให้ความนิยมในเครื่องสำอางจากไทย ถึงแม้จะยังเป็นรองจากเกาหลีและอเมริกา ...” (ผุสดี พลสารัมย์ ผู้อำนวยการศูนย์ยุทธศาสตร์ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๖ เมษายน ๒๕๕๙)

ชาวเมียนมานิยมแต่งกายด้วยชุดประจำชาติ เสื้อผู้หญิงเรียกอิมโฝ ท่อนล่างเป็นตะโวะเป็นผ้าถุงแบบอินเดียน และมักทาหน้าด้วย ผงทานาคา ถึงแม้ชาวเมียนมาส่วนใหญ่จะแต่งกายแบบอนุรักษ์ประเพณี แต่วัยรุ่นชาวเมียนมามีการเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านำเข้าและคุณภาพของสินค้าไทย มีเปิดรับและนิยมเครื่องสำอาง สบู่และแฟชั่นไทยโดยนิยมเสื้อผ้าที่มีขนาดเล็กเป็นพิเศษ ชาวเมียนมาบางส่วนนิยมสิ่งของที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้วยเช่นกัน

“แรงงานชาวเมียนมาเนี่ยะ เรียกว่าแต่งกายด้วยชุดประจำชาติ เสื้อผู้หญิงก็ใส่อิมโฝ ท่อนล่างเป็นตะโวะเป็นผ้าถุงแบบอินเดียน และที่ขาดไม่ได้ก็คือหน้าตาเนี่ยก็ต้องมีทานาคาแล้วก็ทำเป็นลวดลาย จริงๆ แล้วทานาคา เนี่ยเขาทาเนี่ยนไปแล้วทั้งตัว เนียนเหมือนกับผู้หญิงเราเมคอัพเรียบร้อยแล้ว แต่ที่เราเห็นเป็นลายเยอะๆ นั่นคือ เป็นลายเป็นสีสันทันที่รู้สึกว่าจะสวยงาม ความสุขของการแต่งหน้า ใช้หวีแต่งมั่ง ใช้แปรงแต่งมั่ง หลังๆ เด็กๆ ก็จะมีเด็กผู้ชาย เด็กผู้หญิงแต่งเป็นมิกก็ม้ามั่ง แต่เป็นรูปอะไรก็แล้วแต่ และที่เห็นเยอะๆ เข้ม ๆ นั่นคือสีสันทันเหมือนเราทาบัตรออนประมาณนั้น” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน สีสันทันแรงงาน)

“วัยรุ่นชาวเมียนมาจะดูจากชื่อยี่ห้อและราคาจาก Facebook มีการบอกต่อ ราชหนึ่งที่เราไปสัมภาษณ์เป็นวัยรุ่นฐานะปานกลางและค่อนข้างดีเขาบอกว่าเขาสนใจสินค้าจากไทย แต่ต้องทำไซส์ขนาดเล็ก ไซส์ S, SS, SSS ถึงจะเป็นที่ต้องการ เสื้อผ้าเป็นอีกหนึ่งสินค้าที่ผู้ซื้อในเมียนมาเริ่มใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น โดยซื้อ ๘-๑๐ ชิ้น/เดือน ราคาที่สามารถใช้จ่ายได้สูงสุดเฉลี่ยอยู่ที่ ๓๐-๔๐ ดอลลาร์สหรัฐ แต่ที่ผ่านมาเสื้อผ้าของไทยที่นำเข้าไป มักจะขาดเรื่องของไซส์ที่

ต้องการมาก อย่างไซส์ S, SS, SSS เพราะหนุ่ม ๆ สาว ๆ ชาวเมียนมานั้นตัวเล็ก ไซส์มีนิมาก และนิยมใส่เสื้อผ้าแบบพอดีตัว”

“...เสื้อผ้าที่สนใจซื้อทีละหลาย ๆ โหล เพื่อเอาไปแจกคือผ้าฝ้าย ไม่สนใจเรื่องยี่ห้อ ราคาซื้อได้ตั้งแต่ ๕๐๐-๑๕๐๐ บาท มองว่าเสื้อผ้าของไทยคุณภาพดีปราณีต อนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม...”

“...เครื่องสำอางไทยที่นิยมคือยี่ห้อ KMA ราคาเหมาะสม...”

“อย่างสบู่อัลลีน่ามาเป็นอันดับหนึ่ง กลุ่มผลิตภัณฑ์เสริมสวยมีนิเวียเซาก็ชื่อนะครับ ” (บุริม โอทกานนท์ รองคณบดีงานสนับสนุนการศึกษา และอาจารย์ประจำสาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๘ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน ทำการตลาดยังไงให้โดนใจชาวเมียนมาในไทย)

สื่อที่เข้าถึงชาวเมียนมาได้ดีคือสื่อที่อยู่นอกบ้าน (out of home) ไปป๊อว งานแสดงสินค้า (event) สื่อลักษณะนี้เป็นสื่อที่มีราคาแพงและผ่านขั้นตอนทางราชการค่อนข้างมาก นอกจากนี้ยังมีช่องทางผ่านร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านเซเว่นของไทยซึ่งเข้าถึงชาวเมียนมาได้ดีอีกทั้งยังเป็นสื่อที่ดีให้กับสินค้าไทย โดยคนเมียนมามองว่าสินค้าที่อยู่ในเซเว่นคือสินค้าที่มีชื่อเสียง สำหรับวัยรุ่นชาวเมียนมา นิยมเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต ที่เมียนมามีซิติเอ็กเพรสเหมือนเซเว่นของไทย มี Modern trade เหมือน Big C หรือ Lotus ส่วนของสดหรืออาหารสดนั้นชาวเมียนมายังคงนิยมซื้อในตลาดทั่วไปซึ่งยังมีสภาพคึกคักเช่นเดียวกับของไทย นอกจากสินค้าไทยแล้วสินค้าที่ขึ้นชื่อในเมียนมาอีกชนิดหนึ่งก็คือสินค้าจากประเทศเกาหลีซึ่งชาวเมียนมารู้จักสินค้าจากซิริสเกาหลี และได้รับรู้ผ่านการทำโปรโมทผ่านดาราศิลปิน แต่ชาวเมียนมาไม่ค่อยนิยมสินค้าจากจีนเท่าไรนัก

“สื่อเมียนมาประกอบด้วย ๑.คือ Billboard เข้าถึงชาวเมียนมาได้ดีแต่ราคาแพงเพราะว่าถูกจองพื้นที่โดยบริษัทข้ามชาติ ๒.คือ social media ๓. คืออาจจะจัดงานเปิดตัวแสดงสินค้าแต่ตรงนั้นมีค่าใช้จ่ายสูง

“มีห้าง ที่นั่นมีซิติเอ็กเพรสเหมือนเซเว่นของไทย แต่ว่าเรื่องของตลาดสดหรือว่าแหล่งค้าส่งค้าปลีกใหญ่ๆ ของเขาที่ยังเป็นจุดสำคัญที่ผู้ประกอบการไทยต้องเข้าไปเจาะตลาด ประเด็นหนึ่งอยากฝากไว้คือชาวเมียนมาเขาจะใช้เซเว่นของไทยเป็นตัวซื้อบั้งสินค้าแล้วก็อาจมองว่าสินค้าตัวนี้น่าเลือกซื้อไปจำหน่ายต่อหรือเป็นของฝาก

“ในแง่ของการโฆษณาในรูปแบบไปป๊อว รถวิ่ง ป้ายประกาศยังมีราคาสูง และต้องผ่านขั้นตอนทางราชการท้องถิ่นซึ่งค่อนข้างยุ่งยาก หากผู้ประกอบการต้องการให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก เน้นการโปรโมทผ่านละคร ดาราศิลปิน จะเป็นที่ยอมรับกว้างขวางมากกว่า ซึ่งปัจจุบันสินค้าเครื่องสำอางจากเกาหลีประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีสูง ก็รุกผ่านซิริสเกาหลีเป็นหลัก ส่วนแบรนด์ไทยที่สามารถเจาะตลาดเข้าไปได้ก็จะมีลักษณะร่วม คือมีความหลากหลายของ

สินค้าและราคา สินค้ามีคุณภาพในราคาที่สมเหตุสมผล ชาวเมียนมาทุกวันนี้ขาดสินค้าจีน และพร้อมที่จะมาชบสินค้าไทยอยู่แล้ว”(ผุสดี พลสารัมย์ ผู้อำนวยการศูนย์ยุทธศาสตร์ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๖ เมษายน ๒๕๕๙ และ ๕ กฎรูปแบบรักหมัดใจ ดันสินค้าไทย ครองตลาด เมียนมา ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ วันที่ ๘ มกราคม ๒๕๕๙)

ประเทศลาว

สถานการณ์ทั่วไปในลาวและความสัมพันธ์กับประเทศไทย

ลาวหรือ สปป.ลาว มีความสัมพันธ์ที่ดีกับเวียดนาม จีนและสหภาพโซเวียต ภาพรวมประเทศ มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีการลงทุนในเรื่องสิ่งปลูกสร้างในลักษณะโครงการใหญ่ประเภท ห้างสรรพสินค้า ในอนาคตอันใกล้ลาวก็จะเป็นประเทศที่เป็นแหล่งการค้าในภูมิภาคได้ ดังคำ สัมภาษณ์ที่ว่า

“ลาวอยู่ภายใต้อิทธิพลของ ๒ ประเทศ คือ เวียดนามและจีน ช่วงหลังนี้ลาวมักให้ความสำคัญ กับจีน สหภาพโซเวียตอยู่ สปป.ลาวจะพึ่งพาสหภาพโซเวียต เช่นเดียวกันกับเวียดนาม แต่ เมื่อสหภาพโซเวียตล่มสลายไปตั้งแต่ปี๑๙๙๑ จีนกลายเป็นมหาอำนาจในโลกสังคมนิยม เพราะฉะนั้นลาวจึงให้ความสำคัญกับจีน โดยจะเรียกจีนว่า หุ่นส่วนยุทธศาสตร์การพัฒนา ส่วนเวียดนามนั้นเป็นบ้านพี่เมืองน้อง หมายถึงคนที่ร่วมชะตากรรมเดียวกัน ร่วมต่อสู้มา ด้วยกัน ก็จะเรียกว่าเป็นหุ่นส่วนในความสัมพันธ์แบบพิเศษกับเวียดนาม” (ทรงฤทธิ์ โพนเงิน ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๕๙ ตอน การเดินทางระหว่างประเทศ)

ลาว ได้เข้าร่วมเป็นประเทศสมาชิกของอาเซียน เมื่อวันที่ ๒๓ กรกฎาคม ๑๙๙๗ เป็นต้นมา โดยลาวเป็นประธานของอาเซียนครั้งแรก เมื่อปี ๒๕๔๗ และเป็นครั้งที่ ๒ ปี ๒๕๕๙ ต่อจากมาเลเซีย การเป็นประธานอาเซียนทำให้ลาวมีการประชุมที่สำคัญๆ โดยแต่ละครั้งมีบุคคลระดับโลกเข้าร่วม ประชุม จึงทำให้รัฐบาลลาวต้องรับรองและดูแลเรื่องความปลอดภัยให้ดี รวมทั้งยังจะต้องจัดเตรียม สถานที่จัดการประชุม บ้านพักรับรองสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างครบครัน รวมถึงความพร้อม ด้านบุคลากรสำหรับดูแลผู้นำและคณะผู้แทนของประเทศ ดังที่ ท่านทองลุน สีสุลิต รอง นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการต่างประเทศของลาว ได้ให้การยืนยันว่า

“อาเซียนได้สืบทอดปฏิบัตินโยบายเปิดกว้างสู่ภายนอกของตน อย่างเสมอต้นเสมอปลายด้วยการเพิ่มทวีการร่วมมือกับคู่ร่วมมือภายนอก เป็นต้น แม่นกับคู่เจรจา ตลอดระยะ ๑๗ ปีที่ สปป.ลาวได้เข้าเป็นสมาชิกอาเซียน พวกเขาได้เข้าร่วมอย่างตั้งหน้าในขบวนการสร้าง ประชาคมอาเซียน และในปี ๒๐๑๖ นี้ สปป.ลาว ก็ถูกมอบหมายให้เป็นประธานอาเซียนอีก ครั้งหนึ่ง ดังนั้น พวกเขาจะต้องได้พร้อมกันสร้างความพร้อมในทุกด้าน เพื่อรับประกัน ผลสำเร็จของการเป็นประธานอาเซียนในครั้งนี้...”วันที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๕๘)

การเป็นประธานอาเซียนทำให้ประเทศลาวเป็นที่สนใจของต่างชาติในการเข้ามาลงทุน และ เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในประเทศอย่างมาก ดังข้อความต่อตอนหนึ่งว่า

“ลาวเป็นประธานอาเซียน ก่อให้เกิดการประชุมระดับภูมิภาคในประเทศหลายครั้ง การประชุมทำให้ประเทศเป็นที่สนใจในการลงทุนในลักษณะเมกะโปรเจกต์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะจีน ทำให้ประเทศมีการลงทุนและที่เห็นได้ชัดเจนก็คือห้างสรรพสินค้าที่เกิดขึ้นมากมายในช่วงสั้น ซึ่งอนาคตคนไทยอาจต้องไปซื้อของที่ลาว เนื่องจากเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ ปัจจุบันในประเทศมีชาวจีนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมากหรือเกือบครึ่งประเทศ” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ ตอน การรวมอาเซียนปี ๔๙)

ชาวลาวนอกจากเดินทางมาซื้อสินค้าในไทยแล้วยังนิยมมาท่องเที่ยวร่วมด้วย ทำให้จังหวัดชายแดนอย่างจังหวัดหนองคายเป็นจังหวัดที่เศรษฐกิจดี อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย จังหวัดที่เป็นเขตติดต่อกับประเทศลาว รัฐบาลไทยได้ขยายถนนและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวอีกทั้งยังได้เตรียมพื้นที่ๆ จะทำเขตเศรษฐกิจ มีรถไฟความเร็วสูง สินค้าไทยที่ส่งออกไปลาวผ่านทางจังหวัดหนองคายประกอบด้วยอาหารและเครื่องใช้ต่างๆ ที่โดดเด่นคือสินค้าการเกษตร ดังคำสัมภาษณ์ตอนหนึ่งที่ว่า

“...เรื่องของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในช่วงที่หนองคายได้โปรโมทเรื่อง skywalk ทำให้มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และทำให้โรงแรมแถวนั้นปรับปรุงคุณภาพให้ดีขึ้น” (มนนิภา โกวิทศิริกุล ประธานหอการค้าจังหวัดหนองคาย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๖ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน ภาพรวมจังหวัดหนองคาย ธุรกิจ Modern Trade เขตเศรษฐกิจพิเศษ)

ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของประเทศลาว

ถึงแม้ประเทศลาวจะมีการเปิดประเทศมีการติดต่อสื่อสารกับประเทศอื่น แต่ลาวก็ยังเป็นประเทศที่เรียบง่าย ประชาชนดำเนินชีวิตเรียบง่าย ไม่เร่งรีบ ดำเนินชีวิตสอดคล้องกับศาสนาพุทธ อีกทั้งยังคงรักษาวัฒนธรรม รักษาประเพณีได้อย่างดี มีความเชื่อเรื่องบุญ ประชาชนนิยมแต่งกายที่เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมคือ นุ่งซิ่นถึงแม้ว่าท่อนบนจะเป็นเสื้อผ้าทันสมัยก็ตาม รองเท้านิยมรองเท้าผ้าใบที่สีสนับร้อยที่สามารถใส่ได้ในทุกโอกาส ดังข้อสังเกตที่ว่า

“พนักงานในบริษัทลาว ยังคงนุ่งซิ่นอยู่นะครับ ผมไปเยี่ยมโรงงานหลายโรงงาน ทุกคนยังนุ่งซิ่นสวยงามครับ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานธนาคาร ท่อนบนอาจจะเริ่มทันสมัยแล้วเป็นเสื้อ เป็นเชิ้ต เป็นสูท สีสันสดใสตามสีของธนาคารแต่ท่อนล่างก็ยังเป็นซิ่นอยู่ นุ่งมาตั้งแต่นักเรียน กระทั่งวิศวกรตามโรงงานก็ยังนุ่งซิ่นกันอยู่ อันนี้เป็นความน่ารักของ สปป ลาว นะครับ” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ ตอน การรวมอาเซียนปี ๔๙)

“...ในส่วนของคนลาว เอ๋อค่อนข้างที่จะใส่รองเท้าประเภทผ้าใบอะนะครับ สีเน้นสีดำ กรมครีม” (อรุณ คงเจริญ ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ตอน โอกาสรองเท้าไทยในตลาดอาเซียน)

“...สปป.ลาว ระบบเศรษฐกิจไม่เข้มแข็งแต่มีดัชนีความสุขสูงกว่าสิงคโปร์ คนเวียงจันทน์ไม่เร่งรีบ ไม่เร่งด่วน มีความสุข กิจวัตรประจำวันคือตื่นเช้าไปใส่บาตรข้าวเหนียวก่อนไปสอนหนังสือ ช่วยสร้างสมาธิ การเดินไปตักบาตร ทำให้ไปออกกำลังกายไปพร้อมๆ กัน เสร็จจากตักบาตร กลับบ้านกินอาหารกับลูกสาว กินข้าว ๆ ไม่เร่งรีบ ค่อยเปลี่ยนเสื้อผ้าไปสอนหนังสือห่างไป ๒๐ กิโลเมตร เดินไปขึ้นรถโดยสาร เดินทุกวัน จากบ้านถึงปากซอย ๑ กิโลเมตร เริ่มทำงานเงินเดือน ๘๐๐ กีบ หรือ ๓ บาท ผ่านมา ๓๕ ปี ทุกวันนี้เพิ่มขึ้นเป็น ๒ ล้านกีบหรือประมาณ ๘๐๐๐ บาท พोटอลูก ๒ คน แต่ใช้จ่ายค่าน้ำค่าไฟไม่ค่อยพอ หากป่วยก็ใช้รักษาแบบโบราณ มีการปลูกผัก เลี้ยงไก่ ทำงานอย่างอื่น ที่มากกว่าเงินเดือน ๑ เท่า รายได้ครูที่ลาวเทียบไม่ได้กับที่สิงคโปร์ แต่ก็มีสวัสดิการค่าน้ำมันรถหรือแม้แต่การช่วยค่าน้ำค่าไฟ หากมีเงินไม่พอ แต่ละเดือนสูงกว่ารายรับ ค่าเทอม ค่าผ่อนรถ ค่าน้ำไฟ บางเดือนก็ไม่ได้รับเงินเดือน แต่ก็ไม่ได้ดื้อรน บางครั้งก็ไม่ได้รับ ๒-๓ เดือน ถ้าไม่พอก็ไปขอยืม แต่เลือกที่จะไม่เป็นหนี้ สอนคนได้บุญ สอนคนเป็นคนฉลาด มีความสุขที่ได้ช่วยคนให้มีโอกาสความสุขขึ้นไม่ขึ้นอยู่กับเงินทั่วไป คนรวยไม่ได้มีความสุขเสมอไป....” (Beyond ASEAN ตอน ความสุขของคนอาเซียน ไทยพีบีเอส วันที่ ๒๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗)

การนำสื่อบันเทิงเข้าไปฉายในประเทศลาวนั้น ต้องคำนึงถึงความอ่อนไหวทางวัฒนธรรม และเรื่องการเมือง ที่สำคัญต้องระมัดระวังคำพูดที่ใช้สื่อสารในเนื้อหาของสื่อต่างๆ ที่จะนำไปฉาย นอกจากนี้การใช้คำว่า ‘บ้านที่เมืองน้องนั้น’ ปัจจุบันนี้ไม่สามารถใช้คำนี้อีกต่อไปแล้ว การนำเสนองานบันเทิงสามารถสอดแทรกวัฒนธรรมไทยหรือความเป็นเอกลักษณ์ไทยเข้าไปเพื่อสร้างการรับรู้และความคุ้นเคยซึ่งถือเป็นช่องทางหนึ่งที่ประสบความสำเร็จ

ชาวลาวและไทยมีการบริโภคอาหารที่คล้ายคลึงกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประวัติศาสตร์ที่เคยอยู่ร่วมกันและเป็นประเทศที่มีดินแดนติดกัน ทำให้เกิดการค้าขายระหว่างกัน

“ชาวลาวเมื่อมาประเทศไทยนิยมซื้อสินค้าอุปโภค เช่น เครื่องปรุงอาหาร ของใช้ในครัวเรือน” (พิทยา จิตมาเส ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน บริษัท ธนพิริยะ จำกัด ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน การค้าส่งและค้าปลีกในภาคเหนือ หลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน)

ประเทศเวียดนาม

ความสัมพันธ์ของประเทศเวียดนามและไทย

ประเทศเวียดนามมีการพัฒนาใกล้เคียงกับประเทศไทยและมีแนวโน้มที่จะนำหน้าประเทศไทย ความเจริญของประเทศเวียดนามมักอัดแน่นอยู่ในเมืองหลวงแต่ในชนบทนั้นยังมีอัตราการว่างงานที่สูงอยู่ อย่างไรก็ตามชาวนิคมเวียดนามเป็นประเทศที่มีความสุขที่สุดในอาเซียนโดยวัดจากปัจจัย ๓ อย่าง คือความพึงพอใจในชีวิต อัตราการใช้ทรัพยากรของประชากร อายุไขเฉลี่ย ชาวนิคมเวียดนามเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับสิทธิของแรงงานสุภาพสตรี

“ประเทศเวียดนามที่มีเงินต่ำกลับมีความสุขที่สูงมากกว่า วันสตรีแห่งชาติ ๒๐ ตุลาคม ชาวเวียดนามจะได้รับความรักจากคนรอบข้างผ่านดอกกุหลาบ มีการสรรเสริญจากคนรอบข้าง

อะไรคือความสุขในชีวิตของครูในเวียดนาม ครูสอนดนตรี อยู่ในห้องเช่า เงินเดือนน้อยแต่มีความสุขกับรอยยิ้มและเสียงดนตรีที่สอน”

“เวียดนามมีความเจริญใกล้เคียงกับประเทศไทยและอาจเป็นไปได้ว่ามีแข่งกับประเทศไทยได้เนื่องจากประเทศ มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๕ สิงหาคม ๒๕๕๙ ตอน การรวมอาเซียนปี ๔๙)

“ในปี ๒๕๕๙ เวียดนามมีตัวเลขแสดงให้เห็นว่ามีเศรษฐกิจ GDP มีการขยายตัวเติบโตถึง ๖๘ เปอร์เซ็นต์ โลจิสติกส์เติบโต ๓๖ เปอร์เซ็นต์ แรงงานหลังไหลเข้าในประเทศมีบริษัทจัดหางานจำนวนมาก ถึงแม้เศรษฐกิจจะเติบโตมากแต่ก็ยังมีคนว่างงานอยู่โดยเฉพาะในชนบท” (นิติภูมิ นวรัตน์ ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๒ มกราคม ๒๕๕๙ ตอน ศาสนาในดินแดนศรีวิชัยก่อนอิทธิพลอินเดีย)

ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของประเทศเวียดนาม

ประเทศเวียดนามเหมือนกันกับประเทศอินโดนีเซียมีความคล้ายคลึงกันเชิงวัฒนธรรมเนื่องจากมีประชากรที่เป็นทั้งคนท้องถิ่นและเวียดนามเชื้อสายจีน โดยพื้นฐานแล้วชาวเวียดนามนิยมทองคำและเครื่องประดับ ซึ่งก็คล้ายกับคนไทยเชื้อสายจีนที่มีความชอบทอง

“ในอาเซียนเนี่ย มีอีกหลายประเทศที่มีความคล้ายคลึงกันเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทางผู้บริหารหลักกล้าที่จะไปทำการค้าเอง แต่ในประเทศอาเซียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินโดนีเซีย และเวียดนามที่เราได้เริ่มลงทุนเปิดร้านค้าปลีกจิวเวลรี่ของเราเองเนี่ย เพราะว่า... ประเทศเวียดนามเองยังมีความคล้ายคนไทย อย่างคนเวียดนามก็จะชอบจิวเวลรี่ที่มีสีสันมากกว่าคนไทย (ชนิตล์ สรไกรกิติกุล กรรมการบริหารและผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายตลาด บริพัช แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอน ธุรกิจของเครื่องประดับในอาเซียน)

ชาวเวียดนามนิยมเดินทางด้วยจักรยานยนต์ทำให้บนถนนนั้นเต็มไปด้วยมอเตอร์ไซด์ การข้ามถนนนั้นชาวเวียดนามกระทำโดยการเดินอย่างต่อเนื่องห้ามหยุด หากหยุดเดินจะทำให้รถมอเตอร์ไซด์นั้นไม่สามารถคาดคะเนได้ แต่การเดินอย่างต่อเนื่อง รถมอเตอร์ไซด์จะเป็นฝ่ายหลบเลี่ยงมิให้เกิดอุบัติเหตุ ในเมืองหลวงของเวียดนามมีการอยู่อาศัยที่หนาแน่น มีของขายริมถนน ราคาของสังเกตจากความสูงของเก้าอี้หากเก้าอี้สูงแสดงว่าราคาสูง ชาวเวียดนามเป็นคนสู้งาน ทำงานหนัก และนิยมดื่มกาแฟ ประเทศไทยทำการค้ากับเวียดนามมายาวนาน

“เวียดนาม ถ้าเวลาใครไปเยี่ยมโรงงานที่คนเกินพันคน จะเห็นอาคารจอดรถมอเตอร์ไซด์รับ ถ้าใครไปเที่ยวผมขอแนะนำว่าในชีวิตต้องไปคู่สักครั้ง ...คนเวียดนามเป็นคนสู้งานครับ งานไหนที่กะเช้าๆ กะดึกๆ ที่ประเทศอื่นไม่ทำกัน คนเวียดนามขอแค่มีงานทำ แต่ขออย่างเดียวแค่ขอเวลาบ่ายๆ ว่างๆ ขอให้มีความสุขดื่มกาแฟ เวียดนามนี้เป็นสังคมกาแฟครับ ขอดื่มกาแฟ

เป็นสิ่งที่เขาต้องทำ” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน สีสันแรงงาน)

“นครโฮจิมินห์แน่นขนัดไปด้วยมอเตอร์ไซด์ พื้นที่ทุกตารางนิ้วแพงสุดในอาเซียน สูงกว่าฮาร์ดหรือสลิ้ม มีคนมากพื้นที่น้อย ๕ โมงเย็นเลิกงานมอเตอร์ไซด์จำนวนมาก เสี่ยงอันตรายของมอเตอร์ไซด์มีความหมายว่า บอกทิศทาง ตอนค่ำคนนิยมมากกินน้ำเต้าหู้ น้ำนมถั่วเหลือง น้ำนมถั่วเขียว น้ำนมถั่วลิสง ชาวอาเซียนชอบกินน้ำเต้าหู้เหมือนกัน สิ่งที่แตกต่างกันคือเวียดนามเก๋ากั๊ตติดดินมาก ถูก เก๋ากั๊ตสูงจะแพง

“บนถนนจะมีมอเตอร์ไซด์คือลูกค้า เขานิยมขี่มอเตอร์ไซด์ การเปิดร้านก็ต้องเลือกถนนที่คนผ่าน มีที่จอดรถ มี รปภ มาช่วยเรื่องของรถ เวียดนามมอเตอร์ไซด์หายมาก” (อมรเทพ อสีปัญญา ผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ บริษัท ซาปรีน่า จำกัด (มหาชน))

ชาวเวียดนามนอกจากนิยมดื่มกาแฟแล้ว ประเทศเวียดนามยังเป็นผู้ผลิตกาแฟที่มีคุณภาพอย่างกาแฟโรบัสต้า ซึ่งผลิตได้มากและได้ส่งออกกาแฟเป็นอันดับ ๒ ของโลกด้วยเช่นกัน

“กาแฟที่เป็นที่รู้จักในตลาดโลก คนจะรู้จักเวียดนามในฐานะผู้ส่งออกกาแฟโรบัสต้าเป็นอันดับ ๒ ของโลก รู้จักอินโดเป็นกาแฟอาราบิก้า โรบัสต้า” (อภิชา แยมเกสร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชาลอตโต้ จำกัด และนายกสมาคมกาแฟพิเศษไทยให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๒ มีนาคม ๒๕๕๙ ตอน ตลาดกาแฟในอาเซียน)

เวียดนามนิยมสินค้าไทยโดยเฉพาะอาหาร เครื่องปรุงรส สินค้าที่ใช้กับร่างกายอย่างสินค้าเกี่ยวกับความสวยความงาม ซึ่งในเวียดนามเองได้ให้ความเชื่อถือผลิตภัณฑ์ของไทยถึงขนาดที่ว่าสินค้านั้นต้องมีภาษาไทยกำกับ บางครั้งเกิดการปลอมสินค้าจากไทย สังเกตได้จากการพิมพ์ภาษาไทยแต่สะกดผิด คนเวียดนามนิยมสินค้าด้านบริโภคส่วนบุคคล (consumer product) ความนิยมไม่ต่างจากคนไทยคือนิยมเรื่องสุขภาพ

“เวียดนามซื้อสินค้าส่วนใหญ่ก็เป็นสินค้า consumer product ทั่วไป อะครีบ ตอนนี้อยู่ไรก็ได้ที่เป็นสินค้าตัวหนังสือไทยมีความนิยมและเชื่อถือเป็นอย่างมากเลยครับ”

“สินค้าผมยกตัวอย่างนะครับ ครึ่งหนึ่งมีลูกค้าที่เวียดนามมาติดต่อผมขอซื้อสินค้ายาสระผม ซึ่งจริงๆ แล้วผมพูดจริงจริงแล้ว เป็นผมพูดที่อินเทอร์เน็ตนะครับเป็นแบรนด์ที่มีในทุกประเทศ แต่เชื่อไหมครับว่าเขาระบุว่าอยากได้ยี่ห้อนี้แต่ต้องเป็นตัวหนังสือภาษาไทยนะครับ ถ้าไม่ใช่ภาษาไทยเขาไม่เอา แต่ถ้ามีภาษาไทยเขาออเดอร์ประจำสม่ำเสมอ แต่เค้ายี่ห้อที่สุดคือขอระบุเป็นภาษาไทยจริงๆ”

“ต้องผลิตในไทยถ้าเป็นภาษาเวียดนามหรือภาษากัมพูชาเขาไม่เอาเลยนะ เขาบอกนั่นก่อนส่งเขาบอกขอออเดอร์แค่นี้ ราคาไม่เกี่ยง สินค้าที่เขานิยมตอนนี้ต้องบอกว่า สินค้าใช้กับ

ร่างกาย ความสวยความงามเป็นสิ่งที่เขาเชื่อถือผลิตภัณฑ์ของไทยรวมถึงพวกอาหารเองก็
ตามแต่สิ่งสำคัญต้องอย่าเลยว่าเป็นภาษาไทย” (สมหวัง เดชศิริอุดม กรรมการผู้จัดการ
บริษัท เล้งเล้ง กรุ๊ป เป็นผู้ดำเนินธุรกิจ ค้าส่ง ค้าปลีก ตัวแทนกระจายสินค้าในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือครอบคลุมจังหวัดติดชายแดน ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning
ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน สวัสดิ์อาเซียน)

“ชาวเวียดนามนิยมมาประเทศไทยและนิยมซื้อสินค้าอุปโภค เช่น เครื่องปรุงอาหาร ของใช้
ในครัวเรือน” (พิทยา จิตมาเส ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชีและการเงิน บริษัท ธนพิริยะ จำกัด ให้
สัมภาษณ์ในรายการ “ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙
ตอน การค้าส่งและค้าปลีกในภาคเหนือ หลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน)

นอกจากนี้ยังพบว่าชาวเวียดนามนิยมสินค้าที่มีราคาไม่สูง สินค้าไทยบางชนิดหากมีราคาสูง
มักจะไม่เป็นที่นิยมเมื่อส่งไปขายในประเทศเวียดนาม สินค้านำเข้าอย่างสินค้าไทยหากมีราคาสูงกว่า
สินค้าชนิดเดียวกัน ที่มีอยู่แล้วในเวียดนาม และมักจะขายไม่ได้เมื่อเทียบกับสินค้าของเวียดนามที่
ราคาถูกกว่า

“น้ำเต้าหู้เวียดนามจะเข้มข้นกว่าของไทย คนไทยอยากขายน้ำเต้าหู้บรรจุขวดในเวียดนาม
โรงงานผลิตน้ำนมถั่วเหลืองในไทย ผลิตไปขายในต่างประเทศรวมถึงเวียดนาม อุปสรรคใน
เวียดนามมีเยื่อเจ้าตลาดอยู่แล้ว ปัญหาแรกคือเราใช้ชื่อไวตามิวล์ไม่ได้ ที่เวียดนามเจ้าตลาด
ในเวียดนามใช้ไวตามิวล์และไวตาสอย หรือไวตามิวล์ ไวตาสอย วิน่าเรียกแทนประเทศ จะถูก
กีดกันเมื่อซื้อคล้ายกัน แต่ตอนเข้าไปใช้ชื่อ วามิโน อุปสรรคต่อมาคือ ต้นทุนการผลิต มีราคา
วัตถุดิบ ค่าแรง ค่าขนส่ง ทำให้ราคาสูงกว่าของเวียดนาม เขาไม่จ่ายซื้อของไทยที่แพงกว่า
หากทำให้ผู้มีราคาสูงต้องทำให้คนเวียดนามเข้าใจถึงเหตุที่ทำให้ราคาสูง คนเวียดนามเข้าใจ
แต่ไม่ยอมจ่ายสินค้านี้ราคาแพง เขาจ่ายเพิ่มได้ ๑๐-๒๐ แต่ไม่ใช่ ๑๐๐ เปอร์เซนต์ทำให้ของ
ไทยจะไม่มีกำไร จะทำให้เขาจ่ายเพิ่มจากสินค้าที่เขาเคยจ่ายในเวลานั้นรู้สึกว่ามันเกินไป
เวลาขายราคาสูงไม่ได้ ทำให้พ่อค้าส่งขายได้กำไรน้อย เทียบกับสินค้าในประเทศ ทำให้มีการ
ผลัดกันได้น้อย ไม่สามารถทำให้เกิดเป็นกลุ่มใหญ่ระดับแมสได้ พอทำไม่ได้ คนก็เริ่มรู้จักสินค้า
สัก ๒ ปี เมื่อคนไม่ยอมรับ ต้องถอยกลับมาพิจารณา ทุกวันนี้ไม่มีนมถั่วเหลืองไทยขายใน
เวียดนาม” (ธรรมศักดิ์ จิตติมาพร กรรมการผู้จัดการ บ.กรีนสปอต จำกัด สัมภาษณ์ใน
รายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๕๙ ตอน การเปิดเฟรน
ไชส์และขยายตลาดในประเทศอาเซียน)

การทำการตลาดในประเทศเวียดนามโดยเฉพาะการทำโปรโมชั่นนั้นรัฐบาลค่อนข้างเข้มงวด
เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาของการผูกขาดสินค้า เจ้าของสินค้าจะไม่สามารถกระทำได้อย่างอิสระเหมือนใน
ประเทศไทย นอกจากนี้ยังต้องระมัดระวังเรื่องการโฆษณาให้อยู่บนพื้นฐานของแนวปฏิบัติในเรื่องของ
ความโป้ปดมัย ซึ่งจะต้องกระทำในขอบเขตที่จำกัด

“การจัดโปรโมชั่น ต้องขออนุญาตทางรัฐบาล ไปก่อน ๓๐ วัน ต้องแจ้งไปว่าจะลด ๕๐% ชั่ว ๑ แคม ๑ กระทำได้แต่ไม่เกิน ๓ เดือน รัฐบาลต้องดูแลไม่ให้เจ้าตลาด คือแฟร์ให้เป็นเจ้าตลาดเสรี แต่ข้อเสียคือความลับทางการตลาดอาจรั่วไหล ข้อดีอีกอย่างคือทำให้ทุกสินค้าต้องวางแผนว่าจะเริ่มและจบเมื่อไร เวียดนามจัดแพชชั่นโชว์ไม่ได้ แต่ต้องจัดในที่ปิดมีคนเข้าชมจะโป๊ ไม่เหมือนประเทศไทยจะจัดอย่าไรก็ได้ในห้างก็ได้ ไม่ใช่ทุกคนจะประสบความสำเร็จเสมอไป ต้องรู้จักตลาดที่จะขาย สินค้าที่คนไทยชอบมีใช้ว่าประเทศอื่นจะชื่นชอบด้วย” (อมรเทพ อสีปัญญา ผู้อำนวยการสายงานกลยุทธ์และพัฒนาธุรกิจ บริษัท ซาปรีนา จำกัด (มหาชน))

ชาวเวียดนามนิยมอาหารไทย โดยเฉพาะปูผัดผงกระหรี่ ต้มยำกุ้ง ผัดไทกุ้งสดและส้มตำ แต่รสชาติต้องปรับให้เหมาะกับชาวเวียดนามที่ไม่กินเผ็ดและลดความจัดจ้านลงบ้าง คนเวียดนามนิยมร้านที่สะอาดไม่ต้องตกแต่งมากมายแต่ให้ดูหรูเรียบง่ายเหมาะกับการรับประทานอาหาร

“เมนูยอดนิยมที่ขายดี เมนูแรก ปูผัดผงกระหรี่ เมนูที่ ๒ ต้มยำกุ้ง ๓ ผัดไทและก๊วยเตี๋ยว เป็นผัดไทกุ้งสดครับ...รสชาติอาจจะไม่สามารถที่จะทำแบบของไทยแท้ ได้ไม่ ๑๐๐% แต่เราจะปรับให้คนเวียดนามสามารถทานได้ เนื่องจากเขาไม่ทานเผ็ดเหมือนคนไทย แต่ทางร้านเองก็ยังคงต้องเน้นความจัดจ้านมาก่อน แต่จะลดความเผ็ดความเปรี้ยวลงนะครับ และก็คนในเวียดนามยังชอบอาหารไทย ชอบความเป็นไทย เพียงแต่เราจะต้องหาจุดขายจุดแข็งของตัวเองของเราให้ได้ ทำให้คนเวียดนามเขาชอบแบบนี้ละ ไทยแท้เป็นแบบนี้ละ รสชาติไทยเป็นแบบนี้ละ การตกแต่งร้านอาจจะไม่ต้องถึงขั้นแต่งแบบไทยแท้ๆครับ บางทีคนเวียดนามเองบางอย่างเขาชอบความอลังการในเรื่องเสียงเพลงความสนุกสนานแต่บางอย่างเราทำให้ดูสะอาด สะอาดน่าดึงดูดน่าสนใจ ไม่ต้องถึงขั้นดูเวอร์อลังการนะครับ มันเป็นเรื่องที่มานั่งรับประทานอาหารสบายๆ” (อโนมา วงษ์ใหญ่ คุณนเรศ บุรี ผู้จัดการร้านสามย่าน ซีฟู้ด สาขาโฮจิมินห์ ซิตี้ เวียดนาม ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๘ มีนาคม ๒๕๕๙ ตอน ร้านอาหารไทยในเวียดนาม)

นักท่องเที่ยวเวียดนามมาท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต ซึ่งสามารถเดินทางด้วยรถยนต์ผ่านจังหวัดอุดรธานี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนมีฐานะปานกลางถึงสูง นิยมความเป็นเมืองสะดวกสบาย

“คงจะเป็นเรื่อง cost ของการต่อเที่ยวบินเป็นอันดับแรก นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวที่ภูเก็ตจะเป็นนักท่องเที่ยวระดับกลางถึงระดับไฮเอนด์ที่ให้ความสนใจซึ่งสิ่งที่ต้องพัฒนาคือเรื่องสาธารณูปโภคอย่างที่ได้เรียนไปตอนแรก และก็สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพราะนักท่องเที่ยวที่มาจากเวียดนามส่วนใหญ่จะเป็นจะเป็นนักท่องเที่ยวมีฐานะ ชอบความสะดวก” (อโนมา วงษ์ใหญ่ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จ.ภูเก็ต ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๕๙ ตอน การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต (ช่วงเจาะลึกอาเซียน)

ประเทศสิงคโปร์

ลักษณะทั่วไปและความเกี่ยวข้องกับประเทศไทย

สิงคโปร์เป็นประเทศเล็กมีสภาพเป็นเกาะ ถึงแม้จะมีความมั่นคงทางการเงินแต่สิงคโปร์ก็เป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางอาหารน้อยที่สุดโดยต้องพึ่งพาอาหารจากต่างประเทศ ถึงแม้จะผลิตอาหารเองไม่ได้แต่สิงคโปร์ ก็ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยกับอาหารการกิน เนื่องจากหากเจ็บป่วยค่ารักษาพยาบาลมีราคาแพงทำให้คนสิงคโปร์หันมาดูแลสุขภาพ สิงคโปร์ได้จ้างให้คนไทยปลูกข้าวและทำการส่งออกปีละหลายร้อยตัน และด้วยประเทศเป็นเกาะทำให้สิงคโปร์ขาดแคลนน้ำดื่ม ต้องมีการนำเข้าอาหารและน้ำจากประเทศมาเลเซีย รวมทั้งมีมาตรการประหยัดและการนำน้ำมาใช้ซ้ำเพื่อให้เพียงพอต่อคนในประเทศ

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจดีแต่โดยรวมเป็นประเทศที่คนในประเทศไม่มีความสุข กระทั่งจัดเป็นประเทศที่มีความสุขน้อยที่สุดในอันดับที่ ๑๒๖ เป็นประเทศที่ทำงานยาวนานที่สุด คนสิงคโปร์ขี้เมื่อยน้อยที่สุด กระทั่งรัฐบาลมีนโยบายให้คนขี้เมื่อยมากขึ้น ในประเทศมีบทลงโทษอย่างเข้มงวด กฎระเบียบรอบตัวให้อยู่ในกรอบ คนสิงคโปร์ช่วยคนแปลกหน้าน้อยที่สุด อีกทั้งยังต้องระวังเรื่องหลังเกษียณ คนสิงคโปร์มีการรักษาหน้าเหมือนกับคนจีน กล่าวคือหากไม่มีงานทำก็จะไม่มาเลี้ยงรุ่น ถ้าธุรกิจไม่รุ่งเรื่องหรือป่วยก็จะไม่มาเลี้ยงรุ่นทุกปี เช่นกัน สำหรับชาวสิงคโปร์แล้วชื่นชอบมะพร้าว น้ำหอมของไทย เนื่องจากรสชาติที่อร่อยและส่งผลที่ดีต่อสุขภาพ ชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่ไม่นิยมดูทีวีแต่นิยมเปิดรับสื่อผ่านทางสมาร์ตโฟน

“สิงคโปร์เป็นเกาะเล็กมีมั่นคงทางเศรษฐกิจมีความมั่นคงสูงสุดในอาเซียน แต่ไม่มีความมั่นคงทางอาหาร สิงคโปร์มีความต้องการใช้น้ำมีการซื้อน้ำจากมาเลเซีย คนสิงคโปร์มีการใช้น้ำอย่างประหยัด มีการใช้ซ้ำ มีการทำน้ำทะเลให้เป็นน้ำจืด น้ำที่ผ่านการบำบัดและนำมาใช้ซ้ำ นั้นมีความสะอาดมากไม่มีสีและไม่มีกลิ่น ตอนนี้มีโรงงานประมาณ ๔ โรง มีการผลิตน้ำได้ ๓๓ เพอร์เซ็นต์ของความต้องการใช้น้ำทั่วประเทศ โดยสิงคโปร์ใช้น้ำประมาณวันละประมาณ ๗.๗๕ ล้านลูกบาศก์เมตร เทคโนโลยีการจัดการน้ำของสิงคโปร์ถือเป็นอันดับหนึ่งของโลก โดยต่อมาสิงคโปร์สามารถกลั่นน้ำทะเลเป็นน้ำจืด และอย่างสุดท้ายคือการรณรงค์การใช้น้ำทุกอย่างในประเทศและเขาใช้น้ำประหยัดจริงๆ ทุกอุปกรณ์ใช้น้ำของเขามีสัญลักษณ์การประหยัดน้ำ” (เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๑ มีนาคม ๒๕๕๙ ตอน ปัญหาน้ำในสิงคโปร์)

“สิงคโปร์ชื่นชอบมะพร้าวน้ำหอมของไทยมาก เนื่องจากรสชาติที่อร่อยแล้วยังดีต่อสุขภาพ จุดเด่นของมะพร้าวของไทยก็คือทางด้านรสชาติตอนนี้เราได้พัฒนาแพ็คเกจจิ้งให้เรียบง่าย” (สุพรรณ ตั้งดำเนินสวัสดิ์ ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ไพรม์ไบโอซิส จำกัด ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๖ พฤศจิกายน ๒๕๕๙ ตอนมะพร้าวน้ำหอมไทยกับการทำตลาดในอาเซียน โอกาสมีมากน้อยแค่ไหน)

ประเทศอินโดนีเซีย

สถานการณ์ทั่วไปและความเกี่ยวข้องกับประเทศไทย

อินโดนีเซียเป็นประเทศหมู่เกาะห่างจากประเทศไทยประมาณ ๓,๑๑๖ กิโลเมตร ใช้ระยะเวลาการบิน ๓ ชั่วโมง ๑๙ นาที มีประชากรที่เป็นคนพื้นถิ่นและเป็นคนสืบเชื้อสายจีนอาศัยร่วมกัน คนจีนในอินโดนีเซียนั้นเป็นคนชอบทองและเครื่องประดับเพชรพลอยเหมือนกันกับใน

ประเทศไทยและมาเลเซีย มีบริษัทไทยขนาดใหญ่ของไทยเข้าลงทุนดำเนินกิจการอยู่หลายบริษัท เช่น ธนาคารกรุงเทพ ปูนซีเมนต์ไทย เครือเจริญโภคภัณฑ์ (CP) อินโดนีเซียนิยมบริโภคมะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีรสชาติและลักษณะแตกต่างจากของไทย ธุรกิจ MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) ซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดสัมมนา การจัดแสดงสินค้าหรือการเจรจาทางธุรกิจ ซึ่งมีธุรกิจเช่นเครื่องบิน โรงแรม หรือธุรกิจท่องเที่ยวเนื่องจากผู้ที่เดินทางเข้าร่วมสัมมนามีการเดินทางพัก และซื้อของที่ระลึก ซึ่งนักธุรกิจปกติจ่ายเป็น ๓ เท่าครึ่ง เป็นธุรกิจกำลังเฟื่องฟูในประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ

ลักษณะทางวัฒนธรรมทั่วไปของประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้นการดำเนินชีวิตมักอยู่ภายใต้การปฏิบัติทางศาสนาอิสลามเป็นสำคัญ ประเทศอินโดนีเซียมีความคล้ายคลึงกันเชิงวัฒนธรรมกับเวียดนาม เนื่องจากมีประชากร ที่แบ่งเป็นทั้งคนท้องถิ่น หรือว่าคนจีน ซึ่งก็คล้ายกับประเทศไทยที่มีคนไทยเชื้อสายจีนที่มีความชอบทองด้วยเช่นกัน

“เมื่อ ๔๘ ปี ก่อนแบงก์กรุงเทพไปตั้งสาขามาแล้ว ตอนนั้นแบงก์กรุงเทพมีอยู่ ๓ สาขา ต้องเร็วมากนะคะ แล้วก็เมื่อ ๒๕ ปี ก่อนบ้านปูไปลงทุนทำเหมืองถ่านหินที่นี่แล้ว อีกบริษัทหนึ่งที่น่าสนใจนะคะที่ไปลงทุนมาแล้วเมื่อ ๒๑ ปีก่อนคือปูนซีเมนต์ไทยนะคะ ปูนซีเมนต์ไทยไปมาเมื่อปี ๑๙๙๕ ตอนนั้นขายธุรกิจเยอะมาก เมื่อ ๕ ปีที่แล้วนะคะลงทุนแล้ว ณ วันนี้เป็นการขยายตัวที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของปูนซีเมนต์ไทยกว่าได้นะคะ เป็นความภาคภูมิใจ ๑๐๓ ปีของบริษัทปูนซีเมนต์ไทยบริษัทนี้ไปมีบริษัทในเครืออยู่แล้วประมาณ ๒๔ บริษัทและเป็นประเทศที่คนไทยถูกส่งไปทำงานที่อินโดนีเซียมากที่สุดของปูนซีเมนต์ไทยคือประมาณ ๑๐๐ คนเยอะที่สุดแล้วนะคะของปูนซีเมนต์ไทยเพราะฉะนั้นมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง CP ไปเมื่อ ๔๐ ปีก่อนนะคะ ไปตั้งฟาร์มไก่ถือว่าประเทศนี้ ๙๐% ของประชากรนับถือศาสนาอิสลาม เพราะฉะนั้นไก่ขายดีมากอันนี้เป็นความน่าสนใจ เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นประเทศอิสลาม ข้อจำกัดเรื่องของอาหารการกิน เรื่องของวัฒนธรรม ประเพณี ก็อาจจะพอมีข้อจำกัดอยู่บ้าง อย่างเช่น ผู้หญิงก็จะต้องแต่งกายรัดกุม ” (สิริพร สงบธรรม เลขาธิการสมาคมผู้ลงทุนไทย ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑๒ ตุลาคม ๒๕๕๙ ตอน โอกาสการลงทุนในอินโดนีเซีย)

“...ในอาเซียนเนี่ย มีอีกหลายประเทศที่มีความคล้ายคลึงกันเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ทางผู้บริหารหลักกล้าที่จะไปทำการค้าเอง แต่ในประเทศอาเซียนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินโดนีเซีย และเวียดนามที่เราได้เริ่มลงทุนเปิดร้านค้าปลีกจิ๋วของเราเองเนี่ย เพราะว่าเรามีความเชื่อมั่น และเข้าใจผู้บริโภคเนื่องจากว่ามีความคล้ายคลึงกับนิสัยการอุปโภคบริโภคของคนไทย เช่นประเทศอินโดนีเซียมีความคล้ายคลึงมากเนื่องจากมี Population ที่แบ่งเป็นทั้งคนท้องถิ่น หรือว่าคนจีน ซึ่งก็คล้ายกับเมืองไทยที่มีคนไทยเชื้อสายจีนที่มีความชอบทอง...” (ชนัดต์ สรไกรกิติกุล กรรมการบริหารและผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายตลาด บริษัทฯ แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอน ธุรกิจของเครื่องประดับในอาเซียน)

“อินโดนีเซียเขาเปิดศูนย์ที่เรียกว่า ICE ย่อมาจาก Indonesia Convention Exhibition ICE นี่แหละครับ คือเป็นศูนย์การแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของเขานะครับ เนื้อที่กว่า ๒๒๐,๐๐๐ ตารางเมตร พื้นที่ใช้สอยนะครับลงทุนไปเป็นหมื่นล้าน ก็ถือว่าเป็นก้าวสำคัญของธุรกิจแสดงสินค้าของอินโดนีเซีย เพราะธุรกิจนี้เกี่ยวข้องกับ MICE ไม่ว่าจะเป็น Meeting, Incentive, Conference, Exhibition ก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่อง ก่อให้เกิดรายได้อีกเยอะมาก เพราะฉะนั้นนี่จึงเป็นก้าวที่สำคัญของอินโดนีเซีย คนที่เดินทางไปประชุมมีแนวโน้มที่จะซื้อของฝากเพื่อนซื้ออาหารการกินมาฝาก เพราะฉะนั้นจึงเป็นคำอธิบายว่า นักธุรกิจที่ไปประชุม...นักธุรกิจปกติจ่ายเป็น ๓ เท่าครึ่ง...”(เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน โครงการ MICE ที่อินโดนีเซีย)

ชาวอินโดนีเซียมีความนิยมน้ำพริกของไทยมาก โดยรสชาติต้องไม่เผ็ด อีกทั้งยังมีการรับประทานบะหมี่สำเร็จรูปเช่นเดียวกับไทย แต่ลักษณะมีความแตกต่างกันไปตามความนิยมของคนในประเทศ ชาวอินโดนีเซียนิยมอาหารไทยแต่ต้องใช้ของอย่างดีคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

“...การนำน้ำพริกไปต่างประเทศต้องมีการเริ่มจากไปกับหน่วยงานราชการไปออก exhibition ที่ต่างประเทศ แล้วก็ค่อยๆ ทำการบ้าน ลูกค้าแต่ละประเทศขอรสชาติแบบไหน ประเทศมาเลเซียกับสิงคโปร์มีปัญหาเรื่องภาษาที่สื่อสารกันมาก แต่พอได้ภาษาอังกฤษก็ไปลองที่ตลาดอินโดนีเซีย ลูกค้ายอมรับ...” (ไอริน สงวนนาม ทายาทธุรกิจผลิตภัณฑ์น้ำพริก กุ้งเสียบและแกงไตปลาแห้ง ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๒๙ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอน น้ำพริกกุ้งเสียบและแกงไตปลาแห้งเงินอง รุกตลาดอาเซียน)

“...ที่อินโดนีเซียบะหมี่สำเร็จรูปเนี่ยประเทศนี้เขาบริโภคเยอะเหมือนกันนะครับ แต่ลักษณะจะแตกต่างจากเราคือเส้นเขาจะเหนียวนุ่มกว่าเรา เส้นใหญ่กว่าหนอยนะฮะ แล้วก็ที่นั่นจะนิยมทานแห้ง พอทานแห้งอย่างเครื่องปรุงของเราจะมีสองซองสามซองประมาณนี้ ของเขามีหกเจ็ดเครื่องปรุงอยู่ในซองเล็กๆ ปนกันอยู่ใน ๑ ห่อ...”(เกษมสันต์ วีระกุล ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน โครงการ MICE ที่อินโดนีเซีย)

ศาสนาทุกศาสนามีข้อห้าม ซึ่งศาสนาอิสลามเป็นศาสนาประจำชาติของอินโดนีเซียมีข้อห้ามที่เคร่งครัดเช่นกัน การนำสื่อบันเทิงเข้าไปฉายในประเทศอินโดนีเซียนั้น ต้องศึกษาแนวปฏิบัติ ข้อห้ามต่าง ๆ และความอ่อนไหวทางด้านศาสนาเป็นสำคัญ

“...บรรดาสื่อทางด้านสื่อสิ่งพิมพ์ขอข้ามไปก่อนเพราะว่าไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสารค่อนข้าง sensitive อยู่แล้ว ผมกำลังพูดถึงสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเราอยากจะเน้นทางด้านวิทยุ ภาพยนตร์ ทีวี และมีประเทศเหล่านี้น่าจะเป็นกลุ่มประเทศที่ conservative นิดหนึ่งว่าค่อนข้างจะคุมในสื่อได้ก็จะประกอบไปด้วยประเทศพม่า ลาว กัมพูชา อินโดนีเซีย...อินโดนีเซียอาจจะเป็นเรื่องของเชื้อชาติทางด้านศาสนาที่แตกต่างกัน...”(คุณกริชรัตน์ ก้อนเทียน Managing Director of Southeast Asia Law Office ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good

Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๑ พฤษภาคม ๒๕๕๙ ตอน ทิศทางการวางกลยุทธ์ด้านอุตสาหกรรมบันเทิงไทยเพื่อก้าวสู่การแข่งขันระดับอาเซียน)

อินโดนีเซียเป็นเป้าหมายในการทำการตลาดเครื่องสำอางประเภทแป้งของไทยเนื่องจาก ชาวอินโดนีเซียมีลักษณะและผิวพรรณใกล้เคียงกับไทย ซึ่งนอกจากอินโดนีเซียยังรวมถึงฟิลิปปินส์และมาเลเซียด้วยเช่นกัน

“...ศรีจันทร์ดั้งเดิมเลยเนี่ยขายดีที่สุดที่ภาคใต้ค่อนข้างร้อนใกล้เคียงมาก แล้วก็ product เราก็ถูกดีไซน์มาให้ใช้งานได้ดีกับคนที่อยู่ในภูมิอากาศแบบนี้ คิดว่าน่าจะได้รับผลตอบรับที่ค่อนข้างโอเค ถ้าเกิดทำการตลาดได้ดีเพราะว่าเครื่องสำอางขึ้นอยู่กับทำการตลาดเป็นหลักนะครับ...” (รวีศ หาญอุตสาหะ ให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ออกอากาศวันที่ ๙ มิถุนายน ๒๕๕๙ ตอน แป้งหอมศรีจันทร์กับการรุกตลาดอาเซียน)

๒.๒. ผลการวิเคราะห์เนื้อหารายงานโทรทัศน์ชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’

รายการ ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ เป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงไทยที่ไปประสบความสำเร็จในกลุ่มประเทศอาเซียน ในการวิเคราะห์นี้จึงได้จัดหมวดเนื้อหาที่แตกต่างจาก รายการวิทยุ “Good Morning ASEAN” ทางคลื่น ๑๐๐.๕ อสมท. และชุดรายการ “Beyond ASEAN”

๑). การดำเนินการเก็บข้อมูล

รายการสารคดี ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความชื่นชอบและความต้องการรายการบันเทิงในประเทศอาเซียนประกอบด้วย รายงานโทรทัศน์ชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ จำนวน ๖ ตอน และรายการออกอากาศช่วงปี ๒๕๕๘-๒๕๕๙ ทำการบันทึกรายการย้อนหลังจาก Youtube และถอดข้อความเพื่อทำการวิเคราะห์และรวบรวมประเด็นภายใต้หมวดเนื้อหา ‘สถานการณ์บันเทิงไทยในประเทศอาเซียน’ ดังนี้

๒). ผลการดำเนินการแยกตามประเทศ

สถานการณ์บันเทิงไทยในประเทศอาเซียนจากผลการศึกษามีอธิบายแยกตามประเทศได้ดังนี้

ประเทศสิงคโปร์มีความชื่นชอบภาพยนตร์เรื่อง ‘พี่มาก..พระโขนง’ และสามารถต่อยอดในธุรกิจอื่นอีก เช่น บริษัท GTH ได้รับการว่าจ้างให้ไปดำเนินการทำบ้านผีสิงในงาน Halloween ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก ชาวสิงคโปร์มีความชื่นชอบผีไทย โดยเฉพาะผีไม่น่ากลัวอย่างเรื่อง ‘พี่มาก..พระโขนง’ นอกจากนี้ภาพยนตร์ผีที่สามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทอีกประกอบด้วย เด็กหอ ซดเตอร์ บอดี้สแลมเก๋า เป็นต้น ซึ่งกระทรวงการต่างประเทศ โดยมูลนิธิไทย ผู้อยู่เบื้องหลังงานนี้ ได้หวังให้หนังไทยเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ประเทศ เชิญชวนชาวต่างชาติมาเที่ยวเมืองไทย เหมือนที่หนังเกาหลีและชาติอื่นๆ ทำสำเร็จกันมาแล้ว

นอกจากนี้หนังผีไทยอย่างลัดดาแลนด์เป็นหนังไทยที่ได้รับความนิยมในอินโดนีเซีย โดยติด Box Office อันดับ ๑ ของอินโดนีเซีย แต่ก่อนชาวอินโดนีเซียนิยมหนังแอคชั่นอย่างตั้มยำกุ้งหรือองค์บากที่นิยมพระเอกจาพนม แต่ปัจจุบันชาวอินโดนีเซียนิยมพล็อตรักโรแมนติกหรือดราม่า รวมทั้งตลกอย่าง ‘กวนมึนโฮ’

ชาวฟิลิปปินส์ชื่นชมหนังไทยจำนวนมากโดยเฉพาะหนังแนวโรแมนติกอย่าง ‘สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก’ มีการพบแฟนคลับของดาราทhailandอย่างมารีไอ้ เมอเรอร์ คุณชาคริต แย้มนาม ซึ่งก็คล้ายคลึงกับชาวมาเลเซียและสิงคโปร์แต่ไม่มากเท่าชาวอินโดนีเซีย สิ่งที่ทำให้ภาพยนตร์ไทยสามารถโด่งดังเป็นที่นิยมก็คือเนื้อเรื่อง

ชาวเวียดนามนิยมละครชุด ฮอร์โมนวัยว้าวุ่นซีซั่นแรก จากค่ายหนังอาร์มดี GTH ที่ถูกนำไปแปลเป็นภาษาเวียดนาม โดยกลุ่มวัยรุ่นที่เรียกตัวเองว่า ‘สมาคมคนรักหนังไทย’ นำทีมโดยเงิน กุ๊ก ดาต กับเพื่อนจำนวน ๑๐ คนกว่าคนที่เห็นกระแสความแรงรวมถึงความน่าสนใจของเนื้อหาซีรีส์เรื่องนี้จนจับมาแปลซับไตเติ้ลเป็นภาษาเวียดนาม ซึ่งแม้นำมาดัดแปลงโดยไม่ได้อธิสิทธิ์ แต่ซีรีส์เรื่องนี้ก็ทำให้วัยรุ่นชาวเวียดนามได้เข้าถึงและคล้อยตามไปกับเนื้อเรื่องเช่นเดียวกันกับวัยรุ่นไทย และถือเป็นก้าวสำคัญที่ผลักดันให้สถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ ในเวียดนามให้ความสนใจ และติดต่อขอซื้อลิขสิทธิ์ซีรีส์เรื่องนี้มาเผยแพร่ หลังได้เห็นกระแสของซีรีส์เรื่องนี้ทั้งจาก YouTube และเว็บไซต์อื่นๆ เหตุผลที่ละครชุดนี้ได้รับความนิยมเป็นเพราะละครไทยมีการบอกเล่าเรื่องราวของสังคม เช่น สังคมคนรวยคนจนที่มีเนื้อหาตรงไปตรงมา องค์กรประกอบศิลปะสวยงาม เนื้อหาเข้าใจง่าย ถ่ายทอดความรู้สึกจับใจผู้ชม

“...การบอกเล่าเรื่องที่มีเนื้อหาตรงไปตรงมา ในขณะที่ประเด็นนี้เป็นเรื่องที่อ่อนไหวในเวียดนาม จึงไม่มีคนหยิบยกมาใส่ในงานบันเทิงสักเท่าไร หรือถ้าถูกนำมาพูดถึงก็就会被หยิบนำมาทำให้ลดลง..” (สัมภาษณ์ เงิน กุ๊ก ดาต : แฟนคลับชาวเวียดนามวันที่ ๒๖ กันยายน ๒๕๕๗)

“...สถานีโทรทัศน์ Let's Viet ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงจากผู้ชม ยอมรับว่าในเวียดนามกำลังเกิดปรากฏการณ์ละครไทยแย่งชิงความนิยม และแย่งเวลาออกอากาศกันเอง หลังมีการซื้อขายละครไทยอย่างเป็นทางการ เพื่อนำไปใส่เสียงพากย์เป็นภาษาเวียดนาม โดยมีบริษัทกันตนา เป็นตัวกลาง ซึ่งละครไทยที่ติดตลาดได้สำเร็จส่วนใหญ่เป็นงานของค่าย เอ็กแซ็กท์ และ RS โดยผู้บริหารสถานีโทรทัศน์ Let's Viet เผยว่าเพราะละครไทยโปรดักชั่นสวย นำเสนออย่างตรงไปตรงมา ที่สำคัญ เนื้อหาเข้าใจง่าย ถ่ายทอดความรู้สึกจับใจผู้ชม...เขาได้เห็นชีวิตเขามากกว่า มันใกล้เคียงกัน ถ้าเป็นชีวิตของชนบท หรือว่าชีวิตของระดับกลางลงมา มันก็ใกล้เคียงกัน...” (สัมภาษณ์ เงิน มินห์ เตียน ๒๖ กันยายน ๒๕๕๗)

“...มันอาจจะมีส่วนผสมบางอย่างที่ลงตัวก็ได้ชะคือองค์ประกอบทั้งหลายนี้ที่ทำให้เป็นที่นิยมผมว่าส่วนหนึ่งก็คือเนื้อเรื่อง เรามีเนื้อเรื่องที่ผูกพันการเป็นครอบครัว ศาสนา สังคมคนรวย-จน แนววิทยาศาสตร์ ความขัดแย้ง เป็นเรื่องพื้นฐานของชุมชนแบบไทยๆ ผู้คิดว่าภูมิภาคเอเชียมีลักษณะร่วมคล้ายๆ ภาพรวมของหนังไทยน่าจะเป็นเอกลักษณ์หนึ่ง....” (สัมภาษณ์ พานู อารี วันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๔)

“ละครไทยมีดารานักแสดงที่สวยงาม โดยเฉพาะดาราผู้หญิงที่สวยงาม ผิวพรรณดี มีการแต่งหน้าที่ทันสมัย แต่งกายดี ส่วนดาราชายชาวเวียดนามนิยมดาราเกาหลี” (สัมภาษณ์ โจนาธาน เวียน หยง ๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๕๙)

พล็อตเรื่องละครโทรทัศน์ไทย สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้นอาจเป็นกลุ่มของ **ผี ตลก วัยรุ่น ศาสนา สังคมคนรวย-จน แนววิทยาศาสตร์ ความขัดแย้ง** เป็นเรื่องพื้นฐานของชุมชนแบบไทยๆ โดยมีแนวคิดคิดว่าภูมิภาคเอเชียมีลักษณะร่วมคล้ายๆ

นอกจากนี้จากผลการศึกษาพบว่า ประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้นนิยมดาราไทยซึ่งมีหน้าตา สวยงาม แต่งกายสวยงามน่าสมัย ผิวพรรณดี รวมทั้งโปรดักชั่นสวย นำเสนออย่างตรงไปตรงมา ที่สำคัญ เนื้อหาเข้าใจง่าย ถ่ายทอดความรู้สึกจับใจผู้ชม

ตอนที่ ๒. การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยและอาเซียน

ผู้วิจัยได้ออกแบบและวางแผนเพื่อทำการศึกษาค้นคว้าหาตัวแปร โดยทำการสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มประชาชนในประเทศที่เกี่ยวข้องเพื่อนำผลมาสังเคราะห์หาตัวแปร ดังนี้

๒.๑ งานวิจัยเรื่อง ‘การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล’ เป็นการวิจัยเล่มแรกเริ่มในปี พ.ศ. ๒๕๕๔ สำเร็จในปี พ.ศ. ๒๕๕๕ ซึ่งเป็นการศึกษาแนวคิดทฤษฎีของ การรวบรวม วัฒนธรรมสากลตามกรอบแนวคิดของนักมานุษยวิทยาชื่อ Murdock (๑๙๔๕) ค้นหาตัวแปรด้าน วัฒนธรรมไทยที่เป็นสากลในบริบทของการท่องเที่ยว ในครั้งนั้นผู้วิจัยมีแนวคิดว่าการท่องเที่ยวด้วย พื้นฐานแล้วมีลักษณะและมีบริบทที่เป็นสากล คนทั่วไปมักสร้างจินตภาพและสามารถบอกถึงความ ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมได้ง่ายกว่าเรื่องอื่น ประกอบกับประเทศไทยนั้นมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่รู้จักมากกว่าเรื่องอื่นๆ งานวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนส่งเสริมการวิจัยจากมหาวิทยาลัยหอการค้า ไทย และได้มีการเผยแพร่ผลการวิจัยดังนี้

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๖). การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. ๓๓(๔), ๕๙-๗๗. (TCI ฐาน ๑)

Chokriensukchai, K. (2014) “Thai Cultural Universals and Tourism in Thailand.” Freedom of Information gets a push in South East Asia, **Media Asia** 41(2), 151-158. (วารสารนานาชาติประเทศสิงคโปร์)

๒.๒ งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม的开รับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทย สากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน’ ซึ่งได้เริ่มปี พ.ศ. ๒๕๕๕ และสำเร็จในปี พ.ศ. ๒๕๕๖ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาต่อเนื่องโดยนำวัฒนธรรมไทยสากลจำนวน ๙ เรื่อง หรือตัวแปรที่ค้นพบจากเรื่องที่ ๑ ไปสร้างเป็นแบบสำรวจความต้องการของประชาชนในกลุ่มประเทศ อินโดจีน อันประกอบไปด้วยประชาชนในประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม (CLMV) ผล การศึกษาในครั้งนี้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม的开รับสื่อ การรับรู้ และความต้องการเข้าร่วม กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลในบริบทของการท่องเที่ยว และได้มีการเผยแพร่ ผลการวิจัยดังนี้

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๙). การเปิดรับข่าวสารและความต้องการเข้าร่วมกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมไทยสากลของชาวลาว. **วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร**, ๑๑(๑), ๑๓๘-๑๕๐. DOI: <http://dx.doi.org/10.14456/becj.2016.12> (TCI ฐาน ๑)

Chokriensukchai, K. (2017). Media Exposure to Thai Cultural Universals in Myanmar. **Athens Journal of Tourism** 4(2). 147-164. (วารสารนานาชาติยุโรป ประเทศ กรีก)

กาญจนา โชคเหริญสุขชัย. (๒๕๕๙). กระบวนการเปิดรับข่าวสารและระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทยสากลของกลุ่มประเทศ CLMV” วารสารลุ่มน้ำโขง ๑๓(๒). ๑๔๑-๑๖๐. doi: 10.14456/jms.2017.18 doi: 10.14456/jms.2017.18

๒.๓ งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม的开รับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท’ ผู้วิจัยได้เริ่มดำเนินการในปี พ.ศ. ๒๕๕๗ และสำเร็จในปี ๒๕๕๘ การวิจัยเรื่องนี้ได้ดำเนินการสำรวจความต้องการเช่นเดียวกันกับกลุ่มประชาชนในประเทศ CLMV แต่ได้ดำเนินการในศึกษาในมุมมองของชาวแอฟริกัน เนื่องจาก เป็นกลุ่มประเทศที่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยหรือน้อย เพื่อต้องการศึกษาว่ากลุ่มคนเหล่านี้ต้องการรับรู้หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทยเรื่องใด และได้มีการเผยแพร่ผลการวิจัยดังนี้

กาญจนา โชคเหริญสุขชัย. (๒๕๕๙). พฤติกรรม的开ท่องเที่ยว การเปิดรับข่าวสาร และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยของชาวแอฟริกาใต้. วารสารนิเทศศาสตร์สยามปริทัศน์. 15(19) (TCI ฐาน ๒)

๒.๔ งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม的开รับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย’ ผู้วิจัยได้เริ่มดำเนินการในปี ๒๕๕๘ และสำเร็จในปี ๒๕๕๙ โดยเป็นการศึกษาเพิ่มเติมกับประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย และได้มีการเผยแพร่ผลการวิจัยดังนี้

Chokriensukchai, K. (2017). *The Perception of Thai Cultural Tourism of Cambodia and Malaysia*. in Proceeding of The 2017 International Conference on Business and Social Sciences (ICBASS), Nagoya, Japan, 55-64.

งานวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง ได้นำมาทำการวิเคราะห์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะเน้นไปที่งานวิจัยเรื่องที่ ๒ และ ๔ คือกลุ่มตัวอย่างในประเทศอาเซียน ผลการวิจัยที่ได้จากงานวิจัยกลุ่มนี้ทำให้อนุมานได้ว่าวัฒนธรรมที่กลุ่มตัวอย่างต้องการเห็นหรือความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่นั่นก็คือ เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่ต้องปรากฏในเนื้อหาละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็นเนื้อหาที่อยู่บนสมมติฐานว่าจะสามารถกระตุ้นให้เกิดการรับรู้ได้ง่าย เนื่องจากประชาชนในกลุ่มประเทศเป้าหมายต้องการเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว ผลการวิจัยงานวิจัยทั้ง ๔ เรื่องมีองค์ประกอบดังนี้^๔

๒. องค์ประกอบของงานวิจัย

๒.๑ แนวคิดพื้นฐานของงานวิจัย

นักสังคมวิทยา George Murdock (1945 in Shepard, 2010: 81) ซึ่งได้ศึกษาวิจัยและนำเสนอแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากล (cultural universals) โดยอธิบายว่า วัฒนธรรมสากลเป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏอยู่ในทุกวัฒนธรรม” และ “อาจจะไม่ได้อยู่รวมกันในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง แต่อาจจะมีการแทรกอยู่ในทุกๆ วัฒนธรรม และมีความคล้ายคลึงกัน” (Brown: 2004:47)

วัฒนธรรมนอกจากจะมีความเป็นสากลแล้ว วัฒนธรรมยังมีอัตลักษณ์ทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์แห่งหมู่เหล่า ทำให้มีความโดดเด่นพิเศษกว่าวัฒนธรรมอื่นหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ‘ถึงแม้วัฒนธรรมสากลจะเป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏในทุกสังคม แต่รูปแบบเฉพาะของวัฒนธรรมบางประเทศมี

^๔ งานวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง ไม่ได้ศึกษากับประชาชนในประเทศบรูไน สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ เนื่องจากมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณและเวลา อีกทั้งยังหาเครือข่ายในการเก็บข้อมูลยากเนื่องจากในช่วงปีที่ศึกษาไม่มีนักศึกษานานาชาติจากประเทศทั้ง ๓ ประเทศ

^๕ ศึกษารายละเอียดในบทที่ ๒ ส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นกว่าวัฒนธรรมอื่น’ เช่น อาหารตามแนวคิดของ Murdock (1945) ถือว่าเป็นวัฒนธรรมสากลที่ทุกชาติต้องกินอาหาร แต่อาหารจานพิเศษอย่างพิซซ่า (pizza) ถือเป็นอาหารจานเด่นของอิตาลี และในทำนองเดียวกันการแพทย์ย่อมเป็นสากลที่ทุกชาติต้องมี แต่ถ้าเป็นการฝังเข็มของจีน หรือการนวดเพื่อการบำบัดของไทยก็จะโดดเด่นกว่าชาติอื่น ดังนั้นวัฒนธรรมสากลในความหมายของการสร้างการรับรู้ ก็จะประกอบไปด้วยความเหมือนและความต่างในตัวเอง ซึ่งหากนำมาสร้างการรับรู้เรื่องการท่องเที่ยวแล้ว ความสากลของวัฒนธรรมจะทำให้นักท่องเที่ยวคุ้นเคย แต่อัตลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมจะทำให้แต่ละวัฒนธรรมมีความพิเศษและไม่ซ้ำกัน ซึ่งสามารถใช้เป็นสิ่งกระตุ้นให้เกิดความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมควบคู่กับการท่องเที่ยวได้

การสร้างการรับรู้ด้วยวัฒนธรรมสากล

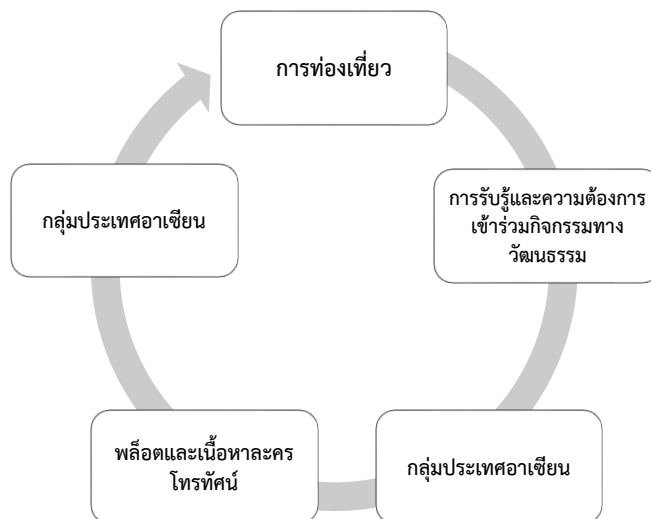
หนังสือชื่อ Outline of World Cultures (Murdock: 1954) ได้แบ่งวัฒนธรรมในโลกนี้ออกเป็น 8 กลุ่มคือเอเชีย ยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง อเมริกาเหนือ โครเอเชีย รัสเซียและอเมริกาใต้ ประเทศไทยซึ่งอยู่กลุ่มเอเชียย่อมต้องมีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับประเทศในกลุ่มเดียวกัน เนื่องจากความใกล้ชิดกันด้วยเขตแดน ความเชื่อ ภาษาและหลักศาสนา ภายใต้แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากล ของ Murdock ผู้วิจัยนำมาเป็นกรอบในการศึกษาเพื่อค้นหาวัฒนธรรมไทยที่เป็นสากล หรือที่เรียกว่า ‘วัฒนธรรมไทยสากล’

กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นประกอบด้วย การกระตุ้น (motivation) การค้นหาข้อมูล (information search) การใช้ข้อมูลเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ (image formation) การประเมินผล (Evaluation) และการตัดสินใจ (Decision Making) (Kotler and Armstrong, 2001) เมื่อนำขั้นตอนดังกล่าวมาอธิบายการตัดสินใจไปท่องเที่ยวจะสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับการกระตุ้นก็จะส่งให้เกิดขั้นตอนการหาข้อมูลข่าวสารโดยนักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการตามตัวกระตุ้น ซึ่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวค้นหาก็จะทำให้เกิดภาพเกี่ยวกับสถานที่ และก่อให้เกิดการประเมินผลอันประกอบด้วยความคุ้มค่าในด้านต่างๆ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจไปท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนมาก มักเริ่มต้นค้นหาข้อมูลข่าวสารจากแหล่งข้อมูลที่ตนเองคุ้นเคยหรือมีประสบการณ์หรือมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น บางคนสอบถามจากคนรู้จักหรือจากสื่อต่างๆ และหากข้อมูลข่าวสารที่ได้รับไม่เพียงพอที่จะใช้เพื่อการตัดสินใจ นักท่องเที่ยวก็จะเริ่มค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่นเพื่อนำมาเป็นข้อมูลสำหรับการประเมินเพื่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยว (Fodness & Murray, ๑๙๙๙) ส่วนจินตภาพที่เกิดขึ้นในใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ถูกสร้างขึ้นจากการผสมผสานและกลั่นกรองระหว่างทัศนคติเดิมและข้อมูลใหม่ที่นักท่องเที่ยวค้นหาหรือได้รับการกระตุ้น หากมองในมุมของการตลาดแล้วช่วงนี้เป็นช่วงที่สำคัญมากที่จะนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติเดิม เนื่องจากคนทั่วไปมักรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เราคุ้นเคยหรือสอดคล้องกับทัศนคติเดิมได้ง่าย (Rogers, ๒๐๐๓)

จากแนวคิดดังกล่าวจึงอนุมานว่าการสร้างการรับรู้ด้วยสิ่งที่บุคคลคุ้นเคยก็คาดว่าจะสามารถก่อให้เกิดการรับรู้ในเรื่องนั้นได้ง่ายขึ้น วัฒนธรรมถือเป็นสิ่งคุ้นเคยสิ่งหนึ่งในชีวิตประจำวันของบุคคลทั่วไปที่สามารถใช้สร้างให้เกิดการรับรู้พร้อมทั้งเกิดภาพในใจได้ง่ายเนื่องจากบุคคลมีทัศนคติเดิมอยู่แล้ว หรือถ้าวัฒนธรรมนั้นใหม่สำหรับเขาแต่หากบุคคลนั้นมีภาพในใจหรือทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับเรื่องนั้นบ้างแล้วก็ทำให้บุคคลนั้น ๆ เกิดการรับรู้ได้ง่ายขึ้น

ในทำนองเดียวกันเรื่องราวหรือประเด็นทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในทุกสังคม หากนำมาเป็นเนื้อหาโดยเฉพาะเป็นเนื้อหาในละครโทรทัศน์เพื่อสอดแทรกเข้าสู่ชีวิตประจำและสร้างการรับรู้ที่สามารถนำไปสร้างความความต้องการเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคในลักษณะที่หลากหลาย เช่น ความต้องการด้านการท่องเที่ยว โดยการวิจัยครั้งนี้สามารถเขียนความสัมพันธ์ของการศึกษาในครั้งนี้ได้ดังต่อไปนี้ (กาญจนา โชคเหริญสุขชัย: ๒๕๖๐)



แผนภูมิที่ ๕.๑ แสดงความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวและละครโทรทัศน์
๒.๒ จำนวนตัวอย่างในงานวิจัย

ตารางที่ ๕.๒ แสดง จำนวน ตัวอย่างในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ๔ เรื่อง

กลุ่มตัวอย่าง/ประเทศ	จำนวนตัวอย่าง/คน
ไทย	๖๒๕
กัมพูชา	๓๓๐
ลาว	๓๙๕
เมียนมา	๓๘๕
เวียดนาม	๓๑๐
มาเลเซีย	๔๒๘
อินโดนีเซีย	๔๒๐
แอฟริกาใต้	๔๖๔
ราชอาณาจักรเลโซโท	๔๕๖
รวมทั้งสิ้น	๓,๘๑๓

ที่มา: กาญจนา โชคเหริญสุขชัย งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการระหว่างปี พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙.

๒.๓ วิธีการเก็บข้อมูลในการวิจัย

การเก็บข้อมูลวิจัยในแต่ละประเทศนั้น กำหนดให้เป็นการเก็บกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non-probability sampling) เป็นการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling) ได้กระทำโดยอาศัยการสำรวจ ๒ รูปแบบคือ ทำการสำรวจโดยบุคคลและการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตดังนี้

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศไทย เป็นการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล’ เก็บตัวอย่างในจังหวัดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ๔ จังหวัด คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดสุโขทัย จังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร ระหว่าง เดือนสิงหาคม-มีนาคม ๒๕๕๕ โดยกลุ่มผู้ช่วยนักวิจัยและบุคคลในพื้นที่แต่

ละจังหวัด ได้แบบสอบถามจำนวน ๖๒๔ คน โดยแยกเป็นนักท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ๑๑๐ คน พระนครศรีอยุธยา ๑๑๓ คน สุโขทัย ๒๗ คน และในกรุงเทพมหานคร ๓๗๕ คน

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศกัมพูชา เก็บข้อมูลจากชาวกัมพูชา ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับ ประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน’ เก็บตัวอย่างในกรุงเทพมหานคร คือบริเวณสำนักงาน เอกชน ราชการ ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัย การเก็บในครั้งนั้นได้แบบสำรวจไม่เพียงพอต่อจำนวนที่ กำหนดไว้ ทำให้ต้องลงพื้นที่ตามแนวชายแดนไทยกัมพูชาบริเวณจังหวัดสระแก้วและจันทบุรี ดำเนินการสำรวจระหว่างตุลาคม พ.ศ.๒๕๕๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ โดยนักศึกษาปริญญาโทชาวกัมพูชา วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และนักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชายุทธศาสตร์การกระจายเสียง และวิทยุโทรทัศน์ ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๓๓๐ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศลาว เก็บข้อมูลชาวลาว ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับ ประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน’ เก็บตัวอย่างทั่วไปตามถนน ห้างสรรพสินค้า และมหาวิทยาลัยในกรุง เวียงจันทน์ ดำเนินการสำรวจระหว่างตุลาคม พ.ศ.๒๕๕๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ โดยนักศึกษาปริญญาโท ชาวลาว วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๓๘๕ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศเมียนมา เก็บข้อมูลชาวเมียนมา ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับ ประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน’ เก็บตัวอย่างทั่วไปตามถนน สำนักงาน Yankin Center, Junction Square, UMFCI (The Union of Myanmar Federation of Chambers of Commerce and Industry), Myanmar Iwatany Company, Business School Student from Yangon University and South Okkala Township ในกรุงย่างกุ้ง (เมืองหลวงเก่า) ดำเนินการสำรวจ ระหว่างตุลาคม พ.ศ. ๒๕๕๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ โดยนักศึกษาปริญญาตรีชาวเมียนมา วิทยาลัย นานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๓๘๕ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศเวียดนาม เก็บข้อมูลชาวเวียดนามภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับ ประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน’ เก็บตัวอย่างโดยนักศึกษาปริญญาตรีวิทยาลัยนานาชาติชาว เวียดนาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย สถานที่เก็บแบบสำรวจทั่วไปตามถนน สำนักงานเอกชน มหาวิทยาลัยในกรุงฮานอย การเก็บแบบสอบถามครั้งนี้ได้ไม่เพียงพอตามจำนวนที่กำหนดไว้ จึงได้ ติดต่อสมาคมนักเรียนไทยเวียดนามเพื่อขอความช่วยเหลือในการดำเนินการสำรวจเพิ่มเติมในนครโฮจิมินห์ ดำเนินการเก็บแบบสำรวจระหว่างตุลาคม พ.ศ.๒๕๕๖ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๗ ได้แบบสอบถามที่ สมบูรณ์ จำนวน ๓๑๐ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศมาเลเซีย เป็นเก็บข้อมูลงานวิจัยชาวมมาเลเซีย ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสาร การท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของ ชาวมมาเลเซียและอินโดนีเซีย.’ เก็บตัวอย่างตามสำนักงานเอกชน สถานที่ทั่วไปในและรอบกรุง กัวลาลัมเปอร์ ดำเนินการเก็บแบบสำรวจระหว่างตุลาคม พ.ศ.๒๕๕๗ ถึง กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ เก็บแบบ สำรวจโดยบริษัทเอกชนที่ดำเนินการด้านการจัดประชุมสัมมนาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยอินโดนีเซียและ มาเลเซีย และผู้วิจัยได้การสำรวจทางอินเทอร์เน็ตภายใต้ความช่วยเหลือของอาจารย์จาก Universiti Kebangsaan Malaysia ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๔๒๘ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศอินโดนีเซีย เป็นเก็บข้อมูล ภายใต้งานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสาร การท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวมาเลเซีย และอินโดนีเซีย.’ เก็บตัวอย่างตามสำนักงานเอกชน สถานที่ทั่วไปและรอบกรุงจาการ์ตา ดำเนินการ เก็บแบบสำรวจระหว่างตุลาคม พ.ศ.๒๕๕๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๘ เก็บแบบสำรวจโดยบริษัทดำเนินการ ด้านวัฒนธรรมไทยอินโดนีเซียและมาเลเซีย และการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตภายใต้ความช่วยเหลือ ของนักศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๔๒๐ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศแอฟริกาใต้ เป็นเก็บข้อมูลงานวิจัยในงานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้ และราชอาณาจักรเลโซโท’ สถานที่เก็บแบบสอบถามตามสำนักงานเอกชน ห้างสรรพสินค้า และกลุ่ม ประชาชนทั่วไปในกรุงพริทอเรียประเทศแอฟริกาใต้ ดำเนินการเก็บแบบสำรวจระหว่างมกราคม – กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๘ เก็บแบบสำรวจโดยบริษัททีมงานจากบริษัท Paper World กรุงพริทอเรีย ประเทศแอฟริกาใต้ และได้ทำการสำรวจทางอินเทอร์เน็ตโดยความช่วยเหลือจากคณาจารย์จาก University of South Africa ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๔๖๔ ชุด

กลุ่มตัวอย่างจากราชอาณาจักรเลโซโท เป็นเก็บข้อมูลงานวิจัยในงานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาว แอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท’ สถานที่เก็บแบบสอบถามสำนักงานเอกชน ห้างสรรพสินค้า มหาวิทยาลัยและผู้ปกครองนักศึกษาทั่วไปในกรุงมาเซรู เมืองหลวงของประเทศราชอาณาจักรเลโซโท ดำเนินการเก็บแบบสำรวจระหว่างมกราคม – กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๕๘ เก็บแบบสำรวจโดยอาจารย์ และนักศึกษา National University of Lesotho และได้ทำการสำรวจทางอินเทอร์เน็ต ได้ แบบสอบถามที่สมบูรณ์ จำนวน ๔๕๖ ชุด

๓. ผลของการวิจัยโดยรวม

๓.๑ กระบวนการเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษากระบวนการเปิดรับข่าวสาร ภายใต้คำนิยามของ Westerwick (2015:261) ซึ่งหมายถึง พฤติกรรมการใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การใช้สื่อเพื่อการเปิดรับข้อมูลข่าวสารและการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยวของชาวไทย กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และราชอาณาจักรเลโซโท พฤติกรรมเปิดรับข่าวสารในการวิจัยทั้ง ๔ เรื่องเป็นการถามในแนว เดียวกันแต่ได้ทำการปรับคำถามเมื่อได้ดำเนินการวิจัยในเรื่องต่อๆ มา โดยคำถามในการวิจัยเรื่อง การ สื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลโดยใช้คำถามว่า ‘ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจากสื่อ ประเภทใด’ และในงานวิจัยอีกสามเรื่องได้ปรับเปลี่ยนคำถามเป็น “ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวผ่าน ช่องทางใด” สื่อและช่องทางมีความหมายเหมือนกัน ซึ่งผลการสำรวจพบว่า การเปิดรับข่าวสารของ นักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศนั้นมีความคล้ายคลึงกันดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวไทย รับรู้สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือวิทยุ โทรทัศน์ และรับรู้ผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงน้อยที่สุด ส่วนคำอื่นมิได้ถามกับกลุ่มตัวอย่างชาวไทย

ชาวกัมพูชา รับรู้สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต รองลงมาคือวิทยุโทรทัศน์ และ รับรู้ผ่านสื่อหนังสือพิมพ์น้อยที่สุด ส่วนรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยรับรู้ผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด รองลงมาคือสื่อวิทยุโทรทัศน์และรับรู้ผ่านสื่อบุคคลน้อยที่สุด สำหรับผู้ที่มี

ตารางที่ ๕.๓ แสดงการเปิดรับข่าวสารของกลุ่มนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศ

ประเทศ	ช่องทางการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป			ช่องทางการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวไทย			ช่องทางการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวไทย (เฉพาะผู้ที่เคยมาเที่ยวไทย)		
	มากที่สุด	รองลงมา	น้อยสุดท้าย	มากที่สุด	รองลงมา	น้อยสุดท้าย	มากที่สุด	รองลงมา	น้อยสุดท้าย
ไทย	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น	ยกเว้น
กัมพูชา	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	สื่อบุคคล	สื่อบุคคล	วิทยุ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์
ลาว	วิทยุโทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ กระจายเสียง	วิทยุโทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	หนังสือพิมพ์	วิทยุ โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต	หนังสือพิมพ์
เมียนมา	สื่อบุคคล	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ กระจายเสียง	สื่อบุคคล	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ กระจายเสียง/ หนังสือพิมพ์	สื่อบุคคล	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ กระจายเสียง
เวียดนาม	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	อินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล	วิทยุ กระจายเสียง
มาเลเซีย	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	อินเทอร์เน็ต	สื่อบุคคล	วิทยุ กระจายเสียง
อินโดนีเซีย	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ โทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง
แอฟริกาใต้	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	หนังสือพิมพ์	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ โทรทัศน์	สื่อบุคคล
ราชอาณาจักร จักรเลโซโท	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	อินเทอร์เน็ต	วิทยุโทรทัศน์	วิทยุ กระจายเสียง	ไม่เคยมีคน มาไทย	ไม่เคยมีคน มาไทย	ไม่เคยมีคน มาไทย

ข้อมูลจากตารางที่ ๕.๓ สามารถนำพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารของนักท่องเที่ยวทั้ง ๙ ประเทศ มาจัดกลุ่มได้ดังต่อไปนี้^๖

๑).การจัดกลุ่มประเทศตามช่องทางการรับรู้

การจัดกลุ่มตามช่องทางการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว แบ่งเป็น ๒ กลุ่มดังนี้

๑. กลุ่มที่นิยมใช้สื่อใหม่ (new media) อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางในการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และราชอาณาจักรเลโซโท

๒.กลุ่มที่นิยมใช้สื่อดั้งเดิม (traditional media) ประกอบด้วยสื่อวิทยุโทรทัศน์ และสื่อบุคคล เพื่อเป็นช่องทางในการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวลาว และเมียนมา

๒).การจัดกลุ่มประเทศตามช่องทางการค้นหาข่าวสาร

การจัดกลุ่มตามช่องทางการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว แบ่งเป็น ๒ กลุ่มดังนี้

๑.กลุ่มที่นิยมใช้สื่อใหม่ (new media) อย่างสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยว ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวลาว เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย แอฟริกาใต้ และราชอาณาจักรเลโซโท

๒.กลุ่มที่นิยมใช้สื่อดั้งเดิม (traditional media) ประกอบด้วยสื่อบุคคล และสื่อวิทยุโทรทัศน์ ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา ลาว และเมียนมา

นอกจากนี้ยังพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวใช้เพื่อสร้างการรับรู้และค้นหาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือสื่ออินเทอร์เน็ตสามารถสร้างการรับรู้ ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ระดับมาก

สื่อวิทยุโทรทัศน์เป็นสื่อดั้งเดิมที่นักท่องเที่ยวนำมาใช้เพื่อรับรู้และค้นหา หากใช้สื่ออินเทอร์เน็ตในระดับมาก รองลงมาก็จะเป็นสื่อวิทยุโทรทัศน์ และหากใช้สื่อวิทยุโทรทัศน์มาก รองลงมาก็จะเป็นสื่ออินเทอร์เน็ต สลับกันไปมา

สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อวิทยุกระจายเสียง และสื่อบุคคลเป็นสื่อที่นักท่องเที่ยวยอมรับว่านำไปใช้เพื่อสร้างการรับรู้และค้นหาสถานที่ท่องเที่ยวได้น้อยที่สุด หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าเป็นสื่อที่ไม่สามารถสร้างการรับรู้และให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศได้

สื่อบางชนิดเช่นสื่อบุคคล นักท่องเที่ยวไม่ใช้เพื่อรับรู้สถานที่ท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวกลับใช้เป็นแหล่งในการสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะในประเทศเมียนมาและกัมพูชา

ความนิยมในการเปิดรับช่องทางการสื่อสาร

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำผลการค้นพบจากข้อมูลการวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง มาทำการการแจกแจงในเชิงปริมาณด้วยสถิติพรรณนาพื้นฐาน คือ ค่าความถี่ (frequency) และค่าฐานนิยม (Mode) เพื่อหาภาพรวมภาพของความนิยมในการเปิดรับช่องทางการสื่อสารจากต่างแดนซึ่งในที่นี้ก็คือการท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

^๖ เนื่องจากข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลจากประเทศบรูไน สิงคโปร์และฟิลิปปินส์ ทำให้การวิเคราะห์ครั้งนี้จึงเป็นผลจากการวิเคราะห์ของ ๗ ประเทศอาเซียน และ ๒ ประเทศในแอฟริกา

ตารางที่ ๕.๔ แสดงความถี่ของสื่อในการใช้ประโยชน์ในการรับรู้และการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกตามระดับความนิยมของสื่อ

ช่องทางการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวทั่วไป					ช่องทางการรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวไทย					ช่องทางการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวไทยผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทย				
๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕	๑	๒	๓	๔	๕
มากที่สุด														
/		/		//// ///	/		/		/// ///	/		//		/// //
รองลงมา														
//// ///				//	/// ///				//	/// /		//		//
น้อยที่สุด														
	/// ///		///			/// //	/	//			/// /	//	//	/

หมายเหตุ: ๑ หมายถึง สื่อวิทยุโทรทัศน์ ๒ หมายถึง สื่อวิทยุกระจายเสียง ๓ หมายถึง สื่อบุคคล ๔ หมายถึง สื่อหนังสือพิมพ์ และ ๕ หมายถึง สื่ออินเทอร์เน็ต

จากตารางที่ ๕ พบว่ามีการใช้สื่อบุคคลเป็นสื่อ ๒ ทาง (two way communication) ซึ่งคุณสมบัติของสื่อบุคคลสามารถซักถามและได้ตอบได้ทันทีทันใดตามความต้องการ อีกทั้งยังสามารถเกิดความมั่นใจเนื่องจากรู้จักผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร อาจทำให้กลุ่มคนทั่วไปเกิดความมั่นใจได้

๓.๒ ลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว

จากการสำรวจความคิดเห็นภายใต้คำถามว่า ‘ท่านชอบท่องเที่ยวในลักษณะใดมากที่สุด (เลือก ๑ ข้อ)’ ผลการสำรวจจากงานวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง พบว่านักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ ส่วนใหญ่ต้องการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ยกเว้นชาวเวียดนามที่นิยมท่องเที่ยวเชิงเทคโนโลยี/เมือง/บันเทิง รองลงมานักท่องเที่ยวจากเกือบทุกประเทศนิยมไปท่องเที่ยวเชิงเทคโนโลยี/เมือง/บันเทิง และอันดับที่สามทุกประเทศนิยมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากกัมพูชา

นักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวกัมพูชา ชาวเวียดนาม ชาวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และราชอาณาจักรเลโซโท บางส่วนไม่ระบุว่าชอบแบบใดหากแต่ท่องเที่ยวได้ทุกที่แล้วแต่โอกาส

ผลการวิจัยสามารถนำมาจัดลงเพื่อจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชอบเหมือนกัน พบดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๕.๕ แสดงความอันดับความต้องการลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ

ประเทศ	ความต้องการลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว			
	วัฒนธรรม	ธรรมชาติ	เมือง/เทคโนโลยี/ บันเทิง	แล้วแต่โอกาส
ไทย	๓	๑	๒	๔
กัมพูชา	๒	๑	๓	๔
ลาว	๓	๑	๒	-

ตารางที่ ๕.๕ แสดงความอันดับความต้องการลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแยกตามประเทศ (ต่อ)

ประเทศ	ความต้องการลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว			
	วัฒนธรรม	ธรรมชาติ	เมือง/เทคโนโลยี/ บันเทิง	แล้วแต่โอกาส
เมียนมา	๓	๑	๒	-
เวียดนาม	๓	๒	๑	๔
มาเลเซีย	๓	๑	๒	๔
อินโดนีเซีย	๓	๑	๒	๔
แอฟริกาใต้	๓	๑	๒	-
ราชอาณาจักรเลโซโท	๓	๑	๒	๔

ข้อมูลจากตาราง ๕.๕ ทำให้เห็นว่านักท่องเที่ยวทั้ง ๙ ประเทศ จัดกลุ่มได้เป็น ๓ กลุ่มคือ

๑. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะความนิยมธรรมชาติ เมือง/เทคโนโลยี/บันเทิง วัฒนธรรม และบางส่วนไม่ได้ระบุแล้วแต่โอกาส เหมือนกันประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทย ลาว ชาวมาเลเซีย อินโดนีเซีย และชาวราชอาณาจักรเลโซโท

๒. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะความนิยมธรรมชาติ เมือง/เทคโนโลยี/บันเทิง และ วัฒนธรรมเหมือนกันประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวลาวชาวเมียนมา และแอฟริกาใต้

๓. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เลือกในลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มทั้งสองคือชาวกัมพูชาและเวียดนาม

๓.๓ วัฒนธรรมไทยสากลภายใต้กรอบการท่องเที่ยว

ในการวิจัยเรื่อง ‘การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล’ เป็นงานวิจัยเรื่องแรกๆ ที่ทำการระบุตัวแปรสำหรับเป็นกรอบในการกำหนดตัวแปรด้านวัฒนธรรม โดยได้เริ่มต้นศึกษารวบรวม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวัฒนธรรมรวมทั้งแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมสากลตามแนวคิด Murdock ซึ่งพบว่า ได้รวบรวมไว้จำนวนหนึ่ง^๗ ในบทความชื่อ “The Common Denominator of Cultures” ปี ค.ศ. ๑๙๔๕ ซึ่งกลุ่มวัฒนธรรมนี้ถือได้ว่าเป็นวัฒนธรรมที่ต้องมีทุกสังคม แต่ในบางสังคมอาจมีการ แสดงออกของวัฒนธรรมเหล่านี้ในรูปแบบที่แตกต่างกันไป

วัฒนธรรมสากลดังกล่าวนี้ เป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏในทุกสังคมรวมทั้งในสังคมไทยด้วยเช่นกัน แต่วัฒนธรรมบางเรื่องเท่านั้นที่สามารถสร้างการรับรู้และสามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ ดี ในการวิจัยครั้งนี้ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญ ๗ ท่าน^๘ ประกอบด้วย นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์ นิเทศศาสตร์ (๒ คน) นักวิชาชีพด้านสื่อมวลชน นักภาษาศาสตร์และวัฒนธรรม ข้าราชการระดับท้องถิ่นและ นักเขียนอิสระด้านการท่องเที่ยวทำการคัดเลือกวัฒนธรรมสากลที่ปรากฏในสังคมไทยและสามารถ สร้างการรับรู้เรื่องการท่องเที่ยวได้ดี โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้คัดเลือกมาจำนวนทั้งสิ้น ๑๑ เรื่อง ประกอบด้วย การประดับร่างกาย (bodily adornment) การถักทอ (weaving) ศิลปะตกแต่ง

^๗ คำศัพท์บางคำเป็นไปตาม บัญญัติศัพท์โดยราชบัณฑิตยสถาน ตามบันทึกลงวันที่ ๘ มิถุนายน ๒๕๕๔

^๘ ศาสตราจารย์ ดร.เดียน คำดี รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนธิ รองศาสตราจารย์รศ.ศรีสันติสุข อาจารย์ ดร.จักริน จุลพรหม อาจารย์สุรินทร์ แผลงประสพโชค ผู้อำนวยการวนาไพร ยอดพุทธ และคุณวรัญญู พอนอ่วม (เสียชีวิตปี พ.ศ.๒๕๕๗)

^๘ ศิษyarายละเอียดใน กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๕) การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล. รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และในบทที่ ๒

(decorative art) พฤษศาสตร์พื้นบ้าน (ethnobotany) การทำอาหาร (cooking) การเต้นรำ (dancing) การพยากรณ์ (divination) การศึกษา (Education) คติชาวบ้าน (Folklore) การแต่งงาน (marriage) และการบำบัดโรค (medicine)

ต่อมาผู้วิจัยได้จัดทำกรสนทนากลุ่มเฉพาะ (focus group) ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (travel agency) จำนวน ๕ คน^๙ เพื่อรวบรวมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทั้ง ๑๑ เรื่อง ที่สามารถสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ดี พบว่า มีจำนวนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งสิ้นจำนวน ๘๑ กิจกรรมที่มีความเป็นไปได้ในการสร้างการรับรู้ทัศนคติ และกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติได้

วัฒนธรรมสากลที่ปรากฏในสังคมไทย ทั้ง ๑๑ เรื่อง และกิจกรรมจำนวน ๘๑ กิจกรรม^{๑๐} ได้นำไปสร้างเป็นแบบสำรวจความคิดเห็นกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน ๖๒๕ คน เพื่อคัดเลือกวัฒนธรรมและกิจกรรมที่เหมาะสมกับการสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวไทย ซึ่งผลการสำรวจครั้งนั้นพบว่า จากวัฒนธรรม ๑๑ วัฒนธรรม มีเพียง ๙ วัฒนธรรม และได้คัดเลือกกิจกรรมที่ระดับความต้องการค่าตั้งแต่ ๓.๕ ขึ้นไป ได้กิจกรรมจำนวน ๕๗ กิจกรรม^{๑๑} ที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าสามารถนำไปกระตุ้นให้เกิดการรับรู้เรื่องการท่องเที่ยวไทยได้ดี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เรียกวัฒนธรรมทั้ง ๙ วัฒนธรรมว่า “วัฒนธรรมไทยสากล” (Thai cultural universals) ประกอบไปด้วยสิ่งทอไทย สิ่งของตกแต่งของไทย พืชพื้นบ้านไทย อาหารไทย การรำไทย คติชาวบ้าน การศึกษาไทย การแต่งงานแบบไทย และการบำบัดโรคของไทย (Chokriensukchai, 2014)

๓.๔ การรับรู้วัฒนธรรมไทยสากล

วัฒนธรรมไทยสากลจำนวน ๙ เรื่อง ได้นำไปเป็นตัวแปรเพื่อศึกษาการรับรู้และความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวไทยสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม ต่อมาเมื่อได้ดำเนินการวิจัยในเรื่องที่ ๓ ‘พฤติกรรม的开รับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท’ ได้ทำการปรับเพิ่มตัวแปรจำนวนวัฒนธรรมไทยสากล ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญที่อ่านประเมินโครงร่างวิจัย ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า วัฒนธรรมไทยมีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมแอฟริกา เช่น ความเชื่อหรือการรักษาโรคแบบพื้นถิ่น เป็นต้น จึงอาจมีบางเรื่องที่น่าจะเพิ่มขึ้นมาเพื่อการศึกษาความต้องการ ซึ่งจะส่งผลต่อความสมบูรณ์ของงานวิจัย ซึ่งในการดำเนินการได้ดำเนินการเพิ่มตัวแปรวัฒนธรรมไทยสากล โดยคัดเลือกวัฒนธรรมไทยสากลที่มีลำดับคะแนนความเหมาะสมกับการทำการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ในลำดับถัดไปในงานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล” (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๕) และนำวัฒนธรรมไทยสากลและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่คัดเลือก

^๙ ในการศึกษาครั้งนี้คัดเลือกจากบุคคลที่ทำงานในบริษัทที่ให้บริการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยเชิญอาสาสมัครจากบริษัทที่มาจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวไทย ๒๕๕๔ ที่เมืองทองธานี วันที่ ๑๐ มิถุนายน ๒๕๕๔ ผู้ร่วมประชุมประสงค์ให้ใช้ชื่อเล่นแทนชื่อจริง ทำให้ไม่ได้ระบุลงในงานวิจัยในครั้งนี้

^{๑๐} ศึกษารายละเอียดใน กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๖) พฤติกรรม的开รับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ไปปรึกษากับอาจารย์และนักวิจัยอาวุโสจากประเทศแอฟริกาใต้ คือ Dr. Lesame^{๑๒}, คุณวารินทร์ ตาจุมปา (Warin Tachumpa Nezar)^{๑๓} และ Dr. Honu^{๑๔} พร้อมกับอิงค่าเฉลี่ยในลำดับต่อมา ซึ่งเพิ่มวัฒนธรรมสากลอีก ๑๑ เรื่อง คือ โหราศาสตร์ไทย การแปลความฝันแบบไทย มารยาทไทย การรักษาโรคด้วยความเชื่อแบบไทย งานเลี้ยงฉลองแบบไทย การดูแลหลังคลอดแบบไทย การบรรเทาทุกข์ด้วยสิ่งเหนือธรรมชาติแบบไทย ศัลยกรรมในไทย ภาษาไทย ความเชื่อที่มองไม่เห็น และความเชื่อเรื่องเวทมนต์แบบไทย ซึ่งวัฒนธรรมไทยสากลทั้ง ๒๐ เรื่อง และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องนี้ได้นำไปใช้สำรวจในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียด้วยเช่นกัน ซึ่งผลการสำรวจการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลทั้ง ๙ ประเทศ ซึ่งผลการสำรวจพบว่า อันดับที่ ๑ คืออาหารไทย ซึ่งเป็นนักร้องที่เกี่ยวจากเมียนมา เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย ราชอาณาจักรเลโซโท อันดับที่ ๒ คือการตกแต่งร่างกาย เป็นนักร้องที่เกี่ยวจากประเทศลาว เมียนมา เวียดนาม และอันดับที่ ๓ คือสิ่งทอไทยประกอบด้วยนักร้องที่เกี่ยวจากลาวเมียนมา มาเลเซีย อินโดนีเซีย ราชอาณาจักรเลโซโท ดังแสดงต่อไปนี้

^{๑๒} Senior Lecturer in Telecommunications Policy, University of South Africa

^{๑๓}อดีตไกด์นำเที่ยวในประเทศแอฟริกาใต้และปัจจุบันประกอบธุรกิจส่วนตัวตำแหน่ง Managing Director บริษัท Paper World ณ กรุงพริทอเรีย ประเทศแอฟริกาใต้

^{๑๔}Senior Lecturer in Economics, National University of Lesotho ณ กรุงมาเซรู ประเทศราชอาณาจักรเลโซโท

ตารางที่ ๕.๖ แสดงการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลจำแนกตามประเทศ

วัฒนธรรมไทยสากล	การรับรู้วัฒนธรรมไทยสากล							
	กัมพูชา	ลาว	เมียนมา	เวียดนาม	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	แอฟริกาใต้	ราชอาณาจักรเลโซโท
การตกแต่งร่างกาย	๑	๒	๒	๒	๙	๑๐	๑	๕
สิ่งทอไทย	๕	๑	๓	๔	๓	๓	๔	๓
พืชพื้นบ้านไทย	๘	๓	๗	๖	๖	๖	๗	๑๑
อาหารไทย	๒	๔	๑	๑	๑	๑	๒	๑
การร่ายรำ	๔	๕	๔	๓	๔	๔	๘	๒
คติชาวบ้าน	๓	๖	๕	๕	๑๑	๘	๑๒	๑๒
การศึกษาไทย	๗	๗	๖	๗	๑๐	๕	๓	๑๐
การแต่งงาน	๖	๘	๙	๘	๑๓	๑๔	๑๑	๙
การบำบัดโรค	๙	๙	๘	๙	๑๒	๑๒	๑๓	๔
โหราศาสตร์	-	-	-	-	๑๖	๑๙	๑๙	๖
การแปลความฝัน	-	-	-	-	๒๐	๑๗	๑๗	๑๕
มารยาทไทย	-	-	-	-	๗	๙	๑๘	๗
การรักษาโรคด้วยพลังความเชื่อแบบไทย	-	-	-	-	๑๘	๑๖	๖	๑๓
งานเลี้ยงฉลองแบบไทย	-	-	-	-	๕	๑๑	๙	๘
การดูแลหลังคลอดแบบไทย	-	-	-	-	๑๙	๒๐	๑๖	๑๖
การบรรเทาทุกข์ด้วยสิ่งเหนือธรรมชาติแบบไทย	-	-	-	-	๑๗	๑๓	๒๐	๑๙
ศีลกรรม	-	-	-	-	๘	๗	๑๐	๒๐
ภาษาไทย	-	-	-	-	๒	๒	๕	๑๔
ความเชื่อที่มองไม่เห็น	-	-	-	-	๑๔	๑๕	๑๕	๑๗
เวทมนต์ของไทย	-	-	-	-	๑๕	๑๘	๑๔	๑๘

ตารางที่ ๕.๖ พบว่า วัฒนธรรมไทยสากลทั้ง ๒๐ เรื่อง เป็นที่รู้จักไม่เท่ากันในแต่ละเทศ ในการวิจัยครั้งนี้จึงคัดเลือกวัฒนธรรมไทยซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับ ๑-๓ ของแต่ละประเทศมาไว้ด้วยกัน ซึ่งวัฒนธรรมบางเรื่องก็เป็นที่รู้จักลำดับเดียวกันในสองประเทศ โดยเลือก ๓ ลำดับแรก และ ๓ อันดับสุดท้ายดังนี้^{๑๕}

๑). การจัดกลุ่มวัฒนธรรมที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ดี

วัฒนธรรมซึ่งเป็นรับรู้ของนักท่องเที่ยวสามอันดับแรกประกอบด้วย

กลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วยวัฒนธรรมอาหาร สิ่งทอไทย

กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วยวัฒนธรรม การตกแต่งร่างกาย และภาษาไทย

กลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยวัฒนธรรม คติชาวบ้าน และพืชพื้นบ้านไทย

ทั้ง ๓ กลุ่มนั้นพบว่า อาหารไทยเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการรับรู้มากที่สุด ส่วน วัฒนธรรมที่รับรู้รองลงมาคือ การตกแต่งร่างกายแบบไทย สิ่งทอไทย รำไทย พืชพื้นบ้าน และการศึกษาไทย วัฒนธรรมไทยสากล ที่นักท่องเที่ยวรู้จักของนักท่องเที่ยวใน ๑๐ ประเทศนั้นพบข้อมูลที่น่าสนใจ ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

^{๑๕} ในการวิจัยนี้ไม่สามารถหานำสถิติเรื่องการรับรู้ของทุกประเทศมารวมเพื่อหาค่าเฉลี่ยเพื่อจัดอันดับได้เนื่องจาก การวิจัยในแต่ละเล่มมีจำนวนตัวแปรที่ศึกษาไม่เท่ากัน

ตารางที่ ๕.๖ แสดงการจัดกลุ่มวัฒนธรรมไทยสากลที่นักท่องเที่ยวรู้จักจำแนกตามระดับการรู้จัก กลุ่มที่ ๑ ถึง กลุ่มที่ ๑๐

กลุ่มที่ ๑	กลุ่ม ๒	กลุ่ม ๓	กลุ่มที่ ๔	กลุ่มที่ ๕	กลุ่มที่ ๖	กลุ่มที่ ๗	กลุ่มที่ ๘	กลุ่มที่ ๙	กลุ่ม ๑๐
การตกแต่ง ร่างกาย (๒)	การตกแต่ง ร่างกาย (๓)	คติชาวบ้าน	รำไทย (๔)	สิ่งทอไทย	การแต่งงาน	การศึกษา ไทย (๓)	พืชพื้นบ้าน	การบำบัด โรค (๓)	การศึกษา ไทย (๒)
สิ่งทอไทย	ภาษาไทย (๒)	พืชพื้น บ้านไทย	อาหารไทย	รำไทย	คติชาวบ้าน	พืชพื้นบ้าน ไทย (๒)	การแต่งงาน (๒)	การ แต่งงาน	การตกแต่ง ร่างกาย
อาหารไทย (๕)	อาหารไทย (๒)	สิ่งทอไทย (๔)	สิ่งทอไทย (๔)	คติชาวบ้าน (๒)	การศึกษา ไทย	มารยาทไทย (๒)	ศัลยกรรม	ตกแต่ง ร่างกาย	ศัลยกรรม
	การรำไทย	การศึกษา ไทย	การบำบัดโรค	งานเลี้ยง ฉลองแบบ ไทย	พืชพื้นบ้าน (๓)	ศัลยกรรม	คติชาวบ้าน	มารยาท ไทย	การศึกษา ไทย
				การศึกษา ไทย	การรักษาโรค ด้วยพลัง ความเชื่อ		การร่ายรำ	การเลี้ยง ฉลองแบบ ไทย	
				ภาษาไทย	โหราศาสตร์ ไทย		การเลี้ยง ฉลอง แบบไทย	การ แต่งงาน	
				การตกแต่ง ร่างกาย					

ตารางที่ ๕.๗ แสดงการจัดกลุ่มวัฒนธรรมไทยสากลที่นักท่องเที่ยวยุคดิจิทัลจำแนกตามระดับการรู้จักกลุ่มที่ ๑๑ ถึง กลุ่มที่ ๒๐

กลุ่ม ๑๑	กลุ่มที่ ๑๒	กลุ่มที่ ๑๓	กลุ่ม ๑๔	กลุ่ม ๑๕	กลุ่มที่ ๑๖	กลุ่มที่ ๑๗	กลุ่ม ๑๘	กลุ่ม ๑๙	กลุ่มที่ ๒๐
คติชาวบ้าน	การ บำบัดโรค (๒)	การแต่งงาน	ความเชื่อที่ มองไม่เห็น	เวทย์มนต์	โหราศาสตร์	การบรรเทา ทุกข์ด้วยสิ่ง เหนือ ธรรมชาติ	การรักษา โรคด้วย พลังความ เชื่อ	การดูแล หลังคลอด แบบไทย	การแปล ความฝัน
งานเลี้ยงฉลอง แบบไทย	คติชาวบ้าน (๒)	การบรรเทา ทุกข์ด้วยสิ่ง เหนือ ธรรมชาติ	การแต่งงาน	ความเชื่อที่ มองไม่เห็น (๒)	การรักษาโรค ด้วยพลัง ความเชื่อ	การแปร ความฝัน (๒)	เวทย์มนต์ (๒)	โหรา ศาสตร์ (๒)	การดูแล หลังคลอด แบบไทย
การแต่งงาน		การบำบัดโรค	เวทย์มนต์	โหรา ศาสตร์	การดูแลหลัง คลอดแบบ ไทย (๒)	ความเชื่อที่ มองไม่เห็น	มารยาท ไทย	การ บรรเทา ทุกข์ด้วย สิ่งเหนือ ธรรมชาติ	การบรรเทา ทุกข์ด้วยสิ่ง เหนือ ธรรมชาติ
พิธีพื้นบ้าน ไทย		การรักษาโรค ด้วยพลัง ความเชื่อ	ภาษาไทย						ศัลยกรรม

๒). การจัดกลุ่มวัฒนธรรมไทยสากลที่สามารถสร้างการรับรู้ได้น้อยที่สุด

จากตาราง ๕.๗ พบว่า วัฒนธรรมไทยสากลที่เป็นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวสามอันดับสุดท้ายประกอบด้วย

กลุ่มที่ ๑๘ ประกอบด้วยวัฒนธรรมการรักษาโรคด้วยพลังความเชื่อ เวทย์มนต์ และมารยาทไทย

กลุ่มที่ ๑๙ ประกอบด้วยวัฒนธรรมการดูแลหลังคลอดแบบไทย โหราศาสตร์ และการบรรเทาทุกข์ด้วยสิ่งเหนือธรรมชาติ

กลุ่มที่ ๒๐ ประกอบด้วยวัฒนธรรมการแปลความฝัน การดูแลหลังคลอดแบบไทย การบรรเทาทุกข์ด้วยสิ่งเหนือธรรมชาติ และศัลยกรรม

ทั้ง ๓ กลุ่มสุดท้ายส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับความรัก ความกล้ามากที่สุด เป็นความคิดในลักษณะที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งมีข้อสังเกตว่าหลายคนอาจเชื่อและให้ความสำคัญ แต่หากต้องลงทุนเพื่อมาท่องเที่ยว อาจไม่ต้องการมาดูสิ่งเหล่านี้ ส่วนการดูแลหลังคลอดนั้นเป็นสิ่งจำเป็นแต่คงไม่เหมาะกับการเดินทางมาท่องเที่ยว และสำหรับศัลยกรรมนั้นอาจเป็นวัฒนธรรมที่สามารถนำมาสร้างรายได้ในบางประเทศ อย่างเช่น ประเทศเกาหลี ซึ่งไทยก็ยังไปไม่ถึงขั้นของการยอมรับเท่าเกาหลี แต่ก็มีศัลยกรรมบางชนิด เช่น การแปลงเพศนั้นประเทศไทยได้รับการยอมรับค่อนข้างสูง

๓.๕ ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล

จากการสำรวจความคิดเห็นภายใต้คำถามว่า “ถ้าท่านได้รับรางวัลให้มาเที่ยวเมืองไทยฟรี ท่านต้องการมาท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมกิจกรรมเหล่านี้มากน้อยเพียงไร” ผลการสำรวจพบว่าแต่ละประเทศมีความต้องการกิจกรรมในระดับมากคล้ายคลึงและแตกต่างกันในบางกิจกรรม ส่วนประเทศราชอาณาจักรเลโซโทนั้น ไม่รู้จักประเทศไทยแต่ก็มีความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๕.๘ แสดงความต้องการระดับมากในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวไทยจำแนกตามประเทศ

ประเทศ	ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล
กัมพูชา	เยี่ยมชมกระบวนการทำกระเป๋าด้ายภูมิปัญญาท้องถิ่น เยี่ยมชมการวาดภาพเพื่อตกแต่งบ้าน เยี่ยมชมการออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน เข้าเยี่ยมชมการรำไทยตามแต่ละภาค เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เข้าเรียนระยะสั้นในมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน เรียนหรือฝึกเรื่องการอาชีพ การเรียนหรือฝึกทำการเกษตร การเรียนหรือฝึกภาษาไทย การรักษาการแพทย์แผนปัจจุบันเพื่อการบำบัดโรค
ลาว	เยี่ยมชมการวาดภาพเพื่อตกแต่งบ้าน เยี่ยมชมการออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน เยี่ยมชมกระบวนการทำพืชสมุนไพรเพื่อการรักษาโรค เยี่ยมชมงานจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสวยงาม เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ การเข้าเรียนระยะสั้นในมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน เรียนหรือฝึกเรื่องการอาชีพ การรักษาการแพทย์แผนปัจจุบันเพื่อการบำบัดโรค เข้าชมหรือทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค
เมียนมา	เข้าเรียนระยะสั้นในมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน เรียนหรือฝึกเรื่องการอาชีพ เข้าชมหรือทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค
เวียดนาม	เยี่ยมชมการวาดภาพเพื่อตกแต่งบ้าน เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการแสดงอาหารไทยโบราณ เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการแสดงอาหารไทยประยุกต์ เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสวยงาม เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ เข้าชมการแสดงตำนานเรื่องเล่า เข้าชมการแสดงการเล่นโบราณ เยี่ยมชมสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เข้าชมพิธีการแต่งงานแบบไทยอย่างเต็มรูปแบบ เข้าชมหรือทดลอง การนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรค

ตารางที่ ๕.๘ แสดงความต้องการระดับมากในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย
สากลหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวไทยจำแนกตามประเทศ (ต่อ)

ประเทศ	ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล
มาเลเซีย	การออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน การทำเครื่องจักสานเพื่อการใช้งาน เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการแสดงอาหารโบราณ เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสวยงาม เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการทำอาหารไทยประยุกต์ การรำไทย การเต้นรำ การแสดงละครเวที การแสดงตำนานเรื่องเล่า การเข้าชมการเล่นพื้นบ้าน การชมเพลงกล่อมเด็ก การเข้าชมการแสดงพื้นบ้าน การเข้าชมสถาปัตยกรรมไทย ตลาดน้ำ ตลาดโบราณ ตลาดขายส่ง ตลาดเสาร์อาทิตย์จตุจักร การรำไทย การเต้นรำการแสดงละครเวทีการเข้าชมสถาปัตยกรรมไทย
อินโดนีเซีย	การออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน การทำเครื่องจักสานเพื่อการใช้งาน เครื่องปั้นดินเผาตกแต่งบ้าน ชมไร่และโรงงานสำหรับผ่อนคลาย เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการแสดงอาหารโบราณ เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการทำอาหารไทยประยุกต์ เข้าร่วมการรำแสดงอาหารไทยสวยงาม เข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมการแสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ การรำ การแสดงโขน การแสดงตำนานเรื่องเล่าการเข้าชมสถาปัตยกรรมไทย การแต่งงานแบบแปลก การทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค การชมสินค้าไทย ตลาดน้ำ ตลาดโบราณ ตลาดขายส่ง ตลาดเสาร์อาทิตย์จตุจักร การวาดภาพเพื่อการตกแต่งบ้านแบบไทย การออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน การทำเครื่องจักสานเพื่อการใช้งานการวาดภาพเพื่อการตกแต่งบ้านแบบไทย เครื่องปั้นดินเผาตกแต่งบ้าน การแสดงตำนานเรื่องเล่า กระบวนการตามพิธีศาสนา การทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค
แอฟริกาใต้	การทำกระเป๋าด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย การถักทออุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การวาดภาพเพื่อการตกแต่งบ้านแบบไทย การออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน การทำเครื่องจักสานเพื่อการใช้งาน การทำเครื่องเฟอร์นิเจอร์เพื่อการใช้งาน/ตกแต่งบ้าน การทำเครื่องปั้นดินเผาเพื่อการใช้งาน/ตกแต่งบ้าน ชมไร่พืชสำหรับการทำอาหาร ชมโรงงานผลิตพืชสำหรับบำรุงร่างกาย ชมไร่และโรงงานพืชสำหรับบำรุงผิวพรรณชมไร่ โรงงานพืชที่ใช้แต่งสีอาหาร ชมงานจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทยเข้าร่วม การทำ/แสดงอาหารไทยโบราณเข้าร่วมการทำ/แสดงอาหารไทยประยุกต์ เข้าร่วมการทำ/แสดงอาหารไทยสวยงามเข้าร่วมการทำ/แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่การรำไทยตามแต่ละภาค การเต้นรำที่สนุกสนาน การแสดงโขน การแสดงละครหุ่นเล็กการแสดงตำนานเรื่องเล่าเข้าชมการเล่นพื้นบ้านเข้าชมสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น การเรียนหรือ

ตารางที่ ๕.๘ แสดงความต้องการระดับมากในการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย
สากลหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวไทยจำแนกตามประเทศ (ต่อ)

ประเทศ	ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากล
แอฟริกาใต้ (ต่อ)	ฝึกเรื่องการอาชีพ การเรียนหรือฝึกเรื่องการนวดไทยการเรียนหรือฝึกการร้องเพลงไทย การเรียนหรือฝึกการรำไทย การเรียนหรือฝึกการทำอาหาร การเรียนหรือฝึกทำหัตถกรรมเครื่องใช้ การเรียนหรือฝึกฝนเกี่ยวกับการใช้ภาษาไทย การแต่งงานแบบไทยอย่างเต็มรูปแบบ การแต่งงานเฉพาะท้องถิ่นไทย การแต่งงานแปลก/สร้างสรรค์ การแต่งงานในสถานที่เฉพาะเช่น เมืองโบราณ การแต่งงานย้อนยุค การรักษาแพทย์แผนปัจจุบันเพื่อการบำบัดโรค การเข้าชม/ทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค การเข้าชม/ทดลองการนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรค เยี่ยมชมสินค้าไทย ตลาดน้ำตลาดโบราณ ตลาดชายฝั่ง
ราชอาณาจักร เลโซโท ^{๑๖}	การสักเพื่อความเชื่อเรื่องการคุ้มครอง กระบวนการทอผ้าด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย การออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน ชมไร่และโรงงานพืชสำหรับการผ่อนคลาย เข้าร่วมการทำ/แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ การแสดงละครเวที ชมสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น กระบวนการตามพิธีทางศาสนา การเรียนหรือฝึกเรื่องการนวดไทย การแต่งงานเฉพาะท้องถิ่นไทย การเข้าชม/ทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค การชมตลาดน้ำ

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศต้องการเข้าร่วมเมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากการสำรวจพบว่า กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทุกประเทศต้องการเข้าร่วมสูงสุดได้แก่ การเยี่ยมชมการออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน รองลงมาคือการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น และกิจกรรมที่มีความต้องการเท่ากัน คือ ต้องการชมหรือทดลองทำเครื่องจักสานเพื่อการใช้งาน การชมการแสดงตำนานเรื่องเล่า การเที่ยวตลาดน้ำ และการเรียนหรือฝึกเรื่องการอาชีพ ส่วนกิจกรรมอื่นมีความสนใจลงมา

^{๑๖} ชาวราชอาณาจักรเลโซโท ไม่มีระดับความต้องการในระดับมาก มีเพียงระดับความต้องการปานกลางและน้อย การรายงานผลจึงเป็นการนำกิจกรรมที่มีระดับสูงที่สุดในกลุ่มของความต้องการระดับปานกลาง (คนส่วนใหญ่ไม่รู้จักประเทศไทยจึงไม่รู้จะมาทำอะไร)

ตารางที่ ๕.๕ ตารางแสดงความถี่ความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของแต่ละประเทศ

๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒	๑๓	๑๔	๑๕	๑๖	๑๗	๑๘	๑๙	๒๐
/	////	/////	////	/////	///	////	//	//	//	/	//	////	////	////	////	/	//	/	//
๒๑	๒๒	๒๓	๒๔	๒๕	๒๖	๒๗	๒๘	๒๙	๓๐	๓๑	๓๒	๓๓	๓๔	๓๕	๓๖	๓๗	๓๘	๓๙	๔๐
////	//	//	////	/	/	//	////	///	//	//	//	/	//	/	/	/	/	/	/
๔๑	๔๒	๔๓	๔๔	๔๕	๔๖	๔๗	๔๘	๔๙	๕๐	๕๑	๕๒	๕๓	๕๔	๕๕	๕๖	๕๗			
/	/	/	///	///	////	/	//	//	/	/	//	//	/	/	///	/			

หมายเหตุ: ๑.การเยี่ยมชมกระบวนการทำกระเป๋าด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ๒.การเยี่ยมชมการวาดภาพเพื่อตกแต่งบ้าน ๓.การเยี่ยมชมการออกแบบศิลปะบนวัตถุเพื่อการใช้งาน ๔.การเข้าเยี่ยมชมการรำไทยตามแต่ละภาค ๕.การเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น ๖.การเรียนรู้ระยะสั้นในมหาวิทยาลัยหรือโรงเรียน ๗.การเรียนรู้หรือฝึกเรื่องการอาชีพ ๘.การเรียนรู้หรือฝึกทำการเกษตร ๙.การเรียนรู้หรือฝึกภาษาไทย ๑๐.การเข้ารับการรักษาการแพทย์แผนปัจจุบันเพื่อการบำบัดโรค ๑๑.การเยี่ยมชมกระบวนการทำพืชสมุนไพรเพื่อการรักษาโรค ๑๒.การเยี่ยมชมงานจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย ๑๓.การเข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสวยงาม ๑๔.การเข้าร่วมการทำ/เยี่ยมชมแสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ ๑๕.การเข้าชมหรือทดลองการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค ๑๖.การเข้าชมการแสดงตำนานเรื่องเล่า ๑๗.การเข้าชมการแสดงการเล่นโบราณ ๑๘. การเข้าชมพิธีการแต่งงานแบบไทยอย่างเต็มรูปแบบ ๑๙. การชมกระบวนการตามพิธีทางศาสนา ๒๐.การเข้าชมหรือทดลองการนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรค ๒๑.การชมหรือทดลองทำเครื่องจักสานเพื่อการใช้งาน ๒๒.การชมหรือเข้าร่วมเต้นรำสนุกสนาน ๒๓.การชมการแสดงละครเวที ๒๔.การชมการแสดงตำนานเรื่องเล่า ๒๕.การเข้าชมการเล่นพื้นบ้าน ๒๖.การชมเพลงกล่อมเด็ก ๒๗.การชมสินค้าไทย ๒๘.การเที่ยวตลาดน้ำ ๒๙.การเที่ยวตลาดโบราณ ๓๐.การซื้อของที่ตลาดขายส่ง ๓๑.การซื้อของตลาดเสาร์อาทิตย์จตุจักร ๓๒.การชมเครื่องปั้นดินเผาตกแต่งบ้าน ๓๓.การชมไร่และโรงงานสำหรับผ่อนคลาย ๓๔.การชมแสดงโขน ๓๕.การชมแต่งงานแบบแปลก ๓๖.การชมกระบวนการทอผ้าด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย ๓๗.การเยี่ยมชมวิธีการถักทออุปกรณ์เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ๓๘.การชมการทำเครื่องเฟอร์นิเจอร์เพื่อการใช้งาน/ตกแต่งบ้าน ๓๙.การชมไร่พืชสำหรับการทำอาหาร ๔๐.การชมโรงงานผลิตพืชสำหรับบำรุงร่างกาย ๔๑.การชมไร่และโรงงานพืชสำหรับบำรุงผิวพรรณชมไร่ ๔๒.การเยี่ยมชมโรงงานพืชที่ใช้แต่งสีอาหาร ๔๓.การชมงานจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทยเข้าร่วม ๔๔.การชมแสดงละครหุ่นเล็ก ๔๕.การชมการแสดงตำนานเรื่องเล่า ๔๖.การเรียนรู้หรือฝึกเรื่องการอาชีพ ๔๗.การเรียนรู้หรือฝึกการร้องเพลงไทย ๔๘.การเรียนรู้หรือฝึกการรำไทย ๔๙.การเรียนรู้หรือฝึกทำการเกษตร ๕๐.การเรียนรู้หรือฝึกทำหัตถกรรมเครื่องใช้ ๕๑.การเรียนรู้หรือฝึกฝนเกี่ยวกับการใช้ภาษาไทย ๕๒.การแต่งงานแบบไทยอย่างเต็มรูปแบบ ๕๓.การชมแต่งงานเฉพาะท้องถิ่นไทย ๕๔.การชมแต่งงานแปลก/สร้างสรรค์ ๕๕.การชมแต่งงานในสถานที่เฉพาะ ๕๖. การทดลองรักษาแพทย์แผนปัจจุบันเพื่อการบำบัดโรค ๕๗. การชม/ทดลองสักเพื่อความเชื่อเรื่องการคุ้มครอง

๓.๖ เหตุผลที่ทำให้เลือกและไม่เลือกไปท่องเที่ยวในประเทศไทยแยกตามรายประเทศ

ในการศึกษาวิจัยทั้ง ๔ เรื่องนั้น นอกจากได้ทำการสำรวจเป็นคำถามปลายปิดเกี่ยวกับช่องทางการรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยวและความคิดเห็นเรื่องการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยสากลและความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทยแล้ว งานวิจัยทั้งหมดยังได้ถามคำถามปลายเปิด โดยใช้คำถามที่มีทั้งเชิงบวกและเชิงลบดังนี้

สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยน่าท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจโดยใช้คำถามปลายเปิดว่า “สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยน่าท่องเที่ยว” สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีความน่าสนใจลดน้อยลงแยกตามประเทศดังนี้

ประเทศกัมพูชา

ชาวกัมพูชามีความเห็นว่า ประเทศไทยน่าไปท่องเที่ยวเพราะประเทศไทยมีการพัฒนา มีความสวยงามในเรื่องธรรมชาติ มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีความสงบ คนไทยดูเป็นชนชั้นสูง (ไฮโซ) มีการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน มีตึกสูงสวยงาม มีบริการที่ดีต่อนักท่องเที่ยวในเรื่องโรงแรม สปา อาหาร มีศิลปะที่ก่อให้เกิดความสนใจในการท่องเที่ยว เช่น มวย สถานที่โบราณ ประเทศไทยเป็นเมืองยิ้ม คนกัมพูชาต้องการมาท่องเที่ยวพร้อมกับต้องการรู้ว่าประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างไร ต้องการดูสิ่งที่แตกต่างจากกัมพูชาในเมืองไทย มีระบบการรักษาปลอดภัยที่ดี มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ มีการร่ำที่สวยงาม มีฟาร์มเลี้ยงสัตว์จำนวนมาก คนไทยมีน้ำใจช่วยเหลือผู้คน สินค้ามีคุณภาพ ประวัติศาสตร์น่าสนใจแปลกกว่าชาติอื่น มีร้านค้าจำนวนมาก อาหารอร่อย มีเช็กเกอร์ การตกแต่งบ้านเรือนมีความคิดสร้างสรรค์ มีสถานที่ให้ความสนุกสนานมากมาย มีแหล่งขายส่งเสื้อผ้า มีระบบการศึกษาที่ดี มีเพลงที่เพราะ มีแฟชั่น มีสถาปัตยกรรมน่าสนใจ มีธุรกิจการบริหารที่ทันสมัย มีชายทะเล เช่น ภูเก็ตและพัทยา มีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกับกัมพูชา มีผู้นำที่ดี มีตลาดสดมาก ไม่ไกลจากกัมพูชา มีตลาดน้ำที่ไม่เคยมีในกัมพูชา

ประเทศลาว

ชาวลาวเห็นว่าประเทศไทยมีความเป็นเอกลักษณ์มาจากอดีต มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีทัศนียภาพสวยงาม มีสถานที่ท่องเที่ยวแปลก มีทะเลโดยเฉพาะที่ภูเก็ตมีหาดทรายทะเลสวย มีน้ำตก ภูเขาหิน มีธรรมชาติเกี่ยวกับฤดูหนาว เช่น มีดอกไม้เมืองหนาวที่สวยงาม มีหัตถกรรม มีวัฒนธรรมหลากหลาย มีวัดเก่าแก่ที่แปลกตาและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่น มีภาษาคลายกันไม่ต้องใช้ภาษาอังกฤษ มีการเดินทางสะดวก ไม่ต้องขอวีซ่า มีลักษณะการทำบุญที่คล้ายคลึงกัน ค่าใช้จ่ายเท่าๆ กับประเทศเวียดนามแต่มีทะเลสวยงามและสะอาดกว่า มีอาหารอร่อยหลากหลายคล้ายคลึงกับของลาวและไม่แพง มีผลไม้หลากหลายทุกฤดูกาล มีรูปแบบการดำรงชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ มีเศรษฐกิจที่ทันสมัย มีร้านค้าห้างสรรพสินค้าและแหล่งช้อปปิ้งหลากหลายเป็นจำนวนมาก มีระบบการศึกษาที่ดี มีศิลปะ มีการบริการทางการแพทย์ที่ดี มีการโปรโมชันการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีการต้อนรับแบบเป็นกันเอง ให้ข้อมูลในการท่องเที่ยวที่เพียงพอในแต่ละสถานที่และมีการบริการที่ดี

ประเทศเมียนมา

ชาวเมียนมามีความเห็นว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่นับถือศาสนาพุทธเช่นเดียวกับเมียนมา ดังนั้นแนวความคิดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องความเชื่อเรื่องบาปบุญคุณโทษ และการปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนาใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและความเป็นอาเซียนใกล้เคียงกัน คนไทยมีอัธยาศัยดี โทนเสียงพูดนุ่มนวลเป็นมิตร นอกจากนี้ชาวเมียนมาส่วนใหญ่

ต้องการมาเยี่ยมชมอยุธยาหรือ *อะยูเดีย* (Ayyudaya) ในภาษาเมียนมา โดยมองว่าอยุธยาคือสัญลักษณ์ (Symbol) ของประเทศไทย อีกทั้งยังต้องการมาเที่ยวชมโบราณสถานอื่นๆ โดยให้ความเห็นว่าโบราณสถานของไทยถึงแม้จะมีการบูรณะแต่ยังสามารถคงสภาพความเป็นวัดโบราณได้ อีกทั้งประเทศไทยยังมีราชวัง มีวัดพระแก้วที่สวยงาม มีรูปแบบการปกครองที่มีกษัตริย์เป็นประมุขซึ่งมีไม่มากแล้วในโลกนี้

ประเทศไทยมีธรรมชาติและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นมีทั้งที่เป็นธรรมชาติและเป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นด้วยเทคโนโลยีอย่าง เช่น โอเชียนเวิลด์ และมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับพืชสวนโลก รวมทั้งยังมีชายหาดที่สวยงามและมีชื่อเสียง เช่น ภูเก็ตและพัทยา ชีวิตกลางคืนที่น่าสนใจ มีการแสดงที่มีชื่อเสียง เช่นการแสดงของสาวประเภทสอง (ทึฟฟานี) และมีพิธีการแต่งงานที่แปลกและไม่เหมือนที่อื่น เช่น การแต่งงานใต้ทะเล เป็นต้น

การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายไม่แพงเมื่อเทียบกับท่องเที่ยวในประเทศเมียนมา อีกทั้งยังมีอาหารที่หลากหลาย ที่พักมีความสะดวก การบริการเพื่อการท่องเที่ยวหลากหลายในราคาที่สมเหตุสมผล มีรถไฟทำให้การเดินทางสะดวก มีสายการบินต้นทุนต่ำ เป็นศูนย์กลางของสายการบิน มีระบบการบริการทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจเช่น พิธีแต่งงานแบบไทยโบราณสวยงาม มีบริการนวดแบบไทยที่ดี มีผัก และผลไม้ที่สามารถซื้อได้ในทุกฤดู

ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นหัตถกรรมสวยงาม เช่น เครื่องประดับและเครื่องเงิน มีผ้าไหมที่มีชื่อเสียง มีการออกแบบเครื่องแต่งกายที่ทันสมัยสวยงาม รวมทั้งมีภาพวาดที่สวยงามประณีตเหมาะกับการเป็นของฝาก

ชาวเมียนมามีความเห็นว่าคนไทยมีความรู้ โดยเฉพาะมีความรู้ด้านธุรกิจ อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ชาติอื่นเข้าทำธุรกิจได้ง่าย การเข้าออกประเทศไทยไม่ยากและไม่ไกล เวลาไม่ต่างกันมาก มีห้างสรรพสินค้าที่ทันสมัยเหมาะกับการจับจ่ายสินค้า มีคอนเสิร์ตจากต่างประเทศ มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในบ้านที่ทันสมัย มีโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) มีระบบธนาคารที่ดี มีการออกแบบอาคารบ้านเรือนสวยทันสมัย สินค้ามีคุณภาพดี มีการแสดงมหกรรมสินค้า เป็นฐานที่ตั้งหน่วยงานระหว่างประเทศ เช่น INGO มีมหาวิทยาลัยที่ทันสมัย มีระบบการเกษตรกรรมที่ดี โดยชาวเมียนมาส่วนหนึ่งต้องการมาเรียนที่ประเทศไทยโดยเฉพาะเรื่องทางเศรษฐกิจ การค้าขาย และเทคโนโลยีการเกษตร นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการรักษาพยาบาลที่ทันสมัย มีโรงพยาบาลเป็นจำนวนมาก อีกทั้งราคาก็ไม่แพงมาก และไม่ไกลจากเมียนมา รวมทั้งมียารักษาโรคแผนโบราณที่มีคุณภาพผลิตโดยชาวบ้าน

ประเทศเวียดนาม^{๑๗}

ชาวเวียดนามมีความเห็นว่าประเทศไทยมีธรรมชาติ วัฒนธรรมที่สวยงามแปลกตา มีแหล่งร้านค้าที่ทันสมัย มีศาสนาพุทธที่ทำให้สงบ และมีสิ่งแวดล้อมที่มีความทันสมัย

ประเทศมาเลเซีย

ชาวมาเลเซียมีความเห็นว่า ประเทศไทยน่ามาท่องเที่ยวเนื่องจาก มีหาดทรายสวยงาม มีวัฒนธรรมที่เฉพาะตัว มีอาหารอร่อย มีของราคาถูก มีนวดแผนโบราณ มีสปา เงินไทยมีค่าน้อยกว่าเงินมาเลเซีย มีห้างสรรพสินค้าจำนวนมาก มีตลาดเสรีอาทิพย์ มีทีมฟุตบอลที่ดี สินค้ามีคุณภาพ มี

^{๑๗} คำถามปลายเปิดของประเทศเวียดนามมีน้อยกว่าประเทศอื่น เนื่องจากคนตอบไม่นิยมเขียน แต่ข้อมูลเชิงปริมาณมีความสมบูรณ์และมากพอสำหรับการวิเคราะห์

ภาพยนตร์ คนไทยสวย ดาราชายหญิงหน้าตาดี มีฟาร์มเลี้ยงสัตว์ มีหาดทรายสะอาด มีเกาะสวยงาม เช่น เกาะในจังหวัดกระบี่ เป็นต้น

ประเทศอินโดนีเซีย

ชาวอินโดนีเซียเห็นว่า ประเทศไทยมีวิถีของการเป็นอยู่มีความใกล้เคียงกับอินโดนีเซีย ความเป็นเอกลักษณ์มาจากอดีต มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีทัศนียภาพสวยงาม มีสถานที่ท่องเที่ยวแปลกและสวยงามโดยเฉพาะมีธรรมชาติสวยงาม มีหาดทรายทะเลสวย มีวัฒนธรรมเฉพาะตัว มีวัดเก่าแก่ที่แปลกตาและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่น มีตลาดนัดที่น่าสนใจ มีตลาดน้ำที่น่าสนใจ บ้านเรือนมีเอกลักษณ์ของไทย มีละครและภาพยนตร์ดี ดาราสวยหล่อ มีโชว์ มีชีวิตกลางคืน มีแหล่งช้อปปิ้ง มีผลไม้ทั้งปีโดยเฉพาะแตงโมอร่อยมาก มีวัด มีพระ มีศาสนาพุทธ มีพิกะเวทมนต์ที่น่าสนใจ และประเทศไทยไม่ไกลจากอินโดนีเซีย

ประเทศแอฟริกาใต้

ชาวแอฟริกาใต้เห็นว่า ประเทศไทยน่ามาท่องเที่ยวเนื่องจาก ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ มีอะไรมากมายน่าศึกษา วิวสวย มีศาสนาประจำชาติที่สงบ มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีศิลปะ การเต้นรำ อาหาร คนไทยมีความสุข ใจดี มีการบำบัด เช่นการนวดและสปาที่ดี มีผ้าที่มีคุณภาพ สินค้ามีคุณภาพ มีธรรมชาติที่สวยงาม มีหาดทรายสวยงาม มีโรงแรมที่สวยงามระดับ ๕ ดาว คนไทยมีความสุขยิ้มแย้มแจ่มใส มีการรักษาโรคที่ดีทันสมัย มีต้นไม้จำนวนมาก มีวิถีชนบท ดูสงบน่าไปพักผ่อน งานเฉลิมฉลองในเดือนธันวาคมน่าตื่นตาตื่นใจ มีพิธีแต่งงานที่สวยงาม แพชั่นทันสมัย คนแอฟริกาส่วนใหญ่ต้องการไปเที่ยวที่ประเทศไทย

ประเทศราชอาณาจักรเลโซโท

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยแต่รู้จักประเทศไทยทางวิทยุโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตและมีความเห็นว่าประเทศไทยน่ามาท่องเที่ยวเนื่องจาก ประเทศไทยติดอันดับ Top ๑๐ ของประเทศที่น่ามาท่องเที่ยว เป็น World Class ด้านการท่องเที่ยว มีสปา วัฒนธรรมเฉพาะที่แปลกน่าสนใจ มีหาดทราย มีเกาะสวย มีเทคโนโลยีทันสมัย มีธรรมชาติที่สวยงาม มีมิตรภาพ รอยยิ้ม สิ่งของราคาถูกมีคุณภาพ บ้านเรือนสวยงาม งานฝีมือมีคุณภาพ อาหารอร่อย การแพทย์ปัจจุบันทันสมัย มีเศรษฐกิจดี มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีวัด มีพระที่เก่าแก่สวยงาม ประเทศดูมีการพัฒนาที่ดี ดูหรู มีระบบการศึกษาที่ดี และเป็นดินแดนแห่งรอยยิ้ม

สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยไม่น่าท่องเที่ยว

จากผลการสำรวจโดยใช้คำถามปลายเปิดว่า “สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยไม่น่าท่องเที่ยว” สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีความน่าสนใจลดน้อยลงแยกตามประเทศดังนี้ คือ

ประเทศกัมพูชา

สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยไม่น่ามาท่องเที่ยวคือ ราคาท่องเที่ยวแพง ประวัติศาสตร์ไม่ชัดเจน ภาษาเข้าใจยาก ดูถูกประเทศอื่น มีสถานที่เที่ยว(บาร์)กลางคืนจำนวนมาก คนไทยทะเลาะกันเอง ประเทศไทยมีรัฐบาลที่ต่อสู้กับประชาชน มีการรบกวนขายแดนมาก มีจราจรติดขัดทุกวัน มีภัยธรรมชาติ ไม่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีกฎหมายที่เข้าใจยากและหากมีปัญหาติดตามยาก การเข้าเมืองมีความยุ่งยากเรื่องกรอกเอกสาร สินค้าราคาแพง มีการเดินทางไม่สะดวก มีปัญหาเสพติด คนไทยภาษาอังกฤษไม่ดี มีความไม่สงบในภาคใต้ และมีการค้ามนุษย์

ประเทศลาว

กลุ่มตัวอย่างจากประเทศลาว เห็นว่าถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นประเทศที่นำมาท่องเที่ยว เนื่องจากมีสิ่งที่ต้องการเยี่ยมชมและมาพักผ่อนจำนวนมากก็ตาม แต่มีสิ่งที่ทำให้ประเทศไทยลดความน่าสนใจลงคือประเทศมีความวุ่นวายทางการเมืองทำให้ไม่ปลอดภัย มีการแบ่งพรรคแบ่งพวก ไม่สามัคคีกันมีการใช้ความรุนแรงโต้ตอบกัน มีการวางระเบิด นักศึกษาตีกัน มีเสรีภาพมากเกินไป คนไทยมีอคติดูถูกคนลาว มีการจำแนกชนชั้นระหว่างลาว ไทย กัมพูชา ไม่มีความเป็นมิตร มีอาชญากรรม ไม่มีความซื่อสัตย์ในการคิดค่าบริการ มีการเก็บค่าเข้าชมสถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวแพง ที่อยู่แออัด มีค่าครองชีพสูง เจ้าหน้าที่รัฐเอาเปรียบนักท่องเที่ยว คนไทยมีการแข่งขันสูงไม่มีเวลาให้แก่นักท่องเที่ยวซึ่งกันและกัน ไม่เป็นกันเอง และมีกฎระเบียบทางสังคมไทยมาก ทะเลสกปรก ชยะมาก รดตติ การผิดกฎหมาย มีอุบัติเหตุทางรถยนต์รุนแรง อากาศร้อน มีมลพิษ มีภัยธรรมชาติ เช่น ไฟไหม้ป่า และภัยจากน้ำท่วม

ประเทศเมียนมา

ประเทศไทยไม่น่าไปท่องเที่ยวเนื่องจาก คนไทยไม่ใช่ภาษาอังกฤษทำให้สื่อสารยาก คนไทยถึงแม้ว่าจะเป็นคนอ่อนน้อมมีสัมมาคารวะและมีน้ำใจต่อคนทั่วไปแต่คนไทยมักแสดงอาการดูถูกคนที่ด้อยโอกาสกว่า โดยเฉพาะคนที่มาจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ชาวลาวและเมียนมา อีกทั้งผู้หญิงเมียนมามักถูกคนไทยข่มขืนบ่อยครั้ง ในภาพรวมประเทศไทยยังมีความน่ากลัวในเรื่อง การค้ามนุษย์ มีสาวประเภทสองที่น่ากลัวสำหรับนักท่องเที่ยว มีการแพร่เชื้อ HIV ในหมู่นักท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวอบายมุขกลางคืน (บาร์) เป็นจำนวนมาก มีการเรียกรับเงินจากเจ้าหน้าที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีข่าวเรื่องยาเสพติดในหมู่เยาวชน ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นประเทศที่ไม่เหมาะสำหรับผู้หญิงและเด็กที่จะท่องเที่ยวตามลำพังและไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวกลางคืน ถึงแม้ประเทศไทยจะมีระบบรถไฟฟ้าแต่ประเทศไทยก็มีชื่อเสียงด้านจราจรติดขัด การขับรถไม่ยึดกฎหมาย และคนขับแท็กซี่ไม่ซื่อสัตย์ ข่าวสารเกี่ยวสถานการณ์ทั่วไปไม่ค่อยแน่นอน พบว่า มีอุทกภัยทำให้ไม่แน่ใจว่าสถานที่ท่องเที่ยวถูกน้ำท่วมด้วยหรือไม่ รวมทั้งความไม่สงบในประเทศทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยเมื่อต้องมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พิธีกรรมต่างๆ อันเกี่ยวเนื่องกับศาสนาพุทธในประเทศไทย ถึงแม้จะเป็นศาสนาพุทธเช่นเดียวกันแต่ก็มีวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างไปจากเมียนมา โดยมากพิธีกรรมในประเทศไทยเน้นการบริจาคทำให้เข้าใจว่าผู้ที่บริจาคมากได้บุญมาก ส่วนอาหารไทยถึงแม้จะเด่นแต่รสชาติก็หวานมากซึ่งอาจไม่ถูกลิ้นชาวเมียนมานัก

ประเทศเวียดนาม

ชาวเวียดนามมีความเห็นว่า ไม่ต้องการมาเที่ยวที่ประเทศไทยเนื่องจาก ประเทศไทยไม่มีความสงบทางการเมือง ประเทศไทยมีภัยธรรมชาติ และไม่มีความไม่ปลอดภัยในยามค่ำคืน

ประเทศมาเลเซีย

ชาวมาเลเซียมีความเห็นว่า ประเทศไทยอากาศร้อน โจรขโมยมีมาก ข้อมูลการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ มีมาเฟียทำผิดกฎหมายจำนวนมาก อาหารฮาลาลมีน้อย มีกระเทยน่ากลัว มีปัญหาน้ำท่วม จราจรติดขัด คนไทยไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ควรยกเลิกวีซ่า นักท่องเที่ยวแต่งตัวไม่เรียบร้อย สงครามในประเทศทำให้ประเทศไม่สงบ มีการต่อต้านอิสลาม มีระเบิดชายแดน การเดินทางในกรุงเทพไม่ค่อยสะดวก

ประเทศอินโดนีเซีย

สิ่งที่ไม่ทำให้ชาวอินโดนีเซียไม่ต้องการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือประเทศไทยมีการเมืองไม่นิ่ง อาหารฮาลาลหายาก ไม่ปลอดภัย สถานที่ท่องเที่ยวบางที่ไม่ได้รับการซ่อมแซม สถานที่ไม่

สะอาด มาเพียมีมาก หลึงไทยแต่งกายไม่เหมาะสม มีสุนัขตามถนนมาก กระเทยไทยอันตราย ทัศนคติของคนไทยต่อนักท่องเที่ยวไม่ดี และส่วนใหญ่ไม่ปลอดภัย

ประเทศแอฟริกาใต้

ชาวแอฟริกันใต้เห็นว่าประเทศไทยไม่น่ามาท่องเที่ยว เนื่องจากอากาศไม่ดีร้อนชื้น มีอาชญากรรมมาก ประชากรมีมากมีปัญหาโสเภณี เกิดสึนามิมีความเสี่ยงสูง มีข้อมูลท่องเที่ยวไม่เพียงพอ คนแอฟริกันไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับไทย ไม่คุ้นเคยเพียงแต่ได้ข้อมูลทางวิทยุโทรทัศน์เป็นครั้งคราว

ราชอาณาจักรเลโซโท

ชาวราชอาณาจักรเลโซโทไม่เคยมาประเทศไทยแต่รู้ข่าวประเทศไทยจากสื่อมวลชน โดยติดตามข่าวสารที่ได้รับว่า ประเทศไทยไม่น่ามาท่องเที่ยวเนื่องจากอากาศร้อน มีอาชญากรรมมาก มีความเสี่ยงสูง มีโสเภณีมาก มีเวทมนต์ การเดินทางลำบากไม่มีเที่ยวบินตรง ความเชื่อบางอย่างดูน่ากลัว มีข่าวนักท่องเที่ยวถูกฆ่าตายบ่อย ผู้นำประเทศพูดถึงนักท่องเที่ยวผู้หญิงไม่ค่อยดี^{๑๘} และการเมืองภายในไม่นิ่ง

นักท่องเที่ยวชาวไทย

คำถามปลายเปิดที่ใช้ถามนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นได้ถามว่า ในลักษณะเป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งพบว่า มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย ดังต่อไปนี้

๑.สถานที่ควรต้องรักษาความสะอาด บุธนะให้อยู่ในสภาพที่ไม่ก่อให้เกิดอันตรายและไม่ทรุดโทรม

๒.สถานที่ในเชิงวัฒนธรรมควรต้องมีความสงบไม่อยู่ในรูปของธุรกิจจนเกินไป

๓.ควรมีความสะดวกและความปลอดภัยในเรื่องของการเดินทาง

๔.คนไทยไม่ควรจะมีเล่ห์กลโกงกับนักท่องเที่ยว และควรเป็นเจ้าบ้านที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ

๕. ตามสถานที่ท่องเที่ยวควรมีภาษาอังกฤษเพื่อสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว

๖. รัฐบาลควรทำวัฒนธรรมไทยมาใช้ในการทำประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยวให้มาก ๆ เนื่องจากวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่สวยงาม

๔. ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม

ผลการศึกษาของงานวิจัยเรื่องที่ศึกษากับกลุ่มประชาชนในประเทศอินโดนีเซียและประเทศอินโดนีเซียต่างพบว่า การเปิดรับข่าวสารการท่องเที่ยวไทยมีความสัมพันธ์กันกับการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดนีเซีย (รวมทั้งมาเลเซียและอินโดนีเซีย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลมีความสัมพันธ์กับระดับความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดนีเซีย (รวมทั้งมาเลเซียและอินโดนีเซีย) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๕ ผลของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการตั้งข้อสันนิษฐานว่าในการศึกษาครั้งนี้ด้วยเช่นกัน^{๑๙}

^{๑๘} กรณีนายภักดิ์ประยุทธ์ จันทริโอชา พูดถึงนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษถูกฆ่าข่มขืน ๒ ศพ ว่าบางครั้งนักท่องเที่ยวก็แต่งกายล่อแหลม

^{๑๙} กล่าวแล้วในบทที่ ๒

ตอนที่ ๓ ชุดมโนทัศน์พล็อตละครโทรทัศน์ เนื้อหาทางวัฒนธรรม และเนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

พล็อตละครโทรทัศน์หมายถึงเค้าโครงของเรื่องที่เห็นเด่นชัด เป็นสิ่งสำคัญที่ครอบคลุมเรื่องทั้งหมดของละครโทรทัศน์

๑.พล็อตละครโทรทัศน์ที่นิยมในประเทศอาเซียน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์ไทยที่ฉายในต่างประเทศ ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ พบว่าพล็อตดังต่อไปนี้เป็นที่นิยมในแต่ละประเทศในอาเซียน

พล็อตผี

ประเทศสิงคโปร์มีความชื่นชอบภาพยนตร์เรื่อง ‘พี่มาก..พระโขนง’ นั้นหมายความว่าพล็อตละครโทรทัศน์ที่ชาวสิงคโปร์ชื่นชอบก็อาจเป็นพล็อตเกี่ยวกับผีแต่เป็นผีที่ลักษณะตลกหรือเป็นผีที่มีลักษณะไม่น่ากลัว ซึ่งแตกต่างจากชาวอินโดนีเซียที่ชื่นชอบพล็อตผี แต่เป็นผีที่น่ากลัวอย่าง เรื่อง ‘ลัดดาแลนด์’ จนกระทั่งสามารถติด Box Office อันดับ ๑ ของอินโดนีเซีย

พล็อตเรื่องราวเกี่ยวกับวัยรุ่น

ชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบหนังไทยจำนวนมากโดยเฉพาะหนังแนวโรแมนติกของวัยรุ่นอย่าง ‘สิ่งเล็กๆ ที่เรียกว่ารัก’ มีการพบแฟนคลับของดาราไทยอย่างมาริโอ้ เมาเออร์ คุณชาคริต แย้มนาม เช่นเดียวกันกับชาวมาเลเซียและสิงคโปร์แต่ไม่มากเท่าชาวอินโดนีเซีย นอกจากนี้ซีรีส์เรื่อง ฮอริโมน วัยว้าวุ่น ก็ยังเป็นที่ยอดนิยมในหลายประเทศอย่างประเทศเวียดนาม กัมพูชา

พล็อตรักโรแมนติกและตลก

ภาพยนตร์เรื่อง ‘กวนมินฮุย’ ซึ่งเป็นมีพล็อตหลักคือ ตลก แต่ก็ยังเป็นเรื่องราวของความรักในต่างแดน ดังนั้นจึงเป็นการผสมผสานกันระหว่างตลกและความรัก ซึ่งพบว่าชาวอินโดนีเซียชื่นชอบพล็อตชอบในลักษณะดังกล่าวนี้

พล็อตเกี่ยวกับแสดงชีวิตของคนในสังคม

ชาวเวียดนามตามนิยมนิยายละครที่แสดงเนื้อหาในสังคม เช่นเดียวกันกับชาวกัมพูชาชื่นชอบละครเรื่อง ‘ไทรโคก’ ซึ่งละครเรื่องไทรโคกนั้นได้ผสานกันระหว่างชีวิตคนในสังคม รัก ความขัดแย้ง เป็นต้น

พล็อตละครโทรทัศน์ไทยนั้นอาจเป็นพล็อตผี ตลก ความผูกพันการเป็นครอบครัว ศาสนา สังคมคนรวย-จน แนววิทยาศาสตร์ ความขัดแย้ง ซึ่งเป็นเรื่องพื้นฐานของชุมชนแบบไทยๆ ซึ่งสามารถสร้างความชื่นชอบให้กับกลุ่มประเทศอาเซียนเนื่องจากภูมิภาคเอเชียมีลักษณะร่วมคล้ายๆ กัน”(สัมภาษณ์ พานู อารี วันที่ ๒๐ ธันวาคม ๒๕๕๔)

จากการศึกษาพบว่า ละครโทรทัศน์ที่แต่ละประเทศชื่นชอบนั้นอยู่ในลักษณะที่มีการผสมผสานกันไปมาระหว่างพล็อต เช่น พล็อตผีผสมผสานกับตลก วัยรุ่นผสมผสานกับรักโรแมนติก และความขัดแย้งผสมผสานกับศาสนา

การกำหนดกรอบตัวแปรพล็อตละครโทรทัศน์

จากการรวบรวมเอกสารเกี่ยวกับพล็อตพบว่ามีอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดที่การวิจัยครั้งนี้ไม่สามารถนำกลับไปพิสูจน์ทดสอบได้หมด จึงได้ทำการคัดเลือกโดยการพิจารณาพล็อตที่ได้รับการกล่าวถึงในเนื้อหาภาพยนตร์ไทยที่ฉายในต่างประเทศ ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ โดยพบว่าพล็อตที่สามารถสร้างการรับรู้ได้ดีในกลุ่มประเทศอาเซียน ประกอบด้วย ๖ พล็อตหลัก ซึ่งแต่ละพล็อตมีพล็อตหลักและพล็อตรองในแต่ละพล็อตดังนี้

พล็อตศาสนา

เนื้อเรื่องตามหลักศาสนา (การทำตามความเชื่อทางศาสนา) เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต (ละครตัวเอก คือ คนร้ายแต่พ่ายแพ้ความดีในที่สุด) เนื้อเรื่องเป็นเรื่องเหลือเชื่อทางศาสนา (การเวียนว่ายตายเกิด (rebirth) เป็นแนวความเชื่อทางศาสนาพุทธ) เนื้อเรื่องไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่นการสลับร่างหรือการหายตัวได้ (เป็นเรื่องของอำนาจพิเศษ ซึ่งไม่ใช่คำสอนแต่เป็นความเชื่อ)

พล็อตผี

ผีหลุกมูไปมา ผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญาณ ผีไม่น่ากลัวจับต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคน ผีไม่น่ากลัว ตลก ผีทำจากเรื่องจริง ผีมีเวทย์มนต์และคาถา และผีแฝงแนวคิดศาสนา

พล็อตวัยรุ่น

ความรักวัยรุ่นตามครรลอง การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น การแสดงความรักในวัยรุ่น เรียน ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว

พล็อตชีวิตในสังคมคนรวยความล้มเหลวในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวย แสดงการรักษาภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกหลวงว่าเป็นคนรวย แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย

พล็อตแนววิทยาศาสตร์

วิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต วิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลอง วิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม

พล็อตความขัดแย้ง

ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ ความขัดแย้งระหว่างศาสนา

พล็อตเรื่องที่รวบรวมมานั้นมีลักษณะที่ผสมผสานกันไปมาระหว่างพล็อต เช่น พล็อตผีผสมผสานกับตลก วัยรุ่นผสมผสานกับรักโรแมนติกและความขัดแย้งผสมผสานกับศาสนา เป็นต้น

๒.เนื้อหาทางวัฒนธรรม (contents) สำหรับละครโทรทัศน์

เนื้อหาทางวัฒนธรรมสำหรับละครโทรทัศน์ เป็นเนื้อหาสำหรับข้อเสนอแนะว่าจำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยสากลที่สามารถสร้างการรับรู้ และกระตุ้นให้เกิดความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยสอดแทรกไว้ละครโทรทัศน์ไทย และควรต้องปรากฏระหว่างการนำเสนอละครโทรทัศน์ในแต่ละครั้ง เนื้อหาจำเป็นที่ต้องปรากฏมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรม

การกำหนดตัวกรอบแปรเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย

จากการสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง โดยเฉพาะเรื่องที่ ๒ และเรื่องที่ ๔ สิ่งที่น่าสนใจที่ควรรู้จักและต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ได้นำมาเป็นเนื้อหาที่ควรปรากฏในละครโทรทัศน์ ดังนี้

วัฒนธรรมไทยสากลที่ชาวอินโดจีนรู้จัก ๓ อันดับแรก ประกอบด้วย

กลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วยวัฒนธรรมอาหาร สิ่งทอไทย

กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วยวัฒนธรรม การตกแต่งร่างกาย และภาษาไทย

กลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยวัฒนธรรม คติชาวบ้าน และพิธีพื้นบ้านไทย

อาหารไทยเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการรับรู้มากที่สุด ส่วนวัฒนธรรมที่รับรู้รองลงมาคือ การตกแต่งร่างกายแบบไทย สิ่งทอไทย รำไทย พิธีพื้นบ้าน และการศึกษาไทย

ส่วนในกลุ่มที่ได้รับการจัดอันดับท้ายๆ ส่วนใหญ่มักเกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความลึกลับมากที่สุด เป็นความคิดในลักษณะที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จึงได้นำวัฒนธรรมที่ชาวอินโดจีนรู้จักเกี่ยวกับไทยในลำดับต้นๆ และรู้จักน้อยที่สุดมาเป็นตัวแปรศึกษา^{๒๐} ดังต่อไปนี้คือ *ความเชื่อแบบไทย สิ่งทอและเครื่องประดับ พิธีพื้นบ้าน อาหารไทย การแสดง การพยากรณ์ คติชาวบ้าน การศึกษาไทย การแต่งงาน และการบำบัดโรค* โดยในแต่ละตัวแปรมีตัวแปรย่อยที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ชาวอินโดจีน^{๒๑} ต้องการเข้าร่วมดังนี้ มีตัวละครสักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม มีการแสดงถึงการสักเพื่อความเชื่อเรื่องความคงกระพัน มีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์ มีเรื่องความเชื่อ โชคลาง เสริมเสน่ห์ ความร่ำรวยแบบไทย มีความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์จากสัตว์ทัก ความฝันหรือเหตุการณ์พิเศษ การแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทย แสดงการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทย การใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย วิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร วิถีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณ การใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร การใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหาร การจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย อาหารไทยโบราณในฉากละคร เช่น อาหารชาววัง อาหารไทยประยุกต์ อาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ อาหารไทยสูตรแปลกใหม่ อาหารหรูหรา อาหารไทยริมถนน (street food) เช่น ผัดไท ข้าวราดแกง การรำไทย การเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง การแสดงโขน แสดงละครหุ่นเล็ก การรำตามภาคต่างๆ เช่น มโนราห์ เซิ้ง ลิเก เรื่องเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ มีแสดงการกระทำเพื่อแก้บน กระบวนการตามพิธีทางศาสนา การผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ การแสดงพิธีกรรมตามความเชื่อต่าง ๆ การแสดงพิธีแก้กรรม เพื่อเสริมความเชื่อแก้ร้ายให้กลายเป็นดี พิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย การละเล่นโบราณของไทย การแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณ การละเล่นพื้นบ้านของไทย สถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณ การประกอบการเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ การแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางกระบวนการคิดระหว่างครูกับนักเรียน การแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาของระบบการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา เป็นต้น การแต่งงานแบบไทยสากล การแต่งงานแบบไทยโบราณ การแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น แต่งงานแปลก เช่น ใต้สมุทร บนฟ้า การแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือ การแพทย์แผนปัจจุบัน เช่น ตัวเอกเป็นหมอ การใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค การนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรค พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่น ทำบุญต่ออายุ พิธีทางความเชื่อเรื่องผีเพื่อบำบัดโรค เช่น การเข้าทรงเพื่อรักษาโรค การใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอด

ส่วนสถานที่ที่ต้องการมาเยี่ยมชมเมื่อมีโอกาสมาเที่ยวในประเทศไทยประกอบ วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ และสถานบันเทิงเรีงรมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร พัทยา

^{๒๐} การศึกษาวัฒนธรรมไทยสากลที่มีการรู้จักน้อยนั้น เพื่อว่าเป็นการยืนยันผลและอาจค้นหาข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น

^{๒๑} เรียกกลุ่มตัวอย่างว่าอินโดจีน เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้ไม่ได้ศึกษาครอบคลุมทุกประเทศในอาเซียน

๓. เนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์พบว่านอกจากเนื้อหาที่ทางวัฒนธรรม ยังพบว่ามีเนื้อหาอื่นที่สามารถสอดแทรกในละครโทรทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เรียกว่า องค์ประกอบเชิงพาณิชย์

การกำหนดตัวกรอบเนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากรายการ ‘Good Morning ASEAN’ รายการวิทยุ ‘Good Morning ASEAN’ และรายการ ‘Beyond ASEAN สู่นาคตประเทศอาเซียน’ พบแนวทางการกำหนดเนื้อหาเชิงพาณิชย์ได้ดังนี้

ประเทศกัมพูชา

เนื้อหาควรมีการสอดแทรกสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะน้ำตาลทราย ซอสปรุงรส ปลากระป๋อง และซอสพริกที่มีรสเผ็ดน้อย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และสินค้าอุปโภคที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพู ผงซักฟอก ครีมนำรุงผิว และชุดเครื่องครัวทำด้วยพลาสติก จำพวกถ้วย ชาม จาน ถาด และฝาชี สินค้าเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ข้าวหอมมะลิและสินค้าปลอดสารพิษ

การแสดงสถานที่เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า แฟชั่น ร้านอาหารไทย รวมทั้งแบบบ้านและสินค้าด้านการก่อสร้าง และการตกแต่งบ้าน การกระตุ้นสามารถกระทำได้ด้วยการชิงโชค

ประเทศบรูไน^{๒๒}

เนื้อหาควรมีการสอดแทรกสินค้า เช่น เสื้อผ้าชาวมุสลิมและอาหารฮาลาล

ประเทศฟิลิปปินส์

เนื้อหาสอดแทรกเกี่ยวกับความสวยงามของผู้หญิง เนื่องจาก ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสนใจเครื่องสำอางไทย โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เสริมความงามที่ให้ผลอย่างรวดเร็วทันใจ และเครื่องสำอางประเภทกลิ่นหอมเป็นสำคัญ

ประเทศมาเลเซีย

เช่นเดียวกับฟิลิปปินส์ เนื้อหาสอดแทรกเกี่ยวกับความสวยงามของผู้หญิง เนื่องจาก ชาวมาเลเซียให้ความสนใจเครื่องสำอางไทย รวมถึงสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ไทยส่งไปทำการตลาดและเป็นที่นิยมในประเทศมาเลเซียนั้นเป็นที่นิยมอย่างมากโดยเฉพาะแป้งน้ำแสบี้

นอกจากนี้ชาวมลายูยังนิยมอาหารโฮมเมดรสชาติเข้มข้น สินค้ามีคุณภาพสูง อีกทั้งการแสดงควรสอดแทรกบ้านเรือนหรือหอรรมีสระว่ายน้ำ เพื่อสร้างการรับรู้ต่อสินค้าไทย

ประเทศเมียนมา

บ้านเรือนที่ทันสมัย สวยงาม อาหาร ปิ่นโต สินค้าเกษตร เครื่องสำอาง เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าแตะ เสื้อผ้า ไฟฟ้า เครื่องจักรกลและวัสดุก่อสร้าง นมถั่วเหลืองไทยซึ่งมีรสชาติถูกปาก มีทั้งน้ำตาลน้อย มีน้ำตาล ซึ่งมีความหลากหลาย บรรจุภัณฑ์ถือง่าย สินค้าสุขภาพ โรงพยาบาล สินค้าเกี่ยวกับศาสนา เครื่องดื่มชูกำลัง สบู่ แบรินด์ซูปเปอร์

ประเทศลาว

สินค้าไทย เครื่องปรุงอาหาร ของใช้ในครัวเรือนสถานที่ท่องเที่ยวในไทยรวมถึงการมาเยี่ยม ชมสักการะพระตามวัดต่างๆ

^{๒๒} บรูไน เป็นประเทศที่ปรากฏตามสื่อมวลชนน้อย

ประเทศเวียดนาม

เครื่องประดับ กาแฟ มอเตอร์ไซด์ อาหาร เครื่องปรุงรส ของใช้ในครัวเรือน สินค้าใช้กับร่างกาย ความสวยความงาม ที่ต้องมีภาษาไทยกำกับเนื่องจากให้ความเชื่อถือกับผลิตภัณฑ์ของไทย

นิยมอาหารไทย โดยเฉพาะปูผัดผงกระหรี่ ต้มยำกุ้ง ผัดไทกุ้งสดและส้มตำ แต่รสชาติต้องปรับให้เหมาะกับชาวเวียดนามที่ไม่กินเผ็ดและลดความจัดจ้านลงบ้าง คนเวียดนามนิยมร้านที่สะอาดไม่ต้องตกแต่งมากมายแต่ให้ดูหรูเรียบง่ายเหมาะกับการรับประทานอาหาร

เวียดนามจะให้ความสำคัญราคาค่อนข้างมาก

ประเทศสิงคโปร์

อาหารไทย สิงคโปร์ชื่นชอบมะพร้าว น้ำหอมของไทยมาก

ประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้นการดำเนินชีวิตมักอยู่ภายใต้การปฏิบัติทางศาสนาอิสลามเป็นสำคัญ นิยมน้ำพริกของไทยมาก โดยรสชาติต้องไม่เผ็ดน้อยลง อีกทั้งยังมีการรับประทานบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเช่นเดียวกันกับไทย แต่ลักษณะมีความแตกต่างกันไปตามความนิยมของคนในประเทศ ชาวอินโดนีเซียนิยมอาหารไทยแต่ต้องใช้ของอย่างดีคัดสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ

อินโดนีเซียเป็นเป้าหมายในการทำการตลาดเครื่องสำอางประเภทแป้งของไทยเนื่องจาก ชาวอินโดนีเซียมีลักษณะและผิวพรรณใกล้เคียงกับไทย

๔. ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการสำรวจความคิดเห็น

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์รายการวิทยุและโทรทัศน์ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ได้แนวคิดซึ่งถือเป็นข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการสำรวจความคิดเห็นของการศึกษาในครั้งนี้ดังนี้

๔.๑ ระดับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ดังนี้

ข้อสันนิษฐานที่ ๑. กลุ่มประเทศอาเซียนมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ฝั มากที่สุด

ข้อสันนิษฐานที่ ๒. กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารไทยมากที่สุด

๔.๒ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กัน ดังนี้

ข้อสันนิษฐานที่ ๓ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานที่ ๔ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ข้อสันนิษฐานที่ ๕ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมไทยสากล กิจกรรมและสถานที่ที่ต้องการของนักท่องเที่ยวจากประเทศอินโดจีนนั้น ได้ปรับคำถามให้เหมาะสมกับลักษณะของเนื้อหาสำหรับละครโทรทัศน์

อีกทั้งสิ่งที่นักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศต้องการเมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยววนั้น จะนำไปเป็นพล็อตและเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ โดยจะนำไปสร้างเป็นคำถามเพื่อทำการสำรวจกลับเข้าไปในกลุ่มประเทศอาเซียน ดังจะนำเสนอในบทที่ ๖ และนำผลที่ได้จากการสำรวจ ไปจัดกลุ่มเพื่อค้นหารูปแบบ (pattern) ความเหมือนของปรากฏการณ์ต่างภายใต้ตัวแปรที่กำหนด เพื่อนำผลมาสร้างเป็นแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งจะนำเสนอในบทที่ ๗ ตามลำดับต่อไป

บทที่ ๖

พฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ ความต้องการพล็อต (plots) และเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน

บทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒.๑ เพื่อค้นหาพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าว ในบทนี้เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการเชิงปริมาณ มีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และทำการประมวลผลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเพื่อการจัดกลุ่ม โดยมีองค์ประกอบดังนี้

ขั้นตอนดำเนินการ

การศึกษาในบทนี้มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

๑.เครื่องมือการวิจัย

แบบสำรวจสำหรับการรวบรวมความคิดเห็นเกิด สร้างจากแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและผลการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศในกลุ่มอาเซียน^๑ นำข้อมูลมาสร้างเป็นข้อคำถามปลายปิดและปลายเปิด แบ่งเป็น ๔ ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนที่ ๑ คำถามเกี่ยวข้องกับลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในประเทศอาเซียน

เป็นคำถามซึ่งถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลคือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ปริมาณการเปิดรับละคร ลักษณะเรื่องที่เปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับละครต่างชาติ เหตุผลที่เปิดรับละครโทรทัศน์ ช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์

คำถามในตอนนี้ส่วนใหญ่ใช้สำหรับการวิเคราะห์เพื่อนำผลไปช่วยในการพิจารณาพฤติกรรมในการเปิดรับและเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะต่างๆ รวมทั้งช่วยในการอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ ๒ คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน

คำถามที่ใช้สำหรับการสำรวจในครั้งนี้เป็นการออกแบบภายใต้คำนิยามของ Westerwick (2015:261) กล่าวถึงความหมายของพฤติกรรมในการเปิดรับ โดยให้ความสำคัญไปในเรื่องของ การแสวงหาข่าวสารและการใช้สื่อเพื่อเข้าถึงข่าวสาร ซึ่งพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่ศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดให้ ‘พฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ เป็นการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์’ ซึ่งประกอบด้วย ๒ ลักษณะสำคัญคือ

๒.๑. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ ความถี่ ลักษณะละครโทรทัศน์ที่ชื่นชอบ และการใช้ช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

๒.๒. การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ ซึ่งหมายถึง การค้นหาละครโทรทัศน์ รวมทั้ง ข่าวสารที่เกี่ยวข้องเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจผ่านช่องทางการสื่อสารหรือสื่อ

^๑ ผลการค้นพบจากบทที่ ๒ บทที่ ๔ และบทที่ ๕

ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งในการวิจัยนี้กำหนดให้ช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์ คือ สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล (ซึ่งหมายถึงเพื่อน)

ดังนั้นคำถามจึงประกอบด้วยพฤติกรรมการเปิดรับละครซึ่งต้องครอบคลุมกับละครต่างชาติ เพื่อหวังผลสำหรับข้อเสนอแนะในการเข้าถึงละครไทย โดยเน้นไปที่ช่องทางอินเทอร์เน็ตซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างประเทศและสื่อบุคคลเพิ่มอีกหนึ่งสื่อ เนื่องจากเป็นผลการสำรวจจากงานวิจัยเรื่อง ‘พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน (๒๕๕๗)’ ที่พบว่าช่องทางทั้ง ๒ นี้ ประชาชนในอินโดจีนใช้เพื่อเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ทำให้การศึกษาครั้งนี้จึงตั้งคำถามเกี่ยวกับประเด็นดังนี้

คำถามประกอบด้วยพฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง YouTube การดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ การดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ การดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์เพราะเพื่อนแนะนำ ดูละครโทรทัศน์เพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) ดูละครโทรทัศน์และอ่านเรื่องย่อตามอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

ในตอนนี้ได้แทรกคำถามเกี่ยวกับความต้องการองค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง องค์ประกอบละครโทรทัศน์อันประกอบด้วย บทละครโทรทัศน์ นักแสดง ศิลปกรรม การแต่งหน้าทำผม เครื่องแต่งกาย เครื่องแต่งกาย การตัดต่อ เพลงประกอบเนื้อเรื่อง^๒ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ :๒๕๕๗) โดยได้ทำการคัดเลือกองค์ประกอบที่สามารถต่อยอดทางการตลาดด้านอื่น^๓

ส่วนที่ ๓ คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

พล็อต คือเค้าโครงของเรื่องที่เห็นเด่นชัด เป็นสิ่งสำคัญที่ครอบคลุมเรื่องทั้งหมด ในการวิจัยครั้งนี้ได้คัดเลือกพล็อตซึ่งเป็นที่นิยมในกลุ่มประเทศอาเซียนจำนวน ๖ พล็อต^๔ ประกอบด้วย พล็อตศาสนา ฆี วัยรุ่น สังคมคนรวย แนววิทยาศาสตร์ และความขัดแย้ง

อีกทั้งยังได้ทำการศึกษาองค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง องค์ประกอบละครโทรทัศน์อันประกอบด้วย บทละคร นักแสดง ศิลปกรรม การแต่งหน้าทำผม เครื่องแต่งกาย การตัดต่อ^๕ โดยได้ทำการคัดเลือกองค์ประกอบที่สามารถต่อยอดทางการตลาดด้านอื่น^๖

ส่วนที่ ๔ ความต้องการวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์ไทย

ในการสำรวจนี้ได้ใช้วัฒนธรรมไทยสากลเป็นตัวแปรหลัก เนื่องจากผลการสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง ๔ เรื่องพบว่า^๗ วัฒนธรรมไทยสากลที่คนทั่วไปรู้สึกและปรากฏอยู่ในทุกสังคม อีกทั้งเป็นวัฒนธรรมที่พบว่าชาวอินโดจีน ต้องการเห็นหรือเข้าร่วมเมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยวไทย ดังนั้น ซึ่งประกอบด้วย

^๒ องค์ประกอบละครโทรทัศน์ในบทที่ ๒

^๓ การคัดเลือกองค์ประกอบละครในบทที่ ๕

^๔ ผลการคัดเลือกพล็อต ในบทที่ ๕

^๕ องค์ประกอบละครโทรทัศน์ในบทที่ ๒

^๖ การคัดเลือกองค์ประกอบละครในบทที่ ๕

^๗ ผลการวิเคราะห์งานวิจัย ๔ เรื่องเกี่ยวกับการเปิดรับวัฒนธรรมไทยสากล และความต้องการท่องเที่ยวไทย ในบทที่ ๕

ความเชื่อแบบไทย สิ่งทอและเครื่องประดับ พืชพื้นบ้าน อาหาร การแสดง การพยากรณ์ คติชาวบ้าน การศึกษาไทย การแต่งงาน และการบำบัดโรคโดยระบุให้เป็นเรื่องเกี่ยวกับไทย

ในส่วนนี้ได้แทรกถามเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของไทย เนื่องจากเป็นสถานที่นักท่องเที่ยวต้องการเห็นหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลที่ได้ใช้เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการสอดแทรกเรื่องเกี่ยวกับสถานที่เพื่อต่อยอดทางการท่องเที่ยว

คำถามปลายเปิด

ถามในลักษณะกว้างในเชิงลบและบวกเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย เพื่อรวบรวมสำหรับข้อเสนอแนะทางการผลิตละครโทรทัศน์ไทย

๒.การหาคุณภาพของเครื่องมือก่อนการใช้จริง

ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) โดยอาศัยดุลพินิจของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้รอบรู้เฉพาะเรื่อง (subject matter specialists) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, ๒๕๔๐:๑๑๗) ในสาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ การละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์และการวัดผลดังนี้

๑.รองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข อดีตคณบดีคณะวารสารศาสตร์และการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

๒.ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัมพร (นราพร) สังข์ชัย สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (ละครโทรทัศน์) คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

๓.ประภาส นวลเนตร สาขาภาพยนตร์ดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

๔.อาจารย์ ดร.เสกสรร ทองคำบรรจง ภาควิชาสถิติและการวัดผล คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้เชี่ยวชาญทั้ง ๔ มีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับแก้ดังต่อไปนี้

- ๑). การปรับแก้ภาษาที่สื่อไม่ชัดเจนและข้อความที่มีความซ้ำซ้อน
- ๒). ปรับแก้คำถามเกี่ยวกับการนำเสนอละครโทรทัศน์ ให้เป็นไปตามรูปแบบปัจจุบัน
- ๓). ปรับแก้ข้อความว่าจากรู้จักและไม่รู้จักเพื่อให้เป็นการใส่ค่าน้ำหนัก ๕ ระดับ (sating scale) เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการนำมาหาค่าทางสถิติ

๓.การลดอุปสรรคทางภาษา (semantic noise)

แบบสำรวจชุดนี้ได้เก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรที่ไม่ได้ใช้ภาษาไทย ดังนั้นจึงทำการลดความคลาดเคลื่อนอันเกิดจากอุปสรรคทางภาษา ด้วยวิธีการของนันทกา สวัสดิพานิชและสุจิตรา เทียนสวัสดิ์ (๒๕๕๔: ๑๙-๒๘) ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การแปลเครื่องมือวิจัยชุดต้นฉบับ (forward translation) จากภาษาไทยเป็นภาษาเป้าหมาย การแปลจะคำนึงถึงความหมายที่ถูกต้องและเป็นภาษาที่ใช้กันทั่วไปหรือใช้ในชีวิตประจำวันของประชาชนที่ใช้ภาษานั้นๆ รวมทั้งเหมาะสมสอดคล้องกับแต่ละวัฒนธรรม โดยกระทำได้ดังนี้

๑). ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการแปลภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษโดยนักศึกษาไทยที่ศึกษาในประเทศสหรัฐอเมริกา

๒). ทำการแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาเวียดนาม กัมพูชา อินโดนีเซีย โดยนักศึกษาจากวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย แปลเป็นภาษาลาวโดยอาจารย์ Douangsouda Keopaseuth มหาวิทยาลัยแห่งชาติลาว (ศิษย์เก่าวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย) ภาษาเมียนมา แปลโดยผู้เขียนบทละครไทยในเมียนมา (บริษัทร่วมทุน บริษัท BEC-TERO

ENTERPRIANMENT ในประเทศเมียนมา) ส่วนประเทศสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซียและบรูไนใช้ภาษาอังกฤษในการสำรวจ^๘

ขั้นตอนที่ ๒ การตรวจสอบเครื่องมือวิจัยฉบับแปลโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (review of the translated version by reviewer) เป็นการตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของภาษาที่ใช้ในการแปล ซึ่งบุคคลที่ตรวจสอบเครื่องมือฉบับแปลนั้นไม่ใช่บุคคลเดียวกับผู้แปลในขั้นตอนแรก ผู้ตรวจสอบครั้งนี้ประกอบด้วยอาจารย์ภาควิชาภาษาอังกฤษ และนักศึกษาจากกัมพูชา ลาว เมียนมา อินโดนีเซีย และเวียดนาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย^๙

ขั้นตอนที่ ๓ แบบสำรวจได้จัดพิมพ์เป็นภาษาเป้าหมาย จัดพิมพ์โดยนักศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

๓. นำแบบสำรวจที่พิมพ์เรียบร้อยแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่นหรือค่า alpha Cronbach ในประเทศเป้าหมาย เฉพาะข้อคำถามที่เป็นระดับ (scale)

๔. ความเชื่อมั่น (reliability)^{๑๐}

แบบสอบถามที่ได้ทำการแก้ไขและได้แปลเป็นภาษาของแต่ละชาติแล้ว ถูกนำไปทดสอบซ้ำกับกลุ่มตัวอย่างในประเทศกลุ่มอาเซียน ๑๐ ประเทศ ทุกประเทศมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่า .๘๕๓ นั้นหมายความว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง ๖.๑ แสดงผลการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแยกตามประเทศ

ประเทศ	ค่าความเชื่อมั่นข้อ ๑๑-๖๐	ค่าความเชื่อมั่น ข้อ ๖๑-๑๑๙	ระดับความเชื่อมั่น
กัมพูชา	.๘๗๔	.๙๔๒	ความเชื่อมั่นสูง
ไทย	.๙๓๖	.๙๖๑	ความเชื่อมั่นสูง
บรูไน	.๙๒๘	.๙๘๖	ความเชื่อมั่นสูง
ฟิลิปปินส์	.๙๐๕	.๙๒๒	ความเชื่อมั่นสูง
มาเลเซีย	.๘๙๒	.๙๕๙	ความเชื่อมั่นสูง
เมียนมา	.๙๒๓	.๙๓๒	ความเชื่อมั่นสูง
ลาว	.๙๓๐	.๙๘๑	ความเชื่อมั่นสูง
เวียดนาม	.๙๐๑	.๙๒๙	ความเชื่อมั่นสูง
สิงคโปร์	.๙๓๐	.๙๘๑	ความเชื่อมั่นสูง
อินโดนีเซีย	.๘๕๓	.๙๕๒	ความเชื่อมั่นสูง

๕. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้ใช้กลุ่มประชากรของประเทศอาเซียนทั้ง ๑๐ ประเทศ ประกอบด้วย ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน ที่ดูแลเครือข่ายโทรศัพท์ เพื่อทำการพิสูจน์ ทดสอบหรือยืนยันผลกลับไปสู่สมมติฐานชั่วคราวเรื่อง

^๘ ศึกษาในภาคผนวก ก.

^๙ คนละกลุ่มกับกลุ่มแปลต้นฉบับ

^{๑๐} ศึกษารายละเอียดเกณฑ์ในบทที่ ๒

ความสัมพันธ์ตามแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรมกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ไทย

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แท้จริง (infinite population) แต่เนื่องจากเป็นประชากรในระดับประเทศ จึงมีจำนวนประชากรจำนวนมาก ในการวิจัยครั้งนี้จึงได้ใช้สูตรของ Cochran (1957) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

เมื่อ n คือ จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P คือ สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม (โดยทั่วไปนิยมใช้สัดส่วน ๓๐% หรือ ๐.๓๐)

Z คือ ระดับความมั่นใจที่กำหนด หรือระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๑๐ เท่ากับ ๑.๖๕ (ความเชื่อมั่น ๙๐%) >> $Z = ๑.๖๕$

Z ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๕ เท่ากับ ๑.๙๖ (ความเชื่อมั่น ๙๕%) >> $Z = ๑.๙๖$

Z ที่ระดับนัยสำคัญ ๐.๐๑ เท่ากับ ๒.๕๘ (ความเชื่อมั่น ๙๙%) >> $Z = ๒.๕๘$

d คือ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (จะต้องสอดคล้องกับค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่นนั้นๆ) เช่น

ระดับความเชื่อมั่น ๙๐% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ๐.๑๐

ระดับความเชื่อมั่น ๙๕% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ๐.๐๕

ระดับความเชื่อมั่น ๙๙% สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ ๐.๐๑

ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยจะสุ่ม ๕๐% หรือ ๐.๕

Z = ระดับความมั่นใจกำหนดไว้ ๙๕%

จากข้อกำหนดข้างต้นสามารถระบุค่าในการคำนวณได้ดังนี้

Z มีค่าเท่ากับ ๑.๙๖ ที่ระดับความเชื่อมั่น ๙๕% (ระดับ .๐๕)

d มีสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ .๐๕ หรือ ๕%

จากสูตรสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$n = \frac{.๕(๑-.๕)(๑.๙๖)^2}{(๐.๐๕)^2}$$

$$n = \frac{๐.๙๖๐๔}{๐.๐๐๒๕}$$

$$n = ๓๘๔.๑๖$$

$n = ๓๘๔.๑๖$ หรือไม่ต่ำกว่า ๓๘๕ คน

ผลจากการคำนวณ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประเทศละไม่ต่ำกว่า ๓๘๕ คน และเนื่องจากข้อจำกัดของสถานที่ๆ ไม่คุ้นเคย จึงกำหนดให้การเลือกตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) ส่วนกลุ่มตัวอย่างเลือกด้วยวิธีการแบบบังเอิญ (accidental sampling) การเลือกแบบนี้จะเลือกจากประชากรตามสะดวก ข้อดีของการเลือกแบบนี้คือเป็นวิธีที่ง่าย สะดวก และประหยัดเวลา แต่ข้อจำกัดของวิธีการนี้คือ อาจได้กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เป็นตัวแทนที่ดี และส่งผลให้ขาดความเชื่อมั่นภายนอก (external validity) ซึ่งอาจทำให้ผลไม่สามารถนำไปใช้ได้กับกลุ่มประชากร ซึ่ง

การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างความเชื่อมั่นภายนอกของผล โดยทำการยืนยันผลการค้นพบในลักษณะนี้ เรียกว่า ‘สามเส้าด้วยผู้เชี่ยวชาญ (analyst triangulation)’^{๑๑}

ทำการสำรวจผ่านอินเทอร์เน็ตด้วยการใช้พื้นที่ร่วมกับสถาบันวิจัยเพื่อการประเมินและออกแบบนโยบาย (RIPED) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ข้อดีของอินเทอร์เน็ตลักษณะนี้คือสามารถดูการกระจายของ IP ของผู้ตอบได้ นอกจากนี้ยังทำการสำรวจผ่านเว็บไซต์ google และบุคคลโดยตัวแทนในแต่ละประเทศซึ่งประกอบด้วยศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันจากวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย รวมทั้งบุคคลในแต่ละประเทศดังนี้

ตารางที่ ๖.๒ แสดงสถานที่เก็บแบบสอบถาม ผู้ดำเนินการ และจำนวนแยกตามประเทศ

ประเทศ	สถานที่เก็บแบบสอบถาม	ผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสำรวจ	จำนวน /คน
กัมพูชา	เมืองหลวง สถานที่ราชการ ตลาด โรงเรียน มหาวิทยาลัยและทั่วไปตามท้องถนน	๑. นักศึกษานานาชาติสาขาการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ๒. นักศึกษาพยาบาลชาวกัมพูชาและตัวแทนอาจารย์มหาวิทยาลัยราชชมงคล จันทบุรี ๓. ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๔๗๓
ไทย	กระจายทั่วประเทศไทย	๑. นักศึกษาคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ๒. ผ่านอินเทอร์เน็ตระบบ google.doc ๓. ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๓๙๘
บรูไน	เมืองหลวง และตามมหาวิทยาลัย	๑. Director, Language Center Senior Lecture, Faculty of Arts and Social Sciences (FASS) Jointly Appointed Institute of Asian Studies (IAS), Universiti Brunei Darussalam (UBD) ๒. นักศึกษาแลกเปลี่ยนชาวบรูไน วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ๓. ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๓๘๘
ฟิลิปปินส์	เมืองหลวง ร้านค้า หน่วยราชการ ตลาด แหล่งช้อปปิ้ง	๑. Vice Chancellor for Academic and Research, De La Salle University-Dasmariñas ๒. ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๓๙๔
มาเลเซีย	มหาวิทยาลัยในกรุงกัวลาลัมเปอร์ และปีนัง	๑. ผ่านคณบดีคณะ School of Languages, Literacies and Translation (PPBLT) Universiti Sains Malaysia (USM), Penang, Malaysia ๒. International Relations Center	๓๙๙

^{๑๑} ดำเนินการในบทที่ ๙

ประเทศ	สถานที่เก็บแบบสอบถาม	ผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมแบบสำรวจ	จำนวน/ คน
มาเลเซีย (ต่อ)		Universiti Kebangsaan Malaysia, ๓.ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	
เมียนมา	ย่างกุ้ง ห้างร้าน เนปิดอร์ สถานที่ทั่วไป กองถ่าย ละครไทยในเมียนมา	๑.ศิษย์เก่าคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย หอการค้าไทย และทีมผู้สร้างละครไทยใน เมียนมา ๒.ศิษย์เก่าและนักศึกษาปัจจุบันวิทยาลัย นานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ๓. ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๓๙๗
ลาว	เมืองหลวง มหาวิทยาลัย สถานที่ราชการ และ ทั่วไปในเวียงจันทน์	๑.อาจารย์ Douangsouda Keopaseuth ๒.ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๔๐๘
เวียดนาม	เมืองหลวง และปริมณฑล ห้างร้าน และหมู่บ้านแถบ ชานเมือง	๑.นักศึกษานานาชาติ ปีการศึกษา ๒๕๕๙ สาขาการบิน มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต ๒. นักศึกษาปีการศึกษา ๒๕๕๙ วิทยาลัย นานาชาติ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ๒.ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๔๒๗
สิงคโปร์	เมืองหลวง	๑. นักศึกษาและนักวิจัยชาวสิงคโปร์ ๒. ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๓๘๗
อินโดนีเซีย	เมืองหลวงและกระจาย ทั่วไปตามเขตปริมณฑล	๑.กลุ่มนักศึกษาอินโดนีเซียมาศึกษาดูงานที่ ประเทศไทย ๒.ผ่านอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่	๔๔๙

จากตาราง ๖.๒ จะเห็นว่าจำนวนตัวอย่างมีทั้งสิ้น ๔,๑๑๐ คน โดยประเทศสิงคโปร์และบรูไน
ได้ใช้เวลาเก็บ ๑ ปี ซึ่งนานกว่าประเทศอื่นแต่สามารถเก็บได้ครบตามจำนวน

การวัดตัวแปร

เกณฑ์การให้คะแนนตัวแปร

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เกณฑ์ในการวัดตัวแปร โดยในแบบสอบถามความคิดเห็นแต่ละตอน มี
เกณฑ์การแบ่งระดับคะแนน (พวงรัตน์ ทวีรัตน์ ๒๕๔๒: ๑๐๘) ดังนี้

มากที่สุด	ได้	๕	คะแนน
มาก	ได้	๔	คะแนน
ปานกลาง	ได้	๓	คะแนน
น้อย	ได้	๒	คะแนน
น้อยที่สุด	ได้	๑	คะแนน

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้เกณฑ์ในการแปลผลค่าเฉลี่ย ระดับคะแนนรวมของตัวแปร ใน
แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีลักษณะคำถามแตกต่างกันดังนี้

ในการวิจัยครั้งนี้มีระดับคะแนน ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, ๒๕๓๙: ๖๔-๖๘)^{๑๒}

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	๔.๕๑-๕.๐๐	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	๓.๕๑-๔.๕๑	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	๒.๕๑-๓.๕๐	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	๑.๕๑-๒.๕๐	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	๑.๐๐-๑.๕๐	หมายถึง	น้อยที่สุด

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดให้ ค่า S.D.มีระดับของความหมายดังนี้

มากกว่า ๑.๗๕ มีความแตกต่างมาก

๑.๒๕ – ๑.๗๕ มีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก

น้อยกว่า ๑.๒๕ มีความแตกต่างน้อยหรือใกล้เคียงกัน

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pallant: 2005)

๐.๑๐ ถึง ๐.๒๙ หรือ -๐.๑๐ ถึง -๐.๒๙ มีความสัมพันธ์ระดับน้อย

๐.๓๐ ถึง ๐.๔๙ หรือ -๐.๓๐ ถึง -๐.๔๙ มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง

๐.๕๐ ถึง ๑.๐๐ หรือ -๐.๕๐ ถึง -๑.๐๐ มีความสัมพันธ์ระดับมาก

การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ในการวิจัยครั้งนี้จะแปลเพียงตัวแปรสองตัวว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่ อย่างไร และในระดับใด แต่จะไม่แปลความหมายในเชิงความเป็นเหตุเป็นผลของสองตัวแปรเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อศึกษาในเชิงเหตุผล

ในบทนี้มีการดำเนินการด้วยวิธีการเฉพาะแบ่งออกเป็น ๔ ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์

ตอนที่ ๒ ความต้องการพล็อตละครโทรทัศน์

ตอนที่ ๓ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม

ตอนที่ ๔ ความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์

ตอนที่ ๕ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นการนำเสนอข้อมูลการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้สถิติพรรณนา ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์

๑.๑ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ ๖.๓ แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และเพศ

ประเทศ	เพศ				รวม (จำนวน)
	ชาย		หญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
กัมพูชา	๒๕๗	๕๔.๓๓	๒๑๖	๔๕.๖๗	๔๗๓
ไทย	๑๗๖	๔๔.๒๒	๒๒๒	๕๕.๗๘	๓๙๘

^{๑๒} ดูคำอธิบายเกณฑ์การแปลผลในบทที่ ๒

ประเทศ	เพศ				รวม (จำนวน)
	ชาย		หญิง		
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
บรูไน	๑๙๔	๕๐.๐๐	๑๙๔	๕๐.๐๐	๓๘๘
ฟิลิปปินส์	๑๔๘	๕๖.๐๐	๒๔๖	๔๓.๐๐	๓๙๔
มาเลเซีย	๑๑๒	๒๘.๗๙	๒๗๗	๗๑.๒๑	๓๘๙
เมียนมา	๑๗๕	๔๔.๐๘	๒๒๒	๕๕.๙๒	๓๙๗
ลาว	๑๖๙	๔๑.๔๒	๒๓๙	๕๘.๕๘	๔๐๘
เวียดนาม	๑๙๓	๔๕.๒๐	๒๓๔	๕๔.๘๐	๔๒๗
สิงคโปร์	๓๕๗	๙๒.๒๕	๓๐	๗.๗๕	๓๘๗
อินโดนีเซีย	๑๕๗	๓๔.๙๗	๒๙๒	๖๕.๐๓	๔๔๙
รวม	๑๙๓๘	๔๗.๑๕	๒,๑๗๒	๕๒.๘๕	๔,๑๑๐

จากตาราง ๖.๓ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒,๑๗๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๘๕ และเป็นเพศชาย จำนวน ๑,๙๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๑๕ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน ๒๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๓๓ และเพศหญิง จำนวน ๒๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๖๗ ประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๗๘ และเพศชาย จำนวน ๑๗๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๒๒ ประเทศบรูไนมีจำนวนเพศหญิงและเพศชายเท่าๆกัน มีจำนวนกลุ่มละ ๑๙๔ คน ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๔๓ และเพศชาย จำนวน ๑๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๕๖ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๗๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๑.๒๑ และเพศชาย จำนวน ๑๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๗๙ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๙๒ และเพศชาย จำนวน ๑๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๐๘ ประเทศลาวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๕๘ และเพศชาย จำนวน ๑๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๔๒ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๘๐ และเพศชาย จำนวน ๑๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๒๐ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน ๓๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๒.๒๕ และเพศหญิง จำนวน ๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๗.๗๕ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๒๙๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๐๓ และเพศชาย จำนวน ๑๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๙๗

ตารางที่ ๖.๔ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และอายุ

ประเทศ	อายุ											
	≤ ๒๐		๒๑-๓๐ ปี		๓๑-๔๐ ปี		๔๑-๕๐ ปี		๕๑-๖๐ ปี		> ๖๐ ปี	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๔๐	๘.๔๖	๒๘๕	๖๐.๒๕	๙๓	๑๙.๖๖	๔๐	๘.๔๖	๑๔	๒.๙๖	๑	๐.๒๑
ไทย	๑๑๓	๒๘.๓๙	๒๑๖	๕๕.๒๗	๓๓	๘.๒๙	๒๕	๖.๒๘	๗	๑.๗๖	๔	๑.๐๑
บรูไน	๓๕	๙.๐๒	๒๕๘	๖๖.๕๐	๒๑	๕.๔๑	๒๐	๕.๖๗	๒๘	๗.๒๒	๒๔	๖.๑๘
ฟิลิปปินส์	๒๕๘	๖๕.๔๘	๖๘	๑๗.๒๖	๒๙	๗.๓๖	๒๖	๖.๖๐	๑๓	๓.๓๓	๐	๐.๐๐
มาเลเซีย	๗๕	๑๙.๒๘	๒๑๐	๕๓.๙๘	๖๓	๑๖.๒๐	๒๗	๖.๙๔	๑๑	๒.๘๓	๓	๐.๗๗
เมียนมา	๘๐	๒๐.๑๕	๒๒๒	๕๕.๙๒	๔๕	๑๑.๓๔	๓๖	๙.๐๗	๗	๑.๗๖	๗	๑.๗๖
ลาว	๘๖	๒๑.๐๘	๑๘๙	๔๖.๓๒	๙๕	๒๓.๒๘	๓๐	๗.๓๕	๘	๑.๙๖	๐	๐.๐๐
เวียดนาม	๑๙๓	๔๕.๒๐	๑๔๕	๓๓.๙๖	๔๙	๑๑.๔๙	๓๐	๗.๐๓	๑๐	๒.๓๔	๐	๐.๐๐

ประเทศ	อายุ (ต่อ)											
	≤ ๒๐		๒๑-๓๐ ปี		๓๑-๔๐ ปี		๔๑-๕๐ ปี		๕๑-๖๐ ปี		> ๖๐ ปี	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
สิงคโปร์	๒๐	๕.๑๗	๒๘๕	๗๓.๖๔	๖๕	๑๖.๘๐	๑๐	๒.๕๘	๗	๑.๘๑	๐	๐.๐๐
อินโดนีเซีย	๑๐๕	๒๓.๓๘	๒๙๓	๖๕.๒๖	๑๗	๓.๗๙	๑๐	๒.๒๓	๒๒	๔.๙๐	๒	๐.๔๔
รวม	๑๐๐๕	๒๔.๔๕	๒,๑๗๑	๕๒.๘๒	๕๑๐	๑๒.๕๑	๒๕๖	๖.๒๓	๑๒๔	๓.๐๙	๔๑	๐.๙๙

จากตาราง ๖.๔ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒,๑๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๘๒ รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๑๐๐๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๔๐ และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า ๖๐ ปี จำนวน ๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๙๙ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒๘๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๒๕ รองลงมาอยู่ในช่วง ๓๑-๔๐ ปี จำนวน ๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๖๖ และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า ๖๐ ปี จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๑ ประเทศไทยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๒๗ รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๑๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๓๙ และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า ๖๐ ปี จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๐๑ ประเทศบรูไนส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๐.๐๐ รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๐๒ ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๒๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๔๘ รองลงมาอยู่ในช่วง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๒๖ และในช่วงอายุมากกว่า ๖๐ ปี มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๙๘ รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๒๘ และน้อยที่สุดมีอายุมากกว่า ๖๐ ปี จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๗๗ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๙๒ รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๘๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๑๕ และน้อยที่สุดอยู่ในช่วง ๕๑-๖๐ ปี และมากกว่า ๖๐ ปี จำนวนกลุ่มละ ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๗๖ ประเทศลาวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๑๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๓๒ รองลงมาอยู่ในช่วง ๓๑-๔๐ ปี จำนวน ๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๒๘ ส่วนในช่วงอายุมากกว่า ๖๐ ปี มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี จำนวน ๑๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๒๐ รองลงมาอยู่ในช่วง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๑๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๙๖ ส่วนในช่วงอายุมากกว่า ๖๐ ปี มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๒๘๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๓.๖๔ รองลงมาอยู่ในช่วง ๕.๑๗ ปี และน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๘๐ และ ๗.๖๙ ตามลำดับ ส่วนในช่วงอายุ ๖๐ ปี มีจำนวนเท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง ๒๑-๓๐ ปี จำนวน ๑๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๕.๒๖ รองลงมาอยู่ในช่วงน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี และ ๓๑-๔๐ ปี คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๓๘ และ ๓.๗๙ ตามลำดับ

ตารางที่ ๖.๕ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และการศึกษา

ประเทศ	การศึกษา											
	ต่ำกว่ามัธยมปลาย		มัธยมปลาย/ปวช.		อนุปริญญา/ปวส.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๒๑	๔.๔๔	๕๙	๑๒.๔๗	๕๓	๑๑.๒๑	๒๙๕	๖๒.๓๗	๔๕	๙.๕๑	๐	๐.๐๐

ประเทศ	การศึกษา (ต่อ)											
	ต่ำกว่า มัธยมปลาย		มัธยมปลาย/ ปวช.		อนุปริญญา/ ปวส.		ปริญญาตรี		ปริญญาโท		ปริญญาเอก	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
ไทย	๑๔	๓.๕๒	๔๑	๑๐.๓๐	๔๐	๑๐.๐๕	๒๘๑	๗๐.๖๐	๑๐	๒.๕๑	๑๔	๓.๖๐
บรูไน	๐	๐.๐๐	๓๙	๑๐.๐๕	๘๖	๒๒.๑๖	๑๙๕	๕๐.๒๖	๕๔	๑๓.๙๒	๐	๐.๐๐
ฟิลิปปินส์	๑๒	๓.๐๕	๘๘	๒๒.๓๓	๓๕	๘.๘๘	๒๑๑	๕๓.๕๕	๒๕	๖.๓๔	๒๓	๕.๘๔
มาเลเซีย	๐	๐.๐๐	๑๒	๓.๐๘	๑๘	๔.๖๓	๒๖๐	๖๖.๘๔	๘๔	๒๑.๕๙	๑๕	๓.๘๖
เมียนมา	๗	๑.๗๖	๒๔	๖.๐๕	๐	๐.๐๐	๓๐๒	๗๖.๐๗	๖๔	๑๖.๑๒	๐	๐.๐๐
ลาว	๓๗	๙.๐๗	๖๕	๑๕.๙๓	๗๘	๑๙.๑๒	๑๘๔	๔๕.๑๐	๔๔	๑๐.๗๘	๐	๐.๐๐
เวียดนาม	๑๔๐	๓๒.๗๙	๗๘	๑๘.๒๖	๕๗	๑๓.๓๕	๑๐๘	๒๕.๒๙	๒๗	๖.๓๒	๑๗	๓.๙๘
สิงคโปร์	๒๐	๕.๑๗	๓๕	๙.๐๔	๑๒๕	๖.๔๖	๓๐๕	๗๘.๘๑	๒	๐.๕๑	๐	๐.๐๐
อินโดนีเซีย	๑๒๔	๒๗.๖๒	๑๑๒	๒๔.๙๔	๔๐	๘.๙๑	๑๕๒	๓๓.๘๕	๑๑	๒.๔๕	๑๐	๒.๒๒
รวม	๓๗๕	๙.๑๒	๕๕๓	๑๓.๔๕	๔๐๐	๙.๗๓	๒,๒๙๓	๕๕.๗๙	๓๙๘	๙.๖๘	๙๑	๒.๒๑

จากตาราง ๖.๕ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๒,๒๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๗๙ รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.จำนวน ๕๕๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๔๕ และน้อยที่สุดคือจบการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน ๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๒๑ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๒๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๒.๓๗ รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.จำนวน ๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๔๗ ในส่วนของการศึกษาระดับปริญญาเอก มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศไทยส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๒๘๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๖๐ รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.จำนวน ๔๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓๐ และน้อยที่สุดคือจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๕๑ ประเทศบรูไนส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๒๖ รองลงมาจบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.จำนวน ๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๑๖ ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๒๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๕๕ รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.จำนวน ๘๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๓๓ และน้อยที่สุดคือจบการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลายจำนวน ๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๐๕ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน ๒๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๘๔ รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน ๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๕๙ ในส่วนของการศึกษาต่ำกว่ามัธยมปลาย มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๓๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๐๗ รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน ๖๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๑๒ ในส่วนของการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส.และปริญญาเอก มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศลาวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๑๐ รองลงมาจบการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช.จำนวน ๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๙๓ ในส่วนของการศึกษาระดับปริญญาเอก มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมปลาย จำนวน ๑๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๗๙ รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๐๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๒๙ และน้อยที่สุดจบการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน ๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๙๘ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๓๐๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๘๑ รองลงมาจบการศึกษา

ระดับมัธยมปลาย/ปวช. และอนุปริญญา/ปวส.คิดเป็นร้อยละ ๙.๐๔ และ ๖.๔๖ ตามลำดับ ปริญาเอก มีจำนวนเท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน ๑๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๘๕ รองลงมาจบการศึกษาดำรงระดับมัธยมปลาย จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๖๒ และน้อยที่สุดคือจบการศึกษาระดับปริญญาเอก จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๒๒

ตารางที่ ๖.๖ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และอาชีพ

ประเทศ	อาชีพ											
	นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา		พนักงานบริษัทเอกชน		พนักงานรัฐวิสาหกิจ		ข้าราชการ		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๒๘๔	๖๐.๐๔	๑๐๕	๒๒.๒๐	๒๙	๖.๑๓	๑๓	๒.๗๕	๓๕	๗.๔๐	๗	๑.๔๘
ไทย	๒๘๓	๗๑.๑๑	๔๒	๑๐.๕๕	๒๔	๖.๐๓	๒๔	๖.๐๓	๒๕	๖.๒๘	๐	๐.๐๐
บรูไน	๒๙๕	๗๖.๐๓	๓๐	๗.๗๓	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐	๖๓	๑๖.๒๓	๐	๐.๐๐
ฟิลิปปินส์	๓๑๒	๗๙.๑๙	๒๐	๕.๐๗	๒	๐.๕๑	๖	๑.๕๒	๑๕	๓.๘๐	๓๙	๙.๙๐
มาเลเซีย	๒๗๐	๖๙.๔๑	๗	๑.๘๐	๒	๐.๕๑	๗๑	๑๘.๒๕	๓	๐.๗๗	๓๖	๙.๒๕
เมียนมา	๑๒๔	๓๑.๒๓	๔๗	๑๑.๘๔	๔๗	๑๑.๘๔	๑๕	๓.๗๘	๑๓๕	๓๔.๐๑	๒๙	๗.๓๐
ลาว	๑๒๑	๒๙.๖๖	๑๓๗	๓๓.๕๘	๒๓	๕.๖๔	๖๒	๑๕.๒๐	๑๐	๒.๔๕	๕๕	๑๓.๔๘
เวียดนาม	๒๔๓	๕๖.๙๑	๗๑	๑๖.๖๓	๕๐	๑๑.๗๑	๑๘	๔.๒๒	๓๒	๗.๔๙	๑๓	๓.๐๔
สิงคโปร์	๓๐๔	๗๘.๕๕	๖๐	๑๕.๕๐	๑	๐.๒๖	๒	๐.๕๒	๑๖	๔.๑๓	๔	๑.๐๓
อินโดนีเซีย	๒๘๘	๖๔.๑๔	๙๑	๒๐.๒๔	๓๓	๗.๓๕	๑	๐.๒๒	๒๐	๔.๔๕	๑๖	๓.๕๖
รวม	๒๕๒๔	๖๑.๔๑	๕๘๐	๑๔.๑๑	๒๑๑	๕.๑๓	๒๔๒	๕.๘๙	๓๕๔	๘.๖๑	๑๙๙	๔.๘๔

จากตาราง ๖.๖ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒,๕๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๔๑ รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๕๘๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๑๑ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน ๑๙๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๘๔ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๐๔ รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๑๐๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๒๐ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๔๘ ประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒๘๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๑.๑๑ รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๕๕ ประเทศบรูไน กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒๙๕ คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๐๓ รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๖๓ คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๒๓ ส่วนอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๓๐ คิดเป็นร้อยละ ๗.๗๓ ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๓๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๙.๑๙ รองลงมาประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน ๓๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๙๐ ส่วนอาชีพธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๘๐ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒๗๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๔๑ รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน ๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๒๕ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๕๑ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๑๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๐๑ รองลงมาเป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๒๓ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๗๘ ประเทศลาวส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๑๓๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๕๘ รองลงมาเป็นนักเรียน/นิสิต/

นักศึกษา จำนวน ๑๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๖๖ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๔๕ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๙๑ รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๓ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพอื่น ๆ จำนวน ๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๐๓ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๓๐๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๕๐ รองลงมา รองลงมาประกอบอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน ๖๐ คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๕๐ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๑๖ คิดเป็นร้อยละ ๔.๑๓ อื่นๆ จำนวน ๔ คน ประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๕๒ และน้อยที่สุดประกอบอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๖ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน ๒๘๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๔.๑๔ รองลงมาประกอบอาชีพบริษัทเอกชน/รับจ้าง จำนวน ๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๒๗ และน้อยที่สุดคือประกอบอาชีพข้าราชการ จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๒

ตารางที่ ๖.๗ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และรายได้ต่อเดือน

ประเทศ	รายได้ต่อเดือน (บาท)											
	≤๑๐,๐๐๐		๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐		๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐		๓๐,๐๐๑-๔๐,๐๐๐		๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐		>๕๐,๐๐๐	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๓๓๒	๗๐.๑๙	๑๓๒	๒๗.๙๑	๙	๑.๙๐	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐
ไทย	๒๐๒	๕๐.๗๕	๙๙	๒๔.๘๗	๕๘	๑๔.๕๗	๒๓	๕.๗๘	๑๕	๓.๗๗	๑	๐.๒๕
บรูไน	๒๕๙	๑๖.๗๕	๐๕๐	๑๒.๘๙	๒๐	๕.๑๕	๒๕	๖.๔๔	๒๐	๕.๑๕	๑๔	๓.๖๐
ฟิลิปปินส์	๒๙๖	๗๘.๑๐	๒๓	๕.๗๕	๒๙	๖.๓๓	๒๑	๕.๒๒	๙	๒.๓๗	๑๖	๔.๒๒
มาเลเซีย	๒๖๙	๖๙.๑๕	๖	๑.๕๕	๑๗	๔.๓๗	๑๔	๓.๖๐	๒๙	๗.๔๖	๕๔	๑๓.๘๘
เมียนมา	๘๓	๒๐.๙๑	๑๔๐	๓๕.๒๖	๑๓๓	๓๓.๕	๑๙	๔.๗๙	๐	๐.๐๐	๒๒	๕.๕๕
ลาว	๒๓๒	๕๖.๘๖	๑๒๖	๓๐.๘๘	๓๕	๘.๕๘	๑๑	๒.๗๐	๑	๐.๒๕	๓	๐.๗๕
เวียดนาม	๒๘๔	๖๖.๕๑	๓๕	๘.๒๐	๕๒	๑๒.๑๗	๑๔	๓.๒๘	๒๒	๕.๑๕	๒๐	๔.๖๘
สิงคโปร์	๑	๗.๒๖	๑๕	๓.๘๘	๒๐	๕.๑๗	๒๑	๕.๔๒	๓๕	๙.๐๔	๒๙๕	๗๖.๒๒
อินโดนีเซีย	๒๗๐	๖๐.๑๓	๕๘	๑๒.๙๒	๗๙	๑๗.๕๙	๓๑	๖.๙๐	๗	๑.๕๖	๔	๐.๘๙
รวม	๒,๒๒๘	๕๔.๒๖	๖๘๔	๑๖.๖๔	๔๕๒	๑๑.๐	๑๗๘	๔.๓๕	๑๓๘	๓.๓๕	๔๒๙	๑๐.๔๓

จากตาราง ๖.๗ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒,๒๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๒๖ รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๖๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๔ และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือน ๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๓๕ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๓๓๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๑๙ รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท และ ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๙๑ และ ๑.๙๐ ส่วนกลุ่มรายได้อื่นๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศไทยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๗๕ รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๙๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๘๗ และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๕ ประเทศบรูไนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๕๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๗๕

รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๘๙ มีรายได้ต่อเดือน ๓๐,๐๐๑-๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๔๔ มีรายได้ต่อเดือน ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท และมีรายได้ต่อเดือน ๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๐ คน คิด ประเทศฟิลิปปินส์ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๘.๑๐ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๓๓ และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือน ๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๓๗ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๑๕ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน มากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๘๘ และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๕๔ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๑๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๒๖ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๓๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๕๐ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน ๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศลาว ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๓๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๘๖ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๒๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๘๘ และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือน ๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๕ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๘๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๕๑ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๑๗ และน้อยที่สุดคือมีรายได้ต่อเดือน ๓๐,๐๐๑-๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๒๘ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๖.๒๒ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๓๐,๐๐๑-๔๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๔๒ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า ๑๐,๐๐๐ บาท มีจำนวนเท่ากับ ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๖ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท ซึ่งมีจำนวน ๒๗๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๑๓ รองลงมามีรายได้ต่อเดือน ๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๕๙ ส่วนผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท มีจำนวนเท่ากับ ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๘๙

๑.๒ ข้อมูลพื้นฐานในการเปิดรับละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๖.๘ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศและการเลือกดูละครโทรทัศน์

ประเทศ	การเลือกดูละครโทรทัศน์									
	ทุกเรื่องที่น่าเสนอ		กำลังเป็นที่ยอมรับในสังคม		เฉพาะเรื่องที่ชอบ		ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส		อื่น ๆ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๑๑๑	๒๓.๔๗	๑๐๕	๒๒.๒๐	๑๓๘	๒๙.๑๘	๑๑๑	๒๓.๔๗	๘	๑.๖๙
ไทย	๕๒	๑๓.๐๗	๖๘	๑๗.๐๙	๑๙๒	๔๘.๒๔	๘๖	๒๑.๖๑	๐	๐.๐๐
บรูไน	๐	๐.๐๐	๕๘	๑๕.๐๐	๑๙๔	๕๐.๐๐	๗๘	๒๐.๐๐	๕๘	๑๕.๐๐
ฟิลิปปินส์	๑๙	๔.๗๕	๗๓	๑๘.๔๗	๑๖๘	๔๒.๗๔	๑๒๔	๓๑.๔๐	๑๐	๒.๖๔
มาเลเซีย	๒๘	๗.๒๔	๕๓	๑๓.๗๐	๒๒๔	๕๗.๖๒	๗๓	๑๘.๖๐	๑๑	๒.๘๘
เมียนมา	๗๖	๑๙.๑๔	๕๙	๑๔.๘๖	๑๖๑	๔๐.๕๕	๙๓	๒๓.๔๓	๘	๒.๐๒

ประเทศ	การเลือกดูละครโทรทัศน์									
	ทุกเรื่อง ที่นำเสนอ		กำลังเป็นที่ นิยมในสังคม		เฉพาะเรื่อง ที่ชอบ		ไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส		อื่น ๆ	
ลาว	๒๑	๕.๑๕	๓๘	๙.๓๑	๑๙๐	๔๖.๕๗	๑๕๕	๓๗.๙๙	๔	๐.๙๘
เวียดนาม	๑๐๐	๒๓.๔๒	๘๖	๒๐.๑๔	๑๘๗	๔๓.๗๙	๔๗	๑๑.๐๑	๗	๑.๖๔
สิงคโปร์	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐	๖๐	๑๕.๓๘	๓๒๗	๘๔.๖๒	๐	๐.๐๐
อินโดนีเซีย	๓๘	๘.๓๘	๗๔	๑๖.๔๙	๑๙๗	๔๓.๙๘	๑๓๕	๓๐.๑๐	๕	๑.๐๕
รวม	๔๔๕	๑๐.๘๓	๖๑๔	๑๔.๙๓	๑,๗๑๑	๔๑.๖๓	๑๒๒๙	๒๙.๙๐	๑๑๑	๒.๗๐

จากตาราง ๖.๘ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑,๗๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๖๓ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๑๒๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๙๐ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่นเช่น เวลาตรงกันหรือดูเพราะบุคคลอื่นในครอบครัวดูอยู่แล้ว เป็นต้น จำนวน ๑๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๗๐ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๑๘ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส และทุกเรื่องที่น่าสนใจ จำนวนกลุ่มละ ๑๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๔๗ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๖๙ ประเทศไทยส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๙๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๒๔ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๖๑ ส่วนเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศบรูไนส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๐ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๗๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๐ ส่วนเลือกดูทุกเรื่องที่น่าสนใจมีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๗๔ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๔๐ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๖๔ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๒๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๖๒ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๖๐ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๘๔ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๖๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๕๕ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๙๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๔๓ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๐๒ ประเทศลาวส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๙๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๕๗ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๑๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๙๙ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๙๘ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๘๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๗๙ รองลงมาคือเลือกดูทุกเรื่องที่น่าสนใจ จำนวน ๑๐๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๔๒ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๖๔ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาสในการดูละคร ซึ่งมีจำนวน ๓๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๔.๖๒ รองลงมาคือเลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบ จำนวน ๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๓๘ ในส่วนของการเลือกดูละครกลุ่มอื่นๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่เลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๙๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๙๘ รองลงมาคือไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส จำนวน ๑๓๕ คน

คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๑๐ และน้อยที่สุดคือเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๐๕

ตารางที่ ๖.๙ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศและความนิยมในการเลือก ลักษณะการออกอากาศของละครโทรทัศน์

ประเทศ	ลักษณะการออกอากาศของละครโทรทัศน์ที่เปิดรับ									
	จบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที		หลายตอนจบ ออกอากาศ ทุกวัน		๒-๓ วัน/สัปดาห์		ละครหลายตอน ภายใต้อำนาจเรื่อง เดียวกัน		แล้วแต่เรื่อง ไม่จำกัด	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๑๘๒	๓๘.๔๘	๘๐	๑๖.๙๑	๑๓๗	๒๘.๙๖	๖๘	๑๔.๓๘	๖	๑.๒๗
ไทย	๗๕	๑๘.๘๔	๑๑๐	๒๗.๖๔	๑๔๖	๓๖.๖๘	๖๒	๑๕.๕๘	๕	๑.๒๖
บรูไน	๑๕๕	๔๐.๐๐	๗๘	๒๐.๐๐	๑๙	๕.๐๐	๑๓๖	๓๕.๐๐	๐	๐.๐๐
ฟิลิปปินส์	๑๔๐	๓๕.๖๒	๙๘	๒๔.๘๐	๒๙	๗.๓๙	๑๒๔	๓๑.๔๐	๓	๐.๗๙
มาเลเซีย	๑๔๒	๓๖.๖๙	๖๖	๑๗.๐๕	๓๗	๙.๕๖	๑๑๘	๓๐.๔๙	๒๔	๖.๒๐
เมียนมา	๙๕	๒๓.๘๕	๑๗๙	๔๕.๑๓	๖๐	๑๕.๑๓	๒๒	๕.๖๔	๔๑	๑๐.๒๖
ลาว	๑๑๙	๒๙.๑๗	๘๔	๒๐.๕๙	๑๗๔	๔๒.๖๕	๒๐	๕.๙๐	๑๑	๒.๗๐
เวียดนาม	๗๒	๑๖.๘๖	๑๒๒	๒๘.๕๗	๘๔	๑๙.๖๗	๑๔๕	๓๓.๙๖	๔	๐.๙๔
สิงคโปร์	๑๗๙	๔๖.๑๕	๘๙	๒๓.๐๘	๑๑๙	๓๐.๗๗	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐
อินโดนีเซีย	๑๔๕	๓๒.๒๐	๖๔	๑๕.๔๕	๕๑	๑๑.๒๖	๑๖๙	๓๗.๗๐	๑๕	๓.๔๐
รวม	๑,๓๐๕	๓๑.๗๕	๙๗๕	๒๓.๗๒	๘๕๖	๒๐.๘๒	๘๖๕	๒๑.๐๔	๑๐๙	๒.๖๖

จากตาราง ๖.๙ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ซึ่งมีจำนวน ๑,๓๐๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๗๕ รองลงมาคือละครเรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน จำนวน ๙๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๗๒ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๑๐๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๖๖ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ซึ่งมีจำนวน ๑๘๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๔๘ รองลงมาคือออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ จำนวน ๑๓๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๙๖ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๒๗ ประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ ซึ่งมีจำนวน ๑๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๖๘ รองลงมาคือละครเรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน จำนวน ๑๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๖๔ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๒๖ ประเทศบรูไนส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ซึ่งมีจำนวน ๑๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ รองลงมาคือละครหลายตอนภายใต้อำนาจเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครแนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ จำนวน ๑๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๐๐ ส่วนแล้วแต่เรื่องไม่จำกัดมีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ซึ่งมีจำนวน ๑๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๖๒ รองลงมาคือละครหลายตอนภายใต้อำนาจเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครแนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๔๐ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๗๙ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่

นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ซึ่งมีจำนวน ๑๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๖๙ รองลงมาคือละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครแนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ จำนวน ๑๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๔๙ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๒๐ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครเรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน ซึ่งมีจำนวน ๑๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๑๓ รองลงมาคือจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที จำนวน ๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๘๕ และน้อยที่สุดคือละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครแนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ จำนวน ๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๖๔ ประเทศลาวส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่ออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ ซึ่งมีจำนวน ๑๗๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๖๕ รองลงมาคือจบใน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที จำนวน ๑๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๑๗ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๗๐ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครแนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๙๖ รองลงมาคือละครเรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน จำนวน ๑๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๕๗ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๙๔ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครที่มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ซึ่งมีจำนวน ๑๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๑๕ รองลงมาคือออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และละครเรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน มีจำนวน ๑๑๙ และ ๘๙ คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๗๗ และ ๒๓.๐๘ ตามลำดับ ส่วนในกลุ่มอื่นๆมีจำนวนเท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครแนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ ซึ่งมีจำนวน ๑๖๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗๐ รองลงมาคือละครจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที จำนวน ๑๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๒๐ และน้อยที่สุดคือแล้วแต่เรื่องไม่จำกัด จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๔๐

ตารางที่ ๖.๑๐ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศและความนิยมละครต่างชาติ

ประเทศ	ความนิยมละครต่างชาติ						
	เกาหลี	ไทย	จีน	ญี่ปุ่น	อินเดีย	ตะวันตก (อเมริกัน)	อื่นๆ
กัมพูชา	n ๒๙	๓๐๐	๙๘	๑๖	๑๒	๑๘	๐
	% ๖.๑๓	๖๓.๔๒	๒๐.๗๒	๓.๓๘	๒.๕๔	๓.๘๑	๐.๐๐
ไทย	n ๑๕๕	๑๓๘	๖	๑๓	๑๐	๗๖	๐
	% ๓๘.๙๔	๓๔.๖๗	๑.๕๑	๓.๒๗	๒.๕๑	๑๙.๑๐	๐.๐๐
บรูไน	n ๑๕๕	๓๙	๑๓๖	๐	๐	๕๘	๐
	% ๔๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๐.๐๐	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๐.๐๐
ฟิลิปปินส์	n ๒๐๙	๑๑	๓	๗๑	๒	๑๒๙	๒๑
	% ๕๓.๐๓	๒.๙๐	๐.๗๙	๕.๒๘	๐.๕๓	๓๒.๑๙	๕.๒๘
มาเลเซีย	n ๑๔๔	๒๑	๓๕	๒๓	๓๐	๑๒๐	๑๖
	% ๓๗.๐๒	๕.๔๐	๙.๐๐	๕.๙๑	๗.๗๑	๓๐.๘๕	๔.๑๑

ประเทศ	ความนิยมละครต่างชาติ						
	เกาหลี	ไทย	จีน	ญี่ปุ่น	อินเดีย	ตะวันตก (อเมริกัน)	อื่นๆ
เมียนมา	n	๙๒	๑๕๐	๘	๐	๒๔	๙๒
	%	๒๓.๑๗	๓๗.๗๘	๒.๐๒	๐.๐๐	๖.๐๕	๒๓.๑๗
ลาว	n	๙๔	๑๕๔	๓๘	๗	๒	๑๐๘
	%	๒๓.๐๔	๓๗.๗๕	๙.๓๑	๑.๗๒	๐.๔๙	๒๖.๔๗
เวียดนาม	n	๗๐	๒๒๙	๓๕	๒๘	๑๑	๕๒
	%	๑๖.๓๙	๕๓.๖๓	๘.๒๐	๖.๕๖	๒.๕๘	๑๒.๑๘
สิงคโปร์	n	๐	๑๑๙	๑๑๙	๓๐	๓๐	๘๙
	%	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๗.๖๙	๗.๖๙	๒๓.๐๘
อินโดนีเซีย	n	๑๘๙	๗๙	๕	๑๒	๓๔	๑๒๙
	%	๔๒.๑๕	๑๗.๕๔	๑.๐๕	๒.๖๒	๗.๕๙	๒๘.๘๐
รวม	n	๑,๑๓๗	๑,๒๔๐	๔๘๓	๑๕๐	๑๕๕	๘๖๙
	%	๒๗.๖๖	๓๐.๑๗	๑๑.๗๕	๓.๖๔	๓.๗๗	๒๑.๑๔

จากตาราง ๖.๑๐ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครไทย ซึ่งมีจำนวน ๑,๒๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๑๗ รองลงมาคือละครเกาหลี จำนวน ๑,๑๓๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๖๖ และน้อยที่สุดคือละครชาติอื่น ๆ จำนวน ๗๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๘ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครไทย ซึ่งมีจำนวน ๓๐๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๔๒ รองลงมาคือละครจีน จำนวน ๙๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๗๒ ส่วนละครชาติอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครเกาหลี ซึ่งมีจำนวน ๑๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๙๔ รองลงมาคือละครไทย จำนวน ๑๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๖๗ ส่วนละครชาติอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศบรูไนส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครเกาหลี ซึ่งมีจำนวน ๑๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๐๐ รองลงมาคือละครจีน จำนวน ๑๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๐๐ ส่วนละครญี่ปุ่น อินเดีย และชาติอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครเกาหลี ซึ่งมีจำนวน ๒๐๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๐๓ รองลงมาคือละครตะวันตก (อเมริกัน) จำนวน ๑๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๑๙ และน้อยที่สุดคือละครอินเดีย จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๕๓ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครเกาหลี ซึ่งมีจำนวน ๑๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๐๒ รองลงมาคือละครตะวันตก (อเมริกัน) จำนวน ๑๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๘๕ และน้อยที่สุดคือละครชาติอื่น ๆ จำนวน ๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๑๑ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครไทย ซึ่งมีจำนวน ๑๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗๘ รองลงมาคือละครเกาหลี และละครตะวันตก (อเมริกัน) จำนวน กลุ่มละ ๙๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๑๗ ส่วนละครญี่ปุ่นมีความถี่เท่ากับศูนย์ ประเทศลาวส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครไทย ซึ่งมีจำนวน ๑๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๗.๗๕ รองลงมาคือละครตะวันตก (อเมริกัน) จำนวน ๑๐๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๔๗ และน้อยที่สุดคือละครอินเดีย จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๔๙ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครไทย ซึ่งมีจำนวน ๒๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๖๓ รองลงมาคือละครเกาหลี จำนวน ๗๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๓๙ และน้อยที่สุดคือละครชาติอื่น ๆ จำนวน ๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๑๘ ประเทศสิงคโปร์ส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครไทย และละครจีน ซึ่งมีจำนวนกลุ่มละ ๑๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๗๗ รองลงมาคือละครตะวันตก (อเมริกัน) จำนวน ๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๐๘ ส่วนละครเกาหลี และละครชาติอื่น ๆ มีจำนวน

เท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครเกาหลี ซึ่งมีจำนวน ๑๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๑๕ รองลงมาคือละครตะวันตก (อเมริกัน) จำนวน ๑๒๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๘๐ และน้อยที่สุดคือละครชาติอื่น ๆ จำนวน ๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๒๖

ตารางที่ ๖.๑๑ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และปัจจัยในการเลือกดูละครโทรทัศน์

ประเทศ	ปัจจัยในการเลือกดูละครโทรทัศน์									
	ดารานักแสดง		เนื้อเรื่อง		ภาพสวยงาม		เวลาออกอากาศ		อื่น ๆ	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๑๑๒	๒๓.๖๘	๑๖๘	๓๕.๕๒	๑๑๘	๒๔.๙๕	๗๓	๑๕.๔๓	๒	๐.๔๒
ไทย	๑๒๑	๓๐.๔๐	๒๑๕	๕๔.๐๒	๒๗	๖.๗๘	๓๒	๘.๐๔	๓	๐.๗๕
บรูไน	๑๑๖	๓๐.๐๐	๒๑๓	๕๕.๐๐	๑๙	๕.๐๐	๓๘	๑๐.๐๐	๒	๐.๕๒
ฟิลิปปินส์	๑๐๒	๒๕.๘๙	๒๑๗	๕๕.๐๗	๓๙	๙.๙๐	๒๘	๗.๑๐	๘	๒.๐๓
มาเลเซีย	๑๓๔	๓๔.๔๕	๒๑๘	๕๖.๐๔	๑๑	๒.๘๓	๑๔	๓.๖๐	๑๒	๓.๐๘
เมียนมา	๖๗	๑๗.๑๘	๒๓๕	๖๐.๒๖	๗	๑.๗๙	๖๖	๑๖.๙๒	๑๕	๓.๘๕
ลาว	๘๑	๑๙.๘๕	๒๒๖	๕๕.๓๙	๑๖	๓.๙๒	๘๑	๑๙.๘๕	๔	๐.๙๘
เวียดนาม	๑๔๖	๓๔.๑๙	๑๕๕	๓๖.๓๐	๑๑๔	๒๖.๗๐	๑๒	๒.๘๑	๐	๐.๐๐
สิงคโปร์	๙๗	๒๕.๐๖	๒๗๓	๗๐.๕๔	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐	๑๗	๔.๔๐
อินโดนีเซีย	๑๐๐	๒๒.๒๗	๒๓๘	๕๓.๐๐	๖๐	๑๓.๓๖	๔๙	๑๐.๙๑	๒	๐.๔๕
รวม	๑,๐๗๖	๒๖.๑๘	๒,๑๕๘	๕๒.๕๐	๔๑๘	๑๐.๑๗	๓๙๓	๙.๕๖	๖๕	๑.๕๘

จากตาราง ๖.๑๑ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒,๑๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๕๐ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑,๐๗๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๑๘ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๖๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๕๘ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๑๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๕๒ รองลงมาเลือกดูเพราะภาพสวยงาม จำนวน ๑๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๙๕ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๔๒ ประเทศไทยใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๐๒ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๔๐ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๗๕ ประเทศบรูไนใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๑๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๐๐ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๙.๘๙ ส่วนเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๕๒ ประเทศฟิลิปปินส์ใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๑๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๒๖ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑๐๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๘๙ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๐๓ ประเทศมาเลเซียใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๐๔ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๔๕ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะภาพสวยงาม จำนวน ๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๘๓ ประเทศเมียนมาใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๒๖ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๖๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๑๘ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะภาพสวยงาม จำนวน ๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑.๗๙ ประเทศลาวใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๒๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๓๙ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง และความเหมาะสม

ของเวลาออกอากาศ มีจำนวนกลุ่มละ ๘๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๘๕ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๙๘ ประเทศเวียดนามใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๑๕๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๖.๓๐ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๑๙ ส่วนเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศสิงคโปร์ใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๐.๕๔ รองลงมาเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ และดารานักแสดง คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๐๖ และ ๔.๔๐ ส่วนกลุ่มเหตุผลนอกเหนือจากนี้ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่เลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่อง ซึ่งมีจำนวน ๒๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๓.๐๐ รองลงมาเลือกดูเพราะดารานักแสดง จำนวน ๑๐๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๒๗ และน้อยที่สุดเลือกดูเพราะเหตุผลอื่น ๆ จำนวน ๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๔๕ ตารางที่ ๖.๑๒ แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเทศ และช่องทางที่นิยมเปิดรับละครโทรทัศน์

ประเทศ	ช่องทางในการเปิดรับละครโทรทัศน์							
	ทีวี		CD, DVD, BD ^{๑๓} หรือ File		อินเทอร์เน็ต (YouTube)		อื่น ๆ	
	n	%	n	%	n	%	n	%
กัมพูชา	๑๖๒	๓๔.๒๖	๒๘๖	๖๐.๔๓	๒๒	๔.๖๘	๓	๐.๖๔
ไทย	๑๒๔	๓๑.๑๖	๒๓๘	๕๙.๘๐	๓๖	๙.๐๕	๐	๐.๐๐
บรูไน	๗๘	๒๐.๐๐	๑๗๔	๔๕.๐๐	๗๘	๒๐.๐๐	๕๘	๑๕.๐๐
ฟิลิปปินส์	๑๔๖	๓๗.๑๔	๙๑	๒๓.๐๘	๑๐๕	๒๖.๕๓	๕๒	๑๓.๒๖
มาเลเซีย	๒๐๓	๕๒.๓๓	๘๙	๒๒.๘๐	๑๘	๔.๖๖	๗๙	๒๐.๒๑
เมียนมา	๒๕๔	๖๓.๙๘	๗๖	๑๙.๑๔	๕๒	๑๓.๑๐	๑๕	๓.๗๘
ลาว	๒๘๓	๖๙.๓๖	๖๘	๑๖.๖๗	๕๕	๑๓.๔๘	๒	๐.๔๙
เวียดนาม	๑๗๘	๔๑.๖๙	๑๘๐	๔๒.๑๕	๕๘	๑๓.๕๘	๑๑	๒.๕๘
สิงคโปร์	๘๙	๒๓.๐๘	๒๙๘	๗๖.๙๒	๐	๐.๐๐	๐	๐.๐๐
อินโดนีเซีย	๑๓๔	๓๔.๒๙	๙๑	๒๐.๑๖	๑๗๑	๓๘.๒๒	๓๓	๗.๓๓
รวม	๑,๖๗๑	๔๐.๖๖	๑,๕๙๑	๓๘.๗๑	๕๙๕	๑๔.๔๘	๒๕๓	๖.๑๕

จากตาราง ๖.๑๒ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาส่วนใหญ่นิยมใช้ทีวีเป็นช่องทางในการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน ๑,๖๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๖๖ รองลงมานิยมดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File จำนวน ๑,๕๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๗๑ และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๒๕๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๑๕ เมื่อแยกพิจารณาเป็นรายประเทศพบว่า ประเทศกัมพูชาส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ซึ่งมีจำนวน ๒๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๔๓ รองลงมานิยมดูผ่านทีวี จำนวน ๑๖๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๒๖ และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๖๔ ประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ซึ่งมีจำนวน ๒๓๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๘๐ รองลงมานิยมดูผ่าน

^{๑๓} BD หรือ Blu-ray disc คือเทคโนโลยีใหม่ของเครื่องเล่นและแผ่นที่สามารถให้รายละเอียดของภาพและเสียงในระดับสูง (High Definition)

ทีวี จำนวน ๑๒๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๑๖ ส่วนดูผ่านช่องทางอื่น ๆ มีจำนวนเท่ากับศูนย์ ประเทศ
 บรูไนส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ซึ่งมีจำนวน ๑๗๔ คน คิดเป็น
 ร้อยละ ๔๕.๐๐ รองลงมานิยมดูผ่านทีวี และอินเทอร์เน็ต (YouTube) มีจำนวนกลุ่มละ ๗๘ คน คิดเป็น
 ร้อยละ ๒๐.๐๐ และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๐๐ ประเทศ
 ฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่นิยมใช้ทีวีเป็นช่องทางในการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน ๑๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ
 ๓๗.๑๔ รองลงมานิยมดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File จำนวน ๙๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๐๘
 และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๓.๒๖ ประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่
 นิยมใช้ทีวีเป็นช่องทางในการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน ๒๐๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๒.๓๓ รองลงมา
 นิยมดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File จำนวน ๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๘๐ และน้อยที่สุดคือดู
 ผ่านอินเทอร์เน็ต (YouTube) จำนวน ๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๖๖ ประเทศเมียนมาส่วนใหญ่นิยมใช้ทีวี
 เป็นช่องทางในการดูละครโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน ๒๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๘๘ รองลงมานิยมดูผ่าน
 ช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File จำนวน ๗๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๑๔ และน้อยที่สุดคือดูผ่าน
 ช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๓.๗๘ ประเทศลาวส่วนใหญ่นิยมใช้ทีวีเป็นช่องทางในการ
 ดูละครโทรทัศน์ ซึ่งมีจำนวน ๒๘๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๓๖ รองลงมานิยมดูผ่านช่องทาง CD, DVD,
 BD หรือ File จำนวน ๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๖๗ และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๒
 คน คิดเป็นร้อยละ ๐.๔๙ ประเทศเวียดนามส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านช่องทาง CD, DVD, BD
 หรือ File ซึ่งมีจำนวน ๑๘๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๑๕ รองลงมานิยมดูผ่านทีวี จำนวน ๑๗๘ คน คิด
 เป็นร้อยละ ๔๑.๖๙ และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๑๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒.๕๘ ประเทศ
 สิงคโปร์ส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ซึ่งมีจำนวน ๒๙๘ คน คิด
 เป็นร้อยละ ๗๖.๙๒ รองลงมานิยมดูผ่านทีวี จำนวน ๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๐๘ ส่วนช่องทาง
 นอกเหนือจากนี้มีจำนวนเท่ากับศูนย์ และประเทศอินโดนีเซียส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทาง
 อินเทอร์เน็ต (YouTube) ซึ่งมีจำนวน ๑๗๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๘.๒๒ รองลงมานิยมดูผ่านทีวี จำนวน
 ๑๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๔.๒๙ และน้อยที่สุดคือดูผ่านช่องทางอื่น ๆ จำนวน ๓๓ คน คิดเป็นร้อยละ
 ๗.๓๓

๑.๓ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๖.๑๓ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการเปิดรับละคร
 โทรทัศน์ในแต่ละประเทศ

๑๑.ดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง Youtube									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๔	๗๘	๑๖๔	๑๐๔	๑๑๓	๓.๔๗	๑.๑๑	ปาน
	%	๒.๙๖	๑๖.๔๙	๓๔.๖๗	๒๑.๙๙	๒๓.๘๙			กลาง
ไทย	n	๑๕	๑๔	๑๑๘	๑๘๑	๗๐	๓.๗๐	๐.๙๓	มาก
	%	๓.๗๗	๓.๕๒	๒๙.๖๕	๔๕.๔๘	๑๗.๕๙			
บรูไน	n	๐	๑๙	๗๘	๑๙๔	๙๗	๓.๙๐	๐.๘๓	มาก
	%	๐.๐๐	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๕๐.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๓๒	๑๐๖	๑๖๐	๖๒	๓.๔๗	๑.๑๒	ปาน
	%	๘.๗๑	๗.๙๒	๒๖.๙๑	๔๐.๖๓	๑๕.๘๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๑๐๐	๒๒	๑๓๑	๘๕	๕๑	๒.๙๑	๑.๓๕	ปาน
	%	๒๕.๗๑	๕.๖๖	๓๓.๖๘	๒๑.๘๕	๑๓.๑๑			กลาง

๑๑.ตุลครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง Youtube (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
มาเลเซีย	n	๑๐๐	๒๒	๑๓๑	๘๕	๕๑	๒.๙๑	๑.๓๕	ปานกลาง
	%	๒๕.๗๑	๕.๖๖	๓๓.๖๘	๒๑.๘๕	๑๓.๑๑			
เมียนมา	n	๖๘	๔๓	๖๗	๘๕	๑๓๔	๓.๔๔	๑.๔๗	ปานกลาง
	%	๑๗.๑๓	๑๐.๘๓	๑๖.๘๘	๒๑.๔๑	๓๓.๗๕			
ลาว	n	๒๒๖	๓๔	๗๓	๔๗	๒๘	๒.๐๖	๑.๓๕	น้อย
	%	๕๕.๓๙	๘.๓๓	๑๗.๘๙	๑๑.๕๒	๖.๘๖			
เวียดนาม	n	๑๑	๒๖	๑๓๑	๑๙๗	๖๒	๓.๖๔	๐.๘๙	มาก
	%	๒.๕๘	๖.๐๙	๓๐.๖๘	๔๖.๑๔	๑๔.๕๒			
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๖๐	๑๗๘	๑๑๘	๓.๙๒	๑.๑๒	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๔๖.๑๕	๓๐.๗๗			
อินโดนีเซีย	n	๒๓	๖๕	๑๘๓	๑๒๐	๕๖	๓.๒๗	๑.๐๓	ปานกลาง
	%	๕.๒๔	๑๔.๖๖	๔๐.๘๔	๒๖.๗๐	๑๒.๕๗			
๑๒.ตุลครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ									
กัมพูชา	n	๘๑	๑๖๑	๑๑๘	๘๘	๒๕	๒.๖๑	๑.๑๓	ปานกลาง
	%	๑๗.๑๒	๓๔.๐๔	๒๔.๙๕	๑๘.๖๐	๕.๒๙			
ไทย	n	๘	๓๓	๙๙	๑๗๐	๘๘	๓.๗๕	๐.๙๖	มาก
	%	๒.๐๑	๘.๒๙	๒๔.๘๗	๔๒.๗๑	๒๒.๑๑			
บรูไน	n	๐	๓๙	๕๘	๑๑๖	๑๗๕	๔.๑๐	๑.๐๒	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐	๓๐.๐๐	๔๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๗	๓๔	๗๒	๑๓๖	๑๒๕	๓.๗๕	๑.๑๙	มาก
	%	๖.๘๖	๘.๗๑	๑๘.๒๑	๓๔.๕๖	๓๑.๖๖			
มาเลเซีย	n	๕๔	๓๕	๙๐	๑๐๑	๑๐๙	๓.๔๕	๑.๓๕	ปานกลาง
	%	๑๓.๘๘	๙.๐๐	๒๓.๑๔	๒๕.๙๖	๒๘.๐๒			
เมียนมา	n	๑๗๘	๕๑	๖๙	๕๔	๔๕	๒.๓๔	๑.๔๔	น้อย
	%	๔๔.๘๔	๑๒.๘๕	๑๗.๓๘	๑๓.๖๐	๑๑.๓๔			
ลาว	n	๑๗๓	๓๖	๘๕	๖๗	๔๗	๒.๔๖	๑.๔๖	น้อย
	%	๔๒.๔๐	๘.๘๒	๒๐.๘๓	๑๖.๔๒	๑๑.๕๒			
เวียดนาม	n	๑๓	๔๑	๑๖๘	๑๒๘	๗๗	๓.๕๐	๐.๙๙	ปานกลาง
	%	๓.๐๔	๙.๖๐	๓๙.๓๔	๒๙.๘๘	๑๘.๐๓			
สิงคโปร์	n	๓๐	๓๐	๐	๒๐๘	๔๑๑๙	๓.๙๒	๑.๑๙	มาก
	%	๗.๖๙	๗.๖๙	๐.๐๐	๕๓.๘๕	๓๐.๗๗			
อินโดนีเซีย	n	๔๙	๘๙	๑๒๒	๙๘	๙๑	๓.๒๐	๑.๒๘	ปานกลาง
	%	๑๐.๙๙	๑๙.๙๐	๒๗.๒๓	๒๑.๗๓	๒๐.๑๖			

๑๓. ดุละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๖๘	๑๐๘	๙๗	๖๖	๓๔	๒.๓๔	๑.๒๘	น้อย
	%	๓๕.๕๒	๒๒.๘๓	๒๐.๕๑	๑๓.๙๕	๗.๑๙			
ไทย	n	๕	๒๕	๑๑๘	๑๖๙	๘๑	๓.๗๔	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๒๖	๖.๒๘	๒๙.๖๕	๔๒.๔๖	๒๐.๓๕			
บรูไน	n	๓๙	๐	๒๓๓	๕๘	๕๘	๓.๒๕	๑.๐๗	ปาน กลาง
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๖๐.๐๐	๑๕.๐๐	๑๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๒	๕๓	๙๙	๑๓๖	๘๔	๓.๕๓	๑.๑๓	มาก
	%	๕.๕๔	๑๓.๔๖	๒๕.๐๗	๓๔.๕๖	๒๑.๓๗			
มาเลเซีย	n	๖๒	๖๑	๙๑	๘๙	๘๖	๓.๒๐	๑.๓๗	ปาน กลาง
	%	๑๕.๙๔	๑๕.๖๘	๒๓.๓๙	๒๒.๘๘	๒๒.๑๑			
เมียนมา	n	๘	๘๑	๑๒๓	๙๘	๘๗	๓.๔๔	๑.๑๐	ปาน กลาง
	%	๒.๐๒	๒๐.๔๐	๓๐.๙๘	๒๔.๖๙	๒๑.๙๑			
ลาว	n	๑๕๗	๘๖	๗๖	๕๘	๓๑	๒.๓๑	๑.๓๒	น้อย
	%	๓๘.๔๘	๒๑.๐๘	๑๘.๖๓	๑๔.๒๒	๗.๖๐			
เวียดนาม	n	๙	๖๕	๑๕๓	๑๓๕	๖๕	๓.๔๓	๐.๙๙	ปาน กลาง
	%	๒.๑๑	๑๕.๒๒	๓๕.๘๓	๓๑.๖๒	๑๕.๒๒			
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๑๑๙	๙๐	๑๔๘	๓.๘๕	๑.๒๑	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๙๘			
อินโดนีเซีย	n	๔๗	๖๑	๑๒๘	๑๑๕	๘๓	๓.๓๕	๑.๒๕	ปาน กลาง
	%	๑๐.๔๗	๑๓.๖๑	๒๘.๕๓	๒๕.๖๕	๒๑.๗๓			
๑๔. ดุละครโทรทัศน์เพราะอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต									
กัมพูชา	n	๔๙	๑๐๓	๑๖๙	๑๐๐	๕๒	๓.๐๑	๑.๑๓	ปาน กลาง
	%	๑๐.๓๖	๒๑.๗๘	๓๕.๗๓	๒๑.๑๔	๑๐.๙๙			
ไทย	n	๘	๓๙	๑๑๘	๑๖๕	๖๘	๓.๖๒	๐.๙๕	มาก
	%	๒.๐๑	๙.๘๐	๒๙.๖๕	๔๑.๔๖	๑๗.๐๙			
บรูไน	n	๐	๐	๒๗๑	๓๙	๗๘	๓.๕๐	๐.๘๓	ปาน กลาง
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๗๐.๐๐	๑๐.๐๐	๙			
ฟิลิปปินส์	n	๓๐	๒๑	๑๑๗	๑๒๗	๙๕	๓.๖๒	๑.๑๔	มาก
	%	๗.๖๕	๕.๒๘	๒๙.๘๒	๓๒.๑๙	๒๕.๐๗			
มาเลเซีย	n	๕๗	๔๐	๙๕	๑๑๒	๘๕	๓.๓๓	๑.๓๒	ปาน กลาง
	%	๑๔.๖๕	๑๐.๒๘	๒๔.๔๒	๒๘.๗๙	๒๑.๘๕			
เมียนมา	n	๔๖	๖๘	๑๑๓	๘๕	๘๕	๓.๒๔	๑.๒๙	ปาน กลาง
	%	๑๑.๕๙	๑๗.๑๓	๒๘.๔๖	๒๑.๔๑	๒๑.๔๑			
ลาว	n	๑๗๙	๘๙	๘๒	๓๓	๒๕	๒.๑๑	๑.๒๓	น้อย
	%	๔๓.๘๗	๒๑.๘๑	๒๐.๑๐	๘.๐๙	๖.๑๓			
เวียดนาม	n	๑๑	๖๕	๑๕๕	๑๔๖	๕๐	๓.๓๗	๐.๙๖	ปาน กลาง
	%	๒.๕๘	๑๕.๒๒	๓๖.๓๐	๓๔.๑๙	๑๑.๗๑			

๑๔. ดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สิงคโปร์	n	๓๐	๖๐	๑๔๘	๘๙	๖๐	๓.๒๓	๑.๑๗	ปานกลาง
	%	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๓๓	๘๘	๑๖๒	๑๐๖	๖๐	๓.๑๖	๑.๑๑	ปานกลาง
	%	๗.๓๓	๑๙.๖๓	๓๖.๑๓	๒๓.๕๖	๑๓.๓๕			
๑๕.ดูละครโทรทัศน์เพราะเพื่อนแนะนำ									
กัมพูชา	n	๒๗	๑๓๖	๑๔๔	๙๗	๖๙	๓.๑๐	๑.๑๔	ปานกลาง
	%	๕.๗๑	๒๘.๗๕	๓๐.๔๔	๒๐.๕๑	๑๔.๕๙			
ไทย	n	๘	๒๖	๑๒๒	๑๗๒	๗๐	๓.๖๘	๐.๙๑	มาก
	%	๒.๐๑	๖.๕๓	๓๐.๖๕	๔๓.๒๒	๑๗.๕๙			
บรูไน	n	๐	๐	๑๘	๒๓๒	๗๘	๔.๐๐	๐.๖๕	มาก
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๖๐.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๑๙	๑๖	๘๗	๑๕๓	๑๑๙	๓.๘๖	๑.๐๕	มาก
	%	๔.๗๕	๓.๙๖	๒๒.๑๖	๓๘.๗๙	๓๐.๓๔			
มาเลเซีย	n	๒๐	๔๑	๑๐๓	๑๓๖	๘๙	๓.๖๐	๑.๑๐	มาก
	%	๕.๑๔	๑๐.๕๔	๒๖.๔๘	๓๔.๙๖	๒๒.๘๘			
เมียนมา	n	๑๕	๓๗	๙๔	๑๐๓	๑๔๘	๓.๓๘	๑.๑๔	ปานกลาง
	%	๓.๗๘	๙.๓๒	๒๓.๖๘	๒๕.๙๔	๓๗.๒๘			
ลาว	n	๑๒๔	๙๙	๑๒๔	๔๙	๑๒	๒.๓๓	๑.๑๒	น้อย
	%	๓๐.๓๙	๒๔.๒๖	๓๐.๓๙	๑๒.๐๑	๒.๙๔			
เวียดนาม	n	๓๖	๑๒๖	๑๓๖	๗๗	๕๒	๒.๙๖	๑.๑๔	ปานกลาง
	%	๘.๔๓	๒๙.๕๑	๓๑.๘๕	๑๘.๐๓	๑๒.๑๘			
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๒๓๘	๓๐	๘๙	๓.๓๘	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๖๑.๕๔	๗.๖๙	๒๓.๐๘			
อินโดนีเซีย	n	๔๕	๔๘	๑๓๒	๑๔๗	๗๗	๓.๓๗	๑.๑๘	ปานกลาง
	%	๙.๙๕	๑๐.๗๓	๒๙.๓๒	๓๒.๗๒	๑๗.๒๘			
๑๖.ดูละครโทรทัศน์เพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer)									
กัมพูชา	n	๘๕	๑๒๖	๑๑๐	๑๐๐	๕๒	๒.๘๑	๑.๒๗	ปานกลาง
	%	๑๗.๙๗	๒๖.๖๔	๒๓.๒๖	๒๑.๑๔	๑๐.๙๙			
ไทย	n	๐	๑๔	๙๘	๑๖๙	๑๑๗	๓.๙๘	๐.๘๓	มาก
	%	๐.๐๐	๓.๕๒	๒๔.๖๒	๔๒.๔๖	๒๙.๔๐			
บรูไน	n	๐	๒๐	๕๘	๑๙๔	๑๑๖	๔.๐๕	๐.๘๓	มาก
	%	๐.๐๐	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๕๐.๐๐	๓๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๑๕	๑๗	๑๗๔	๑๔๙	๑๓๙	๓.๙๖	๑.๐๓	มาก
	%	๓.๙๖	๔.๒๒	๑๘.๗๓	๓๗.๗๓	๓๕.๓๖			
มาเลเซีย	n	๑๗	๓๖	๑๐๘	๑๔๘	๘๐	๓.๖๑	๑.๐๕	มาก
	%	๔.๓๗	๙.๒๕	๒๗.๗๖	๓๘.๐๕	๒๐.๕๗			

๑๖.ดูละครโทรทัศน์เพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๖๗	๑๕	๑๒๒	๙๒	๑๐๑	๓.๓๗	๑.๓๕	ปาน
	%	๑๖.๘๘	๓.๗๘	๓๐.๗๓	๒๓.๑๗	๒๕.๔๔			กลาง
ลาว	n	๕๙	๒๔	๑๐๕	๑๓๘	๘๒	๓.๓๙	๑.๒๘	ปาน
	%	๑๔.๔๖	๕.๘๘	๒๕.๗๔	๓๓.๘๒	๒๐.๑๐			กลาง
เวียดนาม	n	๒๐	๘๓	๑๒๗	๑๐๗	๙๐	๓.๓๘	๑.๑๕	ปาน
	%	๔.๖๘	๑๙.๔๔	๒๙.๗๔	๒๕.๐๖	๒๑.๐๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๖๐	๑๑๙	๘๙	๘๙	๓.๓๘	๑.๒๖	ปาน
	%	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๔	๓๙	๑๓๔	๑๖๒	๘๐	๓.๔๘	๑.๑๑	ปาน
	%	๗.๕๙	๘.๖๔	๒๙.๘๔	๓๖.๑๓	๑๗.๘๐			กลาง
๑๗.ดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านเรื่องย่อตามอินเทอร์เน็ต									
กัมพูชา	n	๑๖	๖๓	๑๓๕	๑๕๘	๑๐๑	๓.๕๖	๑.๐๗	มาก
	%	๓.๓๘	๑๓.๓๒	๒๘.๕๔	๓๓.๔	๒๑.๓๕			
ไทย	n	๑๖	๒๘	๑๑๕	๑๖๖	๗๓	๓.๖๓	๐.๙๙	มาก
	%	๔.๐๒	๗.๐๔	๒๘.๘๙	๔๑.๗๑	๑๘.๓๔			
บรูไน	n	๑๙	๑๙	๙๗	๑๕๖	๙๗	๓.๗๕	๑.๐๗	มาก
	%	๕.๐๐	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๔๐.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๓	๓๒	๑๑๘	๑๒๖	๙๕	๓.๖๐	๑.๑๑	มาก
	%	๕.๘๐	๘.๑๘	๓๐.๐๘	๓๑.๙๓	๒๔.๐๑			
มาเลเซีย	n	๕๐	๖๒	๑๐๒	๑๐๓	๗๒	๓.๒๒	๑.๒๘	ปาน
	%	๑๒.๘๕	๑๕.๙๔	๒๖.๒๒	๒๖.๔๘	๑๘.๕๑			กลาง
เมียนมา	n	๖๗	๔๐	๑๒๕	๘๐	๘๕	๓.๑๙	๑.๓๔	ปาน
	%	๑๖.๘๘	๑๐.๐๘	๓๑.๔๙	๒๐.๑๕	๒๑.๔๑			กลาง
ลาว	n	๒๐๕	๗๓	๗๒	๓๐	๒๘	๒.๐๓	๑.๒๖	น้อย
	%	๕๐.๒๕	๑๗.๘๙	๑๗.๖๕	๗.๓๕	๖.๘๖			
เวียดนาม	n	๑๘	๖๑	๑๕๕	๑๓๗	๕๖	๓.๓๖	๑.๐๒	ปาน
	%	๔.๒๒	๑๔.๒๙	๓๖.๓๐	๓๒.๐๘	๑๓.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๓๐	๒๙๘	๓๐	๓.๗๗	๐.๙๓	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๗.๖๙	๗๖.๙๒	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๓๑	๑๐๓	๑๓๕	๑๑๒	๖๘	๓.๑๙	๑.๑๕	ปาน
	%	๖.๘๑	๒๓.๐๔	๓๐.๑๐	๒๔.๘๗	๑๕.๑๘			กลาง
๑๘. ดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย									
กัมพูชา	n	๙	๔๙	๑๘๒	๑๕๖	๗๗	๓.๕๑	๐.๙๕	มาก
	%	๑.๙๐	๑๐.๓๖	๓๘.๔๘	๓๒.๙๘	๑๖.๒๘			

๑๘. ดุละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๔	๒๗	๑๒๙	๑๕๗	๘๑	๓.๗๑	๐.๙๐	มาก
	%	๑.๐๑	๖.๗๘	๓๒.๔๑	๓๙.๕๕	๒๐.๓๕			
บรูไน	n	๓๙	๕๘	๑๙๔	๗๘	๑๙	๒.๙๕	๑.๐๐	ปาน กลาง
	%	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๐.๐๐	๒๐.๐๐	๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๕๗	๑๔๗	๑๐๑	๕๔	๓.๒๑	๑.๑๓	ปาน กลาง
	%	๘.๙๗	๑๔.๕๑	๓๗.๒๐	๒๕.๕๙	๑๓.๗๒			
มาเลเซีย	n	๖๖	๘๖	๑๐๑	๖๙	๖๗	๒.๙๖	๑.๓๓	ปาน กลาง
	%	๑๖.๙๗	๒๒.๑๑	๒๕.๙๖	๑๗.๗๔	๑๗.๒๒			
เมียนมา	n	๒๒	๑๖	๗๕	๑๓๐	๑๕๔	๓.๙๕	๑.๑๑	มาก
	%	๕.๕๔	๔.๐๓	๑๘.๘๙	๓๒.๗๕	๓๘.๗๙			
ลาว	n	๓๘	๓๕	๑๔๖	๑๐๔	๘๕	๓.๔๐	๑.๑๘	ปาน กลาง
	%	๙.๓๑	๘.๕๘	๓๕.๗๘	๒๕.๔๙	๒๐.๘๓			
เวียดนาม	n	๒๐	๕๕	๑๕๔	๑๔๐	๕๘	๓.๓๘	๑.๐๒	ปาน กลาง
	%	๔.๖๘	๑๒.๘๘	๓๖.๐๗	๓๒.๗๙	๑๓.๕๘			
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๑๗๙	๑๑๙	๓๐	๓.๑๕	๑.๑๔	ปาน กลาง
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๔๖.๑๕	๓๐.๗๗	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๒๑	๙๓	๑๕๔	๑๐๙	๗๒	๓.๒๖	๑.๑๐	ปาน กลาง
	%	๔.๗๑	๒๐.๖๘	๓๕.๒๙	๒๕.๓๕	๑๕.๙๗			
ภาพรวมพฤติกรรมกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์									
กัมพูชา	n	๒	๑๓๑	๒๓๔	๘๘	๑๘	๒.๙๘	๐.๗๖	ปาน กลาง
	%	๐.๔๒	๒๗.๗๐	๔๙.๔๗	๑๘.๖๐	๓.๘๑			
ไทย	n	๐	๑๗	๑๑๙	๒๒๕	๓๗	๓.๗๓	๐.๖๔	มาก
	%	๐.๐๐	๔.๒๗	๒๙.๙๐	๕๖.๕๓	๙.๓๐			
บรูไน	n	๐	๐	๙๗	๒๕๒	๓๙	๓.๘๐	๐.๕๓	มาก
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๒๕.๐๐	๖๕.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔	๑๖	๑๒๓	๒๑๗	๓๔	๓.๖๘	๐.๖๗	มาก
	%	๑.๐๖	๓.๙๖	๓๑.๑๓	๕๕.๑๕	๘.๗๑			
มาเลเซีย	n	๑๖	๓๖	๑๖๔	๑๔๙	๒๔	๓.๓๓	๐.๘๓	ปาน กลาง
	%	๔.๑๑	๙.๒๕	๔๒.๑๖	๓๘.๓๐	๖.๑๗			
เมียนมา	n	๐	๗๓	๑๓๗	๑๗๑	๑๖	๓.๒๖	๐.๗๘	ปาน กลาง
	%	๐.๐๐	๑๘.๓๙	๓๕.๕๑	๔๓.๐๗	๔.๐๓			
ลาว	n	๖๙	๑๕๒	๑๔๗	๓๓	๗	๒.๓๘	๐.๘๗	น้อย
	%	๑๖.๙๑	๓๗.๒๕	๓๖.๐๓	๘.๐๙	๑.๗๒			
เวียดนาม	n	๕	๑๔	๒๓๒	๑๗๓	๓	๓.๓๘	๐.๕๔	ปาน กลาง
	%	๑.๑๗	๓.๒๘	๕๔.๓๓	๔๐.๕๒	๐.๗๐			
สิงคโปร์	n	๒๙	๐	๖๐	๒๓๘	๖๐	๓.๖๔	๐.๘๗	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๖๑.๕๔	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๘	๔๕	๒๒๒	๑๖๓	๑๑	๓.๒๙	๐.๖๙	ปาน กลาง
	%	๑.๘๓	๙.๙๕	๔๙.๔๘	๓๖.๓๙	๒.๓๖			

จากตาราง ๖.๑๓ เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมพบว่า ประเทศบรูไนมีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๘๐$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๗๓$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๘$ เปิดรับในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ รายข้อ โดยข้อ ๑ คือการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง YouTube พบว่าประเทศสิงคโปร์มีพฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง YouTube มากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๙๒$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๓.๙๐$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๐๖$ เปิดรับในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ พบว่าประเทศบรูไนมีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๑๐$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๓.๙๒$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = ๒.๓๔$ เปิดรับในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือการดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบพบว่าประเทศสิงคโปร์มีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๘๕$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๗๔$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๑$ เปิดรับในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือการดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต พบว่าประเทศไทย และฟิลิปปินส์มีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๒$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๓.๕๐$ เปิดรับในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๑๑$ เปิดรับในระดับน้อย) ข้อ ๕ คือการดูละครโทรทัศน์เพราะเพื่อนแนะนำ พบว่าประเทศบรูไนมีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะเพื่อนแนะนำมากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๐๐$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๘๖$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๓$ เปิดรับในระดับน้อย) ข้อ ๖ คือการดูละครโทรทัศน์เพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) พบว่าประเทศบรูไนมีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) มากที่สุด ($\bar{X} = ๔.๐๕$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๙๘$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๘๑$ เปิดรับในระดับปานกลาง) ข้อ ๗ คือการดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านเรื่องย่อตามอินเทอร์เน็ต พบว่าประเทศสิงคโปร์มีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านเรื่องย่อตามอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๗$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๓.๗๕$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๐๓$ เปิดรับในระดับน้อย) และข้อ ๘ คือการดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย พบว่าประเทศเมียนมามีพฤติกรรมการเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่ายมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๙๕$ เปิดรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๗๑$ เปิดรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๒.๙๕$ เปิดรับในระดับปานกลาง)

ตอนที่ ๒ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ผลการศึกษารายการบันเทิงที่นำเสนอเกี่ยวกับความบันเทิงไทยในต่างประเทศพบว่า พล็อตผี มีความเด่นมากกว่าพล็อตอื่น จึงได้ตั้งข้อสันนิษฐานเพื่อการดำเนิน ว่า

ข้อสันนิษฐานที่ ๑. กลุ่มประเทศอาเซียนมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ผี มากที่สุด

ซึ่งผลการสำรวจเกี่ยวกับการเปิดรับพล็อตให้ผลดังนี้

๒.๑ การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ศาสนา

ตารางที่ ๖.๑๔ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ศาสนา

๒๔. เนื้อเรื่องตามหลักศาสนา									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๙	๑๑๘	๒๖๕	๕๑	๒๐	๒.๘๖	๐.๘๒	ปาน
	%	๔.๐๒	๒๔.๙๕	๕๖.๐๓	๑๐.๗๘	๔.๒๓			กลาง
ไทย	n	๑๑	๒๗	๑๗๒	๑๓๗	๕๑	๓.๔๘	๐.๙๐	ปาน
	%	๒.๗๖	๖.๗๘	๔๓.๒๒	๓๔.๔๒	๑๒.๘๑			กลาง
บรูไน	n	๐	๓๙	๒๗๑	๗๘	๐	๓.๑๐	๐.๕๕	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๗๐.๐๐	๒๐.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๒	๔๐	๑๔๗	๑๐๓	๗๒	๓.๓๖	๑.๑๔	ปาน
	%	๘.๑๘	๑๐.๒๙	๓๗.๒๐	๒๖.๑๒	๑๘.๒๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๕๔	๗๙	๑๒๕	๙๑	๔๐	๒.๙๖	๑.๑๙	ปาน
	%	๑๓.๘๘	๒๐.๓๑	๓๒.๑๓	๒๓.๓๙	๑๐.๒๘			กลาง
เมียนมา	n	๑๔	๒๔	๙๗	๑๒๒	๑๔๐	๓.๘๘	๑.๐๗	มาก
	%	๓.๕๓	๖.๐๕	๒๔.๔๓	๓๐.๗๓	๓๕.๒๖			
ลาว	n	๑๓๙	๘๒	๑๑๖	๔๘	๒๓	๒.๓๕	๑.๒๒	น้อย
	%	๓๔.๐๗	๒๐.๑๐	๒๘.๔๓	๑๑.๗๖	๕.๖๔			
เวียดนาม	n	๒๒	๔๑	๑๖๕	๑๔๓	๕๖	๓.๔๐	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๑๕	๙.๖๐	๓๘.๖๔	๓๓.๔๙	๑๓.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๖๐	๓๐	๑๗๘	๘๙	๓.๖๒	๑.๒๖	มาก
	%	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๗.๖๙	๔๖.๑๕	๒๓.๐๘			
อินโดนีเซีย	n	๒๔	๖๒	๑๖๐	๑๑๓	๖๐	๓.๒๗	๑.๐๓	ปาน
	%	๕.๒๔	๑๓.๘๗	๔๒.๔๑	๒๕.๑๓	๑๓.๓๕			กลาง
๒๕. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต									
กัมพูชา	n	๕๔	๑๖๑	๑๓๘	๘๔	๓๖	๒.๗๖	๑.๑๑	ปาน
	%	๑๑.๔๒	๓๔.๐๔	๒๙.๑๘	๑๗.๗๖	๗.๖๑			กลาง
ไทย	n	๗	๒๔	๑๑๔	๑๗๑	๘๒	๓.๗๕	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๗๖	๖.๐๓	๒๘.๖๔	๔๒.๙๖	๒๐.๖๐			
บรูไน	n	๐	๐	๑๙๔	๑๓๖	๕๘	๓.๖๕	๐.๗๕	มาก
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๕๐.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐			

๒๕. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
บรูไน	n	๐	๐	๑๙๔	๑๓๖	๕๘	๓.๖๕	๐.๗๕	มาก
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๕๐.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔	๙	๘๖	๑๓๘	๑๕๓	๔.๐๘	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๐๖	๒.๓๗	๒๒.๖๙	๓๕.๐๙	๓๘.๗๙			
มาเลเซีย	n	๑๘	๑๙	๗๕	๑๔๖	๑๓๑	๓.๙๑	๑.๐๗	มาก
	%	๔.๖๓	๔.๘๘	๑๙.๒๘	๓๗.๕๓	๓๓.๖๘			
เมียนมา	n	๗	๘	๗๘	๑๔๘	๑๕๖	๔.๑๐	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๗๖	๒.๐๒	๑๙.๖๕	๓๗.๒๘	๓๙.๒๙			
ลาว	n	๕๘	๓๙	๙๓	๑๒๑	๙๗	๓.๓๙	๑.๓๓	ปาน กลาง
	%	๑๔.๒๒	๙.๕๖	๒๒.๗๙	๒๙.๖๖	๒๓.๗๗			
เวียดนาม	n	๖	๓๕	๑๓๘	๑๗๓	๗๕	๓.๖๕	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๔๑	๘.๒๐	๓๒.๓๒	๔๐.๕๒	๑๗.๕๖			
สิงคโปร์	n	๑	๐	๒	๒๖๗	๓๐	๓.๖๙	๐.๙๕	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๖๙.๒๓	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๒	๒๖	๑๔๒	๑๙๒	๘๗	๓.๗๕	๐.๘๕	มาก
	%	๐.๕๒	๕.๗๖	๓๑.๖๘	๔๒.๖๗	๑๙.๓๗			
๒๖. เนื้อเรื่องเหลือเชื่อเกี่ยวเนื่องทางศาสนา									
กัมพูชา	n	๓๒	๑๒๒	๒๒๐	๙๐	๙	๒.๘๔	๐.๘๘	ปาน กลาง
	%	๖.๗๗	๒๕.๗๙	๔๖.๕๑	๑๙.๐๓	๑.๙๐			
ไทย	n	๑๓	๓๑	๑๕๘	๑๓๘	๕๘	๓.๔๙	๐.๙๕	ปาน กลาง
	%	๓.๒๗	๗.๗๙	๓๙.๗๐	๓๔.๖๗	๑๔.๕๗			
บรูไน	n	๒๐	๙๗	๑๑๖	๑๓๕	๒๐	๓.๑๐	๑.๐๒	ปาน กลาง
	%	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐	๓๕.๐๐	๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๒	๔๐	๙๙	๑๕๐	๘๓	๓.๕๙	๑.๑๐	มาก
	%	๕.๕๔	๑๐.๒๙	๒๕.๐๗	๓๗.๙๙	๒๑.๑๑			
มาเลเซีย	n	๔๗	๔๑	๙๐	๑๒๕	๘๖	๓.๔๒	๑.๒๗	ปาน กลาง
	%	๑๒.๐๘	๑๐.๕๔	๒๓.๑๔	๓๒.๑๓	๒๒.๑๑			
เมียนมา	n	๒๑	๒๓	๑๐๐	๙๒	๑๖๑	๓.๘๘	๑.๑๖	มาก
	%	๕.๒๙	๕.๗๙	๒๕.๑๙	๒๓.๑๗	๔๐.๕๕			
ลาว	n	๑๐๘	๑๐๑	๑๒๕	๕๒	๒๒	๒.๔๖	๑.๑๗	น้อย
	%	๒๖.๔๗	๒๔.๗๕	๓๐.๖๔	๑๒.๗๕	๕.๓๙			
เวียดนาม	n	๙	๗๔	๑๗๖	๙๙	๖๙	๓.๓๔	๑.๐๑	ปาน กลาง
	%	๒.๑๑	๑๗.๓๓	๔๑.๒๒	๒๓.๑๙	๑๖.๑๖			
สิงคโปร์	n	๓๐	๓๐	๑๗๘	๑๔๕	๐	๓.๑๕	๐.๙๐	ปาน กลาง
	%	๗.๖๙	๗.๖๙	๔๖.๑๕	๓๘.๔๖	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๓๑	๘๑	๒๒๗	๖๘	๔๒	๓.๐๒	๐.๙๙	ปาน กลาง
	%	๖.๘๑	๑๘.๐๖	๕๐.๕๒	๑๕.๑๘	๙.๔๒			

๒๗. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับอำนาจพิเศษทางศาสนา									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๓๖	๑๒๐	๒๑๙	๘๒	๑๖	๒.๘๔	๐.๙๒	ปาน
	%	๗.๖๑	๒๕.๓๗	๔๖.๓๐	๑๗.๓๔	๓.๓๘			กลาง
ไทย	n	๑๖	๓๐	๑๔๓	๑๖๑	๔๘	๓.๔๙	๐.๙๔	ปาน
	%	๔.๐๒	๗.๕๔	๓๕.๙๓	๔๐.๔๕	๑๒.๐๖			กลาง
บรูไน	n	๓๙	๑๙	๒๓๓	๕๘	๓๙	๓.๑๐	๑.๐๒	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๕.๐๐	๖๐.๐๐	๑๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๘	๒๙	๑๓๖	๑๐๗	๙๔	๓.๕๓	๑.๑๔	มาก
	%	๗.๑๒	๗.๓๙	๓๔.๕๖	๒๗.๑๘	๒๓.๗๕			
มาเลเซีย	n	๓๗	๔๗	๑๒๘	๙๓	๘๔	๓.๓๖	๑.๒๒	ปาน
	%	๙.๕๑	๑๒.๐๘	๓๒.๙๐	๒๓.๙๑	๒๑.๕๙			กลาง
เมียนมา	n	๖๙	๖๑	๑๔๒	๗๐	๕๕	๒.๙๕	๑.๒๖	ปาน
	%	๑๗.๓๘	๑๕.๓๗	๓๕.๗๗	๑๗.๖๓	๑๓.๘๕			กลาง
ลาว	n	๑๑๒	๑๒๐	๑๑๘	๓๖	๒๒	๒.๓๕	๑.๑๓	น้อย
	%	๒๗.๔๕	๒๙.๔๑	๒๘.๙๒	๘.๘๒	๕.๓๙			
เวียดนาม	n	๑๔	๕๗	๑๕๔	๑๒๙	๗๓	๓.๔๔	๑.๐๓	ปาน
	%	๓.๒๘	๑๓.๓๕	๓๖.๐๗	๓๐.๒๑	๑๗.๑๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๑๔๙	๘๙	๑๑๙	๐	๒.๗๗	๑.๐๑	ปาน
	%	๗.๖๙	๓๘.๔๖	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๘๐	๘๙	๑๕๙	๗๙	๔๒	๒.๘๑	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๗.๘๐	๑๙.๙๐	๓๕.๓๔	๑๗.๕๔	๙.๔๒			กลาง
ภาพรวมเลือกคุณละครรหัสศัณพลัฏ ศาสนา									
กัมพูชา	n	๑๔	๑๕๔	๒๔๙	๕๑	๕	๒.๘๒	๐.๖๗	ปาน
	%	๒.๙๖	๓๒.๕๖	๕๒.๖๔	๑๐.๗๘	๑.๐๖			กลาง
ไทย	n	๕	๓๑	๑๘๔	๑๕๐	๒๘	๓.๕๕	๐.๗๕	มาก
	%	๑.๒๖	๗.๗๙	๔๖.๒๓	๓๗.๖๙	๗.๐๔			
บรูไน	n	๑	๐	๒๓๓	๑๓๖	๐	๓.๒๔	๐.๕๕	ปาน
	%	๕.๐๐	๐.๐๐	๖๐.๐๐	๓๕.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒	๓๒	๑๔๓	๑๘๙	๒๘	๓.๖๔	๐.๗๕	มาก
	%	๐.๕๓	๘.๑๘	๓๖.๑๕	๔๘.๐๒	๗.๑๒			
มาเลเซีย	n	๑๑	๕๕	๑๖๑	๑๓๓	๒๙	๓.๔๑	๐.๘๗	ปาน
	%	๓	๑๔.๑๔	๔๑.๓๙	๓๔.๑๙	๗.๔๖			กลาง
เมียนมา	n	๗	๓๙	๑๓๕	๑๖๘	๔๘	๓.๗๐	๐.๘๒	มาก
	%	๑.๗๖	๙.๘๒	๓๔.๐๑	๔๒.๓๒	๑๒.๐๙			
ลาว	n	๗๕	๑๑๗	๑๕๖	๕๙	๑	๒.๖๔	๐.๙๕	ปาน
	%	๑๘	๒๘.๖๘	๓๘.๒๔	๑๔.๔๖	๐.๒๕			กลาง
เวียดนาม	n	๔	๒๔	๒๔๗	๑๓๐	๒๒	๓.๔๖	๐.๖๕	ปาน
	%	๑	๕.๖๒	๕๗.๘๕	๓๐.๔๔	๕.๑๕			กลาง

ภาพรวมเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต ศาสนา (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๒๓๘	๑๑๙	๐	๓.๓๑	๐.๘๕	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๖๑.๕๔	๓๐.๗๗	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๔	๖๙	๒๖๙	๑๐๒	๖	๓.๒๑	๐.๖๔	ปาน
	%	๐.๗๙	๑๕.๔๕	๕๙.๖๙	๒๒.๗๗	๑.๓๑			กลาง

จากตาราง ๖.๑๔ เมื่อพิจารณาการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมพบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อตศาสนามากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๗๐ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X}$ = ๓.๖๔ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๒.๖๔ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา รายข้อ โดยข้อ ๑ คือเลือกดูเพราะมีเนื้อเรื่องตามหลักศาสนา พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะมีเนื้อเรื่องตามหลักศาสนามากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๘๘ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X}$ = ๓.๖๒ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๒.๓๕ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องเนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องเนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิตมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๔.๑๐ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X}$ = ๔.๐๘ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X}$ = ๒.๗๖ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องเนื้อเรื่องเป็นเรื่องราวเหลือเชื่อทางศาสนา พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องเนื้อเรื่องเป็นเรื่องราวเหลือเชื่อทางศาสนามากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๘๘ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X}$ = ๓.๕๙ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๒.๔๖ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๔ คือเลือกดูเพราะมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับอำนาจพิเศษทางศาสนา พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๕๓ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X}$ = ๓.๔๙ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๒.๓๕ เลือกดูในระดับน้อย)

๒.๒ การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ผี

ตารางที่ ๖.๑๕ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ผี

๒๘. ผีหักมุมไปมา									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
กัมพูชา	n	๒๑	๑๒๑	๒๒๐	๘๒	๒๙	๒.๙๕	๐.๙๒	ปาน
	%	๔.๔๔	๒๕.๕๘	๔๖.๕๑	๑๗.๓๔	๖.๑๓			กลาง
ไทย	n	๑๔	๒๙	๑๓๕	๑๔๓	๗๗	๓.๖๐	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๕๒	๗.๒๙	๓๓.๙๒	๓๕.๙๓	๑๙.๓๕			
บรูไน	n	๓๙	๐	๒๓๒	๓๙	๗๘	๓.๓๐	๑.๑๓	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๖๐.๐๐	๑๐.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๙	๓๙	๘๗	๑๐๐	๑๓๙	๓.๗๒	๑.๒๕	มาก
	%	๗.๓๙	๙.๗๖	๒๒.๑๖	๒๕.๓๓	๓๕.๓๖			
มาเลเซีย	n	๕๕	๒๘	๖๑	๘๙	๑๕๖	๓.๖๘	๑.๔๒	มาก
	%	๑๔.๑๔	๗.๒๐	๑๕.๖๘	๒๒.๘๘	๔๐.๑๐			

๒๘. ฝึกกมมไปมา (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๗๒	๓๖	๙๖	๑๑๖	๗๗	๓๒.๒๓	๑.๓๖	ปาน
	%	๑๘.๑๔	๙.๐๗	๒๔.๑๘	๒๙.๒๒	๑๙.๔๐			กลาง
ลาว	n	๑๗๒	๘๖	๙๘	๔๐	๑๒	๒.๑๐	๑.๑๕	น้อย
	%	๔๒.๑๖	๒๑.๐๘	๒๔.๐๒	๙.๘๐	๒.๙๔			
เวียดนาม	n	๑๓	๗๓	๑๒๑	๑๒๘	๙๒	๓.๕๐	๑.๑๐	ปาน
	%	๓.๐๔	๑๗.๑๐	๒๘.๓๔	๒๙.๙๘	๒๑.๕๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๐	๑๗๙	๘๙	๓.๓๑	๑.๖๕	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๐.๐๐	๔๖.๑๕	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๔๓	๘๒	๑๑๕	๑๓๔	๗๕	๓.๒๖	๑.๒๑	ปาน
	%	๙.๔๒	๑๘.๓๒	๒๕.๖๕	๒๙.๘๔	๑๖.๗๕			กลาง
๒๙. ฝึกไม่กลัวแต่แฝงเรื่องวิญญาน									
กัมพูชา	n	๖๑	๑๗๓	๑๘๙	๔๓	๗	๒.๕๐	๐.๘๘	น้อย
	%	๑๒.๙๐	๓๖.๕๘	๓๙.๙๖	๙.๐๙	๑.๔๘			
ไทย	n	๑๒	๓๙	๑๒๕	๑๕๐	๗๒	๓.๕๘	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๐๒	๙.๘๐	๓๑.๔๑	๓๗.๖๙	๑๘.๐๙			
บรูไน	n	๒๐	๗๗	๑๙๔	๗๗	๒๐	๓.๐๐	๐.๙๒	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๕๐.๐๐	๒๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๖๐	๖๕	๑๕๑	๗๐	๔๘	๒.๙๕	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๕.๓๐	๑๖.๖๒	๓๘.๒๖	๑๗.๖๘	๑๒.๑๔			กลาง
มาเลเซีย	n	๑๐๐	๘๐	๙๓	๗๐	๔๖	๒.๗๐	๑.๓๔	ปาน
	%	๒๕.๗๑	๒๐.๕๗	๒๓.๙๑	๑๗.๙๙	๑๑.๘๓			กลาง
เมียนมา	n	๙๒	๑๑๔	๖๖	๙๔	๓๑	๒.๖๔	๑.๒๘	ปาน
	%	๒๓.๑๗	๒๘.๗๒	๑๖.๖๒	๒๓.๖๘	๗.๘๑			กลาง
ลาว	n	๑๕๒	๑๒๐	๘๔	๔๐	๑๒	๒.๑๒	๑.๑๑	น้อย
	%	๓๗.๒๕	๒๙.๔๑	๒๐.๕๙	๙.๘๐	๒.๙๔			
เวียดนาม	n	๒๒	๘๑	๑๓๕	๑๐๘	๘๑	๓.๓๔	๑.๑๔	ปาน
	%	๕.๑๕	๑๘.๙๗	๓๑.๖๒	๒๕.๒๙	๑๘.๙๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๒๓๘	๓๐	๐	๑๑๙	๐	๒.๐๐	๑.๔๑	น้อย
	%	๖๑.๕๕	๗.๖๙	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๖๗	๙๗	๑๑๓	๖๖	๓๙	๒.๗๗	๑.๒๒	ปาน
	%	๑๗.๕๕	๒๕.๓๙	๒๙.๕๘	๑๗.๒๘	๑๐.๒๑			กลาง
๓๐. ฝึกไม่กลัวจับต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคน									
กัมพูชา	n	๓๗	๑๔๔	๑๘๕	๙๐	๑๗	๒.๘๐	๐.๙๖	ปาน
	%	๗.๘๒	๓๐.๔๔	๓๙.๑๑	๑๙.๐๓	๓.๕๙			กลาง
ไทย	n	๑๕	๓๒	๑๕๒	๑๔๘	๕๑	๓.๔๗	๐.๙๕	ปาน
	%	๓.๗๗	๘.๐๔	๓๘.๑๙	๓๗.๑๙	๑๒.๘๑			กลาง

๓๐. ฝึไม่น่ากลัวจับต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคน (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
บรูไน	n	๑๙	๓๙	๑๔๙	๙๕	๓๙	๓.๒๕	๐.๙๗	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๕๐.๐๐	๒๕.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๗	๕๖	๑๕๓	๘๖	๕๒	๓.๑๐	๑.๑๖	ปานกลาง
	%	๑๑.๘๗	๑๔.๒๕	๓๘.๗๙	๒๑.๙๐	๑๓.๑๙			
มาเลเซีย	n	๗๔	๖๘	๑๐๖	๘๔	๕๗	๒.๙๕	๑.๓๒	ปานกลาง
	%	๑๙.๐๒	๑๗.๔๘	๒๗.๒๕	๒๑.๕๙	๑๔.๖๕			
เมียนมา	n	๔๐	๔๕	๖๙	๑๗๓	๗๐	๓.๔๗	๑.๒๐	ปานกลาง
	%	๑๐.๐๘	๑๑.๓๔	๑๗.๓๘	๔๓.๕๘	๑๗.๖๓			
ลาว	n	๘๙	๙๑	๑๓๔	๖๑	๓๓	๒.๖๕	๑.๒๐	ปานกลาง
	%	๒๑.๘๑	๒๒.๓๐	๓๒.๘๔	๑๔.๙๕	๘.๐๙			
เวียดนาม	n	๗	๕๘	๑๖๖	๑๓๘	๕๘	๓.๔๓	๐.๙๔	ปานกลาง
	%	๑.๖๔	๑๓.๕๘	๓๘.๘๘	๓๒.๓๒	๑๓.๕๘			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๑๑๙	๐	๑๔๙	๐	๒.๔๖	๑.๓๓	น้อย
	%	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๘.๕๖	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๖๗	๘๖	๑๔๒	๑๐๓	๕๑	๒.๙๗	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๑๔.๙๒	๑๙.๑๑	๓๑.๖๘	๒๓.๐๔	๑๑.๒๖			
๓๑. ฝึไม่น่ากลัว (ออกแนวตลก)									
กัมพูชา	n	๒๐	๙๔	๑๖๒	๑๑๔	๘๓	๓.๓๑	๑.๑๐	ปานกลาง
	%	๔.๒๓	๑๙.๘๗	๓๔.๒๕	๒๔.๑๐	๑๗.๕๕			
ไทย	n	๑๒	๓๙	๑๒๐	๑๖๓	๖๔	๓.๕๗	๐.๙๗	มาก
	%	๓.๐๒	๙.๘๐	๓๐.๑๕	๔๐.๙๕	๑๖.๐๘			
บรูไน	n	๓๙	๑๙	๑๕๕	๙๗	๗๘	๓.๔๐	๑.๑๙	ปานกลาง
	%	๑๐.๐๐	๕.๐๐	๔๐.๐๐	๒๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๕๑	๔๒	๑๑๔	๙๑	๙๖	๓.๓๕	๑.๓๑	ปานกลาง
	%	๑๒.๙๓	๑๐.๕๕	๒๙.๐๒	๒๓.๒๒	๒๔.๒๗			
มาเลเซีย	n	๕๖	๔๘	๘๙	๗๙	๑๑๗	๓.๓๙	๑.๔๐	ปานกลาง
	%	๑๔.๔๐	๑๒.๓๔	๒๒.๘๘	๒๐.๓๑	๓๐.๐๘			
เมียนมา	n	๓๒	๒๓	๑๐๗	๑๐๐	๑๓๕	๓.๗๑	๑.๒๒	มาก
	%	๘.๐๖	๕.๗๙	๒๖.๙๕	๒๕.๑๙	๓๔.๐๑			
ลาว	n	๓๙	๒๔	๑๐๔	๑๕๙	๘๒	๓.๕๔	๑.๑๖	มาก
	%	๙.๕๖	๕.๘๘	๒๕.๔๙	๓๘.๙๗	๒๐.๑๐			
เวียดนาม	n	๗	๖๔	๑๖๗	๑๑๒	๗๗	๓.๔๔	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๑.๖๔	๑๔.๙๙	๓๙.๑๑	๒๖.๒๓	๑๘.๐๓			
สิงคโปร์	n	๘๙	๐	๖๐	๑๔๙	๘๙	๓.๓๘	๑.๕๐	ปานกลาง
	%	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๕๖	๒๓.๐๘			
อินโดนีเซีย	n	๓๓	๖๒	๑๐๖	๑๐๙	๑๓๙	๓.๕๘	๑.๒๖	มาก
	%	๗.๓๓	๑๓.๘๗	๒๓.๕๖	๒๔.๓๕	๓๐.๘๙			

๓๒. ฝ่าทำจากเรื่องจริง									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๙	๑๑๙	๒๒๖	๗๖	๓๓	๒.๙๗	๐.๙๒	ปาน
	%	๔.๐๒	๒๕.๑๖	๔๗.๗๘	๑๖.๐๗	๖.๙๘			กลาง
ไทย	n	๒๔	๒๓	๑๑๙	๑๒๙	๑๐๓	๓.๖๖	๑.๑๑	มาก
	%	๖.๐๓	๕.๗๘	๒๙.๙๐	๓๒.๔๑	๒๕.๘๘			
บรูไน	n	๓๙	๓๙	๑๙๔	๕๘	๕๘	๓.๑๕	๑.๑๔	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๑๐.๐๐	๕๐.๐๐	๑๕.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๐	๓๓	๑๐๘	๑๐๘	๑๐๕	๓.๕๒	๑.๒๕	มาก
	%	๑๐.๐๓	๘.๔๔	๒๗.๔๔	๒๗.๔๔	๒๖.๖๕			
มาเลเซีย	n	๔๙	๑๘	๖๒	๙๘	๑๖๒	๓.๗๙	๑.๓๖	มาก
	%	๑๒.๖๐	๔.๖๓	๑๕.๙๔	๒๕.๑๙	๔๑.๖๕			
เมียนมา	n	๕๒	๕๕	๕๙	๙๓	๑๓๘	๓.๕๓	๑.๔๒	มาก
	%	๑๓.๑๐	๑๓.๘๕	๑๔.๘๖	๒๓.๔๓	๓๔.๗๖			
ลาว	n	๖๖	๖๖	๙๙	๙๗	๘๐	๓.๑๔	๑.๓๕	ปาน
	%	๑๖.๑๘	๑๖.๑๘	๒๔.๒๖	๒๓.๗๗	๑๙.๖๑			กลาง
เวียดนาม	n	๑๗	๘๑	๑๑๘	๑๒๙	๘๒	๓.๔๒	๑.๑๒	ปาน
	%	๓.๙๘	๑๘.๙๗	๒๗.๖๓	๓๐.๒๑	๑๙.๒๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๐	๖๐	๒๐๘	๓.๖๒	๑.๘๕	มาก
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕			
อินโดนีเซีย	n	๓๕	๓๘	๑๒๒	๑๓๓	๑๒๑	๓.๕๙	๑.๑๙	มาก
	%	๗.๘๕	๘.๓๘	๒๗.๒๓	๒๙.๕๘	๒๖.๙๖			
๓๓. ฝ่ามีเวทย์มนต์และคาถา									
กัมพูชา	n	๕๐	๑๓๘	๒๑๘	๕๓	๑๔	๒.๖๗	๐.๙๑	ปาน
	%	๑๐.๕๗	๒๙.๑๘	๔๖.๐๙	๑๑.๒๑	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๒๒	๒๘	๑๓๗	๑๓๓	๗๘	๓.๕๕	๑.๐๖	มาก
	%	๕.๕๓	๗.๐๔	๓๔.๔๒	๓๓.๔๒	๑๙.๖๐			
บรูไน	n	๑๙	๓๙	๒๗๒	๑๙	๓๙	๓.๐๕	๐.๘๙	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๗๐.๐๐	๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๑	๖๔	๑๐๖	๑๐๕	๗๘	๓.๒๙	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๐.๒๙	๑๖.๓๖	๒๖.๙๑	๒๖.๖๕	๑๙.๗๙			กลาง
มาเลเซีย	n	๖๖	๖๕	๑๐๕	๗๗	๗๖	๓.๐๘	๑.๓๕	ปาน
	%	๑๖.๙๗	๑๖.๗๑	๒๖.๙๙	๑๙.๗๙	๑๙.๕๔			กลาง
เมียนมา	n	๙๙	๕๕	๙๗	๑๑๐	๓๖	๒.๘๒	๑.๓๒	ปาน
	%	๒๔.๙๔	๑๓.๘๕	๒๔.๔๓	๒๗.๗๑	๙.๐๗			กลาง
ลาว	n	๑๐๕	๘๓	๑๑๑	๗๖	๓๓	๒.๖๓	๑.๒๗	ปาน
	%	๒๕.๗๔	๒๐.๓๔	๒๗.๒๑	๑๘.๖๓	๘.๐๙			กลาง
เวียดนาม	n	๓๕	๘๖	๑๑๘	๑๐๕	๘๓	๓.๒๗	๑.๒๒	ปาน
	%	๘.๒๐	๒๐.๑๔	๒๗.๖๓	๒๔.๕๙	๑๙.๔๔			กลาง

๓๓. ฝีมือหัตถ์มนต์และคาถา (ต่อ)										
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด		$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สิงคโปร์	n	๘๙	๓๐	๑๔๘	๖๐	๖๐		๒.๙๒	๑.๓๘	ปานกลาง
	%	๒๓.๐๘	๗.๖๙	๓๘.๕๖	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘				
อินโดนีเซีย	n	๕๑	๘๓	๑๔๙	๑๒๒	๔๔		๓.๐๕	๑.๑๔	ปานกลาง
	%	๑๑.๒๖	๑๘.๕๙	๓๓.๒๕	๒๗.๒๓	๙.๖๙				
๓๔. ฝึกฝนแนวความคิดศาสนา										
กัมพูชา	n	๖๑	๑๓๓	๒๐๙	๔๙	๒๑		๒.๖๕	๐.๙๘	ปานกลาง
	%	๑๒.๙๐	๒๘.๑๒	๔๔.๑๙	๑๐.๓๖	๔.๕๔				
ไทย	n	๒๒	๔๔	๑๔๑	๑๕๐	๔๑		๓.๓๖	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๕.๕๓	๑๑.๐๖	๓๕.๔๓	๓๗.๖๙	๑๐.๓๐				
บรูไน	n	๕๘	๙๗	๑๑๖	๗๘	๓๙		๒.๘๕	๑.๒๓	ปานกลาง
	%	๑๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐	๒๐.๐๐	๑๐.๐๐				
ฟิลิปปินส์	n	๔๖	๔๘	๑๒๖	๑๑๐	๖๔		๓.๒๕	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๑๑.๖๑	๑๒.๑๔	๓๑.๙๓	๒๗.๙๗	๑๖.๓๖				
มาเลเซีย	n	๘๕	๔๖	๑๐๐	๖๓	๙๕		๓.๑๐	๑.๔๖	ปานกลาง
	%	๒๑.๘๕	๑๑.๘๓	๒๕.๗๑	๑๖.๒๐	๒๔.๔๒				
เมียนมา	n	๑๓๑	๗๘	๘๘	๘๕	๑๕		๒.๔๓	๑.๒๕	น้อย
	%	๓๓.๐๐	๑๙.๖๕	๒๒.๑๗	๒๑.๔๑	๓.๗๘				
ลาว	n	๑๓๔	๑๐๙	๑๒๔	๓๑	๑๐		๒.๒๐	๑.๐๖	น้อย
	%	๓๒.๘๔	๒๖.๗๒	๓๐.๓๙	๗.๖๐	๒.๕๕				
เวียดนาม	n	๕๐	๙๒	๑๑๔	๑๑๕	๕๖		๓.๐๘	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๑๑.๗๑	๒๑.๕๕	๒๖.๗๐	๒๖.๙๓	๑๓.๑๑				
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๔๘	๖๐	๖๐		๒.๘๕	๑.๔๖	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๘.๕๖	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘				
อินโดนีเซีย	n	๖๓	๙๘	๑๕๐	๘๗	๕๑		๒.๙๒	๑.๑๙	ปานกลาง
	%	๑๔.๑๔	๒๑.๗๓	๓๓.๕๑	๑๙.๓๗	๑๑.๒๖				
ภาพรวมการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ฝึ										
กัมพูชา	n	๔	๑๓๗	๒๗๓	๕๕	๔		๒.๘๔	๐.๖๓	ปานกลาง
	%	๐.๘๕	๒๘.๙๖	๕๗.๗๒	๑๑.๖๓	๐.๘๕				
ไทย	n	๘	๓๘	๑๒๖	๑๙๑	๓๕		๓.๕๔	๐.๗๙	มาก
	%	๒.๐๑	๙.๕๕	๓๑.๖๖	๔๗.๙๙	๘.๗๙				
บรูไน	n	๑๙	๑๙	๒๗๒	๕๙	๑๙		๓.๑๔	๐.๘๑	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๕.๐๐	๗๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕.๐๐				
ฟิลิปปินส์	n	๒๓	๓๘	๑๕๙	๑๔๑	๓๓		๓.๓๑	๐.๙๐	ปานกลาง
	%	๕.๘๐	๙.๕๐	๔๐.๓๗	๓๕.๘๘	๘.๔๔				
มาเลเซีย	n	๓๘	๓๕	๑๕๒	๑๓๕	๒๙		๓.๒๔	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๙.๗๗	๙.๐๐	๓๙.๐๗	๓๔.๗๐	๗.๔๖				
เมียนมา	n	๓๒	๖๐	๑๔๓	๑๕๕	๗		๓.๑๒	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๘.๐๖	๑๕.๑๑	๓๖.๐๒	๓๙.๐๔	๑.๗๖				

ภาพรวมการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ผี (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ลาว	n	๔๐	๑๒๔	๑๙๒	๔๗	๕	๒.๖๓	๐.๗๙	ปาน
	%	๙.๘๐	๓๐.๓๙	๔๗.๐๖	๑๑.๕๒	๑.๒๓			กลาง
เวียดนาม	n	๑	๑๘	๒๓๘	๑๖๔	๖	๓.๓๕	๐.๕๕	ปาน
	%	๐.๒๓	๔.๒๒	๕๕.๗๔	๓๘.๔๑	๑.๔๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๘๙	๓๐	๑๑๙	๘๙	๖๐	๒.๙๓	๑.๓๓	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๗.๖๙	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๔	๖๐	๒๑๙	๑๔๓	๑๓	๓.๑๖	๐.๘๐	ปาน
	%	๓.๑๔	๑๓.๓๕	๔๘.๖๙	๓๑.๙๔	๒.๘๘			กลาง

จากตาราง ๖.๑๕ เมื่อพิจารณาการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ผีของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต ผีมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๔$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = ๓.๓๕$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๖๓$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ผีรายข้อ โดยข้อ ๑ คือเลือกดูโครงเรื่องผีหักมุมไปมา พบว่าประเทศมาเลเซียเลือกโครงเรื่องผีหักมุมไปมามากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๖๐$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๑๐$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือเลือกดูโครงเรื่องผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญาณ พบว่าประเทศไทยเลือกโครงเรื่องผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญาณมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = ๓.๓๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๒.๐๐$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือเลือกโครงเรื่องผีไม่น่ากลัวจะต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคน พบว่าประเทศไทย และเมียนมาเลือกดูโครงเรื่องผีไม่น่ากลัวจะต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคนมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๔๗$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = ๓.๔๓$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๒.๔๖$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือเลือกดูโครงเรื่องผีไม่น่ากลัว (ออกแนวตลก) พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องผีไม่น่ากลัว (ออกแนวตลก) มากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๑$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๕๗$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๓.๓๑$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๕ คือเลือกดูโครงเรื่องผีทำจากเรื่องจริง พบว่าประเทศมาเลเซียเลือกดูโครงเรื่องผีที่ทำจากเรื่องจริงมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๙$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๖๖$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๙๗$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๖ คือเลือกดูโครงเรื่องผีมีเวทย์มนต์และคาถา พบว่าประเทศไทยเลือกดูโครงเรื่องผีมีเวทย์มนต์และคาถามากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๒๙$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๖๓$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๗ คือเลือกดูโครงเรื่องผีแฝงแนวจิตศาสนา พบว่าประเทศไทยเลือกดูโครงเรื่องผีแฝงแนวจิตศาสนามากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๓๖$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๒๕$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๒๐$ เลือกดูในระดับน้อย)

๒.๓ การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต วิทยุรุ่น

ตารางที่ ๖.๑๖ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต วิทยุรุ่น

๓๕. ความรักวิทยุรุ่นตามครรลอง									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๒	๔๘	๑๕๐	๑๙๙	๗๔	๓.๖๒	๐.๘๘	มาก
	%	๐.๔๒	๑๐.๑๕	๓๑.๗๑	๔๒.๐๗	๑๕.๖๔			
ไทย	n	๕	๒๐	๑๒๒	๑๗๖	๗๕	๓.๗๔	๐.๘๖	มาก
	%	๑.๒๖	๕.๐๓	๓๐.๖๕	๔๔.๒๒	๑๘.๘๔			
บรูไน	n	๐	๑๙	๑๙๔	๑๑๗	๕๘	๓.๕๕	๐.๘๓	มาก
	%	๐.๐๐	๕.๐๐	๕๐.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๕	๔๖	๑๑๖	๑๒๒	๑๐๕	๓.๗๐	๑.๐๓	มาก
	%	๑.๓๒	๑๑.๖๑	๒๙.๕๕	๓๐.๘๗	๒๖.๖๕			
มาเลเซีย	n	๒๘	๒๒	๑๐๒	๑๓๖	๑๐๑	๓.๖๗	๑.๑๔	มาก
	%	๗.๒๐	๕.๖๖	๒๖.๒๒	๓๔.๙๖	๒๕.๙๖			
เมียนมา	n	๓๑	๓๙	๔๓	๑๐๕	๑๗๙	๓.๙๑	๑.๒๙	มาก
	%	๗.๘๑	๙.๘๒	๑๐.๘๓	๒๖.๔๕	๔๕.๐๙			
ลาว	n	๒๗	๖๖	๙๐	๑๑๘	๑๐๗	๓.๕๒	๑.๒๒	มาก
	%	๖.๖๒	๑๖.๑๘	๒๒.๐๖	๒๘.๙๒	๒๖.๒๓			
เวียดนาม	n	๒๘	๕๖	๑๗๐	๑๑๒	๖๑	๓.๒๙	๑.๐๗	ปาน กลาง
	%	๖.๕๖	๑๓.๑๑	๓๙.๘๑	๒๖.๒๓	๑๔.๒๙			
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๒๖๗	๖๐	๓๐	๓.๑๕	๐.๙๐	ปาน กลาง
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๖๙.๒๓	๑๕.๓๘	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๑๒	๓๔	๑๖๓	๑๔๕	๙๕	๓.๖๒	๐.๙๙	มาก
	%	๒.๖๒	๗.๕๙	๓๖.๓๙	๓๒.๒๐	๒๑.๒๐			
๓๖. การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวิทยุรุ่น									
กัมพูชา	n	๒๓	๑๕๕	๑๙๒	๖๗	๓๖	๒.๘๗	๐.๙๘	ปาน กลาง
	%	๔.๘๖	๓๒.๗๗	๔๐.๕๙	๑๔.๑๖	๗.๖๑			
ไทย	n	๗	๑๘	๘๔	๑๙๗	๙๒	๓.๘๘	๐.๘๘	มาก
	%	๑.๗๖	๔.๕๒	๒๑.๑๑	๔๙.๕๐	๒๓.๑๒			
บรูไน	n	๐	๕๘	๒๕๒	๗๘	๐	๓.๐๕	๐.๖๐	ปาน กลาง
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๖๕.๐๐	๒๐.๐๐	๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๒	๔๗	๑๑๔	๑๒๕	๘๖	๓.๕๓	๑.๑๒	มาก
	%	๕.๕๔	๑๑.๘๗	๒๙.๐๒	๓๑.๖๖	๒๑.๙๐			
มาเลเซีย	n	๒๖	๔๔	๑๑๘	๑๑๓	๘๘	๓.๕๐	๑.๑๕	ปาน กลาง
	%	๖.๖๘	๑๑.๓๑	๓๐.๓๓	๒๙.๐๕	๒๒.๖๒			
เมียนมา	n	๓๐	๖๗	๖๑	๑๓๑	๑๐๘	๓.๕๕	๑.๒๖	มาก
	%	๗.๕๖	๑๖.๘๘	๑๕.๓๗	๓๓.๐๐	๒๗.๒๐			
ลาว	n	๒๒	๕๐	๑๐๕	๑๒๗	๑๐๔	๓.๕๙	๑.๑๕	มาก
	%	๕.๓๙	๑๒.๒๕	๒๕.๗๔	๓๑.๑๓	๒๕.๔๙			

๓๖. การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๒๔	๙๑	๑๒๑	๑๔๘	๔๓	๓.๒๒	๑.๐๗	ปาน
	%	๕.๖๒	๒๑.๓๑	๒๘.๓๔	๓๔.๖๖	๑๐.๐๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๒๓๘	๐	๘๙	๓.๑๕	๑.๒๘	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๖๑.๕๔	๐.๐๐	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๔๕	๗๔	๑๘๒	๑๐๘	๔๐	๓.๐๕	๑.๐๘	ปาน
	%	๙.๙๕	๑๖.๔๙	๔๐.๕๘	๒๔.๐๘	๘.๙๐			กลาง
๓๗. การแสดงความรักในวัยเรียน									
กัมพูชา	n	๗๕	๑๑๔	๑๙๒	๖๓	๒๙	๒.๗๐	๑.๐๘	ปาน
	%	๑๕.๘๖	๒๔.๑๐	๔๐.๕๙	๑๓.๓๒	๖.๑๓			กลาง
ไทย	n	๗	๑๕	๑๑๖	๑๖๘	๙๒	๓.๘๑	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๗๖	๓.๗๗	๒๙.๑๕	๔๒.๒๑	๒๓.๑๒			
บรูไน	n	๐	๐	๑๙๔	๑๓๖	๕๘	๓.๖๕	๐.๗๕	มาก
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๕๐.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๑๑	๓๙	๑๐๕	๑๒๕	๑๑๔	๓.๗๔	๑.๐๗	มาก
	%	๒.๙๐	๙.๗๖	๒๖.๖๕	๓๑.๖๖	๒๙.๐๒			
มาเลเซีย	n	๓๓	๒๗	๑๒๗	๑๐๖	๙๖	๓.๕๓	๑.๑๘	มาก
	%	๘.๔๘	๖.๙๔	๓๒.๖๕	๒๗.๒๕	๒๔.๖๘			
เมียนมา	n	๓๑	๖๐	๕๙	๑๕๖	๙๑	๓.๕๔	๑.๒๒	มาก
	%	๗.๘๑	๑๕.๑๑	๑๔.๘๖	๓๙.๒๙	๒๒.๙๒			
ลาว	n	๔๑	๖๐	๑๐๑	๑๐๑	๑๐๕	๓.๔๑	๑.๒๙	ปาน
	%	๑๐.๐๕	๑๔.๗๑	๒๔.๗๕	๒๔.๗๕	๒๕.๗๔			กลาง
เวียดนาม	n	๓๓	๙๒	๑๓๘	๑๐๑	๖๓	๓.๑๖	๑.๑๕	ปาน
	%	๗.๗๓	๒๑.๕๕	๓๒.๓๒	๒๓.๖๕	๑๔.๗๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๘๙	๕๙	๑๗๙	๓๐	๓.๒๓	๑.๑๗	ปาน
	%	๗.๖๙	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๔๖.๑๕	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๕	๗๗	๑๓๙	๑๕๒	๕๖	๓.๓๑	๑.๐๗	ปาน
	%	๕.๕๐	๑๗.๒๘	๓๐.๘๙	๓๓.๗๗	๑๒.๕๗			กลาง
๓๘. ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว									
กัมพูชา	n	๕๔	๑๔๔	๑๘๑	๕๖	๓๘	๒.๗๕	๑.๐๗	ปาน
	%	๑๑.๔๒	๓๐.๔๔	๓๘.๒๗	๑๑.๘๔	๘.๐๓			กลาง
ไทย	n	๓	๑๗	๑๒๐	๑๗๖	๘๒	๓.๘๐	๐.๘๔	มาก
	%	๐.๗๕	๔.๒๗	๓๐.๑๕	๔๔.๒๒	๒๐.๖๐			
บรูไน	n	๓๙	๕๘	๒๑๓	๗๘	๐	๒.๘๕	๐.๘๘	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๕.๐๐	๒๐.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๓	๔๗	๑๒๑	๑๑๐	๑๐๓	๓.๖๑	๑.๑๐	มาก
	%	๓.๔๓	๑๑.๘๗	๓๐.๖๑	๒๗.๙๗	๒๖.๑๒			
มาเลเซีย	n	๒๒	๔๓	๑๑๑	๑๒๒	๙๑	๓.๕๖	๑.๑๓	มาก
	%	๕.๖๖	๑๑.๐๕	๒๘.๕๓	๓๑.๓๖	๒๓.๓๙			

๓๘. ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๒๔	๒๒	๘๘	๑๒๔	๑๓๙	๓.๘๔	๑.๑๕	มาก
	%	๖.๐๕	๕.๕๔	๒๒.๑๗	๓๑.๒๓	๓๕.๐๑			
ลาว	n	๑๙	๓๙	๑๐๓	๑๓๐	๑๑๗	๓.๗๐	๑.๑๒	มาก
	%	๔.๖๖	๙.๕๖	๒๕.๒๕	๓๑.๘๖	๒๘.๖๘			
เวียดนาม	n	๓๕	๗๗	๑๖๒	๑๐๑	๕๒	๓.๑๔	๑.๑๐	ปาน
	%	๘.๒๐	๑๘.๐๓	๓๗.๙๔	๒๓.๖๕	๑๒.๑๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๒๖๗	๒๖๐	๓๐	๓.๑๕	๐.๙๐	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๖๙.๒๓	๑๕.๓๘	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๒	๘๖	๑๔๖	๑๔๙	๔๖	๓.๒๕	๑.๐๔	ปาน
	%	๔.๙๗	๑๙.๑๑	๓๒.๔๖	๓๓.๒๕	๑๐.๒๑			กลาง
ภาพรวมการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต วัยรุ่น									
กัมพูชา	n	๗	๑๔๑	๒๕๐	๖๑	๑๔	๒.๙๘	๐.๗๑	ปาน
	%	๑.๔๘	๒๙.๘๑	๕๒.๘๕	๑๒.๙๐	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๖	๑๗	๑๒๔	๒๐๕	๔๖	๓.๘๑	๐.๗๒	มาก
	%	๒	๔.๒๗	๓๑.๑๖	๕๑.๕๑	๑๑.๕๖			
บรูไน	n	๐	๐	๒๙๑	๙๗	๐	๓.๒๘	๐.๔๐	ปาน
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๗๕.๐๐	๒๕.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๐	๔๒	๑๓๓	๑๕๐	๕๙	๓.๖๕	๐.๘๙	มาก
	%	๒.๖๔	๑๐.๕๕	๓๓.๗๗	๓๗.๙๙	๑๕.๐๔			
มาเลเซีย	n	๒๐	๓๙	๑๓๒	๑๓๕	๖๓	๓.๕๖	๑.๐๐	มาก
	%	๕	๑๐.๐๓	๓๓.๙๓	๓๔.๗๐	๑๖.๒๐			
เมียนมา	n	๒๔	๕๓	๗๖	๑๕๙	๘๕	๓.๗๑	๑.๐๖	มาก
	%	๖.๐๕	๑๓.๓๕	๑๙.๑๔	๔๐.๐๕	๒๑.๔๑			
ลาว	n	๑๘	๖๔	๑๑๗	๑๒๑	๘๘	๓.๕๖	๑.๐๖	มาก
	%	๔	๑๕.๖๙	๒๘.๖๘	๒๙.๖๖	๒๑.๕๗			
เวียดนาม	n	๒๗	๓๘	๒๓๖	๑๑๘	๘	๓.๒๐	๐.๘๐	ปาน
	%	๖	๘.๙๐	๕๕.๒๗	๒๗.๖๓	๑.๘๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๓๐	๒๓๘	๕๙	๓๐	๓.๑๗	๐.๙๙	ปาน
	%	๘	๗.๖๙	๖๑.๕๔	๑๕.๓๘	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๒	๗๔	๒๐๙	๑๓๓	๒๑	๓.๓๑	๐.๗๗	ปาน
	%	๒.๖๒	๑๖.๔๙	๔๖.๖๐	๒๙.๕๘	๔.๗๑			กลาง

จากตาราง ๖.๑๖ เมื่อพิจารณาการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต วัยรุ่นของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมพบว่าประเทศไทยเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต วัยรุ่นมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๘๑ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X}$ = ๓.๗๑ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X}$ = ๒.๙๘ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต วัยรุ่นรายข้อ โดยข้อ ๑ คือความรักวัยรุ่นตามครรลอง พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดู เพราะมีโครงเรื่องความรักวัยรุ่นตามครรลองมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๙๑ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือ

ประเทศไทย ($\bar{X} = 3.74$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.15$ เลือกดูในระดับมาก) ข้อ ๒ คือการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่นมากที่สุด ($\bar{X} = 3.88$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 3.66$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.87$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือการแสดงความรักในวัยเรียน พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องการแสดงความรักในวัยเรียนมากที่สุด ($\bar{X} = 3.81$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = 3.74$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.70$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๔ คือปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องแสดงปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัวมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.80$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.75$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๒.๔ การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวย

ตารางที่ ๖.๑๗ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวย

๓๙. แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
กัมพูชา	n	๗	๔๖	๑๒๗	๑๗๔	๑๑๙	๓.๗๔	๐.๙๙	มาก
	%	๑.๔๘	๙.๗๓	๒๖.๘๕	๓๖.๗๙	๒๕.๑๖			
ไทย	n	๔	๑๙	๑๖๑	๑๗๔	๔๐	๓.๕๗	๐.๗๘	มาก
	%	๑.๐๑	๔.๗๗	๔๐.๔๕	๔๓.๗๒	๑๐.๐๕			
บรูไน	n	๐	๒๐	๒๑๓	๙๗	๕๘	๓.๕๐	๐.๘๓	ปาน
	%	๐.๐๐	๕.๐๐	๕๕.๐๐	๒๕.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๑	๔๒	๑๒๑	๑๓๔	๗๗	๓.๕๒	๑.๐๘	มาก
	%	๕.๒๘	๑๐.๕๕	๓๐.๖๑	๓๔.๐๔	๑๙.๕๓			
มาเลเซีย	n	๓๙	๕๘	๙๓	๑๒๔	๗๕	๓.๓๕	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๐.๐๓	๑๔.๙๑	๒๓.๙๑	๓๑.๘๘	๑๙.๒๘			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๖๘	๑๓๗	๑๔๗	๓๐	๓.๒๗	๐.๙๖	ปาน
	%	๓.๗๘	๑๗.๑๓	๓๔.๕๑	๓๗.๐๓	๗.๕๖			กลาง
ลาว	n	๒๙	๖๘	๑๗๓	๙๖	๔๒	๓.๑๓	๑.๐๔	ปาน
	%	๗.๑๑	๑๖.๖๗	๔๒.๔๐	๒๓.๕๓	๑๐.๒๙			กลาง
เวียดนาม	n	๓๖	๙๙	๑๑๗	๑๑๒	๖๓	๓.๑๖	๑.๑๘	ปาน
	%	๘.๔๓	๒๓.๑๙	๒๗.๔๐	๒๖.๒๓	๑๔.๗๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๑๔๙	๑๗๘	๓๐	๓.๔๖	๐.๙๗	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๔๖.๑๕	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๑	๗๕	๑๗๘	๑๐๒	๘๓	๓.๓๘	๑.๐๔	ปาน
	%	๒.๓๖	๑๖.๗๕	๓๙.๕๓	๒๒.๗๗	๑๘.๕๙			กลาง

๔๐. แสดงความถี่ของสภาวะในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวย									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๖	๑๗๔	๒๑๕	๓๔	๓๔	๒.๗๘	๐.๙๐	ปาน
	%	๓.๓๘	๓๖.๗๙	๔๕.๔๕	๗.๑๙	๗.๑๙			กลาง
ไทย	n	๒	๒๘	๑๒๒	๑๗๘	๖๘	๓.๗๑	๐.๘๕	มาก
	%	๐.๕๐	๗.๐๔	๓๐.๖๕	๔๔.๗๒	๑๗.๐๙			
บรูไน	n	๐	๗๘	๒๕๓	๑๙	๓๘	๓.๐๕	๐.๘๓	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๖๕.๐๐	๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๔	๖๔	๑๓๗	๘๕	๘๔	๓.๓๖	๑.๑๖	ปาน
	%	๖.๐๗	๑๖.๐๙	๓๔.๘๓	๒๑.๖๔	๒๑.๓๗			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๑	๗๑	๘๑	๑๓๑	๖๕	๓.๒๘	๑.๒๔	ปาน
	%	๑๐.๕๔	๑๘.๒๕	๒๐.๘๒	๓๓.๖๘	๑๖.๗๑			กลาง
เมียนมา	n	๔๓	๔๘	๑๒๓	๑๕๒	๓๑	๓.๒๐	๑.๑๐	ปาน
	%	๑๐.๘๓	๑๒.๐๙	๓๐.๙๘	๓๘.๒๙	๗.๘๑			กลาง
ลาว	n	๒๙	๖๓	๑๖๓	๘๙	๖๔	๓.๒๔	๑.๑๑	ปาน
	%	๗.๑๑	๑๕.๔๔	๓๙.๙๕	๒๑.๘๑	๑๕.๖๙			กลาง
เวียดนาม	n	๖	๕๒	๑๗๑	๑๔๒	๕๖	๓.๔๔	๐.๙๒	ปาน
	%	๑.๔๑	๑๒.๑๘	๔๐.๐๕	๓๓.๒๖	๑๓.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๒๐๘	๑๑๙	๓๐	๓.๓๑	๐.๙๕	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๕๓.๘๕	๓๐.๗๗	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๒	๘๘	๑๗๓	๑๐๑	๖๕	๓.๒๒	๑.๐๗	ปาน
	%	๔.๙๗	๑๙.๖๓	๓๘.๔๘	๒๒.๕๑	๑๔.๔๐			กลาง
๔๑. แสดงการรักษาสภาพของครอบครัวหรือลูกหลานว่าเป็นคนรวย									
กัมพูชา	n	๘๐	๑๕๔	๑๗๔	๓๘	๒๗	๒.๕๓	๑.๐๕	ปาน
	%	๑๖.๙๑	๓๒.๕๖	๓๖.๗๙	๘.๐๓	๕.๗๑			กลาง
ไทย	n	๖	๓๓	๑๕๔	๑๕๓	๕๒	๓.๕๓	๐.๘๘	มาก
	%	๑.๕๑	๘.๒๙	๓๘.๖๙	๓๘.๔๔	๑๓.๐๗			
บรูไน	n	๐	๗๘	๑๙๔	๑๑๖	๐	๓.๑๐	๐.๗๒	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๕๐.๐๐	๓๐.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๗	๖๑	๑๓๘	๑๐๘	๗๐	๓.๓๙	๑.๐๘	ปาน
	%	๔.๒๒	๑๕.๕๗	๓๕.๐๙	๒๗.๔๔	๑๗.๖๘			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๓	๗๔	๑๐๙	๙๓	๗๐	๓.๑๙	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๑.๐๕	๑๙.๐๒	๒๘.๐๒	๒๓.๙๑	๑๗.๙๙			กลาง
เมียนมา	n	๔๓	๖๔	๑๓๒	๑๐๔	๕๔	๓.๑๖	๑.๑๗	ปาน
	%	๑๐.๘๓	๑๖.๑๒	๓๓.๒๕	๒๖.๒๐	๑๓.๖๐			กลาง
ลาว	n	๓๘	๘๐	๑๕๖	๘๔	๕๐	๓.๐๗	๑.๑๒	ปาน
	%	๙.๓๑	๑๙.๖๑	๓๘.๒๔	๒๐.๕๙	๑๒.๒๕			กลาง
เวียดนาม	n	๘	๖๐	๑๖๐	๑๓๕	๖๔	๓.๔๔	๐.๙๗	ปาน
	%	๑.๘๗	๑๔.๐๕	๓๗.๔๗	๓๑.๖๒	๑๔.๙๙			กลาง

๔๑. แสดงการรักษภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกลวงว่าเป็นคนรวย (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๑๔๙	๑๗๘	๓๐	๓.๔๖	๐.๙๗	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๔๖.๑๕	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๖	๑๑๔	๑๓๘	๑๐๘	๖๓	๓.๑๕	๑.๑๓	ปาน
	%	๕.๗๖	๒๕.๓๙	๓๐.๖๓	๒๔.๐๘	๑๔.๑๔			กลาง
๔๒. แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย									
กัมพูชา	n	๔๘	๑๑๕	๑๙๐	๖๘	๕๒	๒.๙๒	๑.๑๑	ปาน
	%	๑๐.๑๕	๒๔.๓๑	๔๐.๑๗	๑๔.๓๘	๑๐.๙๙			กลาง
ไทย	n	๓	๒๖	๑๒๓	๑๖๑	๘๕	๓.๗๕	๐.๘๙	มาก
	%	๐.๗๕	๖.๕๓	๓๐.๙๐	๔๐.๔๕	๒๑.๓๖			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๙๔	๑๙	๑๓๖	๓.๖๕	๑.๐๙	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๕๐.๐๐	๕.๐๐	๓๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๑๘	๓๘	๑๒๘	๑๐๒	๑๐๘	๓.๖๒	๑.๑๒	มาก
	%	๔.๔๙	๙.๗๖	๓๒.๔๕	๒๕.๘๖	๒๗.๔๔			
มาเลเซีย	n	๓๒	๕๖	๘๘	๑๓๑	๘๒	๓.๔๕	๑.๒๑	ปาน
	%	๘.๒๓	๑๔.๔๐	๒๒.๖๒	๓๓.๖๘	๒๑.๐๘			กลาง
เมียนมา	n	๓๐	๒๒	๗๘	๑๑๕	๑๕๒	๓.๘๕	๑.๒๑	มาก
	%	๗.๕๖	๕.๕๕	๑๙.๖๕	๒๘.๙๗	๓๘.๒๙			
ลาว	n	๒๒	๒๖	๑๕๖	๑๐๘	๙๖	๓.๕๖	๑.๐๘	มาก
	%	๕.๓๙	๖.๓๗	๓๘.๒๔	๒๖.๔๗	๒๓.๕๓			
เวียดนาม	n	๘	๖๒	๑๗๓	๑๑๒	๗๒	๓.๔๒	๐.๙๙	ปาน
	%	๑.๘๗	๑๔.๕๒	๔๐.๕๒	๒๖.๒๓	๑๖.๘๖			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๑๔๙	๑๗๘	๓๐	๓.๔๖	๐.๙๗	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๔๖.๑๕	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๖	๘๐	๑๕๘	๑๐๖	๘๙	๓.๓๘	๑.๑๐	ปาน
	%	๓.๖๖	๑๗.๘๐	๓๕.๐๘	๒๓.๕๖	๑๙.๙๐			กลาง
ภาพรวมเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวย									
กัมพูชา	n	๙	๑๒๗	๒๖๑	๕๙	๑๗	๒.๙๙	๐.๗๓	ปาน
	%	๑.๙๐	๒๖.๘๕	๕๕.๑๘	๑๒.๔๗	๓.๕๙			กลาง
ไทย	n	๒	๒๙	๑๔๓	๒๐๔	๒๐	๓.๖๔	๐.๖๗	มาก
	%	๐.๕๐	๗.๒๙	๓๕.๙๓	๕๑.๒๖	๕.๐๓			
บรูไน	n	๐	๕๘	๒๑๓	๗๘	๓๙	๓.๓๓	๐.๗๓	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๕.๐๐	๒๐.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๓	๔๖	๑๕๕	๑๐๙	๕๖	๓.๔๗	๐.๙๓	ปาน
	%	๓.๔๓	๑๒.๑๔	๔๐.๙๐	๒๘.๗๖	๑๔.๗๘			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๙	๗๐	๑๐๑	๑๔๗	๔๒	๓.๓๒	๑.๐๘	ปาน
	%	๗.๔๖	๑๗.๙๙	๒๕.๙๖	๓๗.๗๙	๑๐.๘๐			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๕๒	๑๗๐	๑๓๖	๑๖	๓.๓๗	๐.๘๔	ปาน
	%	๓.๗๘	๑๓.๑๐	๔๒.๘๒	๓๖.๒๗	๔.๐๓			กลาง

ภาพรวมเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ลาว	n	๑๙	๖๕	๑๘๓	๑๐๑	๔๐	๓.๒๕	๐.๙๔	ปาน
	%	๔.๖๖	๑๕.๙๓	๔๔.๘๕	๒๔.๗๕	๙.๘๐			กลาง
เวียดนาม	n	๑	๕๓	๒๒๗	๑๓๗	๙	๓.๓๖	๐.๖๖	ปาน
	%	๐.๒๓	๑๒.๔๑	๕๓.๑๖	๓๒.๐๘	๒.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๒๖๘	๕๙	๓๐	๓.๔๒	๐.๘๘	ปาน
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๖๙.๒๓	๑๕.๓๘	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๔	๙๐	๒๐๒	๙๗	๔๕	๓.๒๘	๐.๘๙	ปาน
	%	๓.๑๔	๒๐.๑๖	๔๕.๐๓	๒๑.๗๓	๙.๙๕			กลาง

จากตาราง ๖.๑๗ เมื่อพิจารณาการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.64$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = 3.47$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.99$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต สังคมคนรวยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือแสดงการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ ในสังคมที่หรูหราและรวย พบว่าประเทศกัมพูชาเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องแสดงการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.74$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.57$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 3.13$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือแสดงความล้มเหลวในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องแสดงความล้มเหลวในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.71$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = 3.44$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.78$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือแสดงการรักษาภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกลวงว่าเป็นคนรวย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องแสดงการรักษาภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกลวงว่าเป็นคนรวยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.53$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.46$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.53$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๔ คือแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.85$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.75$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.92$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๒.๕ การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต แนววิทยาศาสตร์

ตารางที่ ๖.๑๘ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต แนววิทยาศาสตร์

๔๓. วิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๒	๑๓๑	๒๒๗	๗๘	๒๕	๒.๙๔	๐.๘๗	ปาน
	%	๒.๕๔	๒๗.๗๐	๔๗.๙๙	๑๖.๔๙	๕.๒๙			กลาง

๔๓. วิทยาศาสตร์การย่นเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๙	๑๖	๑๐๐	๑๖๓	๑๑๐	๓.๘๘	๐.๙๔	มาก
	%	๒.๒๖	๔.๐๒	๒๕.๑๓	๔๐.๙๕	๒๗.๖๔			
บรูไน	n	๓๙	๐	๑๓๖	๒๑๓	๐	๓.๓๕	๐.๙๓	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๓๕.๐๐	๕๕.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๔	๒๕	๑๑๑	๑๐๓	๑๔๑	๓.๘๔	๑.๑๐	มาก
	%	๓.๖๙	๖.๓๓	๒๗.๙๗	๒๖.๑๒	๓๕.๘๘			
มาเลเซีย	n	๓๓	๔๒	๘๕	๑๑๔	๑๑๕	๓.๖๑	๑.๒๕	มาก
	%	๘.๔๘	๑๐.๘๐	๒๑.๘๕	๒๙.๓๑	๒๙.๕๖			
เมียนมา	n	๔๕	๑๓๓	๑๒๑	๔๕	๕๓	๒.๘๒	๑.๑๙	ปาน
	%	๑๑.๓๔	๓๓.๕๐	๓๐.๔๘	๑๑.๓๔	๑๓.๓๕			กลาง
ลาว	n	๔๓	๕๙	๑๑๔	๑๐๖	๘๖	๓.๓๓	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๐.๕๕	๑๔.๕๖	๒๗.๙๔	๒๕.๙๘	๒๑.๐๘			กลาง
เวียดนาม	n	๗	๗๐	๑๕๑	๑๓๒	๖๗	๓.๔๓	๐.๙๙	ปาน
	%	๑.๖๔	๑๖.๓๙	๓๕.๓๖	๓๐.๙๑	๑๕.๖๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๕๙	๕๙	๒๐๙	๓๐	๓.๓๘	๑.๑๒	ปาน
	%	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๒	๔๒	๑๔๗	๑๔๙	๙๙	๓.๖๓	๑.๐๑	มาก
	%	๒.๖๒	๙.๔๒	๓๒.๗๒	๓๓.๒๕	๒๑.๙๙			
๔๔. วิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลอง									
กัมพูชา	n	๓๖	๑๕๙	๑๘๐	๗๖	๒๒	๒.๗๗	๐.๙๗	ปาน
	%	๗.๖๑	๓๓.๖๒	๓๘.๐๕	๑๖.๐๗	๔.๖๕			กลาง
ไทย	n	๗	๒๐	๑๐๓	๑๖๘	๑๐๐	๓.๘๔	๐.๙๒	มาก
	%	๑.๗๖	๕.๐๓	๒๕.๘๘	๔๒.๒๑	๒๕.๑๓			
บรูไน	n	๓๙	๗๘	๑๗๔	๓๙	๕๘	๓.๐๐	๑.๑๗	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๒๐.๐๐	๔๕.๐๐	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๐	๒๖	๑๓๑	๑๒๓	๙๔	๓.๖๓	๑.๐๗	มาก
	%	๕.๐๑	๖.๖๐	๓๓.๒๕	๓๑.๑๓	๒๔.๐๑			
มาเลเซีย	n	๕๖	๕๘	๙๐	๑๐๘	๗๗	๓.๒๔	๑.๓๒	ปาน
	%	๑๔.๔๐	๑๔.๙๑	๒๓.๑๔	๒๗.๗๖	๑๙.๗๙			กลาง
เมียนมา	n	๕๒	๑๐๒	๑๑๓	๗๖	๕๔	๒.๙๔	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๓.๑๐	๒๕.๖๙	๒๘.๔๖	๑๙.๑๔	๑๓.๖๐			กลาง
ลาว	n	๘๒	๖๑	๑๐๑	๑๑๓	๕๑	๒.๙๘	๑.๓๒	ปาน
	%	๒๐.๑๐	๑๔.๙๕	๒๔.๗๕	๒๗.๗๐	๑๒.๕๐			กลาง
เวียดนาม	n	๑๐	๕๗	๑๔๔	๑๔๒	๗๔	๓.๕๐	๑.๐๐	ปาน
	%	๒.๓๔	๑๓.๓๕	๓๓.๗๒	๓๓.๒๖	๑๗.๓๓			กลาง
สิงคโปร์	n	๕๙	๑๑๙	๑๑๙	๐	๙๐	๒.๘๕	๑.๔๑	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๒๓.๐๘			กลาง

๔๔. วิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลอง (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
อินโดนีเซีย	n	๒๓	๔๑	๑๖๒	๑๓๘	๘๕	๓.๔๙	๑.๐๖	ปาน
	%	๕.๒๔	๙.๑๖	๓๖.๑๓	๓๐.๖๓	๑๘.๘๕			กลาง
๔๕. วิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก									
กัมพูชา	n	๕๙	๑๑๘	๒๐๒	๖๕	๒๙	๒.๗๖	๑.๐๔	ปาน
	%	๑๒.๔๗	๒๔.๙๕	๔๒.๗๑	๑๓.๗๔	๖.๑๓			กลาง
ไทย	n	๙	๑๙	๑๑๙	๑๖๐	๙๑	๓.๗๗	๐.๙๓	มาก
	%	๒.๒๖	๔.๗๗	๒๙.๙๐	๔๐.๒๐	๒๒.๘๖			
บรูไน	n	๕๘	๗๘	๑๙๔	๑๙	๓๙	๒.๗๕	๑.๑๒	ปาน
	%	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐	๕๐.๐๐	๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๔	๒๒	๑๓๑	๙๘	๑๑๙	๓.๖๘	๑.๑๔	มาก
	%	๖.๐๗	๕.๕๔	๓๓.๒๕	๒๔.๘๐	๓๐.๓๔			
มาเลเซีย	n	๕๒	๕๘	๙๑	๙๙	๘๙	๓.๓๐	๑.๓๓	ปาน
	%	๑๓.๓๗	๑๔.๙๑	๒๓.๓๙	๒๕.๔๕	๒๒.๘๘			กลาง
เมียนมา	n	๗๘	๙๑	๙๗	๗๘	๕๓	๒.๘๔	๑.๓๑	ปาน
	%	๑๙.๖๕	๒๒.๙๒	๒๔.๔๓	๑๙.๖๕	๑๓.๓๕			กลาง
ลาว	n	๘๓	๖๑	๑๐๙	๙๐	๖๕	๒.๙๘	๑.๓๕	ปาน
	%	๒๐.๓๔	๑๔.๙๕	๒๖.๗๒	๒๒.๐๖	๑๕.๙๓			กลาง
เวียดนาม	n	๕	๘๑	๑๖๘	๑๒๐	๕๓	๓.๓๒	๐.๙๖	ปาน
	%	๑.๑๗	๑๘.๙๗	๓๙.๓๔	๒๘.๑๐	๑๒.๔๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๑๑๙	๖๐	๑๑๙	๒๙	๒.๘๕	๑.๒๘	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๗	๖๙	๑๖๙	๑๑๓	๗๑	๓.๒๙	๑.๐๙	ปาน
	%	๖.๐๒	๑๕.๔๕	๓๗.๗๐	๒๕.๑๓	๑๕.๗๑			กลาง
๔๖. วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม									
กัมพูชา	n	๖๑	๑๑๘	๒๑๑	๖๗	๑๖	๒.๗๐	๐.๙๘	ปาน
	%	๑๒.๙๐	๒๔.๙๕	๔๔.๖๑	๑๔.๑๖	๓.๓๘			กลาง
ไทย	n	๑๓	๑๖	๑๑๒	๑๖๕	๙๒	๓.๗๗	๐.๙๖	มาก
	%	๓.๒๗	๔.๐๒	๒๘.๑๔	๔๑.๔๖	๒๓.๑๒			
บรูไน	n	๑๙	๓๙	๒๕๒	๓๙	๓๙	๓.๑๐	๐.๙๑	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๖๕.๐๐	๑๐.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๕	๑๕	๑๑๖	๑๑๔	๑๓๔	๓.๘๖	๑.๐๕	มาก
	%	๓.๖๙	๓.๖๙	๒๙.๕๕	๒๙.๐๒	๓๔.๐๔			
มาเลเซีย	n	๒๒	๔๐	๘๖	๑๒๗	๑๑๔	๓.๗๐	๑.๑๖	มาก
	%	๕.๖๖	๑๐.๒๘	๒๒.๑๑	๓๒.๖๕	๒๙.๓๑			
เมียนมา	n	๓๒	๕๓	๑๕๗	๗๑	๘๔	๓.๓๑	๑.๑๘	ปาน
	%	๘.๐๖	๑๓.๓๕	๓๙.๕๕	๑๗.๘๘	๒๑.๑๖			กลาง
ลาว	n	๙๔	๖๑	๙๕	๙๗	๖๑	๒.๙๓	๑.๓๘	ปาน
	%	๒๓.๐๔	๑๔.๙๕	๒๓.๒๘	๒๓.๗๗	๑๔.๙๕			กลาง

๔๖. วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๑๑	๘๐	๑๗๙	๑๒๐	๓๗	๓.๒๒	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๒.๕๘	๑๘.๗๔	๔๑.๙๒	๒๘.๑๐	๘.๖๗			
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๖๐	๑๗๘	๘๙	๓.๖๒	๑.๓๓	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๔๖.๑๕	๒๓.๐๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๘	๕๘	๑๙๗	๑๑๐	๖๖	๓.๓๓	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๓.๙๓	๑๒.๘๓	๔๓.๙๘	๒๔.๖๑	๑๔.๖๖			
ภาพรวมการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต แนววิทยาศาสตร์									
กัมพูชา	n	๑๑	๑๘๘	๒๑๒	๕๒	๑๐	๒.๗๙	๐.๗๒	ปานกลาง
	%	๒.๓๓	๓๙.๗๕	๔๔.๘๒	๑๐.๙๙	๒.๑๑			
ไทย	n	๘	๑๖	๑๒๕	๑๙๑	๕๘	๓.๘๑	๐.๘๐	มาก
	%	๒.๐๑	๔.๐๒	๓๑.๔๑	๔๗.๙๙	๑๔.๕๗			
บรูไน	n	๓๙	๐	๒๙๑	๕๘	๐	๓.๐๕	๐.๘๑	ปานกลาง
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๗๕.๐๐	๑๕.๐๐	๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๑๐	๒๕	๑๔๔	๑๔๑	๗๔	๓.๗๕	๐.๙๑	มาก
	%	๒.๖๔	๖.๓๓	๓๖.๔๑	๓๕.๘๘	๑๘.๗๓			
มาเลเซีย	n	๒๑	๖๘	๑๐๙	๑๓๑	๖๐	๓.๔๖	๑.๐๗	ปานกลาง
	%	๕.๔๐	๑๗.๔๘	๒๘.๐๒	๓๓.๖๘	๑๕.๔๒			
เมียนมา	n	๓๑	๑๐๑	๑๖๕	๗๗	๒๓	๒.๙๘	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๗.๘๑	๒๕.๔๔	๔๑.๕๖	๑๙.๔๐	๕.๗๙			
ลาว	n	๕๗	๘๙	๑๒๙	๙๙	๓๔	๓.๐๕	๑.๐๙	ปานกลาง
	%	๑๓.๙๗	๒๑.๘๑	๓๑.๖๒	๒๔.๒๖	๘.๓๓			
เวียดนาม	n	๒	๔๕	๒๔๘	๑๒๕	๗	๓.๓๖	๐.๖๓	ปานกลาง
	%	๐.๔๗	๑๐.๕๔	๕๘.๐๘	๒๙.๒๗	๑.๖๔			
สิงคโปร์	n	๓๐	๓๐	๒๓๘	๕๙	๓๐	๓.๑๗	๑.๐๓	ปานกลาง
	%	๗.๖๙	๗.๖๙	๖๑.๕๔	๑๕.๓๘	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๕	๗๑	๒๐๔	๑๒๘	๔๑	๓.๔๓	๐.๘๐	ปานกลาง
	%	๑.๐๕	๑๕.๗๑	๔๕.๕๕	๒๘.๕๓	๙.๑๖			

จากตาราง ๖.๑๘ เมื่อพิจารณาการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต แนววิทยาศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต แนววิทยาศาสตร์มากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๘๑$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๗๕$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๗๙$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต แนววิทยาศาสตร์รายข้อ โดยข้อ ๑ คือวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีตมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๘๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๘๔$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๙๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือวิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลอง พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมี

โครงเรื่องวิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลองมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือ ประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = 3.63$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.77$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือวิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลกพบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องวิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลกมากที่สุด ($\bar{X} = 3.77$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = 3.68$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = 2.75$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๔ คือวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรมพบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะมีโครงเรื่องวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.86$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.77$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.70$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๒.๖ การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้ง

ตารางที่ ๖.๑๙ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้ง

๔๗. ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๙	๖๕	๑๘๐	๑๔๓	๗๖	๓.๔๕	๐.๙๘	ปาน
	%	๑.๙๐	๑๓.๗๔	๓๘.๐๕	๓๐.๒๓	๑๖.๐๗			กลาง
ไทย	n	๒	๑๘	๑๔๓	๑๗๕	๖๐	๓.๖๙	๐.๘๐	มาก
	%	๐.๕๐	๔.๕๒	๓๕.๙๓	๔๓.๙๗	๑๕.๐๘			
บรูไน	n	๒๐	๓๙	๒๗๑	๑๙	๓๙	๓.๐๕	๐.๘๙	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๗๐.๐๐	๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๐	๒๒	๑๐๓	๑๒๙	๑๔๐	๓.๙๘	๐.๙๒	มาก
	%	๐.๐๐	๕.๕๔	๒๖.๑๒	๓๒.๗๒	๓๕.๖๒			
มาเลเซีย	n	๑๓	๔๐	๑๑๗	๑๓๔	๘๕	๓.๖๑	๑.๐๔	มาก
	%	๓.๓๔	๑๐.๒๘	๓๐.๐๘	๓๔.๔๕	๒๑.๘๕			
เมียนมา	n	๑๑๕	๘๕	๗๐	๕๘	๖๙	๒.๗๐	๑.๔๖	ปาน
	%	๒๘.๙๗	๒๑.๔๑	๑๗.๖๓	๑๔.๖๑	๑๗.๓๘			กลาง
ลาว	n	๑๗๗	๙๓	๑๐๓	๓๒	๓	๒.๐๐	๑.๐๓	น้อย
	%	๔๓.๓๘	๒๒.๗๙	๒๕.๒๕	๗.๘๔	๐.๗๔			
เวียดนาม	n	๑๐	๕๒	๑๕๓	๑๔๖	๖๖	๓.๔๘	๐.๙๗	ปาน
	%	๒.๓๔	๑๒.๑๘	๓๕.๘๓	๓๔.๑๙	๑๕.๔๖			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๑๑๙	๖๐	๑๔๘	๐	๒.๗๗	๑.๑๗	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๖	๔๘	๑๘๕	๑๒๙	๗๑	๓.๔๒	๑.๐๐	ปาน
	%	๓.๖๖	๑๐.๗๓	๔๑.๑๐	๒๘.๘๐	๑๕.๗๑			กลาง
๔๘. ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม									
กัมพูชา	n	๑๖	๘๒	๑๕๙	๑๔๕	๗๑	๓.๓๗	๑.๐๔	ปาน
	%	๓.๓๘	๑๗.๓๔	๓๓.๖๒	๓๐.๖๖	๑๕.๐๑			กลาง
ไทย	n	๒	๑๓	๑๓๐	๑๘๐	๗๓	๓.๗๘	๐.๘๐	มาก
	%	๐.๕๐	๓.๒๗	๓๒.๖๖	๔๕.๒๓	๑๘.๓๔			

๔๘. ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
บรูไน	n	๐	๕๘	๒๗๒	๐	๕๘	๓.๑๕	๐.๘๘	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๗๐.๐๐	๐.๐๐	๑๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒	๒๖	๘๔	๑๔๗	๑๓๔	๓.๙๘	๐.๙๓	มาก
	%	๐.๕๓	๖.๖๐	๒๑.๓๗	๓๗.๔๗	๓๔.๐๔			
มาเลเซีย	n	๑๔	๑๕	๑๑๔	๑๕๑	๙๕	๓.๗๗	๐.๙๘	มาก
	%	๓.๖๐	๓.๘๖	๒๙.๓๑	๓๘.๘๒	๒๔.๔๒			
เมียนมา	n	๙๘	๑๐๒	๙๓	๖๗	๓๗	๒.๖๐	๑.๒๘	ปานกลาง
	%	๒๔.๖๙	๒๕.๖๙	๒๓.๔๓	๑๖.๘๘	๙.๓๒			
ลาว	n	๑๐๘	๗๐	๑๕๘	๕๖	๑๖	๒.๕๑	๑.๑๔	ปานกลาง
	%	๒๖.๔๗	๑๗.๑๖	๓๘.๗๓	๑๓.๗๓	๓.๙๒			
เวียดนาม	n	๗	๔๙	๑๓๐	๑๖๐	๘๑	๓.๖๑	๐.๙๗	มาก
	%	๑.๖๔	๑๑.๔๘	๓๐.๔๔	๓๗.๔๗	๑๘.๙๗			
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๐	๓๒๗	๐	๓.๕๔	๑.๑๓	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๐.๐๐	๘๔.๖๒	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๖	๔๙	๑๗๓	๑๖๙	๕๒	๓.๔๗	๐.๘๘	ปานกลาง
	%	๑.๓๑	๑๐.๙๙	๓๘.๔๘	๓๗.๗๐	๑๑.๕๒			
๔๙. ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ									
กัมพูชา	n	๒๖	๘๐	๑๓๙	๑๔๖	๘๒	๓.๓๘	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๕.๕๐	๑๖.๙๑	๒๙.๓๙	๓๐.๘๗	๑๗.๓๔			
ไทย	n	๒	๓๐	๑๒๙	๑๖๖	๗๑	๓.๖๙	๐.๘๗	มาก
	%	๐.๕๐	๗.๕๔	๓๒.๔๑	๔๑.๗๑	๑๗.๘๔			
บรูไน	n	๑๙	๕๘	๒๓๓	๓๙	๓๙	๓.๐๕	๐.๙๔	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๖๐.๐๐	๑๐.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๙	๓๕	๑๐๔	๑๒๙	๑๑๗	๓.๗๘	๑.๐๔	มาก
	%	๒.๓๗	๘.๙๗	๒๖.๓๙	๓๒.๗๒	๒๙.๕๕			
มาเลเซีย	n	๑๘	๒๗	๑๓๓	๑๔๑	๗๐	๓.๕๖	๑.๐๑	มาก
	%	๔.๖๓	๖.๙๔	๓๔.๑๙	๓๖.๒๕	๑๗.๙๙			
เมียนมา	n	๙๐	๔๐	๑๔๙	๕๐	๖๘	๒.๙๑	๑.๓๕	ปานกลาง
	%	๒๒.๖๗	๑๐.๐๘	๓๗.๕๓	๑๒.๕๙	๑๗.๑๓			
ลาว	n	๑๑๘	๙๘	๑๓๑	๔๑	๒๐	๒.๓๘	๑.๑๕	น้อย
	%	๒๘.๙๒	๒๔.๐๒	๓๒.๑๑	๑๐.๐๕	๔.๙๐			
เวียดนาม	n	๑๔	๗๗	๑๕๙	๑๑๐	๖๗	๓.๓๓	๑.๐๕	ปานกลาง
	%	๓.๒๘	๑๘.๐๓	๓๗.๒๔	๒๕.๗๖	๑๕.๖๙			
สิงคโปร์	n	๕๙	๐	๑๗๘	๑๔๙	๐	๓.๐๘	๑.๐๔	ปานกลาง
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๔๖.๑๕	๓๘.๔๖	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๙	๕๔	๑๗๔	๑๔๖	๖๖	๓.๔๖	๐.๙๕	ปานกลาง
	%	๒.๐๙	๑๒.๐๔	๓๘.๗๔	๓๒.๔๖	๑๔.๖๖			

๕๐. ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๓๖	๑๒๔	๒๑๗	๗๑	๒๕	๒.๘๔	๐.๙๕	ปาน
	%	๗.๖๑	๒๖.๒๒	๔๕.๘๘	๑๕.๐๑	๕.๒๙			กลาง
ไทย	n	๖	๒๒	๑๓๖	๑๕๘	๗๖	๓.๖๙	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๕๑	๕.๕๓	๓๔.๑๗	๓๙.๗๐	๑๙.๑๐			
บรูไน	n	๓๙	๕๘	๒๗๑	๐	๑๙	๒.๗๕	๐.๘๕	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐	๗๐.๐๐	๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๓	๓๒	๑๒๖	๙๖	๑๑๗	๓.๖๔	๑.๑๖	มาก
	%	๕.๘๐	๘.๑๘	๓๑.๙๓	๒๔.๒๗	๒๙.๘๒			
มาเลเซีย	n	๓๖	๔๒	๑๓๑	๑๑๕	๖๕	๓.๓๔	๑.๑๕	ปาน
	%	๙.๒๕	๑๐.๘๐	๓๓.๖๘	๒๙.๕๖	๑๖.๗๑			กลาง
เมียนมา	n	๘๓	๗๑	๑๑๗	๗๔	๕๒	๒.๘๕	๑.๓๑	ปาน
	%	๒๐.๙๑	๑๗.๘๘	๒๙.๔๗	๑๘.๖๔	๑๓.๑๐			กลาง
ลาว	n	๑๗๔	๙๘	๙๑	๓๔	๑๑	๒.๐๔	๑.๑๑	น้อย
	%	๔๒.๖๕	๒๔.๐๒	๒๒.๓๐	๘.๓๓	๒.๗๐			
เวียดนาม	n	๑๓	๗๗	๑๔๐	๑๒๓	๗๔	๓.๓๙	๑.๐๖	ปาน
	%	๓.๐๔	๑๘.๐๓	๓๒.๗๙	๒๘.๘๑	๑๗.๓๓			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๒๐๘	๑๑๙	๐	๓.๐๐	๑.๐๐	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๕๓.๘๕	๓๐.๗๗	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๓	๑๑๔	๑๘๓	๘๖	๓๓	๒.๙๔	๑.๐๑	ปาน
	%	๗.๓๓	๒๕.๓๙	๔๐.๘๔	๑๙.๑๑	๗.๓๓			กลาง
๕๑. ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ									
กัมพูชา	n	๘๖	๑๒๑	๑๗๗	๕๙	๓๐	๒.๖๓	๑.๑๑	ปาน
	%	๑๘.๑๘	๒๕.๕๘	๓๗.๔๒	๑๒.๔๗	๖.๓๔			กลาง
ไทย	n	๙	๓๘	๑๔๑	๑๕๖	๕๔	๓.๕๒	๐.๙๒	มาก
	%	๒.๒๖	๙.๕๕	๓๕.๔๓	๓๙.๒๐	๑๓.๕๗			
บรูไน	n	๕๘	๑๗๕	๙๗	๐	๕๘	๒.๕๕	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๕.๐๐	๔๕.๐๐	๒๕.๐๐	๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๖	๓๙	๘๒	๑๒๗	๑๑๕	๓.๗๕	๑.๑๒	มาก
	%	๔.๒๒	๑๐.๒๙	๒๑.๖๔	๓๓.๕๑	๓๐.๓๔			
มาเลเซีย	n	๓๑	๕๕	๑๓๓	๑๐๕	๖๕	๓.๓๐	๑.๑๔	ปาน
	%	๗.๙๗	๑๔.๑๔	๓๔.๑๙	๒๖.๙๙	๑๖.๗๑			กลาง
เมียนมา	n	๙๓	๑๒๔	๗๙	๔๕	๕๖	๒.๖๑	๑.๓๔	ปาน
	%	๒๓.๔๓	๓๑.๒๓	๑๙.๙๐	๑๑.๓๔	๑๔.๑๑			กลาง
ลาว	n	๑๓๗	๗๕	๑๑๖	๖๖	๑๔	๒.๓๘	๑.๒๐	น้อย
	%	๓๓.๕๘	๑๘.๓๘	๒๘.๔๓	๑๖.๑๘	๓.๔๓			
เวียดนาม	n	๒๒	๙๔	๑๓๑	๑๐๖	๗๔	๓.๒๗	๑.๑๔	ปาน
	%	๕.๑๕	๒๒.๐๑	๓๐.๖๘	๒๔.๘๒	๑๗.๓๓			กลาง

๕๑. ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๖๐	๒๖๗	๐	๓.๓๘	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๖๙.๒๓	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๓๓	๗๖	๑๖๑	๑๑๓	๖๖	๓.๒๓	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๗.๓๓	๑๗.๐๒	๓๕.๘๖	๒๕.๑๓	๑๔.๖๖			
๕๒. ความขัดแย้งระหว่างศาสนา									
กัมพูชา	n	๑๒๙	๑๒๘	๑๖๒	๔๒	๑๒	๒.๓๒	๑.๐๕	น้อย
	%	๒๗.๒๗	๒๗.๐๖	๓๔.๒๕	๘.๘๘	๒.๕๔			
ไทย	n	๑๕	๔๐	๑๖๓	๑๔๖	๓๔	๓.๓๖	๐.๙๑	ปานกลาง
	%	๓.๗๗	๑๐.๐๕	๔๐.๙๕	๓๖.๖๘	๘.๕๔			
บรูไน	n	๕๘	๙๗	๑๙๔	๐	๓๙	๒.๖๕	๑.๐๙	ปานกลาง
	%	๑๕.๐๐	๒๕.๐๐	๕๐.๐๐	๐.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๗	๖๑	๑๐๒	๑๑๙	๗๕	๓.๓๔	๑.๒๒	ปานกลาง
	%	๙.๕๐	๑๕.๕๗	๒๕.๘๖	๓๐.๐๘	๑๙.๐๐			
มาเลเซีย	n	๕๓	๖๕	๑๒๑	๘๙	๖๑	๓.๑๐	๑.๒๕	ปานกลาง
	%	๑๓.๖๒	๑๖.๗๑	๓๑.๑๑	๒๒.๘๘	๑๕.๖๘			
เมียนมา	n	๑๐๗	๙๓	๘๔	๖๓	๕๐	๒.๖๔	๑.๓๖	ปานกลาง
	%	๒๖.๙๕	๒๓.๔๓	๒๑.๑๖	๑๕.๘๗	๑๒.๕๙			
ลาว	n	๑๗๑	๕๔	๑๑๔	๔๘	๒๑	๒.๒๕	๑.๒๕	น้อย
	%	๔๑.๙๑	๑๓.๒๔	๒๗.๙๔	๑๑.๗๖	๕.๑๕			
เวียดนาม	n	๒๗	๙๓	๑๑๙	๑๒๑	๖๗	๓.๒๕	๑.๑๕	ปานกลาง
	%	๖.๓๒	๒๑.๗๘	๒๗.๘๗	๒๘.๓๔	๑๕.๖๙			
สิงคโปร์	n	๓๐	๓๐	๓๐	๒๙๗	๐	๓.๕๔	๐.๙๗	มาก
	%	๗.๖๙	๗.๖๙	๗.๖๙	๗๖.๙๒	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๘๐	๖๙	๑๖๒	๗๗	๖๑	๒.๙๓	๑.๒๖	ปานกลาง
	%	๑๗.๘๐	๑๕.๔๕	๓๖.๑๓	๑๗.๐๒	๑๓.๖๑			
ภาพรวมการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้ง									
กัมพูชา	n	๖	๑๐๖	๒๙๔	๕๙	๘	๓.๐๐	๐.๖๓	ปานกลาง
	%	๑.๒๗	๒๒.๔๑	๖๒.๑๖	๑๒.๔๗	๑.๖๙			
ไทย	n	๒	๒๕	๑๖๓	๑๘๙	๑๙	๓.๖๒	๐.๖๗	มาก
	%	๐.๕๐	๖.๒๘	๔๐.๙๕	๔๗.๔๙	๔.๗๗			
บรูไน	n	๒๐	๑๑๖	๑๙๔	๓๘	๒๐	๒.๘๗	๐.๗๗	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๓๐.๐๐	๕๐.๐๐	๑๐.๐๐	๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๐	๓๓	๑๒๕	๑๕๗	๗๙	๓.๗๕	๐.๘๒	มาก
	%	๐.๐๐	๘.๔๔	๓๑.๖๖	๓๙.๘๔	๒๐.๐๕			
มาเลเซีย	n	๑๑	๓๔	๑๗๔	๑๓๙	๓๑	๓.๔๕	๐.๘๒	ปานกลาง
	%	๒.๘๓	๘.๗๔	๔๔.๗๓	๓๕.๗๓	๗.๙๗			
เมียนมา	n	๘๔	๑๐๒	๑๐๗	๘๒	๒๒	๒.๗๒	๑.๑๖	ปานกลาง
	%	๒๑.๑๖	๒๕.๖๙	๒๖.๙๕	๒๐.๖๕	๕.๕๔			

ภาพรวมการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้ง (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๘๔	๑๐๒	๑๐๗	๘๒	๒๒	๒.๗๒	๑.๑๖	ปาน
	%	๒๑.๑๖	๒๕.๖๙	๒๖.๙๕	๒๐.๖๕	๕.๕๔			กลาง
ลาว	n	๑๒๑	๑๓๓	๑๑๕	๓๕	๔	๒.๒๖	๐.๙๖	น้อย
	%	๒๙.๖๖	๓๒.๖๐	๒๘.๑๙	๘.๕๘	๐.๙๘			
เวียดนาม	n	๖	๒๙	๒๓๒	๑๕๑	๙	๓.๓๙	๐.๖๒	ปาน
	%	๑.๔๑	๖.๗๙	๕๔.๓๓	๓๕.๓๖	๒.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๕๙	๐	๑๗๙	๑๔๙	๐	๓.๒๒	๐.๙๘	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๔๖.๑๕	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๗	๖๗	๒๓๕	๑๑๙	๒๑	๓.๒๔	๐.๗๓	ปาน
	%	๑.๕๗	๑๔.๙๒	๕๒.๓๖	๒๖.๔๔	๔.๗๑			กลาง

จากตาราง ๖.๑๙ เมื่อพิจารณาการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้งของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้งมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๖๒$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๒๖$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต ความขัดแย้งรายข้อ โดยข้อ ๑ คือความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะมีโครงเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเองมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๙๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๖๙$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๐๐$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะมีโครงเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคมมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๙๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๗๘$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๕๑$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะมีโครงเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๖๙$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๘$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีโครงเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็นมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๙$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๖๔$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๐๔$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๕ คือความขัดแย้งระหว่างชนชาติ พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะมีโครงเรื่องความขัดแย้งระหว่างชนชาติมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๕๒$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๘$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๖ คือความขัดแย้งระหว่างศาสนาพบว่าประเทศสิงคโปร์เลือกดูเพราะมีโครงเรื่องความขัดแย้งระหว่างศาสนามากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๔$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๓๖$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๒๕$ เลือกดูในระดับน้อย)

ตารางที่ ๖.๒๐ แสดงผลสรุปและลำดับความต้องการ พลั๊ตละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน

พลั๊ตละครโทรทัศน์	$\bar{X}$	แปลผล	ลำดับ
ศาสนา	๓.๒๙	ปานกลาง	4
ผี	๓.๑๔	ปานกลาง	6
วัยรุ่น	๓.๖๔	มาก	1
สังคมคนรวย	๓.๕๔	มาก	2
แนววิทยาศาสตร์	๓.๓๑	ปานกลาง	3
ความขัดแย้ง	๓.๑๖	ปานกลาง	5

(n=๔,๑๑๐)

จากตาราง ๖.๒๐ พบว่า ในภาพรวมพบว่ากลุ่มประเทศอาเซียนเปิดรับพลั๊ตในระดับใกล้เคียงกันโดยมีการเปิดรับ พลั๊ตวัยรุ่น มากเป็นอันดับที่ ๑ ($\bar{X}$ = ๓.๖๔) รองลงมาคือ พลั๊ตสังคมคนรวย ($\bar{X}$ = ๓.๕๔) และเปิดรับน้อยที่สุด คือ พลั๊ตผี ($\bar{X}$ = ๓.๑๖) อยู่ในระดับปานกลาง

๒.๗ การตรวจสอบผลสำหรับข้อสันนิฐาน

ผลการศึกษาพบว่าพลั๊ตที่คนทั่วไปในประเทศอาเซียนมีความต้องการมากที่สุดคือ พลั๊ตวัยรุ่น ซึ่งไม่เป็นไปตาม ข้อสันนิฐานที่ ๑ ว่า กลุ่มประเทศอาเซียนมีการเปิดรับพลั๊ตละครโทรทัศน์มากที่สุด คือ พลั๊ตผี แต่ผลการศึกษาพบว่า พลั๊ตผีเป็นที่มีการเปิดรับเป็นอันดับท้ายสุดในระดับปานกลาง มีเพียงชาวไทยเปิดรับพลั๊ตผีในระดับมากเพียงประเทศเดียว ส่วนประเทศอื่นอยู่ในน้อยและปานกลาง

ตอนที่ ๓ ความต้องการเนื้อหา ละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

๓.๑ ความต้องการเนื้อหา ละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย

ตารางที่ ๖.๒๑ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงความเชื่อแบบไทย

๖๑. มีตัวละครสักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๒๗	๑๔๔	๒๑๗	๕๘	๒๗	๒.๘๒	๐.๙๒	ปาน
	%	๕.๗๑	๓๐.๔๔	๔๕.๘๘	๑๒.๒๖	๕.๗๑			กลาง
ไทย	n	๒๒	๒๕	๑๓๕	๑๕๓	๖๓	๓.๕๓	๑.๐๑	มาก
	%	๕.๕๓	๖.๒๘	๓๓.๙๒	๓๘.๔๔	๑๕.๘๓			
บรูไน	n	๐	๑๙	๒๗๒	๗๘	๑๙	๓.๒๕	๐.๖๔	ปาน
	%	๐.๐๐	๕.๐๐	๗๐.๐๐	๒๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๖๔	๗๓	๑๓๘	๖๘	๕๑	๒.๙๒	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๖.๓๖	๑๘.๔๗	๓๕.๐๙	๑๗.๑๕	๑๒.๙๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๑๖๔	๗๖	๘๒	๕๕	๑๒	๒.๑๖	๑.๒๑	น้อย
	%	๔๒.๑๖	๑๙.๕๔	๒๑.๐๘	๑๔.๑๔	๓.๐๘			
เมียนมา	n	๖๘	๘๒	๑๒๑	๖๓	๖๓	๒.๙๓	๑.๓๐	ปาน
	%	๑๗.๑๓	๒๐.๖๕	๓๐.๔๘	๑๕.๘๗	๑๕.๘๗			กลาง
ลาว	n	๑๑๓	๘๖	๑๔๕	๔๒	๒๒	๒.๔๕	๑.๑๕	น้อย
	%	๒๗.๗๐	๒๑.๐๘	๓๕.๕๔	๑๐.๒๙	๕.๓๙			

๖๑. มีตัวละครสักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๓๙	๗๘	๑๕๕	๑๒๐	๓๕	๓.๐๘	๑.๐๗	ปานกลาง
	%	๙.๑๓	๑๘.๒๗	๓๖.๓๐	๒๘.๑๐	๘.๒๐			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๑๑๙	๘๙	๐	๒.๔๖	๑.๒๐	น้อย
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๘๓	๘๒	๑๖๖	๘๐	๓๘	๒.๗๙	๑.๑๘	ปานกลาง
	%	๑๘.๕๙	๑๘.๓๒	๓๖.๙๑	๑๗.๘๐	๘.๓๘			
๖๒. มีการแสดงถึงการสักเพื่อความเชื่อเรื่องความคงกระพัน									
กัมพูชา	n	๖๒	๑๘๔	๑๖๒	๕๑	๑๔	๒.๕๒	๐.๙๕	ปานกลาง
	%	๑๓.๑๑	๓๘.๙๐	๓๔.๒๕	๑๐.๗๘	๒.๙๖			
ไทย	n	๒๔	๒๘	๑๓๙	๑๔๓	๖๔	๓.๔๙	๑.๐๔	ปานกลาง
	%	๖.๐๓	๗.๐๔	๓๔.๙๒	๓๕.๙๓	๑๖.๐๘			
บรูไน	n	๐	๓	๒๑๓	๗๘	๓๙	๓.๒๕	๐.๘๕	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๕.๐๐	๒๐.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๕๘	๗๘	๑๖๑	๔๙	๔๘	๒.๘๗	๑.๑๘	ปานกลาง
	%	๑๔.๗๘	๑๙.๗๙	๔๐.๙๐	๑๒.๔๐	๑๒.๑๔			
มาเลเซีย	n	๑๕๑	๘๓	๙๕	๔๙	๑๑	๒.๑๙	๑.๑๖	น้อย
	%	๓๘.๘๒	๒๑.๓๔	๒๔.๔๒	๑๒.๖๐	๒.๘๓			
เมียนมา	n	๒๒	๘๐	๑๓๑	๑๑๘	๔๖	๓.๒๒	๑.๐๗	ปานกลาง
	%	๕.๕๔	๒๐.๑๕	๓๓.๐๐	๒๙.๗๒	๑๑.๕๙			
ลาว	n	๑๕๘	๑๐๘	๙๗	๓๙	๖	๒.๐๙	๑.๐๗	น้อย
	%	๓๘.๗๓	๒๖.๔๗	๒๓.๗๗	๙.๕๖	๑.๔๗			
เวียดนาม	n	๕๔	๘๑	๑๓๙	๑๑๖	๓๗	๓.๐๐	๑.๑๕	ปานกลาง
	%	๑๒.๖๕	๑๘.๙๗	๓๒.๕๕	๒๗.๑๗	๘.๖๗			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๑๔๘	๖๐	๐	๒.๓๘	๑.๑๒	น้อย
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๙๖	๙๖	๑๑๗	๖๐	๒๖	๒.๖๐	๑.๑๓	ปานกลาง
	%	๒๑.๔๗	๒๑.๔๗	๓๗.๙๖	๑๓.๓๕	๕.๗๖			
๖๓. มีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์									
กัมพูชา	n	๕๗	๑๒๕	๒๐๗	๗๕	๙	๒.๖๙	๐.๙๔	ปานกลาง
	%	๑๒.๐๕	๒๖.๔๓	๔๓.๗๖	๑๕.๘๖	๑.๙๐			
ไทย	n	๑๙	๒๕	๑๔๕	๑๔๗	๖๒	๓.๕๒	๐.๙๙	มาก
	%	๔.๗๗	๖.๒๘	๓๖.๔๓	๓๖.๙๓	๑๕.๕๘			
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๕๕	๑๗๙	๐	๓.๓๐	๐.๗๓	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๔๐.๐๐	๔๕.๐๐	๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๗	๕๕	๑๑๙	๘๗	๙๖	๓.๓๘	๑.๒๕	ปานกลาง
	%	๙.๕๐	๑๓.๙๘	๓๐.๐๘	๒๒.๑๖	๒๔.๒๗			

๖๓. มีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์ (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
มาเลเซีย	n	๗๖	๖๔	๑๑๑	๘๙	๔๙	๒.๙๓	๑.๓๐	ปาน
	%	๑๙.๕๔	๑๖.๔๕	๒๘.๕๓	๒๒.๘๘	๑๒.๖๐			กลาง
เมียนมา	n	๖๑	๗๐	๙๘	๑๒๙	๓๙	๓.๐๔	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๕.๓๗	๑๗.๖๓	๒๔.๖๙	๓๒.๔๙	๙.๘๒			กลาง
ลาว	n	๑๕๓	๙๗	๑๑๖	๓๕	๗	๒.๑๓	๑.๐๗	น้อย
	%	๓๗.๕๐	๒๓.๗๗	๒๘.๔๓	๘.๕๘	๑.๗๒			
เวียดนาม	n	๔๔	๑๐๙	๑๐๒	๑๐๑	๗๑	๓.๑๑	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๐.๓๐	๒๕.๕๓	๒๓.๘๙	๒๓.๖๕	๑๖.๖๓			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๘๙	๑๑๙	๐	๒.๕๔	๑.๒๗	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๖๐	๕๔	๒๒๑	๘๑	๓๓	๒.๙๔	๑.๐๖	ปาน
	%	๑๓.๓๕	๑๒.๐๔	๔๙.๒๑	๑๘.๐๖	๗.๓๓			กลาง
๖๔. มีเรื่องความเชื่อ โชคลาง เสริมเสน่ห์ ความร่ำรวยแบบไทย									
กัมพูชา	n	๔๓	๑๒๙	๒๑๖	๗๑	๑๔	๒.๗๕	๐.๙๒	ปาน
	%	๙.๐๙	๒๗.๒๗	๔๕.๖๗	๑๕.๐๑	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๒๐	๓๗	๑๖๐	๑๓๒	๔๙	๓.๓๘	๐.๙๙	ปาน
	%	๕.๐๓	๙.๓๐	๔๐.๒๐	๓๓.๑๗	๑๒.๓๑			กลาง
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๓๖	๑๗๕	๑๙	๓.๔๐	๐.๘๒	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๓๕.๐๐	๔๕.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๕๐	๕๔	๑๒๕	๑๐๑	๖๔	๓.๑๙	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๒.๖๖	๑๓.๗๒	๓๑.๖๖	๒๕.๕๙	๑๖.๓๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๗๑	๕๓	๑๐๗	๑๑๔	๔๔	๓.๐๒	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๘.๒๕	๑๓.๖๒	๒๗.๕๑	๒๙.๓๑	๑๑.๓๑			กลาง
เมียนมา	n	๓๗	๗๗	๑๒๐	๑๐๓	๖๐	๓.๑๘	๑.๑๘	ปาน
	%	๙.๓๒	๑๙.๔๐	๓๐.๒๓	๒๕.๙๔	๑๕.๑๑			กลาง
ลาว	n	๑๘๓	๑๐๕	๘๐	๔๐	๐	๑.๙๔	๑.๐๒	น้อย
	%	๔๔.๘๕	๒๕.๗๔	๑๙.๖๑	๙.๘๐	๐.๐๐			
เวียดนาม	n	๕๔	๘๖	๑๒๙	๑๑๒	๔๖	๓.๐๒	๑.๑๘	ปาน
	%	๑๒.๖๕	๒๐.๑๔	๓๐.๒๑	๒๖.๒๓	๑๐.๗๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๕๙	๕๙	๕๙	๑๒๐	๙๐	๓.๓๑	๑.๔๔	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๔๔	๕๑	๒๐๘	๙๕	๕๑	๓.๑๔	๑.๐๘	ปาน
	%	๙.๖๙	๑๑.๒๖	๔๖.๓๔	๒๑.๒๐	๑๑.๕๒			กลาง
๖๕. มีความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์จากสัตว์ทัก ความฝันหรือเหตุการณ์พิเศษ									
กัมพูชา	n	๑๒	๑๒๖	๒๓๑	๘๔	๒๐	๒.๙๕	๐.๘๔	ปาน
	%	๒.๕๔	๒๖.๖๔	๔๘.๘๔	๑๗.๗๖	๔.๒๓			กลาง

๖๕. มีความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์จากสัตว์ตก ความฝันหรือเหตุการณ์พิเศษ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๑๖	๓๗	๑๕๒	๑๓๖	๕๗	๓.๔๕	๐.๙๘	ปาน
	%	๔.๐๒	๙.๓๐	๓๘.๑๙	๓๔.๑๗	๑๔.๓๒			กลาง
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๙๔	๑๓๖	๐	๓.๒๐	๐.๗๐	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๐.๐๐	๓๕.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๐	๔๘	๑๓๕	๙๗	๗๔	๓.๒๙	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๐.๒๙	๑๒.๑๔	๓๔.๓๐	๒๔.๕๔	๑๘.๗๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๗๙	๔๙	๑๓๐	๘๐	๕๑	๒.๙๔	๑.๒๙	ปาน
	%	๒๐.๓๑	๑๒.๖๐	๓๓.๔๒	๒๐.๕๗	๑๓.๑๑			กลาง
เมียนมา	n	๒๙	๗๑	๑๕๐	๙๕	๕๒	๓.๑๘	๑.๑๐	ปาน
	%	๗.๓๐	๑๗.๘๘	๓๗.๗๘	๒๓.๙๓	๑๓.๑๐			กลาง
ลาว	n	๑๕๘	๑๐๒	๙๒	๔๘	๘	๒.๑๓	๑.๑๒	น้อย
	%	๓๘.๗๓	๒๕.๐๐	๒๒.๕๕	๑๑.๗๖	๑.๙๖			
เวียดนาม	n	๖๗	๗๗	๑๓๓	๘๑	๖๙	๓.๐๒	๑.๒๘	ปาน
	%	๑๕.๖๙	๑๘.๐๓	๓๑.๑๕	๑๘.๙๗	๑๖.๑๖			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๖๐	๑๗๘	๖๐	๒๙	๒.๘๕	๑.๑๔	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๒	๗๗	๑๘๖	๑๐๐	๕๔	๓.๑๕	๑.๐๗	ปาน
	%	๗.๐๗	๑๗.๒๘	๔๑.๓๖	๒๒.๒๕	๑๒.๐๔			กลาง
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงความเชื่อแบบไทย									
กัมพูชา	n	๑๐	๑๔๙	๒๖๗	๔๓	๔	๒.๗๕	๐.๖๒	ปาน
	%	๒.๑๑	๓๑.๕๐	๕๖.๔๕	๙.๐๙	๐.๘๕			กลาง
ไทย	n	๑๘	๓๐	๑๔๗	๑๗๔	๒๙	๓.๔๘	๐.๘๓	ปาน
	%	๔.๕๒	๗.๕๔	๓๖.๙๓	๔๓.๗๒	๗.๒๙			กลาง
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๗๕	๑๕๕	๐	๓.๒๘	๐.๖๒	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๔๕.๐๐	๔๐.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๘	๕๒	๑๗๔	๘๕	๔๕	๓.๑๓	๑.๐๖	ปาน
	%	๙.๗๖	๑๓.๑๙	๔๔.๐๖	๒๑.๖๔	๑๑.๓๕			กลาง
มาเลเซีย	n	๗๓	๗๙	๑๖๙	๖๒	๗๓	๒.๖๕	๐.๙๙	ปาน
	%	๑๘.๗๗	๒๐.๓๑	๔๓.๔๔	๑๕.๙๔	๑๘.๗๗			กลาง
เมียนมา	n	๒๑	๗๑	๑๖๖	๑๓๑	๘	๓.๑๑	๐.๘๘	ปาน
	%	๕.๒๙	๑๗.๘๘	๔๑.๘๑	๓๓.๐๐	๒.๐๒			กลาง
ลาว	n	๘๘	๒๐๒	๘๔	๓๔	๐	๒.๑๕	๐.๘๐	น้อย
	%	๒๑.๕๗	๔๙.๕๑	๒๐.๕๙	๘.๓๓	๐.๐๐			
เวียดนาม	n	๓๖	๖๐	๑๙๑	๑๓๖	๔	๓.๐๕	๐.๘๗	ปาน
	%	๘.๔๓	๑๔.๐๕	๔๔.๗๓	๓๓.๘๕	๐.๙๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๑๑๙	๑๑๙	๘๙	๐	๒.๗๑	๑.๐๖	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๐.๐๐			กลาง

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงความเชื่อแบบไทย (ต่อ)

ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
อินโดนีเซีย	n	๓๕	๙๑	๒๐๙	๙๒	๒๒	๒.๙๒	๐.๙๑	ปาน
	%	๗.๘๕	๒๐.๑๖	๔๖.๖๐	๒๐.๔๒	๔.๙๗			กลาง

จากตาราง ๖.๒๑ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงความเชื่อแบบไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงความเชื่อแบบไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๔๘$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๓.๒๘$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๑๕$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงความเชื่อแบบไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือมีตัวละครสักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีตัวละครสักตามร่างกายเพื่อความสวยงามมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๓$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๓.๒๕$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศมาเลเซีย ($\bar{X} = ๒.๑๖$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือมีการแสดงถึงการสักเพื่อความเชื่อเรื่องความคงกระพัน พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีการแสดงถึงการสักเพื่อความเชื่อเรื่องความคงกระพันมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๔๙$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = ๓.๒๕$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศมาเลเซีย ($\bar{X} = ๒.๑๙$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือมีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์มากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๒$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๓๘$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๑๓$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๔ คือมีเรื่องความเชื่อ โชคลาง เสริมเสน่ห์ ความร่ำรวยแบบไทย พบว่าประเทศบรูไนเลือกดูเพราะมีเนื้อเรื่องความเชื่อ โชคลาง เสริมเสน่ห์ ความร่ำรวยแบบไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๔๐$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๓๘$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๑.๙๔$ เลือกดูในระดับน้อย)

๓.๒ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

ตารางที่ ๖.๒๒ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

๖๖. นักแสดงแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทย

ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๒	๗๕	๑๗๑	๑๗๙	๓๖	๓.๓๒	๐.๙๒	ปาน
	%	๒.๕๔	๑๕.๘๖	๓๖.๑๕	๓๗.๘๔	๗.๖๑			กลาง
ไทย	n	๕	๒๑	๑๔๙	๑๕๓	๗๐	๓.๖๖	๐.๘๗	มาก
	%	๑.๒๖	๕.๒๘	๓๗.๔๔	๓๘.๔๔	๑๗.๕๙			
บรูไน	n	๐	๙๗	๑๕๕	๑๑๖	๒๐	๓.๑๕	๐.๘๘	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๕.๐๐	๔๐.๐๐	๓๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๗	๕๕	๑๑๗	๙๘	๘๗	๓.๓๖	๑.๒๔	ปาน
	%	๙.๕๐	๑๓.๙๘	๒๙.๕๕	๒๔.๘๐	๒๒.๑๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๑	๔๘	๑๓๘	๑๐๗	๕๕	๓.๒๒	๑.๑๖	ปาน
	%	๑๐.๕๔	๑๒.๓๔	๓๕.๔๘	๒๗.๕๑	๑๔.๑๔			กลาง

๖๖. นักแสดงแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๕๓	๑๔๐	๑๑๘	๖๓	๒๓	๒.๖๕	๑.๐๘	ปาน
	%	๑๓.๓๕	๓๕.๒๖	๒๙.๗๒	๑๕.๘๗	๕.๗๙			กลาง
ลาว	n	๗๔	๖๒	๑๖๕	๘๔	๒๓	๒.๘๐	๑.๑๓	ปาน
	%	๑๘.๑๔	๑๕.๒๐	๔๐.๔๔	๒๐.๕๙	๕.๖๔			กลาง
เวียดนาม	n	๒๒	๗๗	๑๙๕	๘๙	๔๔	๓.๑๓	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๑๕	๑๘.๐๓	๔๕.๖๗	๒๐.๘๔	๑๐.๓๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๘	๘๙	๐	๖๐	๖๐	๒.๓๑	๑.๖๐	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๗	๓๕	๑๕๙	๑๒๙	๑๐๙	๓.๖๒	๑.๐๕	มาก
	%	๓.๖๖	๗.๘๕	๓๕.๓๔	๒๘.๘๐	๒๔.๓๕			
๖๗. การประดับฉากด้วยเครื่องใช้แบบไทย									
กัมพูชา	n	๒๐	๑๗๐	๑๗๔	๙๕	๑๔	๒.๘๒	๐.๙๐	ปาน
	%	๔.๒๓	๓๕.๙๔	๓๖.๗๙	๒๐.๐๘	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๗	๒๐	๑๒๓	๑๗๓	๗๕	๓.๗๓	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๗๖	๕.๐๓	๓๐.๙๐	๔๓.๔๗	๑๘.๘๔			
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๑๖	๒๑๔	๐	๓.๔๐	๐.๗๕	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๓๐.๐๐	๕๕.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๑	๕๔	๑๒๒	๑๐๓	๘๔	๓.๓๙	๑.๑๙	ปาน
	%	๗.๙๒	๑๓.๗๒	๓๐.๘๗	๒๖.๑๒	๒๑.๓๗			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๗	๕๓	๑๒๘	๑๐๒	๕๙	๓.๑๙	๑.๒๑	ปาน
	%	๑๒.๐๘	๑๓.๖๒	๓๒.๙๐	๒๖.๒๒	๑๕.๑๗			กลาง
เมียนมา	n	๕๔	๑๔๗	๑๑๙	๔๗	๓๐	๒.๖๓	๑.๑๐	ปาน
	%	๑๓.๖๐	๓๗.๐๓	๒๙.๙๗	๑๑.๘๔	๗.๕๖			กลาง
ลาว	n	๘๔	๔๙	๑๗๕	๗๖	๒๔	๒.๗๗	๑.๑๕	ปาน
	%	๒๐.๕๙	๑๒.๐๑	๔๒.๘๙	๑๘.๖๓	๕.๘๘			กลาง
เวียดนาม	n	๑๘	๗๕	๑๖๔	๑๒๘	๔๒	๓.๒๔	๐.๙๙	ปาน
	%	๔.๒๒	๑๗.๕๖	๓๘.๔๑	๒๙.๙๘	๙.๘๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๘	๖๐	๐	๘๙	๖๐	๒.๔๖	๑.๖๖	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๗	๓๑	๑๕๓	๑๖๗	๘๐	๓.๕๘	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๙๓	๗.๐๗	๓๔.๐๓	๓๗.๑๗	๑๗.๘๐			
๖๘. การมีฉากแสดงการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทย									
กัมพูชา	n	๔๓	๑๒๓	๒๑๘	๖๕	๒๔	๒.๘๐	๐.๙๖	ปาน
	%	๙.๐๙	๒๖.๐๐	๔๖.๐๙	๑๓.๗๔	๕.๐๗			กลาง
ไทย	n	๘	๓๑	๑๖๒	๑๓๕	๖๒	๓.๕๓	๐.๙๒	มาก
	%	๒.๐๑	๗.๗๙	๔๐.๗๐	๓๓.๙๒	๑๕.๕๘			

๖๘. การมีฉากแสดงการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
บรูไน	n	๐	๒๐	๒๑๓	๑๓๕	๒๐	๓.๔๐	๐.๖๘	ปาน
	%	๐.๐๐	๕.๐๐	๕๕.๐๐	๓๕.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๗	๔๕	๑๔๐	๙๒	๙๐	๓.๔๔	๑.๑๖	ปาน
	%	๖.๘๖	๑๑.๓๕	๓๕.๖๒	๒๓.๒๒	๒๒.๙๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๑	๔๗	๑๑๙	๑๑๙	๖๓	๓.๓๐	๑.๑๙	ปาน
	%	๑๐.๕๔	๑๒.๐๘	๓๐.๕๙	๓๐.๕๙	๑๖.๒๐			กลาง
เมียนมา	n	๓๘	๑๑๙	๑๑๕	๗๘	๔๗	๒.๙๔	๑.๑๖	ปาน
	%	๙.๕๗	๒๙.๙๗	๒๘.๙๗	๑๙.๖๕	๑๑.๘๔			กลาง
ลาว	n	๙๔	๗๓	๑๖๕	๖๔	๑๒	๒.๕๘	๑.๐๙	ปาน
	%	๒๓.๐๔	๑๗.๘๙	๔๐.๔๔	๑๕.๖๙	๒.๙๔			กลาง
เวียดนาม	n	๘	๗๑	๑๕๙	๑๒๒	๖๗	๓.๔๐	๑.๐๐	ปาน
	%	๑.๘๗	๑๖.๖๓	๓๗.๒๔	๒๘.๕๗	๑๕.๖๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๖๐	๐	๑๔๙	๐	๒.๓๑	๑.๔๔	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๕๔	๑๓๐	๑๔๗	๑๐๕	๓.๖๒	๑.๐๖	มาก
	%	๒.๘๘	๑๒.๐๔	๒๙.๐๖	๓๒.๗๒	๒๓.๓๐			
๖๙. การใช้สิ่งทอหรือเครื่องประดับไทยเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินเรื่อง เช่น การใช้ผ้าไหมเป็นสื่อเพื่อย้อนเวลาไปในอดีต									
กัมพูชา	n	๕๖	๑๑๑	๒๑๒	๖๗	๒๗	๒.๗๘	๑.๐๒	ปาน
	%	๑๑.๘๔	๒๓.๔๗	๔๔.๘๒	๑๔.๑๖	๕.๗๑			กลาง
ไทย	n	๙	๒๓	๑๓๒	๑๗๑	๖๓	๓.๖๔	๐.๘๙	มาก
	%	๒.๒๖	๕.๗๘	๓๓.๑๗	๔๒.๙๖	๑๕.๘๓			
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๕๕	๑๕๕	๒๐	๓.๓๕	๐.๘๑	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๔๐.๐๐	๔๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๗	๔๙	๑๒๙	๙๙	๙๐	๓.๔๕	๑.๑๗	ปาน
	%	๖.๘๖	๑๒.๔๐	๓๒.๗๒	๒๕.๐๗	๒๒.๙๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๓๕	๖๑	๑๑๘	๙๘	๗๗	๓.๓๑	๑.๒๑	ปาน
	%	๙.๐๐	๑๕.๖๘	๓๐.๓๓	๒๕.๑๙	๑๙.๗๙			กลาง
เมียนมา	n	๗๐	๑๐๖	๑๑๓	๖๙	๓๙	๒.๗๕	๑.๒๒	ปาน
	%	๑๗.๖๓	๒๖.๗๐	๒๘.๔๖	๑๗.๓๘	๙.๘๒			กลาง
ลาว	n	๑๑๖	๔๖	๑๖๑	๖๑	๒๔	๒.๕๙	๑.๒๑	ปาน
	%	๒๘.๔๓	๑๑.๒๗	๓๙.๔๖	๑๔.๙๕	๕.๘๘			กลาง
เวียดนาม	n	๑๑	๗๐	๑๗๔	๑๑๙	๕๓	๓.๓๑	๐.๙๗	ปาน
	%	๒.๕๘	๑๖.๓๙	๔๐.๗๕	๒๗.๘๗	๑๒.๔๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๐	๒๐๘	๐	๒.๖๒	๑.๕๖	ปาน
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๐.๐๐	๕๓.๘๕	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๕๗	๑๒๐	๑๖๖	๙๓	๓.๖๐	๑.๐๔	มาก
	%	๒.๘๘	๑๒.๘๓	๒๖.๗๐	๓๖.๙๑	๒๐.๖๘			

ภาพรวมของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๑	๑๔๔	๒๔๒	๖๕	๑๑	๒.๙๓	๐.๗๒	ปาน
	%	๒.๓๓	๓๐.๔๔	๕๑.๑๖	๑๓.๗๔	๒.๓๓			กลาง
ไทย	n	๕	๓๑	๑๖๓	๑๕๗	๔๒	๓.๖๔	๐.๗๗	มาก
	%	๑.๒๖	๗.๗๙	๔๐.๙๕	๓๙.๔๕	๑๐.๕๕			
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๙๔	๑๓๖	๐	๓.๓๓	๐.๗๑	ปาน
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๐.๐๐	๓๕.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๙	๔๙	๑๔๓	๑๑๑	๖๒	๓.๔๑	๑.๑๐	ปาน
	%	๗.๓๙	๑๒.๔๐	๓๖.๑๕	๒๘.๒๓	๑๕.๘๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๓๗	๔๙	๑๕๕	๑๐๗	๔๑	๓.๒๖	๑.๐๗	ปาน
	%	๙.๕๑	๑๒.๖๐	๓๙.๘๕	๒๗.๕๑	๑๐.๕๔			กลาง
เมียนมา	n	๔๖	๑๔๔	๑๒๒	๖๒	๔๖	๒.๗๔	๑.๐๐	ปาน
	%	๑๑.๕๙	๓๖.๒๗	๓๐.๗๓	๑๕.๖๒	๑๑.๕๙			กลาง
ลาว	n	๘๓	๘๔	๑๗๕	๕๖	๑๐	๒.๖๘	๑.๐๔	ปาน
	%	๒๐.๓๔	๒๐.๕๙	๔๒.๘๙	๑๓.๗๓	๒.๕๕			กลาง
เวียดนาม	n	๔	๕๗	๒๕๓	๑๐๖	๗	๓.๒๗	๐.๖๖	ปาน
	%	๐.๙๔	๑๓.๓๕	๕๙.๒๕	๒๔.๘๒	๑.๖๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๕๙	๓๐	๑๑๙	๐	๒.๔๒	๑.๔๗	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๗.๖๙	๓๐.๗๗	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๑๒	๔๑	๑๖๐	๑๖๗	๖๙	๓.๖๐	๐.๙๒	มาก
	%	๒.๖๒	๙.๑๖	๓๕.๖๐	๓๗.๑๗	๑๕.๔๕			

จากตาราง ๖.๒๒ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.64$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.60$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.42$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือนักแสดงแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทยพบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะนักแสดงแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.66$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.62$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.31$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือการประดับฉากด้วยเครื่องใช้แบบไทย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการประดับฉากด้วยเครื่องใช้แบบไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.73$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.58$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.46$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือการมีฉากแสดงการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทย พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะการมีฉากแสดงการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.53$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.31$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๔

คือการใช้สิ่งทอหรือเครื่องประดับไทยเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินเรื่อง เช่น การใช้ผ้าไหมเป็นสื่อเพื่อย้อนเวลาไปในอดีต พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการใช้สิ่งทอหรือเครื่องประดับไทยเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินเรื่อง เช่น การใช้ผ้าไหมเป็นสื่อเพื่อย้อนเวลาไปในอดีตมากที่สุด ($\bar{X} = 3.64$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.60$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.59$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๓.๓ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย

ตารางที่ ๖.๒๓ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย

๗๐. มีฉากการใช้พืชสมุนไพรไทยเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๙	๑๒๖	๒๖๗	๔๐	๒๑	๒.๘๓	๐.๘๑	ปานกลาง
	%	๔.๐๒	๒๖.๖๔	๕๖.๔๕	๘.๔๖	๔.๔๔			
ไทย	n	๘	๒๓	๑๕๕	๑๔๑	๗๑	๓.๖๑	๐.๙๑	มาก
	%	๒.๐๑	๕.๗๘	๓๘.๙๔	๓๕.๔๓	๑๗.๘๔			
บรูไน	n	๑๙	๓๙	๑๙	๒๗๒	๓๙	๓.๗๐	๐.๙๘	มาก
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๕.๐๐	๗๐.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๓๙	๑๑๐	๑๑๓	๙๘	๓.๕๑	๑.๒๑	มาก
	%	๘.๗๑	๙.๗๖	๒๗.๙๗	๒๘.๗๖	๒๔.๘๐			
มาเลเซีย	n	๓๔	๓๕	๑๔๒	๑๐๕	๗๓	๓.๓๘	๑.๑๕	ปานกลาง
	%	๘.๗๔	๙.๐๐	๓๖.๕๐	๒๖.๙๙	๑๘.๗๗			
เมียนมา	n	๘๗	๑๐๖	๑๓๐	๕๒	๒๒	๒.๕๔	๑.๑๓	ปานกลาง
	%	๒๑.๙๑	๒๖.๗๐	๓๒.๗๕	๑๓.๑๐	๕.๕๔			
ลาว	n	๕๘	๖๖	๑๘๐	๖๘	๓๖	๒.๙๐	๑.๑๑	ปานกลาง
	%	๑๔.๒๒	๑๖.๑๘	๔๔.๑๒	๑๖.๖๗	๘.๘๒			
เวียดนาม	n	๑๐	๘๒	๑๕๓	๑๒๕	๕๗	๓.๓๒	๑.๐๑	ปานกลาง
	%	๒.๓๔	๑๙.๒๐	๓๕.๘๓	๒๙.๒๗	๑๓.๓๕			
สิงคโปร์	n	๑๔๙	๐	๑๗๙	๕๙	๐	๒.๓๘	๑.๑๙	น้อย
	%	๓๘.๔๖	๐.๐๐	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๑๕	๔๒	๑๕๔	๑๔๘	๙๐	๓.๕๗	๑.๐๒	มาก
	%	๓.๔๐	๙.๔๒	๓๘.๒๙	๓๖.๙๘	๑๙.๙๐			
๗๑. มีฉากวิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร									
กัมพูชา	n	๕๓	๑๘๔	๑๖๖	๕๖	๑๔	๒.๕๖	๐.๙๔	ปานกลาง
	%	๑๑.๒๑	๓๘.๙๐	๓๕.๑๐	๑๑.๘๔	๒.๙๖			
ไทย	n	๖	๒๕	๑๔๑	๑๔๘	๗๘	๓.๖๗	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๕๑	๖.๒๘	๓๕.๔๓	๓๗.๑๙	๑๙.๖๐			
บรูไน	n	๑๙	๓๙	๓๙	๒๕๒	๓๙	๓.๖๕	๐.๙๙	มาก
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๑๐.๐๐	๖๕.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๓๙	๑๒๒	๙๘	๑๐๒	๓.๕๐	๑.๒๒	ปานกลาง
	%	๘.๔๔	๑๐.๐๓	๓๐.๘๗	๒๔.๘๐	๒๕.๘๖			

๗๑. มีฉลากวิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
มาเลเซีย	n	๓๓	๔๔	๑๑๘	๑๑๖	๗๘	๓.๔๒	๑.๑๘	ปาน
	%	๘.๔๘	๑๑.๓๑	๓๐.๓๓	๒๙.๘๒	๒๐.๐๕			กลาง
เมียนมา	n	๙๔	๙๗	๑๓๐	๔๖	๓๐	๒.๕๕	๑.๑๙	ปาน
	%	๒๓.๖๘	๒๔.๔๓	๓๒.๗๕	๑๑.๕๙	๗.๕๖			กลาง
ลาว	n	๑๐๔	๗๑	๑๒๓	๗๗	๓๓	๒.๖๗	๑.๒๖	ปาน
	%	๒๕.๔๙	๑๗.๔๐	๓๐.๑๕	๑๘.๘๗	๘.๐๙			กลาง
เวียดนาม	n	๑๑	๙๑	๑๓๗	๑๔๕	๔๓	๓.๒๘	๐.๙๙	ปาน
	%	๒.๕๘	๒๑.๓๑	๓๒.๐๘	๓๓.๙๖	๑๐.๐๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๘๙	๐	๑๔๙	๑๔๙	๐	๒.๙๒	๑.๑๙	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๕	๓๑	๑๑๖	๑๙๘	๘๙	๓.๗๐	๐.๙๗	มาก
	%	๓.๔๐	๖.๘๑	๒๕.๙๒	๔๓.๙๘	๑๙.๙๐			
๗๒. มีฉลากวิถีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณ									
กัมพูชา	n	๕๒	๑๒๑	๑๙๖	๙๐	๑๔	๒.๗๗	๐.๙๘	ปาน
	%	๑๐.๙๙	๒๕.๕๘	๔๑.๔๔	๑๙.๐๓	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๗	๒๔	๑๕๓	๑๒๗	๘๗	๓.๖๖	๐.๙๔	มาก
	%	๑.๗๖	๖.๐๓	๓๘.๔๔	๓๑.๙๑	๒๑.๘๖			
บรูไน	n	๑๙	๗๘	๙๗	๙๗	๙๗	๓.๔๕	๑.๒๓	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๒๕.๐๐	๒๕.๐๐	๒๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๓๖	๑๒๐	๑๐๕	๙๘	๓.๔๙	๑.๒๑	ปาน
	%	๘.๙๗	๙.๒๓	๓๐.๓๔	๒๖.๖๕	๒๔.๘๐			กลาง
มาเลเซีย	n	๓๓	๒๗	๑๒๗	๑๐๘	๙๔	๓.๕๒	๑.๑๘	มาก
	%	๘.๔๘	๖.๙๔	๓๒.๖๕	๒๗.๗๖	๒๔.๑๖			
เมียนมา	n	๙๕	๙๕	๑๑๖	๖๐	๓๑	๒.๕๙	๑.๒๒	ปาน
	%	๒๓.๙๓	๒๓.๙๓	๒๙.๒๒	๑๕.๑๑	๗.๘๑			กลาง
ลาว	n	๑๐๓	๘๐	๑๒๖	๖๙	๓๐	๒.๖๒	๑.๒๓	ปาน
	%	๒๕.๒๕	๑๙.๖๑	๓๐.๘๘	๑๖.๙๑	๗.๓๕			กลาง
เวียดนาม	n	๙	๘๖	๑๔๔	๑๓๐	๕๘	๓.๓๓	๑.๐๑	ปาน
	%	๒.๑๑	๒๐.๑๔	๓๓.๗๒	๓๐.๔๔	๑๓.๕๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๘๙	๖๐	๘๙	๑๔๙	๐	๒.๗๗	๑.๒๔	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๑	๒๘	๑๑๖	๑๖๑	๑๓๓	๓.๘๔	๑.๐๐	มาก
	%	๒.๓๖	๖.๒๘	๒๕.๙๒	๓๕.๘๖	๒๙.๕๘			
๗๓. มีฉลากการใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร									
กัมพูชา	n	๔๔	๑๑๙	๒๐๗	๘๒	๒๑	๒.๘๒	๐.๙๗	ปาน
	%	๙.๓๐	๒๕.๑๖	๔๓.๗๖	๑๗.๓๔	๔.๔๔			กลาง
ไทย	n	๘	๒๓	๑๕๕	๑๔๘	๖๔	๓.๖๐	๐.๘๙	มาก
	%	๒.๐๑	๕.๗๘	๓๘.๙๔	๓๗.๑๙	๑๖.๐๘			

๗๓. มีฉากการใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
บรูไน	n	๒๐	๓๙	๕๘	๑๕๕	๑๑๖	๓.๘๐	๑.๑๕	มาก
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐	๔๐.๐๐	๓๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๔๘	๑๐๓	๑๐๙	๑๐๑	๓.๕๐	๑.๒๓	ปาน
	%	๘.๔๔	๑๒.๑๔	๒๖.๑๒	๒๗.๗๐	๒๕.๕๙			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๙	๒๕	๑๐๙	๑๓๕	๙๑	๓.๖๐	๑.๑๓	มาก
	%	๗.๔๖	๖.๔๓	๒๘.๐๒	๓๔.๗๐	๒๓.๓๙			
เมียนมา	n	๙๕	๑๒๐	๘๔	๗๔	๒๔	๒.๕๓	๑.๒๑	ปาน
	%	๒๓.๙๓	๓๐.๒๓	๒๑.๑๖	๑๘.๖๔	๖.๐๕			กลาง
ลาว	n	๑๑๔	๗๖	๑๒๓	๖๐	๓๕	๒.๕๗	๑.๒๗	ปาน
	%	๒๗.๙๔	๑๘.๖๓	๓๐.๑๕	๑๔.๗๑	๘.๕๘			กลาง
เวียดนาม	n	๗	๘๐	๑๔๘	๑๐๒	๙๐	๓.๔๔	๑.๐๗	ปาน
	%	๑.๖๔	๑๘.๗๔	๓๔.๖๖	๒๓.๘๙	๒๑.๐๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๑๙	๑๔๙	๐	๒.๗๗	๑.๓๐	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๔๑	๑๐๗	๑๕๓	๑๓๕	๓.๗๙	๑.๐๖	มาก
	%	๒.๘๘	๙.๑๖	๒๓.๘๒	๓๔.๐๓	๓๐.๑๐			
๗๔. มีฉากการใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหาร									
กัมพูชา	n	๒๕	๑๔๒	๒๐๓	๗๙	๒๔	๒.๘๖	๐.๙๓	ปาน
	%	๕.๒๙	๓๐.๐๒	๔๒.๙๒	๑๖.๗๐	๕.๐๗			กลาง
ไทย	n	๖	๓๒	๑๖๒	๑๕๐	๔๘	๓.๕๑	๐.๘๖	มาก
	%	๑.๕๑	๘.๐๔	๔๐.๗๐	๓๗.๖๙	๑๒.๐๖			
บรูไน	n	๒๐	๑๕๕	๓๙	๑๑๖	๕๘	๓.๑๐	๑.๒๕	ปาน
	%	๕.๐๐	๔๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๕๐	๑๓๔	๑๐๔	๗๓	๓.๓๔	๑.๑๖	ปาน
	%	๘.๔๔	๑๒.๖๖	๓๔.๐๔	๒๖.๓๙	๑๘.๔๗			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๖	๕๒	๑๓๙	๑๐๑	๕๑	๓.๑๕	๑.๑๗	ปาน
	%	๑๑.๘๓	๑๓.๓๗	๓๕.๗๓	๒๕.๙๖	๑๓.๑๑			กลาง
เมียนมา	n	๑๑๗	๗๕	๑๒๗	๕๔	๒๔	๒.๔๘	๑.๒๒	น้อย
	%	๒๙.๔๗	๑๘.๘๙	๓๑.๙๙	๑๓.๖๐	๖.๐๕			
ลาว	n	๑๒๖	๑๐๐	๑๐๕	๔๗	๓๐	๒.๔๐	๑.๒๔	น้อย
	%	๓๐.๘๘	๒๔.๕๑	๒๕.๗๔	๑๑.๕๒	๗.๓๕			
เวียดนาม	n	๑๙	๖๙	๑๔๕	๑๐๒	๙๒	๓.๔๒	๑.๑๓	ปาน
	%	๔.๔๕	๑๖.๑๖	๓๓.๙๖	๒๓.๘๙	๒๑.๕๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๕๙	๑๔๙	๐	๒.๔๖	๑.๔๕	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๑๕	๓๕	๑๖๑	๑๔๕	๙๓	๓.๕๙	๑.๐๑	มาก
	%	๓.๔๐	๗.๘๕	๓๕.๘๖	๓๒.๒๐	๒๐.๖๘			

๗๕. มีฉากการจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๓๗	๑๐๐	๒๐๗	๙๕	๓๔	๒.๙๘	๑.๐๑	ปาน
	%	๗.๘๒	๒๑.๑๔	๔๓.๗๖	๒๐.๐๘	๗.๑๙			กลาง
ไทย	n	๗	๒๗	๑๕๙	๑๓๓	๗๒	๓.๕๙	๐.๙๒	มาก
	%	๑.๗๖	๖.๗๘	๓๙.๙๕	๓๓.๔๒	๑๘.๐๙			
บรูไน	n	๑๙	๐	๒๕๒	๗๘	๓๙	๓.๓๐	๐.๘๖	ปาน
	%	๕.๐๐	๐.๐๐	๖๕.๐๐	๒๐.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๔๘	๑๑๙	๑๑๔	๗๙	๓.๔๐	๑.๑๙	ปาน
	%	๘.๗๑	๑๒.๑๔	๓๐.๐๘	๒๙.๐๒	๒๐.๐๕			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๙	๔๒	๑๓๐	๑๑๐	๕๘	๓.๒๒	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๒.๖๐	๑๐.๘๐	๓๓.๔๒	๒๘.๒๘	๑๔.๙๑			กลาง
เมียนมา	n	๑๐๒	๙๘	๑๑๒	๔๕	๔๐	๒.๕๕	๑.๒๖	ปาน
	%	๒๕.๖๙	๒๔.๖๙	๒๘.๒๑	๑๑.๓๔	๑๐.๐๘			กลาง
ลาว	n	๘๖	๖๖	๑๓๗	๘๖	๓๓	๒.๗๙	๑.๒๒	ปาน
	%	๒๑.๐๘	๑๖.๑๘	๓๓.๕๘	๒๑.๐๘	๘.๐๙			กลาง
เวียดนาม	n	๔๔	๖๔	๑๓๐	๑๒๒	๖๗	๓.๒๔	๑.๑๙	ปาน
	%	๑๐.๓๐	๑๔.๙๙	๓๐.๔๔	๒๘.๕๗	๑๕.๖๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๑๑๙	๖๐	๘๙	๐	๒.๓๑	๑.๑๘	น้อย
	%	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๔๐	๑๔๙	๑๔๙	๙๘	๓.๖๒	๑.๐๑	มาก
	%	๒.๘๘	๘.๙๐	๓๓.๒๕	๓๓.๒๕	๒๑.๗๓			
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย									
กัมพูชา	n	๑๖	๑๕๕	๒๔๔	๔๘	๑๐	๒.๘๐	๐.๗๐	ปาน
	%	๓.๓๘	๓๒.๗๗	๕๑.๕๙	๑๐.๑๕	๒.๑๑			กลาง
ไทย	n	๗	๒๐	๑๗๐	๑๖๘	๓๓	๓.๖๑	๐.๗๗	มาก
	%	๑.๗๖	๕.๐๓	๔๒.๗๑	๔๒.๒๑	๘.๒๙			
บรูไน	n	๑๙	๓๙	๑๓๖	๑๕๕	๓๙	๓.๕๐	๐.๙๖	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๔๐.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๔๐	๑๓๘	๑๐๖	๗๗	๓.๔๖	๑.๑๐	ปาน
	%	๘.๔๔	๑๐.๐๓	๓๕.๐๙	๒๖.๙๑	๑๙.๕๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๓๓	๓๓	๑๕๒	๑๑๖	๕๕	๓.๓๘	๑.๐๖	ปาน
	%	๘.๔๘	๘.๔๘	๓๙.๐๗	๒๙.๘๒	๑๔.๑๔			กลาง
เมียนมา	n	๘๗	๑๐๕	๑๔๓	๔๖	๑๖	๒.๕๔	๑.๐๒	ปาน
	%	๒๑.๙๑	๒๖.๔๕	๓๖.๐๒	๑๑.๕๙	๔.๐๓			กลาง
ลาว	n	๗๖	๑๑๘	๑๓๗	๕๕	๒๒	๒.๖๖	๑.๐๙	ปาน
	%	๑๘.๖๓	๒๘.๙๒	๓๓.๕๘	๑๓.๔๘	๕.๓๙			กลาง
เวียดนาม	n	๓	๔๕	๒๓๔	๑๓๗	๘	๓.๓๔	๐.๖๓	ปาน
	%	๐.๗๐	๑๐.๕๔	๕๔.๘๐	๓๒.๐๘	๑.๘๗			กลาง

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สิงคโปร์	n	๘๙	๘๗	๖๐	๑๔๕	๐	๒.๖๐	๑.๑๑	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๒	๓๓	๑๔๖	๑๘๕	๗๓	๓.๖๘	๐.๘๙	มาก
	%	๒.๖๒	๗.๓๓	๓๒.๔๖	๔๑.๓๖	๑๖.๒๓			

จากตาราง ๖.๒๓ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.68$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.61$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 2.54$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย รายข้อ โดยข้อ ๑ คือมีฉากการใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย พบว่าประเทศบรูไนเลือกดูเพราะมีฉากการใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.70$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.61$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.38$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือมีฉากวิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะมีฉากวิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหารมากที่สุด ($\bar{X} = 3.70$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.67$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 2.55$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือมีฉากวิถีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณ พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะมีฉากวิถีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณมากที่สุด ($\bar{X} = 3.84$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.66$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 2.59$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือมีฉากการใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร พบว่าประเทศบรูไนเลือกดูเพราะมีฉากการใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพรมากที่สุด ($\bar{X} = 3.80$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.79$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 2.53$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๕ คือมีฉากการใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหาร พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะ มีฉากการใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหารมากที่สุด ($\bar{X} = 3.59$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.51$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.40$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๖ คือมีฉากการจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะ มีฉากการจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.59$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.31$ เลือกดูในระดับน้อย)

๓.๔ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทย

ตารางที่ ๖.๒๔ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการทำอาหารไทย

๓๖. แสดงอาหารไทยโบราณในฉากละคร เช่น อาหารชาววัง									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๒	๖๘	๑๖๐	๑๔๖	๘๗	๓.๔๘	๑.๐๓	ปานกลาง
	%	๒.๕๔	๑๔.๓๘	๓๓.๘๓	๓๐.๘๗	๑๘.๓๙			
ไทย	n	๖	๑๖	๑๓๐	๑๕๕	๙๑	๓.๗๘	๐.๙๐	มาก
	%	๑.๕๑	๔.๐๒	๓๒.๖๖	๓๘.๙๔	๒๒.๘๖			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๓๖	๑๓๖	๗๗	๓.๖๕	๐.๙๓	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๗	๔๓	๑๑๒	๑๐๘	๑๐๔	๓.๕๖	๑.๑๙	มาก
	%	๖.๘๖	๑๐.๘๒	๒๘.๕๐	๒๗.๔๔	๒๖.๓๙			
มาเลเซีย	n	๔๖	๓๔	๙๙	๑๑๔	๙๖	๓.๔๖	๑.๒๘	ปานกลาง
	%	๑๑.๘๓	๘.๗๔	๒๕.๔๕	๒๙.๓๑	๒๔.๖๘			
เมียนมา	n	๓๐	๔๒	๑๒๘	๑๑๘	๗๙	๓.๔๔	๑.๑๕	ปานกลาง
	%	๗.๕๖	๑๐.๕๘	๓๒.๒๔	๒๙.๗๒	๑๙.๙๐			
ลาว	n	๑๑๑	๘๔	๑๓๖	๖๒	๑๕	๒.๔๘	๑.๑๕	น้อย
	%	๒๗.๒๑	๒๐.๕๙	๓๓.๓๓	๑๕.๒๐	๓.๖๘			
เวียดนาม	n	๖	๘๐	๑๕๗	๑๓๑	๕๓	๓.๓๔	๐.๙๗	ปานกลาง
	%	๑.๔๑	๑๘.๗๔	๓๖.๗๗	๓๐.๖๘	๑๒.๔๑			
สิงคโปร์	n	๖๐	๑๑๙	๐	๑๔๘	๖๐	๓.๐๘	๑.๔๔	ปานกลาง
	%	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๖	๖๐๑	๑๗๔	๑๒๑	๗๘	๓.๔๑	๑.๐๔	ปานกลาง
	%	๓.๖๖	๑๓.๓๕	๓๘.๗๔	๒๖.๙๖	๑๗.๒๘			
๓๗. แสดงอาหารไทยประยุกต์ในฉากละคร									
กัมพูชา	n	๒๐	๑๑๗	๑๖๒	๑๒๒	๕๒	๓.๑๕	๑.๐๕	ปานกลาง
	%	๔.๒๓	๒๔.๗๔	๓๔.๒๕	๒๕.๗๙	๑๐.๙๙			
ไทย	n	๖	๑๕	๑๑๖	๑๗๒	๘๙	๓.๘๑	๐.๘๘	มาก
	%	๑.๕๑	๓.๗๗	๒๙.๑๕	๔๓.๒๒	๒๒.๓๖			
บรูไน	n	๐	๗๘	๑๑๖	๙๗	๙๗	๓.๕๕	๑.๑๐	มาก
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๓๐.๐๐	๒๕.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๑	๔๑	๑๐๙	๑๐๗	๑๐๖	๓.๕๕	๑.๒๑	มาก
	%	๗.๙๒	๑๐.๒๙	๒๗.๗๐	๒๗.๑๘	๒๖.๙๑			
มาเลเซีย	n	๓๗	๓๘	๘๓	๑๓๓	๙๘	๓.๕๖	๑.๒๓	มาก
	%	๙.๕๑	๙.๗๗	๒๑.๓๔	๓๔.๑๙	๒๕.๑๙			
เมียนมา	n	๓๐	๕๖	๑๑๖	๑๓๙	๕๖	๓.๓๔	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๗.๕๖	๑๔.๑๑	๒๙.๒๒	๓๕.๐๑	๑๔.๑๑			
ลาว	n	๑๑๘	๘๔	๑๓๐	๕๔	๒๒	๒.๔๖	๑.๑๙	น้อย
	%	๒๘.๙๒	๒๐.๕๙	๓๑.๘๖	๑๓.๒๔	๕.๓๙			

๗๗. แสดงอาหารไทยประยุกต์ในฉลากละคร (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๑๖	๖๗	๑๔๓	๑๕๓	๔๘	๓.๓๕	๑.๐๐	ปาน
	%	๓.๗๕	๑๕.๖๙	๓๓.๔๙	๓๕.๘๓	๑๑.๒๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๖๐	๒๐๘	๕๙	๓.๕๔	๑.๒๗	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๘	๒๕	๑๘๐	๑๓๐	๙๖	๓.๕๙	๑.๐๑	มาก
	%	๓.๙๓	๕.๕๐	๔๐.๐๕	๒๙.๐๖	๒๑.๔๗			
๗๘. แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้									
กัมพูชา	n	๒๑	๘๒	๑๘๔	๑๓๒	๕๔	๓.๒๕	๑.๐๑	ปาน
	%	๔.๔๔	๑๗.๓๔	๓๘.๙๐	๒๗.๙๑	๑๑.๔๒			กลาง
ไทย	n	๖	๒๔	๑๔๐	๑๒๙	๙๙	๓.๗๓	๐.๙๕	มาก
	%	๑.๕๑	๖.๐๓	๓๕.๑๘	๓๒.๔๑	๒๔.๘๗			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๑๖	๙๗	๑๓๖	๓.๘๕	๑.๐๔	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๐.๐๐	๒๕.๐๐	๓๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๔๗	๙๑	๑๑๓	๑๑๐	๓.๕๖	๑.๒๕	มาก
	%	๘.๔๔	๑๑.๘๗	๒๒.๙๖	๒๘.๗๖	๒๗.๙๗			
มาเลเซีย	n	๔๕	๒๗	๙๖	๑๓๐	๙๑	๓.๕๐	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๑.๕๗	๖.๙๔	๒๔.๖๘	๓๓.๔๒	๒๓.๓๙			กลาง
เมียนมา	n	๓๐	๔๒	๑๑๗	๑๒๒	๘๖	๓.๔๘	๑.๑๖	ปาน
	%	๗.๕๖	๑๐.๕๘	๒๙.๔๗	๓๐.๗๓	๒๑.๖๖			กลาง
ลาว	n	๑๑๔	๕๐	๑๔๕	๗๒	๒๗	๒.๖๓	๑.๒๔	ปาน
	%	๒๗.๙๔	๑๒.๒๕	๓๕.๕๔	๑๗.๖๕	๖.๖๒			กลาง
เวียดนาม	n	๑๐	๙๖	๑๔๕	๑๒๕	๕๑	๓.๒๖	๑.๐๑	ปาน
	%	๒.๓๔	๒๒.๔๘	๓๓.๙๖	๒๙.๒๗	๑๑.๙๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๑๔๙	๘๙	๑๑๙	๓.๖๙	๑.๑๘	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗			
อินโดนีเซีย	n	๑๙	๓๔	๑๒๘	๑๔๕	๑๒๓	๓.๗๑	๑.๐๘	มาก
	%	๔.๑๙	๗.๕๙	๒๘.๕๓	๓๒.๒๐	๒๗.๔๙			
๗๙. แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่									
กัมพูชา	n	๒๔	๑๐๐	๑๕๖	๑๒๐	๗๓	๓.๒๕	๑.๑๑	ปาน
	%	๕.๐๗	๒๑.๑๔	๓๒.๙๘	๒๕.๓๗	๑๕.๔๓			กลาง
ไทย	n	๗	๒๐	๑๔๑	๑๖๐	๗๐	๓.๖๗	๐.๘๘	มาก
	%	๑.๗๖	๕.๐๓	๓๕.๔๓	๔๐.๒๐	๑๗.๕๙			
บรูไน	n	๐	๗๘	๑๓๕	๗๘	๙๗	๓.๕๐	๑.๑๐	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๓๕.๐๐	๒๐.๐๐	๒๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๓๘	๑๒๒	๑๑๒	๘๙	๓.๔๗	๑.๑๘	ปาน
	%	๘.๔๔	๙.๕๐	๓๐.๘๗	๒๘.๕๐	๒๒.๖๙			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๕	๔๔	๙๕	๑๒๒	๘๓	๓.๔๐	๑.๒๖	ปาน
	%	๑๑.๕๗	๑๑.๓๑	๒๔.๔๒	๓๑.๓๖	๒๑.๓๔			กลาง

๗๙. แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๓๑	๗๘	๑๑๘	๑๐๗	๖๓	๓.๒๓	๑.๑๗	ปาน
	%	๗.๘๑	๑๙.๖๕	๒๙.๗๒	๒๖.๙๕	๑๕.๘๗			กลาง
ลาว	n	๑๒๔	๗๔	๑๑๑	๗๘	๒๑	๒.๕๐	๑.๒๕	น้อย
	%	๓๐.๓๙	๑๘.๑๔	๒๗.๒๑	๑๙.๑๒	๕.๑๕			
เวียดนาม	n	๑๘	๘๙	๑๔๙	๑๑๕	๕๖	๓.๒๔	๑.๐๖	ปาน
	%	๔.๒๒	๒๐.๘๔	๓๔.๘๙	๒๖.๙๓	๑๓.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๘๙	๒๐๘	๖๐	๓.๖๙	๑.๐๓	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๕๓.๘๕	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๗	๓๙	๑๔๒	๑๔๙	๑๐๒	๓.๖๓	๑.๐๔	มาก
	%	๓.๖๖	๘.๖๔	๓๑.๖๘	๓๓.๒๕	๒๒.๗๗			
๘๐. แสดงด้านอาหารหรรษาในฉากละคร									
กัมพูชา	n	๓๓	๗๕	๑๙๙	๘๘	๗๘	๓.๒๒	๑.๑๑	ปาน
	%	๖.๙๘	๑๕.๘๖	๔๒.๐๗	๑๘.๖๐	๑๖.๔๙			กลาง
ไทย	n	๘	๓๐	๑๓๒	๑๕๗	๗๑	๓.๖๔	๐.๙๓	มาก
	%	๒.๐๑	๗.๕๔	๓๓.๑๗	๓๙.๔๕	๑๗.๘๔			
บรูไน	n	๐	๗๘	๑๗๔	๕๘	๗๘	๓.๓๕	๑.๐๔	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๔๕.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๖	๕๑	๙๘	๑๒๑	๙๘	๓.๕๔	๑.๑๘	มาก
	%	๖.๖๐	๑๒.๙๓	๒๔.๘๐	๓๐.๘๗	๒๔.๘๐			
มาเลเซีย	n	๓๔	๓๗	๙๕	๑๒๐	๑๐๓	๓.๕๗	๑.๒๒	มาก
	%	๘.๗๔	๙.๕๑	๒๔.๔๒	๓๐.๘๕	๒๖.๔๘			
เมียนมา	n	๒๓	๔๙	๑๖๓	๙๙	๖๓	๓.๓๓	๑.๐๗	ปาน
	%	๕.๗๙	๑๒.๓๔	๔๑.๐๖	๒๔.๙๔	๑๕.๘๗			กลาง
ลาว	n	๑๑๗	๗๗	๑๒๙	๖๔	๒๑	๒.๕๐	๑.๒๐	น้อย
	%	๒๘.๖๘	๑๘.๘๗	๓๑.๖๒	๑๕.๖๙	๕.๑๕			
เวียดนาม	n	๕	๔๖	๑๗๒	๑๕๒	๕๒	๓.๔๗	๐.๘๘	ปาน
	%	๑.๑๗	๑๐.๗๗	๔๐.๒๘	๓๕.๖๐	๑๒.๑๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๘๙	๓๐	๓๓๘	๔.๑๕	๑.๒๘	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๗.๖๙	๖๑.๕๔			
อินโดนีเซีย	n	๑๔	๓๕	๑๒๑	๑๕๔	๑๒๕	๓.๗๖	๑.๐๔	มาก
	%	๓.๑๔	๗.๘๕	๒๖.๙๖	๓๔.๒๙	๒๗.๗๕			
๘๑. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไท ข้าวราดแกง									
กัมพูชา	n	๓๙	๗๕	๑๙๙	๖๕	๙๕	๓.๒๒	๑.๑๘	ปาน
	%	๘.๒๕	๑๕.๘๖	๔๒.๐๗	๑๓.๗๔	๒๐.๐๘			กลาง
ไทย	n	๗	๒๓	๑๒๔	๑๗๖	๖๘	๓.๖๙	๐.๘๘	มาก
	%	๑.๗๖	๕.๗๘	๓๑.๑๖	๔๔.๒๒	๑๗.๐๙			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๓๖	๑๑๖	๙๗	๓.๗๐	๐.๙๘	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๐.๐๐	๒๕.๐๐			

๘๑. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไท ข้าวราดแกง (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ฟิลิปปินส์	n	๓๐	๓๗	๙๘	๑๑๗	๑๑๒	๓.๖๒	๑.๒๑	มาก
	%	๗.๖๕	๙.๕๐	๒๔.๘๐	๒๙.๕๕	๒๘.๕๐			
มาเลเซีย	n	๓๘	๓๔	๗๓	๑๑๒	๑๓๒	๓.๖๘	๑.๒๙	มาก
	%	๙.๗๗	๘.๗๔	๑๘.๗๗	๒๘.๗๙	๓๓.๙๓			
เมียนมา	n	๓๐	๖๕	๑๑๖	๖๙	๑๑๗	๓.๔๕	๑.๒๗	ปานกลาง
	%	๗.๕๖	๑๖.๓๗	๒๙.๒๒	๑๗.๓๘	๒๙.๔๗			
ลาว	n	๑๐๓	๙๒	๑๒๐	๕๗	๓๖	๒.๕๙	๑.๒๕	ปานกลาง
	%	๒๕.๒๕	๒๒.๕๕	๒๙.๔๑	๑๓.๙๗	๘.๘๒			
เวียดนาม	n	๑๑	๔๕	๑๒๙	๑๕๑	๙๑	๓.๖๒	๑.๐๑	มาก
	%	๒.๕๘	๑๐.๕๔	๓๐.๒๑	๓๕.๓๖	๒๑.๓๑			
สิงคโปร์	n	๐	๐	๓๐	๑๑๙	๒๓๘	๔.๕๔	๐.๖๖	มากที่สุด
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๗.๖๙	๓๐.๗๗	๖๑.๕๔			
อินโดนีเซีย	n	๙	๓๒	๑๓๘	๑๐๘	๑๖๒	๓.๘๕	๑.๐๖	มาก
	%	๒.๐๙	๗.๐๗	๓๐.๖๓	๒๔.๐๘	๓๖.๑๓			
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงการทำอาหารไทย									
กัมพูชา	n	๑๐	๘๕	๒๒๘	๑๑๘	๓๒	๓.๒๖	๐.๘๔	ปานกลาง
	%	๒.๑๑	๑๗.๙๗	๔๘.๒๐	๒๔.๙๕	๖.๗๗			
ไทย	n	๗	๒๒	๑๒๙	๑๙๒	๔๘	๓.๗๒	๐.๗๗	มาก
	%	๑.๗๖	๕.๕๓	๓๒.๔๑	๔๘.๒๔	๑๒.๐๖			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๕๕	๑๑๖	๗๘	๓.๖๐	๐.๙๔	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๔๐.๐๐	๓๐.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๖	๔๓	๑๑๐	๑๓๒	๘๓	๓.๕๕	๑.๐๙	มาก
	%	๖.๖๐	๑๐.๘๒	๒๗.๙๗	๓๓.๕๑	๒๑.๑๑			
มาเลเซีย	n	๓๐	๓๘	๑๐๔	๑๓๘	๗๙	๓.๕๓	๑.๑๓	มาก
	%	๗.๗๑	๙.๗๗	๒๖.๗๔	๓๕.๔๘	๒๐.๓๑			
เมียนมา	n	๒๓	๔๑	๑๖๑	๑๒๔	๔๘	๓.๓๘	๐.๙๙	ปานกลาง
	%	๕.๗๙	๑๐.๓๓	๔๐.๕๕	๓๑.๒๓	๑๒.๐๙			
ลาว	n	๑๐๔	๙๓	๑๔๔	๕๓	๑๔	๒.๕๒	๑.๑๐	ปานกลาง
	%	๒๕.๔๙	๒๒.๗๙	๓๕.๒๙	๑๒.๙๙	๓.๔๓			
เวียดนาม	n	๒	๒๙	๒๔๑	๑๕๐	๕	๓.๓๘	๐.๕๗	ปานกลาง
	%	๐.๔๗	๖.๗๙	๕๖.๔๔	๓๕.๑๓	๑.๑๗			
สิงคโปร์	n	๒๙	๒๙	๖๐	๒๐๙	๖๐	๓.๗๘	๐.๙๗	มาก
	%	๗.๖๙	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๒	๒๔	๑๓๒	๑๔๕	๖๙	๓.๖๖	๐.๙๑	มาก
	%	๓.๑๔	๖.๒๘	๓๔.๕๕	๓๗.๙๖	๑๘.๐๖			

จากตาราง ๖.๒๔ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงการทำอาหารไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศสิงคโปร์เลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงการทำอาหารไทยมาก

ที่สุด ($\bar{X} = 3.78$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.72$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.52$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่แสดงการทำอาหารไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือแสดงอาหารไทยโบราณในฉากละคร เช่น อาหารชาววัง พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะแสดงอาหารไทยโบราณในฉากละคร เช่น อาหารชาววังมากที่สุด ($\bar{X} = 3.78$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = 3.65$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.48$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือแสดงอาหารไทยประยุกต์ในฉากละคร พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะแสดงอาหารไทยประยุกต์ในฉากละครมากที่สุด ($\bar{X} = 3.81$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.59$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.46$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือแสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ พบว่าประเทศบรูไนเลือกดูเพราะแสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้มากที่สุด ($\bar{X} = 3.85$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.73$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.63$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือแสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ พบว่าประเทศสิงคโปร์เลือกดูเพราะแสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่มากที่สุด ($\bar{X} = 3.69$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.67$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.50$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๕ คือแสดงด้านอาหารหรรษาในฉากละคร พบว่าประเทศสิงคโปร์เลือกดูเพราะแสดงด้านอาหารหรรษาในฉากละครมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.76$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.50$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๖ คือแสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไท ข้าวราดแกง พบว่าประเทศสิงคโปร์เลือกดูเพราะแสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไท ข้าวราดแกงมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.85$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.59$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๓.๕ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย

ตารางที่ ๖.๒๕ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย

๘๒. มีจากการรำไทย									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๓	๕๓	๑๙๐	๑๖๔	๕๓	๓.๔๐	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๒.๗๕	๑๑.๒๑	๔๐.๑๗	๓๔.๖๗	๑๑.๒๑			
ไทย	n	๖	๒๐	๑๕๖	๑๔๓	๗๓	๓.๖๕	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๕๑	๕.๐๓	๓๙.๒๐	๓๕.๙๓	๑๘.๓๔			
บรูไน	n	๑๙	๓๘	๑๓๖	๑๗๕	๑๙	๓.๓๕	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๔๕.๐๐	๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๑	๔๑	๑๑๕	๑๑๓	๘๔	๓.๔๑	๑.๒๒	ปานกลาง
	%	๑๐.๒๙	๑๐.๒๙	๒๙.๒๙	๒๘.๗๖	๒๑.๓๗			
มาเลเซีย	n	๓๖	๖๕	๑๑๓	๘๗	๘๘	๓.๓๒	๑.๒๕	ปานกลาง
	%	๙.๒๕	๑๖.๗๑	๒๙.๐๕	๒๒.๓๗	๒๒.๖๒			

๘๒. มีฉากการรำไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๑๕	๗๗	๑๒๖	๙๔	๘๕	๓.๔๐	๑.๑๓	ปาน
	%	๓.๗๘	๑๙.๔๐	๓๑.๗๔	๒๓.๖๘	๒๑.๔๑			กลาง
ลาว	n	๑๐๐	๙๙	๑๓๐	๖๑	๑๘	๒.๕๐	๑.๑๔	น้อย
	%	๒๔.๕๑	๒๔.๒๖	๓๑.๘๖	๑๕.๙๕	๔.๕๑			
เวียดนาม	n	๗	๗๑	๑๕๐	๑๐๗	๙๒	๓.๔๘	๑.๐๖	ปาน
	%	๑.๖๔	๑๖.๖๓	๓๕.๑๓	๒๕.๐๖	๒๑.๕๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๑๙	๖๐	๘๙	๓.๐๐	๑.๕๘	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๔	๒๘	๑๓๓	๑๗๓	๑๐๑	๓.๗๑	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๑๔	๖.๒๘	๒๙.๕๘	๓๘.๔๘	๒๒.๕๑			
๘๓. มีการเดินรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง									
กัมพูชา	n	๒๔	๑๒๒	๒๐๗	๑๐๖	๑๔	๒.๙๒	๐.๘๙	ปาน
	%	๕.๐๗	๒๕.๗๙	๔๓.๗๖	๒๒.๔๑	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๑๐	๒๑	๑๓๒	๑๖๐	๗๕	๓.๖๘	๐.๙๒	มาก
	%	๒.๕๑	๕.๒๘	๓๓.๑๗	๔๐.๒๐	๑๘.๘๔			
บรูไน	n	๒๐	๓๙	๑๕๕	๑๑๖	๕๘	๓.๔๐	๑.๐๕	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๔๐.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๓	๓๖	๑๑๔	๑๒๙	๗๒	๓.๓๘	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๐.๘๒	๙.๒๓	๒๙.๐๒	๓๒.๗๒	๑๘.๒๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๒	๕๗	๑๓๐	๘๖	๗๔	๓.๒๔	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๐.๘๐	๑๔.๖๕	๓๓.๔๒	๒๒.๑๑	๑๙.๐๒			กลาง
เมียนมา	n	๒๒	๕๔	๑๔๓	๑๐๐	๗๘	๓.๔๐	๑.๑๑	ปาน
	%	๕.๕๔	๑๓.๖๐	๓๖.๐๒	๒๕.๑๙	๑๙.๖๕			กลาง
ลาว	n	๙๖	๙๔	๑๔๕	๔๑	๓๒	๒.๕๖	๑.๑๘	ปาน
	%	๒๓.๕๓	๒๓.๐๔	๓๕.๕๔	๑๐.๐๕	๗.๘๔			กลาง
เวียดนาม	n	๖	๔๗	๑๒๖	๑๘๒	๖๖	๓.๖๐	๐.๙๓	มาก
	%	๑.๔๑	๑๑.๐๑	๒๙.๕๑	๔๒.๖๒	๑๕.๔๖			
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๑๑๙	๐	๙๐	๒.๕๔	๑.๖๖	ปาน
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๔๑	๑๗๒	๑๒๓	๑๐๐	๓.๕๗	๑.๐๒	มาก
	%	๒.๘๘	๙.๑๖	๓๘.๒๒	๒๗.๔๙	๒๒.๒๕			
๘๔. มีการแสดงโขน									
กัมพูชา	n	๒๖	๙๔	๒๒๐	๑๐๘	๒๕	๓.๐๓	๐.๙๓	ปาน
	%	๕.๕๐	๑๙.๘๗	๔๖.๕๑	๒๒.๘๓	๕.๒๙			กลาง
ไทย	n	๑๒	๒๘	๑๓๔	๑๔๒	๘๒	๓.๖๔	๐.๙๘	มาก
	%	๓.๐๒	๗.๐๔	๓๓.๖๗	๓๕.๖๘	๒๐.๖๐			
บรูไน	n	๑๙	๑๗๕	๕๘	๕๘	๗๘	๓.๐๐	๑.๓๐	ปาน
	%	๕.๐๐	๔๕.๐๐	๑๕.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง

๘๔. มีการแสดงโขน (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ฟิลิปปินส์	n	๔๔	๕๒	๑๑๘	๑๐๖	๗๔	๓.๒๙	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๑.๐๘	๑๓.๑๙	๓๐.๐๘	๒๖.๙๑	๑๘.๗๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๖	๖๙	๑๒๘	๙๐	๕๖	๓.๑๑	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๑.๘๓	๑๗.๗๔	๓๒.๙๐	๒๓.๑๔	๑๔.๔๐			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๓๑	๑๖๔	๑๐๒	๘๕	๓.๕๓	๑.๐๓	มาก
	%	๓.๗๘	๗.๘๑	๔๑.๓๑	๒๕.๖๙	๒๑.๔๑			
ลาว	n	๘๕	๙๓	๑๖๒	๕๗	๑๑	๒.๕๕	๑.๐๕	ปาน
	%	๒๐.๘๓	๒๒.๗๙	๓๙.๗๑	๑๓.๙๗	๒.๗๐			กลาง
เวียดนาม	n	๑๓	๑๐๐	๑๖๖	๘๗	๖๑	๓.๑๙	๑.๐๕	ปาน
	%	๓.๐๔	๒๓.๔๒	๓๘.๘๘	๒๐.๓๗	๑๔.๒๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๕๙	๑๑๙	๓๐	๒.๕๔	๑.๕๖	ปาน
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๔	๕๕	๑๗๙	๑๐๒	๘๙	๓.๔๐	๑.๑๐	ปาน
	%	๕.๒๔	๑๒.๓๐	๓๙.๗๙	๒๒.๗๗	๑๙.๙๐			กลาง
๘๕. มีการแสดงละครหุ่นเล็ก									
กัมพูชา	n	๓๙	๑๒๔	๑๙๓	๘๕	๓๒	๒.๘๙	๑.๐๒	ปาน
	%	๘.๒๕	๒๖.๒๒	๔๐.๘๐	๑๗.๙๗	๖.๗๗			กลาง
ไทย	n	๑๔	๒๘	๑๓๙	๑๕๒	๖๕	๓.๕๗	๐.๙๖	มาก
	%	๓.๕๒	๗.๐๔	๓๘.๙๒	๓๘.๑๙	๑๖.๓๓			
บรูไน	n	๕๘	๑๕๕	๗๘	๕๘	๓๙	๒.๖๕	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๕.๐๐	๔๐.๐๐	๒๐.๐๐	๑๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๑	๔๓	๑๑๓	๑๑๓	๘๔	๓.๔๐	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๐.๒๙	๑๐.๘๒	๒๘.๗๖	๒๘.๗๖	๒๑.๓๗			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๔	๗๙	๑๑๒	๑๐๑	๕๓	๓.๑๐	๑.๒๑	ปาน
	%	๑๑.๓๑	๒๐.๓๑	๒๘.๗๙	๒๕.๙๖	๑๓.๖๒			กลาง
เมียนมา	n	๒๓	๕๔	๑๕๐	๙๓	๗๗	๓.๓๗	๑.๑๒	ปาน
	%	๕.๗๙	๑๓.๖๐	๓๗.๗๘	๒๓.๔๓	๑๙.๔๐			กลาง
ลาว	n	๗๓	๑๐๓	๑๕๒	๗๓	๗	๒.๖๐	๑.๐๓	ปาน
	%	๑๗.๘๙	๒๕.๒๕	๓๗.๒๕	๑๗.๘๙	๑.๗๒			กลาง
เวียดนาม	n	๑๙	๙๒	๑๕๑	๑๑๘	๔๗	๓.๑๙	๑.๐๔	ปาน
	%	๔.๔๕	๒๑.๕๕	๓๕.๓๖	๒๗.๖๓	๑๑.๐๑			กลาง
เวียดนาม	n	๑๙	๙๒	๑๕๑	๑๑๘	๔๗	๓.๑๙	๑.๐๔	ปาน
	%	๔.๔๕	๒๑.๕๕	๓๕.๓๖	๒๗.๖๓	๑๑.๐๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๒๐๘	๐	๐	๒.๒๓	๐.๙๓	น้อย
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๐.๐๐	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๒๑	๖๒	๑๖๑	๑๑๔	๙๑	๓.๔๒	๑.๑๐	ปาน
	%	๔.๗๑	๑๓.๘๗	๓๕.๘๖	๒๕.๓๙	๒๐.๑๖			กลาง

๘๖. มีการร่ำตามภาคต่างๆ เช่น มโนราห์ เซิ้ง ลิเก									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๔๗	๗๗	๒๒๘	๘๙	๓๒	๒.๙๖	๑.๐๑	ปาน
	%	๙.๙๔	๑๖.๒๘	๔๘.๒๐	๑๘.๘๒	๖.๗๗			กลาง
ไทย	n	๑๖	๒๑	๑๓๐	๑๔๘	๘๓	๓.๖๖	๑.๐๐	มาก
	%	๔.๐๒	๕.๒๘	๓๒.๖๖	๓๗.๑๙	๒๐.๘๕			
บรูไน	n	๑๙	๑๗๔	๓๙	๗๘	๗๘	๓.๐๕	๑.๓๒	ปาน
	%	๕.๐๐	๔๕.๐๐	๑๐.๐๐	๒๐.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๒	๕๓	๑๒๕	๘๗	๘๗	๓.๓๒	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๐.๕๕	๑๓.๔๖	๓๑.๖๖	๒๒.๑๖	๒๒.๑๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๒	๕๓	๑๒๖	๘๖	๘๒	๓.๒๙	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๐.๘๐	๑๓.๖๒	๓๒.๓๙	๒๒.๑๑	๒๑.๐๘			กลาง
เมียนมา	n	๒๓	๖๒	๑๕๙	๖๙	๘๔	๓.๓๒	๑.๑๔	ปาน
	%	๕.๗๙	๑๕.๖๒	๔๐.๐๕	๑๗.๓๘	๒๑.๑๖			กลาง
ลาว	n	๑๐๐	๙๐	๑๔๕	๕๙	๑๔	๒.๕๐	๑.๑๑	น้อย
	%	๒๔.๕๑	๒๒.๐๖	๓๕.๕๔	๑๔.๔๖	๓.๔๓			
เวียดนาม	n	๑๖	๘๗	๑๔๗	๑๑๒	๖๕	๓.๒๙	๑.๐๗	ปาน
	%	๓.๗๕	๒๐.๓๗	๓๔.๔๓	๒๖.๒๓	๑๕.๒๒			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๑๔๘	๖๐	๓.๐๘	๑.๕๕	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๗	๓๘	๑๒๘	๑๕๕	๑๐๑	๓.๕๙	๑.๑๑	มาก
	%	๖.๐๒	๘.๓๘	๒๘.๕๓	๓๔.๕๕	๒๒.๕๑			
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย									
กัมพูชา	n	๑๒	๘๙	๒๖๗	๙๒	๑๓	๓.๐๔	๐.๗๔	ปาน
	%	๒.๕๔	๑๘.๘๒	๕๖.๔๕	๑๙.๔๕	๒.๗๕			กลาง
ไทย	n	๑๒	๒๑	๑๒๙	๑๗๙	๕๗	๓.๖๔	๐.๘๔	มาก
	%	๓.๐๒	๕.๒๘	๓๒.๔๑	๔๔.๙๗	๑๔.๓๒			
บรูไน	n	๒๐	๗๗	๑๕๕	๑๑๖	๒๐	๓.๐๙	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๔๐.๐๐	๓๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๖	๔๘	๑๑๖	๑๒๙	๖๕	๓.๓๖	๑.๑๑	ปาน
	%	๙.๒๓	๑๒.๑๔	๒๙.๕๕	๓๒.๗๒	๑๖.๓๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๓๘	๕๘	๑๓๓	๑๐๕	๕๕	๓.๒๑	๑.๑๑	ปาน
	%	๙.๗๗	๑๔.๙๑	๓๔.๑๙	๒๖.๙๙	๑๔.๑๔			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๖๒	๑๕๐	๑๐๘	๖๒	๓.๔๐	๐.๙๗	ปาน
	%	๓.๗๘	๑๕.๖๒	๓๗.๗๘	๒๗.๒๐	๑๕.๖๒			กลาง
ลาว	n	๗๔	๑๑๓	๑๕๑	๖๖	๔	๒.๕๔	๐.๙๙	ปาน
	%	๑๘.๑๔	๒๗.๗๐	๓๗.๐๑	๑๖.๑๘	๐.๙๘			กลาง
เวียดนาม	n	๓	๓๙	๒๐๙	๑๖๑	๑๕	๓.๓๕	๐.๖๕	ปาน
	%	๐.๗๐	๙.๑๓	๔๘.๙๕	๓๗.๗๐	๓.๕๑			กลาง

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๖๐	๑๔๘	๐	๒.๖๘	๑.๓๗	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๓๙	๑๖๐	๑๗๓	๖๔	๓.๕๔	๐.๙๑	มาก
	%	๒.๘๘	๘.๖๔	๓๕.๖๐	๓๘.๔๘	๑๔.๔๐			

จากตาราง ๖.๒๕ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๔$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๕๔$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๕๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือมีฉากการรำไทย พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะมีฉากการรำไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๑$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๖๕$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๕๐$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือมีการเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีการเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวงมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = ๓.๖๐$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๒.๕๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือมีการแสดงโขน พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะ มีการแสดงโขนมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๔$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = ๓.๕๓$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๒.๕๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือมีการแสดงละครหุ่นเล็ก พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีการแสดงละครหุ่นเล็กมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๗$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๔๒$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๒.๒๓$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๕ คือมีการรำตามภาคต่างๆ เช่น มโนราห์ เข้ม ลีเก พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีการรำตามภาคต่างๆ เช่น มโนราห์ เข้ม ลีเกมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๖$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๕๙$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๕๐$ เลือกดูในระดับน้อย)

๓.๖ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงการพยากรณ์ไทย

ตารางที่ ๖.๒๖ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการพยากรณ์ไทย

๘๗. โครงเรื่องเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ไทย									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
กัมพูชา	n	๑๔	๑๑๕	๒๕๙	๗๒	๑๓	๒.๙๐	๐.๗๘	ปาน
	%	๒.๙๖	๒๔.๓๑	๕๔.๗๖	๑๕.๒๒	๒.๗๕			กลาง
ไทย	n	๑๔	๑๙	๑๓๙	๑๕๔	๗๒	๓.๖๓	๐.๙๕	มาก
	%	๓.๕๒	๔.๗๗	๓๔.๙๒	๓๘.๖๙	๑๘.๐๙			
บรูไน	n	๒๐	๕๘	๒๕๒	๒๐	๓๙	๓.๐๐	๐.๙๒	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๖๕.๐๐	๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง

๘๗. โครงการเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ฟิลิปปินส์	n	๔๒	๓๘	๑๑๔	๙๕	๑๐๕	๓.๔๖	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๐.๕๕	๙.๗๖	๒๙.๐๒	๒๔.๐๑	๒๖.๖๕			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๘	๗๐	๑๔๖	๗๑	๕๔	๓.๐๓	๑.๑๙	ปาน
	%	๑๒.๓๔	๑๗.๙๙	๓๗.๕๓	๑๘.๒๕	๑๓.๘๘			กลาง
เมียนมา	n	๒๒	๕๓	๑๐๗	๙๘	๑๑๗	๓.๕๙	๑.๒๐	มาก
	%	๕.๕๔	๑๓.๓๕	๒๖.๙๕	๒๔.๖๙	๒๙.๔๗			
ลาว	n	๑๙๐	๘๘	๑๐๗	๑๙	๔	๑.๙๒	๑.๐๐	น้อย
	%	๔๖.๕๗	๒๑.๕๗	๒๖.๒๓	๔.๖๖	๐.๙๘			
เวียดนาม	n	๑๒	๖๖	๑๖๔	๑๓๙	๔๖	๓.๓๓	๐.๙๖	ปาน
	%	๒.๘๑	๑๕.๔๖	๓๘.๔๑	๓๒.๕๕	๑๐.๗๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๘๙	๑๑๙	๖๐	๓.๐๐	๑.๕๓	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๒	๘๐	๑๖๕	๑๓๒	๔๐	๓.๑๕	๑.๐๕	ปาน
	%	๗.๓๓	๑๗.๘๐	๓๖.๖๕	๒๙.๓๒	๘.๙๐			กลาง
๘๘. เนื้อหาที่แสดงการกระทำเพื่อแก้บน									
กัมพูชา	n	๖๑	๑๗๐	๑๖๓	๖๕	๑๔	๒.๕๘	๐.๙๘	ปาน
	%	๑๒.๙๐	๓๕.๙๔	๓๔.๔๖	๑๓.๗๔	๒.๙๖			กลาง
ไทย	n	๑๓	๓๑	๑๓๑	๑๖๔	๕๙	๓.๕๗	๐.๙๕	มาก
	%	๓.๒๗	๗.๗๙	๓๒.๙๑	๔๑.๒๑	๑๔.๘๒			
บรูไน	n	๑๙	๑๓๖	๙๗	๗๘	๕๘	๓.๐๕	๑.๑๙	ปาน
	%	๕.๐๐	๓๕.๐๐	๒๕.๐๐	๒๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๐	๔๓	๑๑๕	๑๑๓	๘๓	๓.๔๐	๑.๒๒	ปาน
	%	๑๐.๐๓	๑๐.๘๒	๒๙.๒๙	๒๘.๗๖	๒๑.๑๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๖๑	๖๙	๑๔๐	๖๖	๕๓	๒.๙๕	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๕.๖๘	๑๗.๗๔	๓๕.๙๙	๑๖.๙๗	๑๓.๖๒			กลาง
เมียนมา	n	๕๓	๗๗	๑๒๙	๗๕	๖๓	๓.๐๕	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๓.๓๕	๑๙.๔๐	๓๒.๔๙	๑๘.๘๙	๑๕.๘๗			กลาง
ลาว	n	๒๓๒	๖๓	๗๐	๓๗	๖	๑.๘๓	๑.๑๐	น้อย
	%	๕๖.๘๖	๑๕.๔๔	๑๗.๑๖	๙.๐๗	๑.๔๗			
เวียดนาม	n	๑๐	๕๗	๑๖๓	๑๔๖	๕๑	๓.๔๐	๐.๙๔	ปาน
	%	๒.๓๔	๑๓.๓๕	๓๘.๑๗	๓๔.๑๙	๑๑.๙๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๒๙	๖๐	๖๐	๑๑๙	๓.๐๘	๑.๗๑	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๒	๗๔	๑๗๖	๑๐๒	๖๒	๓.๑๘	๑.๑๑	ปาน
	%	๗.๘๕	๑๖.๔๙	๓๙.๐๑	๒๒.๗๗	๑๓.๘๗			กลาง
๘๙. กระบวนการตามพิธีทางศาสนา									
กัมพูชา	n	๔๕	๑๐๕	๒๒๔	๘๕	๑๔	๒.๘๓	๐.๙๓	ปาน
	%	๙.๕๑	๒๒.๒๐	๔๗.๓๖	๑๗.๙๗	๒.๙๖			กลาง

๘๙. กระบวนการตามพิธีทางศาสนา (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๑๔	๓๑	๑๕๐	๑๓๕	๖๘	๓.๕๓	๐.๙๘	มาก
	%	๓.๕๒	๗.๗๙	๓๗.๖๙	๓๓.๙๒	๑๗.๐๙			
บรูไน	n	๑๙	๙๘	๑๓๕	๙๘	๓๘	๓.๑๐	๑.๐๗	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๕.๐๐	๒๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๔	๕๒	๑๑๖	๑๐๑	๘๑	๓.๓๑	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๑.๐๘	๑๓.๑๙	๒๙.๕๕	๒๕.๕๙	๒๐.๕๘			กลาง
มาเลเซีย	n	๖๒	๖๓	๑๕๑	๗๔	๓๙	๒.๙๑	๑.๑๘	ปาน
	%	๑๕.๙๔	๑๖.๒๐	๓๘.๘๒	๑๙.๐๒	๑๐.๐๓			กลาง
เมียนมา	n	๓๐	๖๙	๑๒๓	๙๒	๘๓	๓.๓๒	๑.๒๐	ปาน
	%	๗.๕๖	๑๗.๓๘	๓๐.๙๘	๒๓.๑๗	๒๐.๙๑			กลาง
ลาว	n	๒๐๙	๗๓	๘๐	๒๗	๑๙	๑.๙๖	๑.๑๘	น้อย
	%	๕๑.๒๓	๑๗.๘๙	๑๙.๖๑	๖.๖๒	๔.๖๖			
เวียดนาม	n	๑๓	๙๓	๑๗๖	๘๘	๕๗	๓.๑๙	๑.๐๒	ปาน
	%	๓.๐๔	๒๑.๗๘	๔๑.๒๒	๒๐.๖๑	๑๓.๓๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๑๔๘	๐	๖๐	๖๐	๒.๔๖	๑.๕๑	น้อย
	%	๓๐.๗๗	๓๘.๔๖	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๓๐	๕๙	๑๘๖	๑๐๑	๗๓	๓.๒๘	๑.๑๐	ปาน
	%	๖.๘๑	๑๓.๐๙	๔๑.๓๖	๒๒.๕๑	๑๖.๒๓			กลาง
๙๐. การผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ									
กัมพูชา	n	๓๓	๑๕๐	๑๙๕	๘๗	๘	๒.๗๖	๐.๘๙	ปาน
	%	๖.๙๘	๓๑.๗๑	๔๑.๒๓	๑๘.๓๙	๑.๖๙			กลาง
ไทย	n	๑๕	๒๖	๑๕๓	๑๕๔	๕๐	๓.๕๐	๐.๙๓	ปาน
	%	๓.๗๗	๖.๕๓	๓๘.๔๔	๓๘.๖๙	๑๒.๕๖			กลาง
บรูไน	n	๒๐	๕๘	๒๕๒	๓๘	๒๐	๒.๙๕	๐.๘๓	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๖๕.๐๐	๑๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๙	๕๕	๑๑๖	๙๒	๙๒	๓.๓๖	๑.๒๖	ปาน
	%	๑๐.๐๓	๑๓.๙๘	๒๙.๕๕	๒๓.๒๒	๒๓.๒๒			กลาง
มาเลเซีย	n	๕๔	๗๒	๑๓๑	๗๔	๕๘	๓.๐๓	๑.๒๔	ปาน
	%	๑๓.๘๘	๑๘.๕๑	๓๓.๖๘	๑๙.๐๒	๑๔.๙๑			กลาง
เมียนมา	n	๔๖	๙๙	๑๐๐	๗๗	๗๕	๓.๐๙	๑.๒๙	ปาน
	%	๑๑.๕๙	๒๔.๙๔	๒๕.๑๙	๑๙.๔๐	๑๘.๘๙			กลาง
ลาว	n	๒๓๓	๗๖	๖๖	๒๕	๘	๑.๗๗	๑.๐๕	น้อย
	%	๕๗.๑๑	๑๘.๖๓	๑๖.๑๘	๖.๑๓	๑.๙๖			
เวียดนาม	n	๑๔	๘๖	๑๔๔	๑๒๒	๖๑	๓.๓๐	๑.๐๕	ปาน
	%	๓.๒๘	๒๐.๑๔	๓๓.๗๒	๒๘.๕๗	๑๔.๒๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๒๐	๕๙	๙๐	๕๙	๕๙	๒.๖๙	๑.๔๙	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			กลาง

๙๐. การผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
อินโดนีเซีย	n	๓๒	๖๙	๑๕๔	๑๒๖	๖๘	๓.๒๙	๑.๑๒	ปาน
	%	๗.๐๗	๑๕.๕๕	๓๔.๒๙	๒๘.๐๑	๑๕.๑๘			กลาง
กัมพูชา	n	๔๐	๑๑๘	๒๓๕	๗๐	๑๐	๒.๗๗	๐.๘๘	ปาน
	%	๘.๔๖	๒๔.๙๕	๕๙.๖๘	๑๕.๘๐	๒.๑๑			กลาง
ไทย	n	๑๑	๓๑	๑๓๘	๑๖๑	๕๗	๓.๕๖	๐.๙๓	มาก
	%	๒.๗๖	๗.๗๙	๓๔.๖๗	๔๐.๔๕	๑๔.๓๒			
บรูไน	n	๑๙	๙๗	๑๗๕	๕๘	๓๙	๓.๐๐	๑.๐๓	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๔๕.๐๐	๑๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๓	๓๐	๑๑๒	๑๒๓	๙๖	๓.๕๕	๑.๑๘	มาก
	%	๘.๔๔	๗.๖๕	๒๘.๕๐	๓๑.๑๓	๒๔.๒๗			
มาเลเซีย	n	๕๔	๖๒	๑๔๐	๘๐	๕๓	๓.๐๔	๑.๒๑	ปาน
	%	๑๓.๘๘	๑๕.๙๔	๓๕.๙๙	๒๐.๕๗	๑๓.๖๒			กลาง
เมียนมา	n	๒๓	๙๑	๑๓๒	๑๐๔	๔๗	๓.๑๕	๑.๐๘	ปาน
	%	๕.๗๙	๒๒.๙๒	๓๓.๒๕	๒๖.๒๐	๑๑.๘๔			กลาง
ลาว	n	๒๑๖	๗๖	๘๖	๒๐	๑๐	๑.๘๕	๑.๐๗	น้อย
	%	๕๒.๙๔	๑๘.๖๓	๒๑.๐๘	๕.๙๐	๒.๔๕			
เวียดนาม	n	๑๘	๘๕	๑๖๖	๙๑	๖๗	๓.๒๔	๑.๐๗	ปาน
	%	๔.๒๒	๑๙.๙๑	๓๘.๘๘	๒๑.๓๑	๑๕.๖๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๒๐	๙๐	๕๙	๕๙	๕๙	๒.๖๒	๑.๕๐	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๓	๕๐	๑๘๕	๑๐๙	๗๒	๓.๓๐	๑.๐๙	ปาน
	%	๗.๓๓	๑๑.๒๖	๔๑.๑๐	๒๔.๓๕	๑๕.๙๗			กลาง
๙๒. การแสดงพิธีกรรม เพื่อเสริมความเชื่อแก่ร้ายให้กลายเป็นดี									
กัมพูชา	n	๓๙	๙๐	๒๓๙	๘๖	๑๙	๒.๙๑	๐.๙๓	ปาน
	%	๘.๒๕	๑๙.๐๓	๕๐.๕๓	๑๘.๑๘	๔.๐๒			กลาง
ไทย	n	๑๙	๒๖	๑๔๗	๑๓๗	๖๙	๓.๕๓	๑.๐๑	มาก
	%	๔.๗๗	๖.๕๓	๓๖.๙๓	๓๔.๔๒	๑๗.๓๔			
บรูไน	n	๓๙	๙๗	๙๗	๕๘	๙๗	๓.๒๐	๑.๓๖	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๒๕.๐๐	๒๕.๐๐	๑๕.๐๐	๒๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๓๙	๑๑๐	๑๒๗	๘๓	๓.๔๗	๑.๑๙	ปาน
	%	๘.๙๗	๙.๗๖	๒๗.๙๗	๓๒.๑๙	๒๑.๑๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๕๔	๖๘	๑๔๕	๗๒	๕๐	๒.๙๙	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๓.๘๘	๑๗.๔๘	๓๗.๒๘	๑๘.๕๑	๑๒.๘๕			กลาง
เมียนมา	n	๕๔	๙๑	๑๐๘	๗๔	๗๐	๓.๐๔	๑.๒๙	ปาน
	%	๑๓.๖๐	๒๒.๙๒	๒๗.๒๐	๑๘.๖๔	๑๗.๖๓			กลาง
ลาว	n	๒๑๘	๖๘	๘๘	๒๖	๘	๑.๘๗	๑.๐๘	น้อย
	%	๕๓.๔๓	๑๖.๖๗	๒๑.๕๗	๖.๓๗	๑.๙๖			

๙๒. การแสดงพิธีกรรม เพื่อเสริมความเชื่อแก่ร้ายให้กลายเป็นดี (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
เวียดนาม	n	๑๘	๖๓	๑๕๑	๑๓๒	๖๓	๓.๓๗	๑.๐๔	ปาน
	%	๔.๒๒	๑๔.๗๕	๓๕.๓๖	๓๐.๙๑	๑๔.๗๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๘๙	๐	๑๗๙	๓.๓๑	๑.๘๐	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๔๖.๑๕			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓๕	๕๕	๑๙๔	๑๐๖	๖๐	๓.๒๒	๑.๐๘	ปาน
	%	๗.๘๕	๑๒.๓๐	๔๒.๙๓	๒๓.๕๖	๑๓.๓๕			กลาง
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการพยากรณ์ของไทย									
กัมพูชา	n	๑๓	๑๖๒	๒๕๐	๔๔	๔	๒.๗๙	๐.๖๕	ปาน
	%	๒.๗๕	๓๔.๒๕	๕๒.๘๕	๙.๓๐	๐.๘๕			กลาง
ไทย	n	๑๔	๒๖	๑๕๖	๑๖๖	๓๖	๓.๕๕	๐.๘๔	มาก
	%	๓.๕๒	๖.๕๓	๓๙.๒๐	๔๑.๗๑	๙.๐๕			
บรูไน	n	๑๙	๕๘	๒๑๓	๗๙	๑๙	๓.๐๕	๐.๙๔	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๕๕.๐๐	๒๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๗	๔๒	๑๑๘	๑๔๒	๕๕	๓.๔๓	๑.๐๙	ปาน
	%	๙.๕๐	๑๐.๕๕	๒๙.๘๒	๓๖.๑๕	๑๓.๙๘			กลาง
มาเลเซีย	n	๕๐	๗๘	๑๔๕	๗๔	๔๒	๒.๙๙	๑.๑๑	ปาน
	%	๑๒.๘๕	๒๐.๐๕	๓๗.๒๘	๑๙.๐๒	๑๐.๘๐			กลาง
เมียนมา	n	๒๒	๙๒	๑๓๙	๙๗	๔๗	๓.๒๑	๑.๐๓	ปาน
	%	๕.๕๔	๒๓.๑๗	๓๕.๐๑	๒๔.๔๓	๑๑.๘๔			กลาง
ลาว	n	๒๑๒	๘๖	๗๗	๓๓	๐	๑.๘๗	๑.๐๓	น้อย
	%	๕๑.๙๖	๒๑.๐๘	๑๘.๘๗	๘.๐๙	๐.๐๐			
เวียดนาม	n	๓	๒๔	๒๗๙	๑๑๖	๕	๓.๓๑	๐.๕๖	ปาน
	%	๐.๗๐	๕.๖๒	๖๕.๓๔	๒๗.๑๗	๑.๑๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๘๘	๖๐	๖๐	๖๐	๒.๘๖	๑.๕๔	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๗	๕๕	๒๑๕	๑๒๔	๓๐	๓.๒๔	๐.๙๓	ปาน
	%	๖.๐๒	๑๒.๓๐	๔๗.๖๔	๒๗.๔๙	๖.๕๔			กลาง

จากตาราง ๖.๒๖ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการพยากรณ์ของไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการพยากรณ์ของไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๕๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๔๓$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๑.๘๗$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการพยากรณ์ของไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือโครงเรื่องเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะโครงเรื่องเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์มากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๓$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = ๓.๕๙$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๑.๙๒$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือเนื้อหาที่แสดงการกระทำเพื่อแก้บน พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะเนื้อหาที่แสดงการกระทำเพื่อแก้บนมากที่สุด ($\bar{X}$

=๓.๕๗ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ($\bar{X}$ = ๓.๔๐ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๑.๘๓ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือกระบวนการตามพิธีทางศาสนา พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะกระบวนการตามพิธีทางศาสนามากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๕๓ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X}$ = ๓.๓๒ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๑.๙๖ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือการผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ มากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๕๐ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X}$ = ๓.๓๖ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๑.๗๗ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๕ คือการแสดงพิธีกรรมตามความเชื่อต่าง ๆ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการแสดงพิธีกรรมตามความเชื่อต่าง ๆ มากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๕๖ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X}$ = ๓.๕๕ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๑.๘๕ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๖ คือการแสดงพิธีกรรมเพื่อเสริมความเชื่อแก่ร้ายให้กลายเป็นดี พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการแสดงพิธีกรรมเพื่อเสริมความเชื่อแก่ร้ายให้กลายเป็นดีมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๕๓ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X}$ = ๓.๔๗ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๑.๘๗ เลือกดูในระดับน้อย)

๓.๗ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงคตชาบ้านของไทย

ตารางที่ ๖.๒๗ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงคตชาบ้านของไทย

๙๓. พิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๘	๖๒	๒๐๑	๑๕๕	๓๗	๓.๒๘	๐.๙๒	ปาน
	%	๓.๘๑	๑๓.๑๑	๔๒.๔๙	๓๒.๗๗	๗.๘๒			กลาง
ไทย	n	๙	๒๓	๑๓๑	๑๖๕	๗๐	๓.๖๖	๐.๙๑	มาก
	%	๒.๒๖	๕.๗๘	๓๒.๙๑	๔๑.๔๖	๑๗.๕๙			
บรูไน	n	๑๙	๓๘	๑๗๕	๙๗	๓๙	๓.๒๐	๑.๐๑	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๔๕.๐๐	๒๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๕	๔๕	๑๓๘	๙๕	๗๑	๓.๒๖	๑.๒๑	ปาน
	%	๑๑.๓๕	๑๑.๓๕	๓๕.๐๙	๒๔.๒๗	๑๗.๙๔			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๙	๘๓	๑๔๓	๗๘	๓๖	๒.๙๒	๑.๑๓	ปาน
	%	๑๒.๖๐	๒๑.๓๔	๓๖.๗๖	๒๐.๐๕	๙.๒๕			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๖๘	๑๕๑	๙๔	๖๙	๓.๓๔	๑.๐๗	ปาน
	%	๓.๗๘	๑๗.๑๓	๓๘.๐๔	๒๓.๖๘	๑๗.๓๘			กลาง
ลาว	n	๑๒๑	๘๙	๑๕๔	๓๖	๘	๒.๓๒	๑.๐๕	น้อย
	%	๒๙.๖๖	๒๑.๘๑	๓๗.๗๕	๘.๘๒	๑.๙๖			
เวียดนาม	n	๕	๖๖	๑๗๑	๑๑๘	๖๗	๓.๔๑	๐.๙๗	ปาน
	%	๑.๑๗	๑๕.๔๖	๔๐.๐๕	๒๗.๖๓	๑๕.๖๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๘๙	๐	๖๐	๑๑๙	๑๑๙	๓.๔๖	๑.๕๖	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗			กลาง

๙๓. พิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
อินโดนีเซีย	n	๓๗	๖๙	๑๖๗	๑๐๗	๖๙	๓.๒๓	๑.๑๓	ปานกลาง
	%	๘.๑๒	๑๕.๔๕	๓๗.๑๗	๒๓.๘๒	๑๕.๔๕			
๙๔. การละเล่นโบราณของไทย									
กัมพูชา	n	๓๙	๑๒๘	๑๘๓	๑๑๖	๗	๒.๘๔	๐.๙๔	ปานกลาง
	%	๘.๒๕	๒๗.๐๖	๓๘.๖๙	๒๔.๕๒	๑.๔๘			
ไทย	n	๙	๒๕	๑๑๑	๑๗๔	๗๙	๓.๗๓	๐.๙๓	มาก
	%	๒.๒๖	๖.๒๘	๒๗.๘๙	๔๓.๗๒	๑๙.๘๕			
บรูไน	n	๑๙	๑๑๗	๑๑๕	๓๙	๕๘	๓.๐๐	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๓๐.๐๐	๔๐.๐๐	๑๐.๐๐	๑๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๐	๕๖	๑๓๘	๘๖	๗๔	๓.๒๕	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๑๐.๐๓	๑๔.๒๕	๓๕.๐๙	๒๑.๙๐	๑๘.๗๓			
มาเลเซีย	n	๔๕	๖๓	๑๖๑	๗๘	๔๒	๓.๐๒	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๑๑.๕๗	๑๖.๒๐	๔๑.๓๙	๒๐.๐๕	๑๐.๘๐			
เมียนมา	n	๒๒	๗๐	๑๕๘	๑๐๘	๓๙	๓.๑๘	๑.๐๒	ปานกลาง
	%	๕.๕๔	๑๗.๖๓	๓๙.๘๐	๒๗.๒๐	๙.๘๒			
ลาว	n	๑๑๒	๙๐	๑๔๘	๔๕	๑๓	๒.๔๐	๑.๑๐	น้อย
	%	๒๗.๔๕	๒๒.๐๖	๓๖.๒๗	๑๑.๐๓	๓.๑๙			
เวียดนาม	n	๘	๗๔	๑๓๗	๑๕๔	๕๔	๓.๔๐	๐.๙๘	ปานกลาง
	%	๑.๘๗	๑๗.๓๓	๓๒.๐๘	๓๖.๐๗	๑๒.๖๕			
สิงคโปร์	n	๘๙	๓๐	๘๙	๖๐	๑๑๙	๓.๒๓	๑.๕๙	ปานกลาง
	%	๒๓.๐๘	๗.๖๙	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗			
อินโดนีเซีย	n	๒๗	๖๘	๑๖๙	๑๒๕	๖๑	๓.๒๗	๑.๐๖	ปานกลาง
	%	๖.๐๒	๑๕.๑๘	๓๗.๗๐	๒๗.๗๕	๑๓.๓๕			
๙๕. การแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณ									
กัมพูชา	n	๓๕	๙๔	๒๒๔	๙๙	๒๑	๒.๙๕	๐.๙๔	ปานกลาง
	%	๗.๔๐	๑๙.๘๗	๔๗.๓๖	๒๐.๙๓	๔.๔๔			
ไทย	n	๑๒	๒๔	๑๒๔	๑๕๐	๘๘	๓.๗๐	๐.๙๘	มาก
	%	๓.๐๒	๖.๐๓	๓๑.๑๖	๓๗.๖๙	๒๒.๑๑			
บรูไน	n	๒๐	๕๘	๒๕๒	๒๐	๓๘	๓.๐๐	๐.๙๒	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๖๕.๐๐	๕.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๖	๔๖	๑๔๓	๑๐๒	๖๗	๓.๓๐	๑.๑๖	ปานกลาง
	%	๙.๒๓	๑๑.๖๑	๓๖.๔๑	๒๕.๘๖	๑๖.๘๙			
มาเลเซีย	n	๕๒	๖๗	๑๕๘	๗๒	๔๐	๒.๙๕	๑.๑๔	ปานกลาง
	%	๑๓.๓๗	๑๗.๒๒	๔๐.๖๒	๑๘.๕๑	๑๐.๒๘			
เมียนมา	n	๖๖	๖๔	๑๖๐	๘๔	๒๓	๒.๘๓	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๑๖.๖๒	๑๖.๑๒	๔๐.๓๐	๒๑.๑๖	๕.๗๙			
ลาว	n	๑๔๓	๑๐๓	๑๒๐	๓๒	๑๐	๒.๑๗	๑.๐๗	น้อย
	%	๓๕.๐๕	๒๕.๒๕	๒๙.๔๑	๗.๘๔	๒.๔๕			

๙๕. การแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๑๒	๘๑	๑๘๓	๑๐๕	๔๖	๓.๒๒	๐.๙๗	ปานกลาง
	%	๒.๘๑	๑๘.๙๗	๔๒.๘๖	๒๔.๕๙	๑๐.๗๗			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๑๙	๘๙	๖๐	๒.๙๒	๑.๕๐	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๓๑	๘๒	๑๘๐	๙๑	๖๕	๓.๑๖	๑.๑๐	ปานกลาง
	%	๗.๐๗	๑๘.๓๒	๔๐.๐๕	๒๐.๑๖	๑๔.๔๐			
๙๖. การละเล่นพื้นบ้านของไทย									
กัมพูชา	n	๒๙	๑๐๑	๑๘๘	๑๑๖	๓๙	๓.๐๗	๑.๐๒	ปานกลาง
	%	๖.๑๓	๒๑.๓๕	๓๙.๗๕	๒๔.๕๒	๘.๒๕			
ไทย	n	๑๒	๒๔	๑๓๔	๑๔๕	๘๓	๓.๖๖	๐.๙๗	มาก
	%	๓.๐๒	๖.๐๓	๓๓.๖๗	๓๖.๔๓	๒๐.๘๕			
บรูไน	n	๒๐	๕๘	๒๓๒	๕๘	๒๐	๓.๐๐	๐.๘๖	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๖๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๐	๔๐	๑๒๐	๑๐๕	๘๙	๓.๔๒	๑.๒๓	ปานกลาง
	%	๑๐.๐๓	๑๐.๐๓	๓๐.๖๑	๒๖.๖๕	๒๒.๖๙			
มาเลเซีย	n	๔๔	๕๕	๑๔๙	๑๐๓	๓๘	๓.๐๙	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๑๑.๓๑	๑๔.๑๔	๓๘.๓๐	๒๖.๔๘	๙.๗๗			
เมียนมา	n	๖๒	๑๐๕	๑๑๘	๙๗	๑๕	๒.๗๔	๑.๑๑	ปานกลาง
	%	๑๕.๖๒	๒๖.๔๕	๒๙.๗๒	๒๔.๔๓	๓.๗๘			
ลาว	n	๑๑๙	๑๐๕	๑๓๖	๓๓	๑๕	๒.๓๑	๑.๐๙	น้อย
	%	๒๙.๑๗	๒๕.๗๔	๓๓.๓๓	๘.๐๙	๓.๖๘			
เวียดนาม	n	๑๕	๙๑	๑๖๓	๙๘	๖๐	๓.๒๓	๑.๐๕	ปานกลาง
	%	๓.๕๑	๒๑.๓๑	๓๘.๑๗	๒๒.๙๕	๑๔.๐๕			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๐	๑๔๘	๖๐	๒.๙๒	๑.๖๑	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๒๕	๓๒	๑๘๐	๑๔๕	๖๗	๓.๔๔	๑.๐๑	ปานกลาง
	%	๕.๕๐	๗.๐๗	๔๐.๐๕	๓๒.๔๖	๑๔.๙๒			
๙๗. สถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณ									
กัมพูชา	n	๓๔	๑๐๙	๒๐๙	๙๐	๓๑	๒.๙๕	๐.๙๘	ปานกลาง
	%	๗.๑๙	๒๓.๐๔	๔๔.๑๙	๑๙.๐๓	๖.๕๕			
ไทย	n	๙	๒๗	๑๑๒	๑๖๔	๘๖	๓.๗๓	๐.๙๕	มาก
	%	๒.๒๖	๖.๗๘	๒๘.๑๔	๔๑.๒๑	๒๑.๖๑			
บรูไน	n	๑๙	๙๗	๗๘	๑๕๕	๓๙	๓.๒๕	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๒๐.๐๐	๔๐.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๘	๓๐	๙๘	๑๑๖	๑๑๑	๓.๕๙	๑.๒๔	มาก
	%	๙.๗๖	๗.๖๕	๒๔.๘๐	๒๙.๕๕	๒๘.๒๓			
มาเลเซีย	n	๔๓	๔๗	๑๓๗	๑๐๗	๕๕	๓.๒๒	๑.๑๗	ปานกลาง
	%	๑๑.๐๕	๑๒.๐๘	๓๕.๒๒	๒๗.๕๑	๑๔.๑๔			

๙๗. สถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณ (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๖๒	๘๓	๑๐๗	๑๑๔	๓๑	๒.๙๒	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๕.๖๒	๒๐.๙๑	๒๖.๙๕	๒๘.๗๒	๗.๘๑			กลาง
ลาว	n	๑๐๕	๗๑	๑๔๒	๕๖	๓๔	๒.๖๒	๑.๒๔	ปาน
	%	๒๕.๗๔	๑๗.๔๐	๓๔.๘๐	๑๓.๗๓	๘.๓๓			กลาง
เวียดนาม	n	๑๒	๘๕	๑๔๙	๑๐๑	๘๐	๓.๓๖	๑.๐๘	ปาน
	%	๒.๘๑	๑๙.๙๑	๓๔.๘๙	๒๓.๖๕	๑๘.๗๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๙๐	๓๐	๑๑๙	๑๔๘	๐	๒.๘๕	๑.๒๑	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๗.๖๙	๓๐.๗๗	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๕	๒๔	๑๔๑	๑๕๕	๑๐๕	๓.๖๔	๑.๐๗	มาก
	%	๕.๗๖	๕.๒๔	๓๑.๔๑	๓๘.๒๙	๒๓.๓๐			
๙๘. การประกอบการเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว									
กัมพูชา	n	๔๔	๙๕	๒๒๘	๘๐	๒๖	๒.๘๙	๐.๙๘	ปาน
	%	๙.๓๐	๒๐.๐๘	๔๘.๒๐	๑๖.๙๑	๕.๕๐			กลาง
ไทย	n	๑๐	๓๒	๑๓๗	๑๔๗	๗๒	๓.๖๐	๐.๙๖	มาก
	%	๒.๕๑	๘.๐๔	๓๔.๔๒	๓๖.๙๓	๑๘.๐๙			
บรูไน	n	๑๙	๗๘	๑๑๖	๗๘	๙๗	๓.๔๐	๑.๒๓	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๓๐.๐๐	๒๐.๐๐	๒๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๒	๔๔	๑๐๖	๙๘	๑๐๔	๓.๔๕	๑.๒๘	ปาน
	%	๑๐.๕๕	๑๑.๓๕	๒๖.๙๑	๒๔.๘๐	๒๖.๓๙			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๖	๕๙	๑๖๔	๘๗	๓๓	๓.๐๑	๑.๐๙	ปาน
	%	๑๑.๘๓	๑๕.๑๗	๔๒.๑๖	๒๒.๓๗	๘.๔๘			กลาง
เมียนมา	n	๗๙	๑๒๑	๑๐๕	๖๘	๒๔	๒.๕๙	๑.๑๖	ปาน
	%	๑๙.๙๐	๓๐.๔๘	๒๖.๔๕	๑๗.๑๓	๖.๐๕			กลาง
ลาว	n	๑๔๑	๖๙	๑๓๒	๔๒	๒๔	๒.๓๖	๑.๒๒	น้อย
	%	๓๔.๕๖	๑๖.๙๑	๓๒.๓๕	๑๐.๒๙	๕.๘๘			
เวียดนาม	n	๑๙	๙๒	๑๓๙	๑๒๓	๕๔	๓.๒๔	๑.๐๖	ปาน
	%	๔.๔๕	๒๑.๕๕	๓๒.๕๕	๒๘.๘๑	๑๒.๖๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๑๔๘	๖๐	๓.๐๘	๑.๕๕	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๑	๔๐	๑๖๕	๑๒๓	๑๐๐	๓.๕๓	๑.๐๘	มาก
	%	๔.๗๑	๙.๑๖	๓๖.๖๕	๒๗.๒๓	๒๒.๒๕			
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคตินิยมบ้านของไทย									
กัมพูชา	n	๑๓	๑๑๑	๒๗๖	๖๑	๑๒	๓.๐๐	๐.๖๙	ปาน
	%	๒.๗๕	๒๓.๔๗	๕๘.๓๕	๑๒.๙๐	๒.๕๔			กลาง
ไทย	n	๘	๒๘	๑๓๕	๑๘๑	๔๖	๓.๖๘	๐.๘๒	มาก
	%	๒.๐๑	๗.๐๔	๓๓.๙๒	๔๕.๔๘	๑๑.๕๖			
บรูไน	n	๑๙	๕๘	๑๗๖	๑๑๖	๑๙	๓.๑๔	๐.๙๒	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๔๕.๐๐	๓๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคตินิยมบ้านของไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ฟิลิปปินส์	n	๓๒	๔๙	๑๓๘	๑๒๖	๔๙	๓.๓๘	๑.๐๙	ปาน
	%	๘.๑๘	๑๒.๕๐	๓๕.๐๙	๓๑.๙๓	๑๒.๕๐			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๔	๕๖	๑๗๖	๙๑	๒๒	๓.๐๓	๐.๙๙	ปาน
	%	๑๑.๓๑	๑๔.๕๐	๔๕.๒๔	๒๓.๓๙	๕.๖๖			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๑๒๒	๑๙๑	๕๔	๑๕	๒.๙๓	๐.๘๕	ปาน
	%	๓.๗๘	๓๐.๗๓	๔๘.๑๑	๑๓.๖๐	๓.๗๘			กลาง
ลาว	n	๑๑๐	๑๐๗	๑๔๒	๔๐	๙	๒.๓๖	๑.๐๐	น้อย
	%	๒๖.๙๖	๒๖.๒๓	๓๔.๘๐	๙.๘๐	๒.๒๑			
เวียดนาม	n	๕	๔๖	๒๓๐	๑๔๑	๕	๓.๓๑	๐.๖๑	ปาน
	%	๑.๑๗	๑๐.๗๗	๕๓.๘๖	๓๓.๐๒	๑.๑๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๑๔๘	๖๐	๓.๐๘	๑.๓๘	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๖	๕๓	๑๙๐	๑๔๒	๔๘	๓.๓๘	๐.๙๑	ปาน
	%	๓.๖๖	๑๑.๗๘	๔๒.๑๕	๓๑.๖๘	๑๐.๗๓			กลาง

จากตาราง ๖.๒๗ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคตินิยมบ้านของไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคตินิยมบ้านของไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๓๘$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๖$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคตินิยมบ้านของไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือพิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะพิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๖$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๓.๔๖$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๒$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือการละเล่นโบราณของไทย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการละเล่นโบราณของไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๓$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = ๓.๔๐$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๔๐$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือการแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๐$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๓๐$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๑๗$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือการละเล่นพื้นบ้านของไทย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการละเล่นพื้นบ้านของไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๖$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๔๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๑$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๕ คือสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณ พบว่า ประเทศไทยเลือกดูเพราะสถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๓$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๖๔$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๓๑$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๖ คือการ

ประกอบการเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าวพบว่า ประเทศไทยเลือกดูเพราะการประกอบ การเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าวมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือ ประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.53$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.36$ เลือก ดูในระดับน้อย)

๓.๘ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงการศึกษาไทย

ตารางที่ ๖.๒๘ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละคร โทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย

๙๙. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๕	๓๒	๑๖๘	๑๙๗	๗๑	๓.๖๓	๐.๘๖	มาก
	%	๑.๐๖	๖.๗๗	๓๕.๕๒	๔๑.๖๕	๑๕.๐๑			
ไทย	n	๔	๑๐	๑๒๖	๑๖๘	๙๐	๓.๘๓	๐.๘๔	มาก
	%	๑.๐๑	๒.๕๑	๓๑.๖๖	๔๒.๒๑	๒๒.๖๑			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๓๖	๑๓๖	๗๗	๓.๖๕	๐.๙๓	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒๘	๒๑	๙๔	๑๐๘	๑๔๓	๓.๘๑	๑.๑๙	มาก
	%	๗.๑๒	๕.๒๘	๒๓.๗๕	๒๗.๔๔	๓๖.๔๑			
มาเลเซีย	n	๓๘	๓๗	๙๕	๑๒๗	๙๒	๓.๕๑	๑.๒๓	มาก
	%	๙.๗๗	๙.๕๑	๒๔.๔๒	๓๒.๖๕	๒๓.๖๕			
เมียนมา	n	๗	๔๖	๑๓๒	๑๓๒	๘๐	๓.๕๘	๐.๙๙	มาก
	%	๑.๗๖	๑๑.๕๙	๓๓.๒๕	๓๓.๒๕	๒๐.๑๕			
ลาว	n	๓๕	๒๖	๑๔๖	๑๕๗	๔๔	๓.๓๗	๑.๐๕	ปาน กลาง
	%	๘.๕๘	๖.๓๗	๓๕.๗๘	๓๘.๔๘	๑๐.๗๘			
เวียดนาม	n	๑๐	๖๑	๑๓๗	๑๒๕	๙๔	๓.๕๔	๑.๐๖	มาก
	%	๒.๓๔	๑๔.๒๙	๓๒.๐๘	๒๙.๒๗	๒๒.๐๑			
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๖๐	๘๙	๑๗๘	๓.๘๕	๑.๔๖	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๔๖.๑๕			
อินโดนีเซีย	n	๑๑	๘	๑๑๐	๑๙๐	๑๓๐	๓.๙๓	๐.๙๒	มาก
	%	๒.๖๒	๑.๘๓	๒๔.๖๑	๔๒.๑๕	๒๘.๘๐			
๑๐๐. การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ									
กัมพูชา	n	๑๑	๑๒๗	๒๓๕	๕๙	๔๑	๒.๙๘	๐.๙๑	ปาน กลาง
	%	๒.๓๓	๒๖.๘๕	๔๙.๖๘	๑๒.๔๗	๘.๖๗			
ไทย	n	๖	๑๙	๑๒๑	๑๗๘	๗๔	๓.๗๔	๐.๘๗	มาก
	%	๑.๕๑	๔.๗๗	๓๐.๔๐	๔๔.๗๒	๑๘.๕๙			
บรูไน	n	๐	๑๓๖	๑๑๖	๕๘	๗๘	๓.๒๐	๑.๑๕	ปาน กลาง
	%	๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๒๖	๑๑๖	๑๑๔	๑๐๓	๓.๕๖	๑.๒๐	มาก
	%	๘.๙๗	๖.๖๐	๒๙.๕๕	๒๙.๐๒	๒๕.๘๖			

๑๐๐. การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
มาเลเซีย	n	๓๘	๔๐	๑๒๑	๑๑๓	๗๗	๓.๓๙	๑.๒๐	ปาน
	%	๙.๗๗	๑๐.๒๘	๓๑.๑๑	๒๙.๐๕	๑๙.๗๙			กลาง
เมียนมา	n	๗	๓๑	๑๓๕	๑๖๐	๖๔	๓.๖๑	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๗๖	๗.๘๑	๓๔.๐๑	๔๐.๓๐	๑๖.๑๒			
ลาว	n	๕๗	๗๙	๑๒๓	๑๑๘	๓๑	๒.๙๗	๑.๑๖	ปาน
	%	๑๓.๙๗	๑๙.๓๖	๓๐.๑๕	๒๘.๙๒	๗.๖๐			กลาง
เวียดนาม	n	๑๐	๖๗	๑๓๖	๑๕๙	๕๕	๓.๔๓	๐.๙๘	ปาน
	%	๒.๓๔	๑๕.๖๙	๓๑.๘๕	๓๗.๒๔	๑๒.๘๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๐	๒๖๗	๖๐	๓.๖๙	๑.๒๕	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๐.๐๐	๖๙.๒๓	๑๕.๓๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๑	๒๐	๑๓๓	๑๕๘	๑๒๗	๓.๘๒	๐.๙๗	มาก
	%	๒.๓๖	๔.๗๑	๒๙.๕๘	๓๕.๐๘	๒๘.๒๗			
๑๐๑. การแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางกระบวนการความคิดระหว่างครูกับนักเรียน									
กัมพูชา	n	๕๔	๑๓๓	๑๙๐	๖๘	๒๘	๒.๗๕	๑.๐๓	ปาน
	%	๑๑.๔๒	๒๘.๑๒	๔๐.๑๗	๑๔.๓๘	๕.๙๒			กลาง
ไทย	n	๗	๑๙	๑๓๘	๑๔๘	๘๖	๓.๗๒	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๗๖	๔.๗๗	๓๔.๖๗	๓๗.๑๙	๒๑.๖๑			
บรูไน	n	๑๙	๕๘	๒๗๒	๐	๓๙	๒.๙๕	๐.๘๙	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๗๐.๐๐	๐.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๓๐	๑๐๘	๑๒๙	๙๓	๓.๕๕	๑.๑๘	มาก
	%	๘.๗๑	๗.๖๕	๒๗.๔๔	๓๒.๗๒	๒๓.๔๘			
มาเลเซีย	n	๓๙	๔๗	๑๐๑	๑๑๘	๘๔	๓.๔๑	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๐.๐๓	๑๒.๐๘	๒๕.๙๖	๓๐.๓๓	๒๑.๕๙			กลาง
เมียนมา	n	๒๒	๕๒	๑๕๐	๑๑๗	๕๖	๓.๓๔	๑.๐๕	ปาน
	%	๕.๕๔	๑๓.๑๐	๓๗.๗๘	๒๙.๔๗	๑๔.๑๑			กลาง
ลาว	n	๖๒	๘๘	๑๓๐	๙๘	๓๐	๒.๘๗	๑.๑๖	ปาน
	%	๑๕.๒๐	๒๑.๕๗	๓๑.๘๖	๒๔.๐๒	๗.๓๕			กลาง
เวียดนาม	n	๘	๗๕	๑๕๙	๑๒๗	๕๘	๓.๓๖	๐.๙๘	ปาน
	%	๑.๘๗	๑๗.๕๖	๓๗.๒๔	๒๙.๗๔	๑๓.๕๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๘๙	๑๗๘	๖๐	๓.๔๖	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๗	๖๔	๑๘๑	๑๔๑	๓๗	๓.๒๑	๐.๙๙	ปาน
	%	๖.๐๒	๑๔.๑๔	๔๐.๓๑	๓๑.๔๑	๘.๑๒			กลาง
๑๐๒. การแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาของระบบการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา									
กัมพูชา	n	๔๗	๑๑๗	๒๐๓	๗๐	๓๖	๒.๘๕	๑.๐๔	ปาน
	%	๙.๙๔	๒๔.๗๔	๔๒.๙๒	๑๔.๘๐	๗.๖๑			กลาง

๑๐๒. การแสดงเนื้อหาปัญหากระบวนการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๕	๒๔	๑๓๐	๑๕๔	๘๕	๓.๗๓	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๒๖	๖.๐๓	๓๒.๖๖	๓๘.๖๙	๒๑.๓๖			
บรูไน	n	๐	๑๓๕	๑๗๕	๓๙	๓๙	๒.๙๕	๐.๙๔	ปาน
	%	๐.๐๐	๓๕.๐๐	๔๕.๐๐	๑๐.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๓๘	๘๘	๑๒๗	๑๐๖	๓.๕๘	๑.๒๓	มาก
	%	๘.๙๗	๙.๗๖	๒๒.๔๓	๓๑.๙๓	๒๖.๙๑			
มาเลเซีย	n	๓๙	๓๒	๑๒๐	๑๑๐	๘๘	๓.๔๕	๑.๒๑	ปาน
	%	๑๐.๐๓	๘.๒๓	๓๐.๘๕	๒๘.๒๘	๒๒.๖๒			กลาง
เมียนมา	n	๓๘	๓๙	๑๓๑	๑๓๓	๕๖	๓.๓๓	๑.๑๓	ปาน
	%	๙.๕๗	๙.๘๒	๓๓.๐๐	๓๓.๕๐	๑๔.๑๑			กลาง
ลาว	n	๑๐๐	๖๔	๑๑๖	๘๙	๓๙	๒.๗๖	๑.๓๐	ปาน
	%	๒๔.๕๑	๑๕.๖๙	๒๘.๔๓	๒๑.๘๑	๙.๕๖			กลาง
เวียดนาม	n	๑๘	๘๐	๑๔๘	๑๒๕	๕๖	๓.๒๘	๑.๐๕	ปาน
	%	๔.๒๒	๑๘.๗๔	๓๔.๖๖	๒๙.๒๗	๑๓.๑๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๘๙	๑๑๙	๑๑๙	๓.๖๒	๑.๓๙	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗			
อินโดนีเซีย	n	๒๖	๕๓	๑๙๖	๑๐๐	๗๔	๓.๓๒	๑.๐๖	ปาน
	%	๕.๗๖	๑๑.๗๘	๔๓.๔๖	๒๒.๕๑	๑๖.๔๙			กลาง
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการศึกษาไทย									
กัมพูชา	n	๖	๑๒๕	๒๖๐	๕๕	๒๗	๓.๐๕	๐.๗๓	ปาน
	%	๑.๒๗	๒๖.๔๓	๕๔.๙๗	๑๑.๖๓	๕.๗๑			กลาง
ไทย	n	๔	๑๙	๑๕๑	๑๗๙	๔๕	๓.๗๖	๐.๗๕	มาก
	%	๑.๐๑	๔.๗๗	๓๗.๙๔	๔๔.๙๗	๑๑.๓๑			
บรูไน	n	๐	๗๘	๒๑๓	๕๘	๓๙	๓.๑๙	๐.๘๑	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๕๕.๐๐	๑๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๖	๑๔	๑๒๗	๑๓๒	๘๕	๓.๖๒	๑.๑๐	มาก
	%	๙.๒๓	๓.๔๓	๓๒.๑๙	๓๓.๕๑	๒๑.๖๔			
มาเลเซีย	n	๓๕	๔๖	๑๑๙	๑๒๑	๖๘	๓.๔๔	๑.๑๓	ปาน
	%	๙.๐๐	๑๑.๘๓	๓๐.๕๙	๓๑.๑๑	๑๗.๔๘			กลาง
เมียนมา	n	๗	๓๘	๒๐๒	๑๑๐	๔๐	๓.๔๖	๐.๘๓	ปาน
	%	๑.๗๖	๙.๕๗	๕๐.๘๘	๒๗.๗๑	๑๐.๐๘			กลาง
ลาว	n	๔๖	๙๔	๑๔๕	๙๗	๒๖	๒.๙๙	๑.๐๓	ปาน
	%	๑๑.๒๗	๒๓.๐๔	๓๕.๕๕	๒๓.๗๗	๖.๓๗			กลาง
เวียดนาม	n	๔	๔๐	๒๒๗	๑๔๘	๘	๓.๔๐	๐.๖๖	ปาน
	%	๐.๙๔	๙.๓๗	๕๓.๑๖	๓๔.๖๖	๑.๘๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๐	๓๐	๒๓๗	๖๐	๓.๖๕	๑.๒๖	มาก
	%	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๗.๖๙	๖๑.๕๔	๑๕.๓๘			

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการศึกษาไทย (ต่อ)

ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
อินโดนีเซีย	n	๑๐	๒๒	๒๐๖	๑๖๐	๕๑	๓.๕๗	๐.๗๙	มาก
	%	๒.๓๖	๕.๙๗	๕๕.๘๑	๓๕.๖๐	๑๑.๒๖			

จากตาราง ๖.๒๘ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการศึกษาไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการศึกษาไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๖$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๓.๖๕$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๙๙$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคติชาวบ้านของไทยรายชื่อ โดยข้อ ๑ คือการแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียนมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๙๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๓.๘๕$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๓.๓๗$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือการเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพพบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะการเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๘๒$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = ๓.๗๔$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๙๗$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือการแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางกระบวนการคิดระหว่างครูกับนักเรียน พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางกระบวนการคิดระหว่างครูกับนักเรียนมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๒$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๕๕$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๗๕$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือการแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาของระบบการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางกระบวนการคิดระหว่างครูกับนักเรียนมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๓$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๓.๖๒$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๗๖$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๓.๙ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงการแต่งงานแบบไทย

ตารางที่ ๖.๒๙ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย

๑๐๓. บริการพิธีการแต่งงานแบบไทยสากล									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
กัมพูชา	n	๑๓	๑๓๙	๒๑๑	๗๖	๓๔	๒.๙๖	๐.๙๒	ปาน
	%	๒.๗๕	๒๙.๓๙	๔๔.๖๑	๑๖.๐๗	๗.๑๙			กลาง
ไทย	n	๘	๑๔	๑๔๓	๑๖๕	๖๘	๓.๖๘	๐.๘๗	มาก
	%	๒.๐๑	๓.๕๒	๓๕.๙๓	๔๑.๔๖	๑๗.๐๙			
บรูไน	n	๒๐	๕๘	๑๓๖	๑๑๖	๕๘	๓.๓๕	๑.๐๙	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๓๕.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๖	๒๘	๑๑๒	๑๐๙	๙๙	๓.๔๗	๑.๒๖	ปาน
	%	๑๑.๖๑	๗.๑๒	๒๘.๕๐	๒๗.๗๐	๒๕.๐๗			กลาง

๑๐๓. บริการพิธีการแต่งงานแบบไทยสากล (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
มาเลเซีย	n	๒๕	๔๐	๑๒๙	๑๒๐	๗๕	๓.๔๖	๑.๑๑	ปาน
	%	๖.๔๓	๑๐.๒๘	๓๓.๑๖	๓๐.๘๕	๑๙.๒๘			กลาง
เมียนมา	n	๓๑	๕๓	๑๗๓	๖๑	๗๙	๓.๒๖	๑.๑๕	ปาน
	%	๗.๘๑	๑๓.๓๕	๔๓.๕๘	๑๕.๓๗	๑๙.๙๐			กลาง
ลาว	n	๘๓	๘๓	๑๔๗	๗๐	๒๕	๒.๖๘	๑.๑๖	ปาน
	%	๒๐.๓๔	๒๐.๓๔	๓๖.๐๓	๑๗.๑๖	๖.๑๓			กลาง
เวียดนาม	n	๕	๖๐	๑๖๕	๑๒๓	๗๔	๓.๔๗	๐.๙๗	ปาน
	%	๑.๑๗	๑๔.๐๕	๓๘.๖๔	๒๘.๘๑	๑๗.๓๓			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๑๔๘	๖๐	๓.๐๘	๑.๕๕	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๐	๓๘	๑๖๘	๑๒๑	๑๐๒	๓.๕๕	๑.๐๗	มาก
	%	๔.๔๕	๘.๓๘	๓๗.๔๓	๒๖.๙๖	๒๒.๗๗			
๑๐๔. แสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณ									
กัมพูชา	n	๗๐	๑๗๓	๑๕๐	๖๒	๑๘	๒.๕๕	๑.๐๒	ปาน
	%	๑๔.๘๐	๓๖.๕๘	๓๑.๗๑	๑๓.๑๑	๓.๘๑			กลาง
ไทย	n	๗	๑๙	๑๑๘	๑๗๕	๗๙	๓.๗๕	๐.๘๙	มาก
	%	๑.๗๖	๔.๗๗	๒๙.๖๕	๔๓.๙๗	๑๙.๘๕			
บรูไน	n	๑๙	๗๘	๗๘	๑๓๕	๗๘	๓.๔๕	๑.๑๙	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๒๐.๐๐	๓๕.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๘	๔๐	๑๐๒	๙๖	๑๐๘	๓.๔๕	๑.๓๒	ปาน
	%	๑๒.๑๔	๑๐.๒๙	๒๕.๘๖	๒๔.๒๗	๒๗.๔๔			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๗	๓๑	๑๒๔	๑๑๘	๘๙	๓.๕๔	๑.๑๓	มาก
	%	๖.๙๔	๗.๙๗	๓๑.๘๘	๓๐.๓๓	๒๒.๘๘			
เมียนมา	n	๒๓	๖๗	๑๔๘	๙๘	๖๑	๓.๒๗	๑.๐๙	ปาน
	%	๕.๗๙	๑๖.๘๘	๓๗.๒๘	๒๔.๖๙	๑๕.๓๗			กลาง
ลาว	n	๖๕	๗๙	๑๕๑	๙๒	๒๑	๒.๘๒	๑.๑๑	ปาน
	%	๑๕.๙๓	๑๙.๓๖	๓๗.๐๑	๒๒.๕๕	๕.๑๕			กลาง
เวียดนาม	n	๙	๖๕	๑๔๐	๑๕๘	๕๕	๓.๔๓	๐.๙๗	ปาน
	%	๒.๑๑	๑๕.๒๒	๓๒.๗๙	๓๗.๐๐	๑๒.๘๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๘๙	๑๑๙	๓.๒๓	๑.๖๙	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๕	๓๐	๑๗๔	๑๒๔	๑๐๖	๓.๖๒	๑.๐๒	มาก
	%	๓.๔๐	๖.๕๔	๓๘.๗๔	๒๗.๔๙	๒๓.๘๒			
๑๐๕. พิธีการแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น									
กัมพูชา	n	๓๔	๑๒๘	๒๒๗	๕๘	๒๖	๒.๘๒	๐.๙๓	ปาน
	%	๗.๑๙	๒๗.๐๖	๔๗.๙๙	๑๒.๒๖	๕.๕๐			กลาง

๑๐๕. พิธีการแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๘	๒๐	๑๔๙	๑๕๐	๗๑	๓.๖๔	๐.๙๐	มาก
	%	๒.๐๑	๕.๐๓	๓๗.๔๔	๓๗.๖๙	๑๗.๘๔			
บรูไน	n	๑๙	๕๘	๙๗	๑๓๖	๗๘	๓.๕๐	๑.๑๕	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๕.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๔	๒๗	๑๑๖	๑๑๙	๘๘	๓.๔๖	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๑.๐๘	๖.๘๖	๒๙.๕๕	๓๐.๐๘	๒๒.๔๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๘	๓๐	๑๒๕	๑๒๖	๘๐	๓.๕๑	๑.๑๒	มาก
	%	๗.๒๐	๗.๗๑	๓๒.๑๓	๓๒.๓๙	๒๐.๕๗			
เมียนมา	n	๒๓	๘๐	๑๓๖	๙๘	๖๐	๓.๒๓	๑.๑๑	ปาน
	%	๕.๗๙	๒๐.๑๕	๓๔.๒๖	๒๔.๖๙	๑๕.๑๑			กลาง
ลาว	n	๗๕	๖๘	๑๓๓	๑๐๖	๒๖	๒.๘๕	๑.๑๘	ปาน
	%	๑๘.๓๘	๑๖.๖๗	๓๒.๖๐	๒๕.๙๘	๖.๓๗			กลาง
เวียดนาม	n	๑๐	๑๐๑	๑๕๓	๑๑๘	๔๕	๓.๒๐	๐.๙๙	ปาน
	%	๒.๓๔	๒๓.๖๕	๓๕.๘๓	๒๗.๖๓	๑๐.๕๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๖๐	๓๐	๑๑๙	๒.๙๒	๑.๗๑	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๗.๖๙	๓๐.๗๗			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๔	๓๘	๑๙๐	๑๒๓	๘๔	๓.๕๑	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๑๔	๘.๓๘	๔๒.๑๕	๒๗.๔๙	๑๘.๘๕			
๑๐๖. พิธีการแต่งงานแปลก เช่นได้สมุทร บนฟ้า									
กัมพูชา	n	๓๙	๑๓๓	๒๐๗	๖๒	๓๒	๒.๘๒	๐.๙๙	ปาน
	%	๘.๒๕	๒๘.๑๒	๔๓.๗๖	๑๓.๑๑	๖.๗๗			กลาง
ไทย	n	๑๓	๒๓	๑๓๕	๑๖๑	๖๖	๓.๖๑	๐.๙๔	มาก
	%	๓.๒๗	๕.๗๘	๓๓.๙๒	๔๐.๔๕	๑๖.๕๘			
บรูไน	n	๓๙	๙๗	๑๑๖	๕๘	๗๘	๓.๑๐	๑.๒๙	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๖	๒๓	๑๒๗	๑๐๘	๙๐	๓.๔๔	๑.๒๓	ปาน
	%	๑๑.๖๑	๕.๘๐	๓๒.๑๙	๒๗.๔๔	๒๒.๙๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๗	๔๓	๑๒๖	๙๘	๗๕	๓.๒๙	๑.๒๔	ปาน
	%	๑๒.๐๘	๑๑.๐๕	๓๒.๓๙	๒๕.๑๙	๑๙.๒๘			กลาง
เมียนมา	n	๑๕	๕๔	๑๔๔	๕๑	๑๓๓	๓.๕๙	๑.๑๙	มาก
	%	๓.๗๘	๑๓.๖๐	๓๖.๒๗	๑๒.๘๕	๓๓.๕๐			
ลาว	n	๗๖	๕๖	๑๓๐	๙๗	๔๙	๒.๙๗	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๘.๖๓	๑๓.๗๓	๓๑.๘๖	๒๓.๗๗	๑๒.๐๑			กลาง
เวียดนาม	n	๑๙	๖๔	๑๖๘	๑๐๑	๗๕	๓.๓๕	๑.๐๗	ปาน
	%	๔.๔๕	๑๔.๙๙	๓๙.๓๔	๒๓.๖๕	๑๗.๕๖			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๑๑๙	๐	๙๐	๖๐	๒.๖๒	๑.๕๖	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			กลาง

๑๐๖. พิธีการแต่งงานแปลก เช่นได้สมุทรร บณฟ้า (ต่อ)

ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
อินโดนีเซีย	n	๒๒	๖๘	๑๔๖	๑๒๕	๙๐	๓.๔๓	๑.๑๒	ปาน
	%	๔.๙๗	๑๔.๖๖	๓๒.๔๖	๒๗.๗๕	๒๐.๑๖			กลาง

๑๐๗. พิธีการแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือ

ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๒๘	๑๔๓	๑๙๘	๗๙	๒๕	๒.๘๕	๐.๙๕	ปาน
	%	๕.๙๒	๓๐.๒๓	๔๑.๘๖	๑๖.๗๐	๕.๒๙			กลาง
ไทย	n	๖	๒๗	๑๕๐	๑๗๔	๔๑	๓.๕๕	๐.๘๓	มาก
	%	๑.๕๑	๖.๗๘	๓๗.๖๙	๔๓.๗๒	๑๐.๓๐			
บรูไน	n	๓๙	๐	๒๑๓	๗๘	๕๘	๓.๓๐	๑.๐๘	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๕๕.๐๐	๒๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๕	๓๖	๑๐๙	๑๐๕	๙๙	๓.๔๕	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๑.๓๕	๙.๒๓	๒๗.๗๐	๒๖.๖๕	๒๕.๐๗			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๗	๔๙	๑๓๗	๑๑๒	๖๔	๓.๓๕	๑.๑๑	ปาน
	%	๖.๙๔	๑๒.๖๐	๓๕.๒๒	๒๘.๗๙	๑๖.๔๕			กลาง
เมียนมา	n	๑๔	๔๐	๑๓๔	๙๙	๑๑๐	๓.๖๓	๑.๑๐	มาก
	%	๓.๕๓	๑๐.๐๘	๓๓.๗๕	๒๔.๙๔	๒๗.๗๑			
ลาว	n	๙๗	๗๔	๑๒๔	๖๖	๔๗	๒.๗๔	๑.๓๐	ปาน
	%	๒๓.๗๗	๑๘.๑๔	๓๐.๓๙	๑๖.๑๘	๑๑.๕๒			กลาง
เวียดนาม	n	๑๗	๖๓	๑๖๑	๑๐๗	๗๙	๓.๓๙	๑.๐๗	ปาน
	%	๓.๙๘	๑๔.๗๕	๓๗.๗๐	๒๕.๐๖	๑๘.๕๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๘๙	๑๑๙	๓.๒๓	๑.๖๙	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๔	๓๒	๑๗๔	๑๓๙	๙๐	๓.๕๘	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๑๔	๗.๐๗	๓๘.๗๔	๓๐.๘๙	๒๐.๑๖			

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการแต่งงานไทย

กัมพูชา	n	๗	๑๖๖	๒๓๐	๖๑	๙	๒.๘๐	๐.๗๒	ปาน
	%	๑.๔๘	๓๕.๑๐	๔๘.๖๓	๑๒.๙๐	๑.๙๐			กลาง
ไทย	n	๕	๑๗	๑๔๒	๑๙๒	๔๒	๓.๖๕	๐.๗๔	มาก
	%	๑.๒๖	๔.๒๗	๓๕.๖๘	๔๘.๒๔	๑๐.๕๕			
บรูไน	n	๑๙	๕๘	๑๑๕	๙๗	๕๘	๓.๓๔	๑.๐๖	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๕.๐๐	๔๐.๐๐	๒๕.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๔๔	๒๓	๑๒๗	๑๑๕	๘๕	๓.๔๕	๑.๑๘	ปาน
	%	๑๑.๐๘	๕.๘๐	๓๒.๑๙	๒๙.๒๙	๒๑.๖๔			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๕	๓๒	๑๓๒	๑๓๘	๖๒	๓.๔๓	๑.๐๑	ปาน
	%	๖.๔๓	๘.๒๓	๓๓.๙๓	๓๕.๔๘	๑๕.๙๔			กลาง
เมียนมา	n	๗	๔๗	๑๖๘	๑๔๓	๓๒	๓.๔๐	๐.๘๒	ปาน
	%	๑.๗๖	๑๑.๘๔	๔๒.๓๒	๓๖.๐๒	๘.๐๖			กลาง

ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการแต่งงานไทย (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
ลาว	n	๕๒	๙๘	๑๔๔	๙๖	๑๘	๒.๘๑	๑.๐๒	ปาน
	%	๑๒.๗๕	๒๔.๐๒	๓๕.๒๙	๒๓.๕๓	๔.๔๑			กลาง
เวียดนาม	n	๒	๒๖	๒๓๒	๑๕๖	๑๑	๓.๓๗	๐.๕๘	ปาน
	%	๐.๔๗	๖.๐๙	๕๔.๓๓	๓๖.๕๓	๒.๕๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๑๙	๘๙	๖๐	๓.๐๒	๑.๕๓	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๑	๒๕	๒๐๑	๑๓๕	๗๘	๓.๕๔	๐.๘๗	มาก
	%	๒.๓๖	๕.๕๐	๔๔.๗๖	๓๐.๑๐	๑๗.๒๘			

จากตาราง ๖.๒๙ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการแต่งงานไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการแต่งงานไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๕๔$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๘๐$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการแต่งงานไทยรายข้อ โดยข้อ ๑ คือบริการพิธีการแต่งงานแบบไทยสากล พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะบริการพิธีการแต่งงานแบบไทยสากลมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๘$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๕๕$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๖๘$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือแสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะแสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๗๕$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๖๒$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๕๕$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือพิธีการแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะพิธีการแต่งงานเฉพาะท้องถิ่นมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๔$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศมาเลเซีย และอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๕๑$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = ๒.๘๒$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือพิธีการแต่งงานแปลก เช่น ใต้สมุทร บนฟ้า พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะพิธีการแต่งงานแปลก เช่น ใต้สมุทร บนฟ้ามากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๑$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = ๓.๕๙$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = ๒.๖๒$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๕ คือพิธีการแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือ พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะพิธีการแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๖๓$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = ๓.๕๘$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = ๒.๗๔$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

๓.๑๐ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงการบำบัดโรคแบบไทย

ตารางที่ ๖.๓๐ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการบำบัดโรคแบบไทย

๑๐๘. สถานการณ์เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่นตัวเอกเป็นหมอ									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๑	๑๐๔	๒๔๕	๙๕	๑๘	๓.๐๑	๐.๘๒	ปานกลาง
	%	๒.๓๓	๒๑.๙๙	๕๑.๘๐	๒๐.๐๘	๓.๘๑			
ไทย	n	๑๑	๒๐	๑๓๒	๑๗๖	๕๙	๓.๖๓	๐.๘๙	มาก
	%	๒.๗๖	๕.๐๓	๓๓.๑๗	๔๔.๒๒	๑๔.๘๒			
บรูไน	n	๑๙	๐	๒๑๓	๗๘	๗๘	๓.๕๐	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๐.๐๐	๕๕.๐๐	๒๐.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๓๖	๙๙	๑๒๕	๙๙	๓.๕๕	๑.๒๑	มาก
	%	๘.๙๗	๙.๒๓	๒๕.๐๗	๓๑.๖๖	๒๕.๐๗			
มาเลเซีย	n	๔๑	๓๔	๑๓๘	๑๐๕	๗๑	๓.๓๔	๑.๑๘	ปานกลาง
	%	๑๐.๕๔	๘.๗๔	๓๕.๔๘	๒๖.๙๙	๑๘.๒๕			
เมียนมา	n	๓๓	๘๓	๑๙๐	๖๑	๓๐	๒.๙๓	๑.๐๐	ปานกลาง
	%	๘.๓๑	๒๐.๙๑	๔๗.๘๖	๑๕.๓๗	๗.๕๖			
ลาว	n	๘๘	๕๐	๑๓๔	๑๐๙	๒๗	๒.๘๕	๑.๒๒	ปานกลาง
	%	๒๑.๕๗	๑๒.๒๕	๓๒.๘๔	๒๖.๗๒	๖.๖๒			
เวียดนาม	n	๕	๘๐	๑๔๔	๑๓๘	๖๐	๓.๓๙	๐.๙๘	ปานกลาง
	%	๑.๑๗	๑๘.๗๔	๓๓.๗๒	๓๒.๓๒	๑๔.๐๕			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๒๐๘	๐	๒.๙๒	๑.๓๘	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๑๕	๓๔	๑๕๖	๑๕๖	๘๘	๓.๕๙	๑.๐๐	มาก
	%	๓.๔๐	๗.๕๙	๓๔.๘๒	๓๔.๕๕	๑๙.๖๓			
๑๐๙. การใช้รีโนวตเพื่อบำบัดโรค									
กัมพูชา	n	๓๑	๑๖๑	๑๙๔	๗๔	๑๓	๒.๗๔	๐.๙๐	ปานกลาง
	%	๖.๕๕	๓๔.๐๔	๔๑.๐๑	๑๕.๖๔	๒.๗๕			
ไทย	n	๑๐	๓๕	๑๒๖	๑๕๙	๖๘	๓.๖๐	๐.๙๕	มาก
	%	๒.๕๑	๘.๗๙	๓๑.๖๖	๓๙.๙๕	๑๗.๐๙			
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๙๔	๕๘	๗๘	๓.๔๐	๐.๙๙	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๐.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๔๙	๑๑๙	๑๑๐	๘๑	๓.๓๙	๑.๒๐	ปานกลาง
	%	๘.๙๗	๑๒.๔๐	๓๐.๐๘	๒๗.๙๗	๒๐.๕๘			
มาเลเซีย	n	๒๘	๔๕	๑๒๒	๑๑๓	๘๑	๓.๔๕	๑.๑๕	ปานกลาง
	%	๗.๒๐	๑๑.๕๗	๓๑.๓๖	๒๙.๐๕	๒๐.๘๒			
เมียนมา	n	๔๖	๑๖	๑๒๖	๑๒๓	๘๖	๓.๔๗	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๑๑.๕๙	๔.๐๓	๓๑.๗๔	๓๐.๙๘	๒๑.๖๖			
ลาว	n	๑๐๑	๘๗	๑๓๕	๕๔	๓๑	๒.๕๘	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๒๔.๗๕	๒๑.๓๒	๓๓.๐๙	๑๓.๒๔	๗.๖๐			

๑๐๙. การใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๑๐	๕๔	๑๗๒	๑๔๓	๔๘	๓.๓๙	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๒.๓๔	๑๒.๖๕	๔๐.๒๘	๓๓.๔๙	๑๑.๒๔			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๑๙	๑๑๙	๓๐	๒.๘๕	๑.๔๑	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๓๐.๗๗	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๑๙	๔๔	๑๗๒	๑๒๕	๘๙	๓.๕๐	๑.๐๕	ปานกลาง
	%	๔.๑๙	๙.๖๙	๓๘.๒๒	๒๘.๐๑	๑๙.๙๐			
๑๑๐. การนึ่งสมาริเพื่อบำบัดโรค									
กัมพูชา	n	๔๘	๑๒๒	๒๑๙	๗๓	๑๑	๒.๗๔	๐.๙๒	ปานกลาง
	%	๑๐.๑๕	๒๕.๗๙	๔๖.๓๐	๑๕.๔๓	๒.๓๓			
ไทย	n	๑๑	๔๑	๑๕๕	๑๔๑	๕๐	๓.๔๕	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๒.๗๖	๑๐.๓๐	๓๘.๙๔	๓๕.๔๓	๑๒.๕๖			
บรูไน	n	๐	๕๘	๒๑๓	๓๙	๗๘	๓.๓๕	๐.๙๙	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๕๕.๐๐	๑๐.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๗	๔๑	๑๒๙	๑๐๐	๘๗	๓.๔๐	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๙.๕๐	๑๐.๒๙	๓๒.๗๒	๒๕.๓๓	๒๒.๑๖			
มาเลเซีย	n	๓๓	๔๙	๑๑๘	๑๑๑	๗๘	๓.๓๙	๑.๑๘	ปานกลาง
	%	๘.๔๘	๑๒.๖๐	๓๐.๓๓	๒๘.๕๓	๒๐.๐๕			
เมียนมา	n	๕๓	๒๓	๑๒๐	๙๑	๑๑๐	๓.๔๖	๑.๓๑	ปานกลาง
	%	๑๓.๓๕	๕.๗๙	๓๐.๒๓	๒๒.๙๒	๒๗.๗๑			
ลาว	n	๑๒๔	๘๗	๑๐๘	๖๗	๒๒	๒.๔๕	๑.๒๓	น้อย
	%	๓๐.๓๙	๒๑.๓๒	๒๖.๔๗	๑๖.๔๒	๕.๓๙			
เวียดนาม	n	๑๙	๑๐๑	๑๔๑	๑๒๐	๔๖	๓.๑๗	๑.๐๕	ปานกลาง
	%	๔.๔๕	๒๓.๖๕	๓๓.๐๒	๒๘.๑๐	๑๐.๗๗			
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๖๐	๐	๑๗๙	๓๐	๒.๘๕	๑.๕๒	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๔๖.๑๕	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๑๘	๕๑	๑๗๒	๑๓๐	๗๘	๓.๔๔	๑.๐๓	ปานกลาง
	%	๓.๙๓	๑๑.๕๒	๓๘.๔๘	๒๘.๘๐	๑๗.๒๘			
๑๑๑. การใช้พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่นทำบุญต่ออายุ									
กัมพูชา	n	๔๗	๑๓๐	๒๑๘	๖๖	๑๒	๒.๗๒	๐.๙๑	ปานกลาง
	%	๙.๙๔	๒๗.๔๘	๔๖.๐๙	๑๓.๙๕	๒.๕๔			
ไทย	n	๑๕	๕๔	๑๔๐	๑๔๗	๔๒	๓.๓๗	๐.๙๗	ปานกลาง
	%	๓.๗๗	๑๓.๕๗	๓๕.๑๘	๓๖.๙๓	๑๐.๕๕			
บรูไน	n	๐	๙๗	๑๙๔	๑๙	๗๘	๓.๒๐	๑.๐๖	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๒๕.๐๐	๕๐.๐๐	๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๓	๔๓	๑๑๖	๑๒๐	๗๒	๓.๓๔	๑.๒๑	ปานกลาง
	%	๑๑.๐๘	๑๐.๘๒	๒๙.๕๕	๓๐.๓๔	๑๘.๒๑			
มาเลเซีย	n	๓๘	๕๓	๑๕๘	๘๗	๕๓	๓.๑๖	๑.๑๓	ปานกลาง
	%	๙.๗๗	๑๓.๖๒	๔๐.๖๒	๒๒.๓๗	๑๓.๖๒			

๑๑๑. การใช้พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่นทำบุญต่ออายุ (ต่อ)									
เมียนมา	n	๔๖	๗	๑๓๕	๙๓	๑๑๖	๓.๕๗	๑.๒๕	มาก
	%	๑๑.๕๙	๑.๗๖	๓๔.๐๑	๒๓.๔๓	๒๙.๒๒			
ลาว	n	๑๖๖	๙๗	๗๑	๕๘	๑๖	๒.๑๗	๑.๒๒	น้อย
	%	๔๐.๖๙	๒๓.๗๗	๑๗.๔๐	๑๔.๒๒	๓.๙๒			
เวียดนาม	n	๒๑	๘๑	๑๖๑	๙๘	๖๖	๓.๒๕	๑.๐๘	ปาน
	%	๔.๙๒	๑๘.๙๗	๓๗.๗๐	๒๒.๙๕	๑๕.๔๖			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๕๙	๒๐๘	๐	๒.๙๒	๑.๓๘	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๐	๖๗	๑๙๓	๑๐๘	๖๑	๓.๒๗	๑.๐๒	ปาน
	%	๔.๔๕	๑๔.๙๒	๔๒.๙๓	๒๔.๐๘	๑๓.๖๑			กลาง
๑๑๒. การใช้พิธีทางความเชื่อเรื่องผีเพื่อบำบัดโรค เช่นการเข้าทรงเพื่อรักษาโรค									
กัมพูชา	n	๔๕	๑๒๔	๒๑๗	๗๒	๑๕	๒.๗๖	๐.๙๓	ปาน
	%	๙.๕๑	๒๖.๒๒	๔๕.๘๘	๑๕.๒๒	๓.๑๗			กลาง
ไทย	n	๒๓	๔๔	๑๕๗	๑๓๑	๔๓	๓.๓๒	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๗๘	๑๑.๐๖	๓๙.๔๕	๓๒.๙๑	๑๐.๘๐			กลาง
บรูไน	n	๑๙	๗๘	๑๙๔	๕๘	๓๙	๓.๐๕	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๐.๐๐	๕๐.๐๐	๑๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๕๒	๔๑	๙๓	๑๑๕	๙๓	๓.๓๙	๑.๓๑	ปาน
	%	๑๓.๑๙	๑๐.๕๕	๒๓.๔๘	๒๙.๒๙	๒๓.๔๘			กลาง
มาเลเซีย	n	๔๓	๕๕	๑๔๒	๘๕	๖๔	๓.๑๙	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๑.๐๕	๑๔.๑๔	๓๖.๕๐	๒๑.๘๕	๑๖.๔๕			กลาง
เมียนมา	n	๖๙	๕๙	๑๕๑	๗๑	๔๗	๒.๙๒	๑.๒๒	ปาน
	%	๑๗.๓๘	๑๔.๘๖	๓๘.๐๔	๑๗.๘๘	๑๑.๘๔			กลาง
ลาว	n	๒๒๘	๘๒	๕๗	๓๖	๕	๑.๗๙	๑.๐๖	น้อย
	%	๕๕.๘๘	๒๐.๑๐	๑๓.๙๗	๘.๘๒	๑.๒๓			
เวียดนาม	n	๕๐	๗๕	๑๔๐	๑๐๓	๕๙	๓.๑๑	๑.๒๐	ปาน
	%	๑๑.๗๑	๑๗.๕๖	๓๒.๗๙	๒๔.๑๒	๑๓.๘๒			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๒๐๘	๐	๒.๙๒	๑.๓๘	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๔๑	๑๐๖	๑๔๕	๑๐๓	๕๔	๓.๐๕	๑.๑๕	ปาน
	%	๙.๑๖	๒๓.๕๖	๓๒.๒๐	๒๓.๐๔	๑๒.๐๔			กลาง
๑๑๓. การใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอด									
กัมพูชา	n	๓๘	๙๗	๒๓๙	๖๖	๓๓	๒.๙๑	๐.๙๗	ปาน
	%	๘.๐๓	๒๐.๕๑	๕๐.๕๓	๑๓.๙๕	๖.๙๘			กลาง
ไทย	n	๑๔	๔๓	๑๔๑	๑๔๐	๖๐	๓.๔๗	๐.๙๙	ปาน
	%	๓.๕๒	๑๐.๘๐	๓๕.๔๓	๓๕.๑๘	๑๕.๐๘			กลาง
บรูไน	n	๑๙	๙๗	๑๑๖	๗๘	๗๘	๓.๒๕	๑.๒๑	ปาน
	%	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐	๒๐.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง

๑๑๓. การใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอด (ต่อ)									
ฟิลิปปินส์	n	๓๗	๓๓	๑๒๕	๑๐๓	๙๖	๓.๔๗	๑.๒๒	ปาน
	%	๙.๕๐	๘.๔๔	๓๑.๖๖	๒๖.๑๒	๒๔.๒๗			กลาง
มาเลเซีย	n	๓๘	๖๗	๑๒๕	๙๑	๖๘	๓.๒๒	๑.๒๑	ปาน
	%	๙.๗๗	๑๗.๒๒	๓๒.๑๓	๒๓.๓๙	๑๗.๔๘			กลาง
เมียนมา	n	๓๙	๖๙	๑๔๐	๑๑๐	๓๙	๓.๑๐	๑.๑๑	ปาน
	%	๙.๘๒	๑๗.๓๘	๓๕.๒๖	๒๗.๗๑	๙.๘๒			กลาง
ลาว	n	๑๘๙	๕๙	๙๘	๔๖	๑๖	๒.๑๒	๑.๒๒	น้อย
	%	๔๖.๓๒	๑๔.๔๖	๒๔.๐๒	๑๑.๒๗	๓.๙๒			
เวียดนาม	n	๒๐	๖๗	๑๔๖	๑๑๕	๗๙	๓.๓๙	๑.๑๐	ปาน
	%	๔.๖๘	๑๕.๖๙	๓๔.๑๙	๒๖.๙๓	๑๘.๕๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๑๑๙	๘๙	๖๐	๒.๙๒	๑.๕๐	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๓	๔๓	๒๑๐	๑๒๐	๕๓	๓.๓๐	๐.๙๘	ปาน
	%	๕.๒๔	๙.๖๙	๔๖.๖๐	๒๖.๗๐	๑๑.๗๘			กลาง
ภาพรวมการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทย									
กัมพูชา	n	๙	๑๕๒	๒๖๒	๔๔	๖	๒.๘๑	๐.๖๒	ปาน
	%	๑.๙๐	๓๒.๑๔	๕๕.๓๙	๙.๓๐	๑.๒๗			กลาง
ไทย	n	๑๐	๔๒	๑๖๔	๑๖๐	๒๒	๓.๔๗	๐.๘๐	ปาน
	%	๒.๕๑	๑๐.๕๕	๔๑.๒๑	๔๐.๒๐	๕.๕๓			กลาง
บรูไน	n	๐	๙๗	๑๗๔	๓๙	๗๘	๓.๒๙	๐.๙๓	ปาน
	%	๐.๐๐	๒๕.๐๐	๔๕.๐๐	๑๐.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๕	๔๑	๑๓๑	๑๓๐	๕๗	๓.๔๒	๑.๐๙	ปาน
	%	๘.๙๗	๑๐.๒๙	๓๓.๒๕	๓๒.๙๘	๑๔.๕๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๒๓	๕๖	๑๖๓	๑๐๘	๓๙	๓.๒๙	๐.๙๘	ปาน
	%	๕.๙๑	๑๔.๔๐	๔๑.๙๐	๒๗.๗๖	๑๐.๐๓			กลาง
เมียนมา	n	๒๓	๕๓	๑๗๓	๑๔๑	๗	๓.๒๔	๐.๙๐	ปาน
	%	๕.๗๙	๑๓.๓๕	๔๓.๕๘	๓๕.๕๒	๑.๗๖			กลาง
ลาว	n	๑๒๔	๑๒๓	๑๑๖	๓๗	๘	๒.๓๓	๑.๐๐	น้อย
	%	๓๐.๓๙	๓๐.๑๕	๒๘.๔๓	๙.๐๗	๑.๙๖			
เวียดนาม	n	๓	๔๓	๒๕๗	๑๒๑	๓	๓.๒๘	๐.๖๐	ปาน
	%	๐.๗๐	๑๐.๐๗	๖๐.๑๙	๒๘.๓๔	๐.๗๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๑๙	๐	๖๐	๒๐๘	๐	๒.๙๐	๑.๓๗	ปาน
	%	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๕๓.๘๕	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๔๘	๒๒๖	๑๑๙	๔๓	๓.๓๖	๐.๘๔	ปาน
	%	๒.๘๘	๑๐.๗๓	๕๐.๒๖	๒๖.๔๔	๙.๖๙			กลาง

จากตาราง ๖.๓๐ เมื่อพิจารณาการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทยมากที่สุด ($\bar{X} = ๓.๔๗$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศฟิลิปปินส์ ($\bar{X} = ๓.๔๒$ เลือกดูใน

ระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.33$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทยรายชื่อ โดยข้อ ๑ คือสถานการณ์เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่นตัวเอกเป็นหมอ พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะสถานการณ์เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่นตัวเอกเป็นหมอมากที่สุด ($\bar{X} = 3.63$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.55$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.85$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะการใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรคมากที่สุด ($\bar{X} = 3.60$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.50$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.58$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือการนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรค พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะการนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรคมากที่สุด ($\bar{X} = 3.46$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.45$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.45$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือการใช้พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่นทำบุญต่ออายุ พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะการใช้พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่นทำบุญต่ออายุมากที่สุด ($\bar{X} = 3.57$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.37$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.17$ เลือกดูในระดับน้อย) ข้อ ๕ คือการใช้พิธีทางความเชื่อเรื่องผีเพื่อบำบัดโรค เช่นการเข้าทรงเพื่อรักษาโรค พบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะการใช้พิธีทางความเชื่อเรื่องผีเพื่อบำบัดโรค เช่นการเข้าทรงเพื่อรักษาโรคมากที่สุด ($\bar{X} = 3.35$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.32$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 1.75$ เลือกดูในระดับน้อย) และข้อ ๖ คือการใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอด พบว่าประเทศไทย และฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะการใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอดมากที่สุด ($\bar{X} = 3.47$ เลือกดูในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = 3.35$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X} = 2.12$ เลือกดูในระดับน้อย)

ตาราง ๖.๓๑ แสดงผลสรุปและลำดับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ ของกลุ่มประเทศอาเซียน

เนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์	$\bar{X}$	แปลผล	ลำดับ
ความเชื่อแบบไทย	๒.๙๐	ปานกลาง	10
สิ่งทอและเครื่องประดับ	๓.๑๘	ปานกลาง	5
พืชพื้นบ้านไทย	๓.๑๗	ปานกลาง	6
อาหารไทย	๓.๕๕	มาก	2
การแสดง	๓.๒๕	ปานกลาง	4
การพยากรณ์ไทย	๓.๐๔	ปานกลาง	9
คติชาวบ้านของไทย	๓.๑๓	ปานกลาง	8
การศึกษาไทย	๓.๕๙	มาก	1
การแต่งงานแบบไทย	๓.๒๙	ปานกลาง	3
การบำบัดโรคแบบไทย	๓.๑๔	ปานกลาง	7

(n=๔,๑๑๐)

จากตารางที่ ๖.๓๑ พบว่า ในภาพรวมพบว่ากลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์มีระดับใกล้เคียงกัน โดยต้องการให้ปรากฏเนื้อหาที่แสดงเกี่ยวกับการศึกษาไทยมากเป็นอันดับที่ ๑ ($\bar{X} = ๓.๕๙$) ต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทย มากเป็นอันดับที่ ๒ ($\bar{X} = ๓.๕๕$) และต้องการน้อยที่สุด คือ เนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทย ($\bar{X} = ๒.๙๐$) เลือกระดับปานกลาง

๓.๑๑ การตรวจสอบผลสำหรับข้อสันนิฐาน

ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยที่คนทั่วไปในประเทศอาเซียนมีความต้องการมากที่สุดคือ การศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตาม ข้อสันนิษฐานที่ ๒ กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมากที่สุด คือเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร

ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาที่คนทั่วไปในประเทศอาเซียนมีความต้องการมากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา ส่วนอาหารไทยยังเป็นที่ต้องการมากเป็นอันดับที่ ๒

จากตารางที่ ๖.๓๑ พบว่า ในภาพรวมพบว่ากลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์มีระดับใกล้เคียงกัน โดยต้องการให้ปรากฏเนื้อหาที่แสดงเกี่ยวกับการศึกษาไทยมากเป็นอันดับที่ ๑ ($\bar{X} = ๓.๕๙$) ต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทย มากเป็นอันดับที่ ๒ ($\bar{X} = ๓.๕๕$) และต้องการน้อยที่สุด คือ เนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทย ($\bar{X} = ๒.๙๐$) เลือกระดับปานกลาง

๓.๑๑ การตรวจสอบผลสำหรับข้อสันนิษฐาน

ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยที่คนทั่วไปในประเทศอาเซียนมีความต้องการมากที่สุดคือ การศึกษา ซึ่งไม่เป็นไปตาม ข้อสันนิษฐานที่ ๒ กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมากที่สุด คือเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร แต่ความต้องการเนื้อหาอาหารเป็นความต้องการอันดับที่ ๒

ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาที่คนทั่วไปในประเทศอาเซียนมีความต้องการมากที่สุดคือ เนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษา ส่วนอาหารไทยยังเป็นที่ต้องการมากเป็นอันดับที่ ๒

ตอนที่ ๔ ความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์

๔.๑ ความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ตามองค์ประกอบนักแสดงและสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ ๖.๓๒ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความความชื่นชอบนักแสดงและสิ่งแวดล้อม

๑๙. มีนักแสดงหน้าตาดี									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๒	๒๓	๑๖๑	๑๙๓	๙๔	๓.๗๕	๐.๘๔	มาก
	%	๐.๔๒	๔.๘๖	๓๔.๐๔	๔๐.๘๐	๑๙.๘๗			
ไทย	n	๕	๑๓	๑๑๓	๑๕๒	๑๑๕	๓.๙๐	๐.๙๐	มาก
	%	๑.๒๖	๓.๒๗	๒๘.๓๙	๓๘.๑๙	๒๘.๘๙			
บรูไน	n	๐	๐	๗๘	๒๑๓	๙๗	๔.๐๕	๐.๖๙	มาก
	%	๐.๐๐	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๕๕.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๑๘	๓๖	๙๑	๑๐๐	๑๔๙	๓.๘๓	๑.๑๖	มาก
	%	๔.๔๙	๙.๒๓	๒๓.๒๒	๒๕.๓๓	๓๗.๗๓			
มาเลเซีย	n	๓๖	๒๙	๗๗	๑๒๑	๑๒๖	๓.๗๐	๑.๒๕	มาก
	%	๙.๒๕	๗.๔๖	๑๙.๗๙	๓๑.๑๑	๓๒.๓๙			
เมียนมา	n	๒๒	๑๕	๑๕๙	๔๐	๑๖๑	๓.๗๖	๑.๑๘	มาก
	%	๕.๕๔	๓.๗๘	๔๐.๐๕	๑๐.๐๘	๔๐.๕๕			
ลาว	n	๑๗	๒๖	๘๓	๑๑๔	๑๖๘	๓.๙๖	๑.๑๒	มาก
	%	๔.๑๗	๖.๓๗	๒๐.๓๔	๒๗.๙๔	๔๑.๑๘			
เวียดนาม	n	๗	๕๕	๑๕๙	๑๕๐	๕๖	๓.๔๕	๐.๙๓	ปานกลาง
	%	๑.๖๔	๑๒.๘๘	๓๗.๒๔	๓๕.๑๓	๑๓.๑๑			
สิงคโปร์	n	๑๔๙	๐	๑๑๙	๘๙	๓๐	๒.๖๒	๑.๔๕	ปานกลาง
	%	๓๘.๔๖	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๒๓.๐๘	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๒	๒๓	๗๔	๑๗๙	๑๗๑	๔.๐๙	๐.๘๙	มาก
	%	๐.๕๒	๕.๒๔	๑๖.๔๙	๓๙.๗๙	๓๗.๙๖			

๒๐. มีภาพสวຍประณิต									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{x}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๑๑	๑๒๓	๑๕๘	๙๗	๘๔	๓.๒๕	๑.๑๐	ปาน
	%	๒.๓๓	๒๖.๐๐	๓๓.๔๐	๒๐.๕๑	๑๗.๗๖			กลาง
ไทย	n	๐	๑๑	๗๐	๒๑๐	๑๐๗	๔.๐๔	๐.๗๕	มาก
	%	๐.๐๐	๒.๗๖	๑๗.๕๙	๕๒.๗๖	๒๖.๘๘			
บรูไน	n	๑๙	๐	๒๓๓	๕๘	๗๘	๓.๔๕	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๐๐	๐.๐๐	๖๐.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๗	๗	๖๘	๑๙๖	๑๔๓	๔.๑๑	๐.๘๖	มาก
	%	๑.๕๘	๑.๕๘	๑๗.๔๑	๔๓.๐๑	๓๖.๔๑			
มาเลเซีย	n	๑๑	๒๕	๙๒	๑๔๘	๑๑๓	๓.๘๔	๑.๐๑	มาก
	%	๒.๘๓	๖.๔๓	๒๓.๖๕	๓๘.๐๕	๒๙.๐๕			
เมียนมา	n	๘	๑๔	๑๔๖	๗๑	๑๕๘	๓.๙๐	๑.๐๔	มาก
	%	๒.๐๒	๓.๕๓	๓๖.๗๘	๑๗.๘๘	๓๙.๘๐			
ลาว	n	๑๐	๑๖	๙๑	๑๒๑	๑๗๐	๔.๐๔	๑.๐๑	มาก
	%	๒.๕๕	๓.๙๒	๒๒.๓๐	๒๙.๖๖	๔๑.๖๗			
เวียดนาม	n	๗	๗๐	๑๕๓	๑๓๔	๖๓	๓.๔๑	๐.๙๘	ปาน
	%	๑.๖๔	๑๖.๓๙	๓๕.๘๓	๓๑.๓๘	๑๔.๗๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๒๙	๖๐	๑๗๘	๖๐	๖๐	๓.๑๕	๑.๑๔	ปาน
	%	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๐	๑๐	๑๐๖	๑๖๘	๑๖๕	๔.๐๘	๐.๘๓	มาก
	%		๒.๓๖	๒๓.๕๖	๓๗.๔๓	๓๖.๖๕			
๒๑. มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย									
กัมพูชา	n	๓๖	๗๗	๑๘๐	๑๒๒	๕๘	๓.๑๙	๑.๐๙	ปาน
	%	๗.๖๑	๑๖.๒๘	๓๘.๐๕	๒๕.๗๙	๑๒.๒๖			กลาง
ไทย	n	๐	๑๗	๑๒๘	๑๖๕	๘๘	๓.๘๑	๐.๘๓	มาก
	%	๐.๐๐	๔.๒๗	๓๒.๑๖	๔๑.๕๖	๒๒.๑๑			
บรูไน	n	๒๐	๒๐	๑๕๕	๑๓๕	๕๘	๓.๕๐	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๐๐	๕.๐๐	๔๐.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๔	๒๙	๑๒๒	๑๓๐	๙๙	๓.๖๘	๑.๐๔	มาก
	%	๓.๖๙	๗.๓๙	๓๐.๘๗	๓๒.๙๘	๒๕.๐๗			
มาเลเซีย	n	๔๐	๖๒	๑๑๙	๙๗	๗๑	๓.๒๕	๑.๒๒	ปาน
	%	๑๐.๒๘	๑๕.๙๔	๓๐.๕๙	๒๔.๙๔	๑๘.๒๕			กลาง
เมียนมา	n	๑๖	๒๓	๑๙๐	๕๙	๑๐๙	๓.๕๖	๑.๐๘	มาก
	%	๔.๐๓	๕.๗๙	๔๗.๘๖	๑๔.๘๖	๒๗.๔๖			
ลาว	n	๒๑	๕๑	๑๔๕	๑๐๖	๘๕	๓.๔๕	๑.๑๑	ปาน
	%	๕.๑๕	๑๒.๕๐	๓๕.๕๔	๒๕.๙๘	๒๐.๘๓			กลาง
เวียดนาม	n	๕	๘๖	๑๕๑	๑๒๒	๖๓	๓.๓๖	๑.๐๐	ปาน
	%	๑.๑๗	๒๐.๑๔	๓๕.๓๖	๒๘.๕๗	๑๔.๗๕			กลาง

๒๑. มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
สิงคโปร์	n	๒๙	๖๐	๑๗๘	๖๐	๖๐	๓.๑๕	๑.๑๔	ปาน
	%	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๓	๓๒	๑๖๕	๑๔๗	๑๐๒	๓.๗๐	๐.๙๓	มาก
	%	๐.๗๙	๗.๐๗	๓๖.๖๕	๓๒.๗๒	๒๒.๗๗			
๒๒. มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย									
กัมพูชา	n	๑๗	๕๕	๑๑๙	๑๒๖	๑๕๖	๓.๗๔	๑.๑๔	มาก
	%	๓.๕๙	๑๑.๖๓	๒๕.๑๖	๒๖.๖๔	๓๒.๙๘			
ไทย	n	๐	๙	๑๐๑	๑๙๒	๙๖	๓.๙๔	๐.๗๖	มาก
	%	๐.๐๐	๒.๒๖	๒๕.๓๘	๔๘.๒๔	๒๔.๑๒			
บรูไน	n	๒๐	๒๐	๑๕๕	๑๓๕	๕๘	๓.๕๐	๑.๐๐	ปาน
	%	๕.๐๐	๕.๐๐	๔๐.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๘	๒๔	๑๑๙	๑๓๓	๑๑๐	๓.๗๙	๐.๙๙	มาก
	%	๒.๑๑	๖.๐๗	๓๐.๐๘	๓๓.๗๗	๒๗.๙๗			
มาเลเซีย	n	๓๔	๓๗	๑๐๙	๑๐๑	๑๐๘	๓.๕๔	๑.๒๓	มาก
	%	๘.๗๔	๙.๕๑	๒๘.๐๒	๒๕.๙๖	๒๗.๗๖			
เมียนมา	n	๑๕	๔๕	๑๔๕	๗๘	๑๑๔	๓.๕๘	๑.๑๓	มาก
	%	๓.๗๘	๑๑.๓๔	๓๖.๕๒	๑๙.๖๕	๒๘.๗๒			
ลาว	n	๑๘	๓๔	๑๔๒	๑๑๒	๑๐๒	๓.๖๐	๑.๐๘	มาก
	%	๔.๔๑	๘.๓๓	๓๔.๘๐	๒๗.๔๕	๒๕.๐๐			
เวียดนาม	n	๒๐	๗๘	๑๔๗	๑๑๒	๗๐	๓.๓๑	๑.๐๙	ปาน
	%	๔.๖๘	๑๘.๒๗	๓๔.๔๓	๒๖.๒๓	๑๖.๓๙			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๑๗๘	๐	๖๐	๑๑๙	๓.๑๕	๑.๕๒	ปาน
	%	๗.๖๙	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๖	๑๕	๑๑๒	๑๔๒	๑๗๔	๔.๐๓	๐.๙๔	มาก
	%	๑.๓๑	๓.๔๐	๒๔.๘๗	๓๑.๖๘	๓๘.๗๔			
๒๓. มีพระเอกนางเอกเป็นคนรวย									
กัมพูชา	n	๔๘	๖๕	๒๑๗	๑๐๖	๓๗	๓.๐๔	๑.๐๔	ปาน
	%	๑๐.๑๕	๑๓.๗๔	๔๕.๘๘	๒๒.๔๑	๗.๘๒			กลาง
ไทย	n	๒๒	๕๘	๑๖๗	๑๐๘	๔๓	๓.๒๓	๑.๐๑	ปาน
	%	๕.๕๓	๑๔.๕๗	๔๑.๙๖	๒๗.๑๔	๑๐.๘๐			กลาง
บรูไน	n	๒๐	๓๙	๙๗	๒๓๒	๐	๓.๔๐	๐.๘๘	ปาน
	%	๕.๐๐	๑๐.๐๐	๒๕.๐๐	๖๐.๐๐	๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๒๙	๕๔	๑๓๕	๙๐	๘๖	๓.๓๘	๑.๑๘	ปาน
	%	๗.๓๙	๑๓.๗๒	๓๔.๓๐	๒๒.๖๙	๒๑.๙๐			กลาง
มาเลเซีย	n	๖๕	๗๒	๑๑๙	๗๘	๕๕	๒.๙๖	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๖.๗๑	๑๘.๕๑	๓๐.๕๙	๒๐.๐๕	๑๔.๑๔			กลาง
เมียนมา	n	๙๓	๖๙	๑๔๙	๒๔	๖๒	๒.๗๓	๑.๓๑	ปาน
	%	๒๓.๔๓	๑๗.๓๘	๓๗.๕๓	๖.๐๕	๑๕.๖๒			กลาง

๒๓. มีพระเอกนางเอกเป็นคอนวอย (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด		น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ลาว	n	๑๑๙	๙๘	๑๒๓	๒๗	๔๑	๒.๔๔	๑.๒๕	น้อย
	%	๒๙.๑๗	๒๕.๐๒	๓๐.๑๕	๖.๖๒	๑๐.๐๕			
เวียดนาม	n	๒๖	๗๕	๑๔๓	๑๓๐	๕๓	๓.๒๖	๑.๐๘	ปาน
	%	๖.๐๙	๑๗.๕๖	๓๓.๔๙	๓๐.๔๔	๑๒.๔๑			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๑๔๕	๑๑๙	๐	๘๙	๒.๙๒	๑.๓๒	ปาน
	%	๗.๖๙	๓๘.๕๖	๓๐.๗๗	๐.๐๐	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๕	๒๐	๑๘๑	๑๔๐	๑๐๓	๓.๗๑	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๐๕	๔.๔๕	๔๐.๓๑	๓๑.๑๕	๒๓.๐๕			
ภาพรวมความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ตามความชื่นชอบนักแสดงและสิ่งแวดล้อม									
กัมพูชา	n	๐	๔๕	๒๓๕	๑๕๔	๓๙	๓.๓๙	๐.๗๒	ปาน
	%	๐.๐๐	๙.๕๑	๔๙.๖๘	๓๒.๕๖	๘.๒๕			กลาง
ไทย	n	๐	๑๒	๑๓๐	๑๙๙	๕๗	๓.๗๙	๐.๖๔	มาก
	%	๐.๐๐	๓.๐๒	๓๒.๖๖	๕๐.๐๐	๑๔.๓๒			
บรูไน	n	๒๐	๒๐	๙๗	๒๑๓	๓๘	๓.๕๘	๐.๗๔	มาก
	%	๕.๐๐	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๕๕.๐๐	๑๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๒	๒๖	๑๑๓	๑๗๙	๗๔	๓.๗๖	๐.๗๔	มาก
	%	๐.๕๓	๖.๖๐	๒๘.๗๖	๔๕.๓๘	๑๘.๗๓			
มาเลเซีย	n	๕	๖๒	๑๒๘	๑๔๗	๔๗	๓.๔๖	๐.๘๙	ปาน
	%	๑.๒๙	๑๕.๙๔	๓๒.๙๐	๓๗.๗๙	๑๒.๐๘			กลาง
เมียนมา	n	๐	๓๑	๑๖๖	๑๕๓	๔๗	๓.๕๑	๐.๘๒	มาก
	%	๐.๐๐	๗.๘๑	๔๑.๘๑	๓๘.๕๕	๑๑.๘๔			
ลาว	n	๑๑	๓๐	๑๖๙	๑๔๗	๕๑	๓.๕๐	๐.๘๔	ปาน
	%	๒.๗๐	๗.๓๕	๔๑.๔๒	๓๖.๐๓	๑๒.๕๐			กลาง
เวียดนาม	n	๒	๑๖	๒๔๔	๑๕๗	๘	๓.๓๖	๐.๕๖	ปาน
	%	๐.๔๗	๓.๗๕	๕๗.๑๔	๓๖.๗๗	๑.๘๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๑๗๘	๖๐	๘๙	๓๐	๓.๐๐	๑.๑๕	ปาน
	%	๗.๖๙	๔๖.๑๕	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๐	๖	๑๑๓	๒๓๔	๙๖	๓.๙๒	๐.๖๖	มาก
	%	๐.๐๐	๑.๓๑	๒๕.๑๓	๕๒.๐๙	๒๑.๔๗			

จากตาราง ๖.๓๒ เมื่อพิจารณาความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ตามความชื่นชอบนักแสดงและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด ($\bar{X} = 3.92$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.79$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.00$ เลือกดูในระดับปานกลาง) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อมรายชื่อ โดยข้อ ๑ คือเลือกดูเพราะมีนักแสดงหน้าตาดี พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะมีนักแสดงหน้าตาดีมากที่สุด ($\bar{X} = 4.09$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X}$

=๔.๐๕ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X}$ = ๒.๖๒ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือเลือกดูเพราะมีภาพสวยประณีตพบว่าประเทศฟิลิปปินส์เลือกดูเพราะมีภาพสวยประณีตมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๔.๑๑ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X}$ = ๔.๐๘ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X}$ = ๓.๑๕ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือเลือกดูเพราะมีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย พบว่าประเทศไทยเลือกดูเพราะมีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัยมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๘๑ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X}$ = ๓.๗๐ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X}$ = ๓.๑๕ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือเลือกดูเพราะมีสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะมีสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัยมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๔.๐๓ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X}$ = ๓.๙๔ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X}$ = ๓.๑๕ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๕ คือเลือกดูเพราะมีพระเอกนางเอกเป็นคนสวย พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะมีพระเอกนางเอกเป็นคนสวยมากที่สุด ($\bar{X}$ = ๓.๗๑ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X}$ = ๓.๔๐ เลือกดูในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศลาว ($\bar{X}$ = ๒.๔๔ เลือกดูในระดับน้อย)

๔.๒. การยอมรับประเด็นอ่อนไหว (sensitive) ในละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๖.๓๓ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์

๕๓. มินักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดีเป็นนักแสดงหลัก									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๗๘	๗๕	๑๔๓	๑๒๕	๕๒	๓.๐๐	๑.๒๔	ปานกลาง
	%	๑๖.๔๙	๑๕.๘๖	๓๐.๒๓	๒๖.๔๓	๑๐.๙๙			
ไทย	n	๙	๑๘	๑๒๖	๑๖๒	๘๓	๓.๗๓	๐.๙๒	มาก
	%	๒.๒๖	๔.๕๒	๓๑.๖๖	๔๐.๗๐	๒๐.๘๕			
บรูไน	n	๕๘	๐	๒๗๒	๓๙	๑๙	๒.๙๐	๐.๙๗	ปานกลาง
	%	๑๕.๐๐	๐.๐๐	๗๐.๐๐	๑๐.๐๐	๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๕๖	๗๒	๑๑๒	๙๘	๕๖	๓.๐๗	๑.๒๕	ปานกลาง
	%	๑๔.๒๕	๑๘.๒๑	๒๘.๕๐	๒๔.๘๐	๑๔.๒๕			
มาเลเซีย	n	๑๕๓	๖๗	๙๑	๕๐	๒๘	๒.๓๑	๑.๓๐	น้อย
	%	๓๙.๓๓	๑๗.๒๒	๒๓.๓๙	๑๒.๘๕	๗.๒๐			
เมียนมา	n	๑๑๒	๙๔	๑๒๙	๓๙	๒๓	๒.๔๑	๑.๑๖	น้อย
	%	๒๘.๒๑	๒๓.๖๘	๓๒.๔๙	๙.๘๒	๕.๗๙			
ลาว	n	๓๐	๓๖	๑๐๖	๑๒๗	๑๐๙	๓.๖๑	๑.๑๘	มาก
	%	๗.๓๕	๘.๘๒	๒๕.๙๘	๓๑.๑๓	๒๖.๗๒			
เวียดนาม	n	๒๐	๔๒	๒๑๐	๑๑๙	๓๖	๓.๒๖	๐.๙๒	ปานกลาง
	%	๔.๖๘	๙.๘๔	๔๙.๑๘	๒๗.๘๗	๘.๔๓			
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๑๔๙	๕๙	๐	๒.๒๓	๑.๒๔	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘	๐.๐๐			

๕๓. มีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดี๊เป็นนักแสดงหลัก (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
อินโดนีเซีย	n	๒๔๐	๑๑๕	๖๒	๑๙	๑๓	๑.๗๗	๑.๐๓	น้อย
	%	๕๓.๔๐	๒๕.๖๕	๑๓.๘๗	๔.๑๙	๒.๘๘			
๕๔. นักแสดงมีการแต่งกายโป้เปลือย									
กัมพูชา	n	๑๐๕	๑๕๓	๑๔๑	๖๔	๑๐	๒.๔๑	๑.๐๔	น้อย
	%	๒๒.๒๐	๓๒.๓๕	๒๙.๘๑	๑๓.๕๓	๒.๑๑			
ไทย	n	๑๖	๓๑	๑๒๒	๑๕๓	๗๖	๓.๖๑	๑.๐๑	มาก
	%	๔.๐๒	๗.๗๙	๓๐.๖๕	๓๘.๔๔	๑๙.๑๐			
บรูไน	n	๐	๑๑๖	๑๑๖	๕๙	๙๗	๓.๓๕	๑.๑๘	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๓๐.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๙๕	๘๓	๗๙	๗๘	๕๙	๒.๘๑	๑.๓๙	ปานกลาง
	%	๒๔.๐๑	๒๑.๑๑	๒๐.๐๕	๑๙.๗๙	๑๕.๐๔			
มาเลเซีย	n	๑๗๔	๗๔	๘๑	๓๘	๒๒	๒.๑๓	๑.๒๔	น้อย
	%	๔๔.๗๓	๑๙.๐๒	๒๐.๘๒	๙.๗๗	๕.๖๖			
เมียนมา	n	๑๗๖	๑๒๓	๕๓	๓๐	๑๕	๑.๙๕	๑.๑๐	น้อย
	%	๔๔.๓๓	๓๐.๙๘	๑๓.๓๕	๗.๕๖	๓.๗๘			
ลาว	n	๖๙	๖๙	๑๕๑	๑๐๑	๑๘	๒.๘๓	๑.๑๑	ปานกลาง
	%	๑๖.๙๑	๑๖.๙๑	๓๗.๐๑	๒๔.๗๕	๔.๔๑			
เวียดนาม	n	๑๗	๖๕	๑๓๓	๑๔๘	๖๔	๓.๔๑	๑.๐๔	ปานกลาง
	%	๓.๙๘	๑๕.๒๒	๓๑.๑๕	๓๔.๖๖	๑๔.๙๙			
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๕๙	๑๔๙	๐	๒.๔๖	๑.๔๕	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๑๕.๓๘	๓๘.๔๖	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๒๑๗	๙๘	๗๙	๓๔	๒๑	๑.๙๘	๑.๑๘	น้อย
	%	๔๘.๔๓	๒๑.๗๓	๑๗.๕๔	๗.๕๙	๔.๗๑			
๕๕. นักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ									
กัมพูชา	n	๑๕๑	๑๗๗	๑๐๙	๒๗	๙	๒.๐๘	๐.๙๗	น้อย
	%	๓๑.๙๒	๓๗.๔๒	๒๓.๐๔	๕.๗๑	๑.๙๐			
ไทย	n	๑๑	๒๒	๑๖๑	๑๔๕	๕๙	๓.๕๕	๐.๙๑	มาก
	%	๒.๗๖	๕.๕๓	๔๐.๔๕	๓๖.๔๓	๑๔.๘๒			
บรูไน	n	๑๙	๙๗	๑๓๖	๕๘	๗๘	๓.๒๐	๑.๒๐	ปานกลาง
	%	๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๗๔	๗๙	๑๒๙	๖๓	๔๙	๒.๘๓	๑.๒๖	ปานกลาง
	%	๑๘.๗๓	๒๐.๐๕	๓๒.๗๒	๑๖.๐๙	๑๒.๔๐			
มาเลเซีย	n	๑๕๒	๗๔	๙๓	๕๓	๑๗	๒.๒๕	๑.๒๓	น้อย
	%	๓๙.๐๗	๑๙.๐๒	๒๓.๙๑	๑๓.๖๒	๔.๓๗			
เมียนมา	n	๑๙๐	๙๔	๗๕	๒๓	๑๕	๑.๙๔	๑.๑๑	น้อย
	%	๔๗.๘๖	๒๓.๖๘	๑๘.๘๙	๕.๗๙	๓.๗๘			
ลาว	n	๗๑	๙๓	๑๔๓	๗๙	๒๒	๒.๗๓	๑.๑๒	ปานกลาง
	%	๑๗.๔๐	๒๒.๗๙	๓๕.๐๕	๑๙.๓๖	๕.๓๙			

๕๕. นักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เวียดนาม	n	๓๕	๗๘	๑๕๕	๑๑๐	๔๙	๓.๑๔	๑.๑๐	ปาน
	%	๘.๒๐	๑๘.๒๗	๓๖.๓๐	๒๕.๗๖	๑๑.๔๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๓๐	๑๑๙	๕๙	๐	๒.๑๕	๑.๒๑	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๗.๖๙	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๒๑๖	๖๗	๑๐๒	๔๓	๒๑	๒.๐๘	๑.๒๓	น้อย
	%	๔๘.๑๗	๑๔.๙๒	๒๒.๗๗	๙.๔๒	๔.๗๑			
๕๖. มีการแสดงออกที่มีการกอดจูบ									
กัมพูชา	n	๒๑๒	๑๓๕	๘๗	๓๐	๙	๑.๙๒	๑.๐๓	น้อย
	%	๔๔.๘๒	๒๘.๕๔	๑๘.๓๙	๖.๓๔	๑.๙๐			
ไทย	n	๕	๒๒	๑๓๑	๑๖๕	๗๕	๓.๗๑	๐.๘๘	มาก
	%	๑.๒๖	๕.๕๓	๓๒.๙๑	๔๑.๔๖	๑๘.๘๔			
บรูไน	n	๐	๗๘	๑๑๖	๗๘	๑๑๖	๓.๖๐	๑.๑๔	มาก
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๓๐.๐๐	๒๐.๐๐	๓๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๘๗	๗๐	๘๖	๘๔	๖๗	๒.๙๓	๑.๔๐	ปาน
	%	๒๒.๑๖	๑๗.๖๘	๒๑.๙๐	๒๑.๓๗	๑๖.๘๙			กลาง
มาเลเซีย	n	๑๔๙	๗๕	๙๓	๕๐	๒๒	๒.๒๘	๑.๒๕	น้อย
	%	๓๘.๓๐	๑๙.๒๘	๒๓.๙๑	๑๒.๘๕	๕.๖๖			
เมียนมา	n	๙๒	๘๕	๑๐๙	๗๓	๓๘	๒.๗๐	๑.๒๗	ปาน
	%	๒๓.๑๗	๒๑.๔๑	๒๗.๔๖	๑๘.๓๙	๙.๕๗			กลาง
ลาว	n	๓๕	๖๖	๑๖๖	๑๐๒	๓๙	๓.๑๑	๑.๐๖	ปาน
	%	๘.๕๘	๑๖.๑๘	๔๐.๖๙	๒๕.๐๐	๙.๕๖			กลาง
เวียดนาม	n	๒๙	๗๘	๑๓๔	๑๐๓	๘๓	๓.๓๑	๑.๑๗	ปาน
	%	๖.๗๙	๑๘.๒๗	๓๑.๓๘	๒๔.๑๒	๑๙.๔๔			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๓๐	๑๗๘	๑๔๙	๐	๓.๑๕	๐.๙๐	ปาน
	%	๗.๖๙	๗.๖๙	๔๖.๑๕	๓๘.๔๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๑๐	๑๐๒	๗๔	๔๔	๑๙	๒.๐๒	๑.๑๘	น้อย
	%	๔๖.๘๖	๒๒.๗๗	๑๖.๔๙	๙.๖๙	๔.๑๙			
๕๗. เป็นการแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน									
กัมพูชา	n	๒๕๗	๑๑๘	๗๒	๑๗	๙	๑.๗๔	๐.๙๗	น้อย
	%	๕๔.๓๓	๒๔.๙๕	๑๕.๒๒	๓.๕๙	๑.๙๐			
ไทย	n	๑๒	๓๓	๑๓๑	๑๔๒	๘๐	๓.๖๒	๐.๙๙	มาก
	%	๓.๐๒	๘.๒๙	๓๒.๙๑	๓๕.๖๘	๒๐.๑๐			
บรูไน	n	๕๘	๗๘	๑๗๕	๕๘	๑๙	๒.๗๕	๑.๐๗	ปาน
	%	๑๕.๐๐	๒๐.๐๐	๔๕.๐๐	๑๕.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๙๒	๘๐	๑๐๗	๖๙	๔๖	๒.๗๓	๑.๓๑	ปาน
	%	๒๓.๔๘	๒๐.๓๒	๒๗.๑๘	๑๗.๔๑	๑๑.๖๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๑๘๔	๗๑	๗๒	๔๓	๑๙	๒.๐๘	๑.๒๔	น้อย
	%	๔๗.๓๐	๑๘.๒๕	๑๘.๕๑	๑๑.๐๕	๔.๘๘			

๕๗. เป็นการแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
เมียนมา	n	๒๓	๑๑๘	๑๒๓	๙๔	๓๙	๓.๐๒	๑.๐๘	ปาน
	%	๕.๗๙	๒๙.๗๒	๓๐.๙๘	๒๓.๖๘	๙.๘๒			กลาง
ลาว	n	๑๐๑	๖๖	๑๓๔	๘๐	๒๗	๒.๖๗	๑.๒๓	ปาน
	%	๒๔.๗๕	๑๖.๑๘	๓๒.๘๔	๑๙.๖๑	๖.๖๒			กลาง
เวียดนาม	n	๔๘	๗๖	๑๒๕	๑๐๒	๗๖	๓.๑๙	๑.๒๔	ปาน
	%	๑๑.๒๔	๑๗.๘๐	๒๙.๒๗	๒๓.๘๙	๑๗.๘๐			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๗๙	๐	๘๙	๑๑๙	๐	๒.๓๘	๑.๓๙	น้อย
	%	๔๖.๑๕	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗	๐.๐๐			
อินโดนีเซีย	n	๒๙๘	๘๗	๓๓	๒๐	๑๑	๑.๕๗	๐.๙๗	น้อย
	%	๖๖.๔๙	๑๙.๓๗	๗.๓๓	๔.๔๕	๒.๓๖			
๕๘. เนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญ									
กัมพูชา	n	๒๓๑	๑๐๓	๘๙	๓๘	๑๒	๑.๙๔	๑.๑๑	น้อย
	%	๔๘.๘๔	๒๑.๗๘	๑๘.๘๒	๘.๐๓	๒.๕๔			
ไทย	n	๒๑	๒๕	๑๔๓	๑๕๐	๕๙	๓.๕๑	๑.๐๐	มาก
	%	๕.๒๘	๖.๒๘	๓๕.๙๓	๓๗.๖๙	๑๔.๘๒			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๑๖	๑๓๖	๙๗	๓.๗๕	๐.๙๗	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๐.๐๐	๓๕.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๕๔	๑๑๑	๙๕	๑๐๐	๓.๔๔	๑.๒๕	ปาน
	%	๘.๗๑	๑๓.๗๒	๒๘.๒๓	๒๔.๐๑	๒๕.๓๓			กลาง
มาเลเซีย	n	๗๒	๒๘	๙๔	๑๐๐	๙๕	๓.๓๐	๑.๔๐	ปาน
	%	๑๘.๕๑	๗.๒๐	๒๔.๑๖	๒๕.๗๑	๒๔.๔๒			กลาง
เมียนมา	n	๗๐	๖๑	๙๘	๑๐๓	๖๕	๓.๐๘	๑.๓๓	ปาน
	%	๑๗.๖๓	๑๕.๓๗	๒๔.๖๙	๒๕.๙๔	๑๖.๓๗			กลาง
ลาว	n	๘๕	๑๒๐	๑๐๗	๗๓	๒๓	๒.๕๘	๑.๑๗	ปาน
	%	๒๐.๘๓	๒๙.๔๑	๒๖.๒๓	๑๗.๘๙	๕.๖๔			กลาง
เวียดนาม	n	๔๙	๙๙	๑๐๙	๗๘	๙๒	๓.๑๕	๑.๓๑	ปาน
	%	๑๑.๔๘	๒๓.๑๙	๒๕.๕๓	๑๘.๒๗	๒๑.๕๕			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๐	๘๙	๑๗๙	๘๙	๓.๗๗	๑.๐๙	มาก
	%	๗.๖๙	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๔๖.๑๕	๒๓.๐๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๑๙	๘๖	๑๐๘	๘๖	๕๐	๒.๗๐	๑.๓๔	ปาน
	%	๒๖.๔๔	๑๙.๑๑	๒๔.๐๘	๑๙.๑๑	๑๑.๒๖			กลาง
๕๙. เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี									
กัมพูชา	n	๘๑	๑๐๘	๑๓๖	๑๐๒	๔๖	๒.๘๔	๑.๒๒	ปาน
	%	๑๗.๑๒	๒๒.๘๓	๒๘.๗๕	๒๑.๕๖	๙.๗๓			กลาง
ไทย	n	๑๓	๓๒	๑๔๐	๑๕๑	๖๒	๓.๕๕	๐.๙๖	มาก
	%	๓.๒๗	๘.๐๔	๓๕.๑๘	๓๗.๙๔	๑๕.๕๘			
บรูไน	n	๓๙	๗๘	๙๗	๑๑๖	๕๘	๓.๒๐	๑.๒๔	ปาน
	%	๑๐.๐๐	๒๐.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐	๑๕.๐๐			กลาง

๕๙. เนื้อหาแสดงกลไก สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ฟิลิปปินส์	n	๕๒	๗๑	๑๒๘	๗๗	๖๖	๓.๐๙	๑.๒๕	ปาน
	%	๑๓.๑๙	๑๗.๙๔	๓๒.๔๕	๑๙.๕๓	๑๖.๘๙			กลาง
มาเลเซีย	n	๙๙	๗๕	๑๐๔	๗๑	๔๐	๒.๖๙	๑.๓๑	ปาน
	%	๒๕.๔๕	๑๙.๒๘	๒๖.๗๔	๑๘.๒๕	๑๐.๒๘			กลาง
เมียนมา	n	๑๘๘	๙๗	๕๑	๔๕	๑๖	๒.๐๐	๑.๑๙	น้อย
	%	๔๗.๓๖	๒๔.๔๓	๑๒.๘๕	๑๑.๓๔	๔.๐๓			
ลาว	n	๕๗	๑๐๖	๑๒๓	๘๙	๓๓	๒.๘๔	๑.๑๖	ปาน
	%	๑๓.๙๗	๒๕.๙๘	๓๐.๑๕	๒๑.๘๑	๘.๐๙			กลาง
เวียดนาม	n	๖๕	๑๐๓	๑๑๐	๙๑	๕๘	๒.๙๔	๑.๒๗	ปาน
	%	๑๕.๒๒	๒๔.๑๒	๒๕.๗๖	๒๑.๓๑	๑๓.๕๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๖๐	๒๙	๖๐	๒๓๘	๐	๓.๒๓	๑.๑๗	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๗.๖๙	๑๕.๓๘	๖๑.๕๔	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๕๐	๗๖	๑๓๘	๗๑	๑๔	๒.๓๘	๑.๑๙	น้อย
	%	๓๓.๕๑	๑๗.๐๒	๓๐.๖๓	๑๕.๗๑	๓.๑๔			
๖๐. เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนา									
กัมพูชา	n	๑๕๒	๑๖๘	๑๐๔	๓๕	๑๔	๒.๑๔	๑.๐๔	น้อย
	%	๓๒.๑๔	๓๕.๕๒	๒๑.๙๙	๗.๔๐	๒.๙๖			
ไทย	n	๓๔	๓๘	๑๔๓	๑๔๑	๔๒	๓.๓๐	๑.๐๖	ปาน
	%	๘.๕๔	๙.๕๕	๓๕.๙๓	๓๕.๔๓	๑๐.๕๕			กลาง
บรูไน	n	๙๗	๕๘	๑๓๖	๕๘	๓๙	๒.๗๐	๑.๓๐	ปาน
	%	๒๕.๐๐	๑๕.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐	๑๐.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๑๐๘	๗๒	๑๑๑	๖๔	๓๙	๒.๖๓	๑.๓๐	ปาน
	%	๒๗.๔๔	๑๘.๒๑	๒๘.๒๓	๑๖.๓๖	๙.๗๖			กลาง
มาเลเซีย	n	๑๔๕	๗๓	๙๘	๔๙	๒๔	๒.๓๒	๑.๒๖	น้อย
	%	๓๗.๒๘	๑๘.๗๗	๒๕.๑๙	๑๒.๖๐	๖.๑๗			
เมียนมา	n	๒๐๒	๑๒๑	๓๔	๔๐	๐	๑.๗๘	๐.๙๘	น้อย
	%	๕๐.๘๘	๓๐.๔๘	๘.๕๖	๑๐.๐๘	๐.๐๐			
ลาว	n	๑๙๔	๙๘	๑๑๖	๐	๐	๑.๘๑	๐.๘๕	น้อย
	%	๔๗.๕๕	๒๔.๐๒	๒๘.๔๓	๐.๐๐	๐.๐๐			
เวียดนาม	n	๘๖	๘๕	๑๒๘	๗๙	๔๙	๒.๘๑	๑.๒๗	ปาน
	%	๒๐.๑๔	๑๙.๙๑	๒๙.๙๘	๑๘.๕๐	๑๑.๔๘			กลาง
สิงคโปร์	n	๑๔๙	๐	๘๙	๑๔๙	๐	๒.๖๒	๑.๓๙	ปาน
	%	๓๘.๕๖	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๓๘.๕๖	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๒๑๑	๗๓	๑๐๕	๓๙	๒๑	๒.๐๘	๑.๒๑	น้อย
	%	๔๗.๑๒	๑๖.๒๓	๒๓.๓๐	๘.๖๔	๔.๗๑			
ภาพรวมการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์									
กัมพูชา	n	๘๘	๒๒๒	๑๔๗	๑๖	๐	๒.๒๖	๐.๖๙	น้อย
	%	๑๘.๖๐	๔๖.๙๓	๓๑.๐๘	๓.๓๘	๐.๐๐			

ภาพรวมการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ไทย	n	๕	๒๘	๑๖๕	๑๗๔	๒๖	๓.๕๗	๐.๗๓	มาก
	%	๑.๒๖	๗.๐๔	๔๑.๔๖	๔๓.๗๒	๖.๕๓			
บรูไน	n	๐	๑๑๗	๑๓๕	๑๑๗	๑๙	๓.๑๘	๐.๙๐	ปาน
	%	๐.๐๐	๓๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๐.๐๐	๕.๐๐			กลาง
ฟิลิปปินส์	n	๓๘	๙๖	๑๓๔	๑๐๖	๒๐	๒.๙๔	๐.๙๘	ปาน
	%	๙.๗๖	๒๔.๒๗	๓๔.๐๔	๒๖.๙๑	๕.๐๑			กลาง
มาเลเซีย	n	๘๘	๑๓๘	๑๑๓	๔๐	๑๐	๒.๔๒	๐.๙๗	น้อย
	%	๒๒.๖๒	๓๕.๔๘	๒๙.๐๕	๑๐.๒๘	๒.๕๗			
เมียนมา	n	๖๑	๑๙๑	๑๓๐	๑๕	๐	๒.๓๖	๐.๗๔	น้อย
	%	๑๕.๓๗	๔๘.๑๑	๓๒.๗๕	๓.๗๘	๐.๐๐			
ลาว	n	๓๓	๑๒๘	๑๗๖	๖๘	๓	๒.๗๗	๐.๗๘	ปาน
	%	๘.๐๙	๓๑.๓๗	๔๓.๑๔	๑๖.๖๗	๐.๗๔			กลาง
เวียดนาม	n	๙	๘๒	๑๙๘	๑๓๓	๕	๓.๑๕	๐.๗๓	ปาน
	%	๒.๑๑	๑๙.๒๐	๔๖.๓๗	๓๑.๑๕	๑.๑๗			กลาง
สิงคโปร์	n	๓๐	๑๔๙	๘๙	๑๑๙	๐	๒.๗๕	๐.๙๖	ปาน
	%	๗.๖๙	๓๘.๔๖	๒๓.๐๘	๓๐.๗๗	๐.๐๐			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๖๕	๑๖๘	๙๘	๑๕	๓	๒.๐๗	๐.๘๒	น้อย
	%	๓๖.๖๕	๓๗.๔๓	๒๑.๗๓	๓.๔๐	๐.๗๙			

จากตาราง ๖.๓๓ เมื่อพิจารณาการยอมรับประเด็นอ่อนไหว (sensitive) ในละครโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศไทยยอมรับประเด็นอ่อนไหว (sensitive) ในละครโทรทัศน์มากที่สุด ($\bar{X} = 3.57$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = 3.18$ ยอมรับในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 2.07$ ยอมรับในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับการยอมรับประเด็นอ่อนไหว (sensitive) ในละครโทรทัศน์รายข้อ โดยข้อ ๑ คือมีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดีเป็นนักแสดงหลัก พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่มีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดีเป็นนักแสดงหลักมากที่สุด ($\bar{X} = 3.73$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศลาว ($\bar{X} = 3.61$ ยอมรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 1.77$ ยอมรับในระดับน้อย) ข้อ ๒ คือนักแสดงมีการแต่งกายโป้เปลือย พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่นักแสดงมีการแต่งกายโป้เปลือยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.61$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = 3.41$ ยอมรับในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 1.95$ ยอมรับในระดับน้อย) ข้อ ๓ คือนักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่นักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบมากที่สุด ($\bar{X} = 3.55$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = 3.20$ ยอมรับในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 1.94$ ยอมรับในระดับน้อย) ข้อ ๔ คือมีการแสดงออกที่มีการกอดจูบ พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่มีการแสดงออกที่มีการกอดจูบมากที่สุด ($\bar{X} = 3.71$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = 3.60$ ยอมรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 1.92$ ยอมรับในระดับน้อย)

ข้อ ๕ เป็นการแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่มีการแสดงออกของความรักเพศเดียวกันมากที่สุด ($\bar{X} = 3.62$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = 3.19$ ยอมรับในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 1.57$ ยอมรับในระดับน้อย) ข้อ ๖ คือเนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญ พบว่าประเทศสิงคโปร์ยอมรับละครที่มีเนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญมากที่สุด ($\bar{X} = 3.77$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศบรูไน ($\bar{X} = 3.75$ ยอมรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 1.94$ ยอมรับในระดับน้อย) ข้อ ๗ คือเนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่มีเนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.55$ ยอมรับในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.23$ ยอมรับในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 2.00$ ยอมรับในระดับน้อย) และข้อ ๘ คือเนื้อหาเนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนา พบว่าประเทศไทยยอมรับละครที่มีเนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนามากที่สุด ($\bar{X} = 3.30$ ยอมรับในระดับปานกลาง) รองลงมาคือประเทศเวียดนาม ($\bar{X} = 2.81$ ยอมรับในระดับปานกลาง) และน้อยที่สุดคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 1.78$ ยอมรับในระดับน้อย)

๔.๓ ความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย

ตารางที่ ๖.๓๔ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย

๑๑๔. วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๘	๔๘	๑๐๒	๑๒๖	๑๘๙	๓.๙๓	๑.๐๘	มาก
	%	๑.๖๙	๑๐.๑๕	๒๑.๕๖	๒๖.๖๔	๓๙.๙๖			
ไทย	n	๙	๑๖	๑๒๒	๑๓๙	๑๑๒	๓.๘๓	๐.๙๖	มาก
	%	๒.๒๖	๔.๐๒	๓๐.๖๕	๓๔.๙๒	๒๘.๑๔			
บรูไน	n	๐	๗๘	๑๓๖	๙๖	๗๘	๓.๔๕	๑.๐๕	ปานกลาง
	%	๐.๐๐	๒๐.๐๐	๓๕.๐๐	๒๕.๐๐	๒๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๑	๗	๗๙	๑๑๖	๑๕๑	๓.๘๔	๑.๒๕	มาก
	%	๑๐.๒๙	๑.๘๕	๒๐.๐๕	๒๙.๕๕	๓๘.๒๖			
มาเลเซีย	n	๓๔	๓๘	๑๒๖	๑๐๔	๘๗	๓.๔๔	๑.๑๙	ปานกลาง
	%	๘.๗๔	๙.๗๗	๓๒.๓๙	๒๖.๗๔	๒๒.๓๗			
เมียนมา	n	๓๐	๗	๖๗	๑๓๓	๑๖๐	๓.๙๗	๑.๑๕	มาก
	%	๗.๕๖	๑.๗๖	๑๖.๘๘	๓๓.๕๐	๔๐.๓๐			
ลาว	n	๓๑	๔๖	๑๒๙	๑๕๕	๔๗	๓.๓๕	๑.๐๗	ปานกลาง
	%	๗.๖๐	๑๑.๒๗	๓๑.๖๒	๓๗.๙๙	๑๑.๕๒			
เวียดนาม	n	๖	๔๓	๑๓๑	๑๔๙	๙๘	๓.๖๘	๐.๙๘	มาก
	%	๑.๔๑	๑๐.๐๗	๓๐.๖๘	๓๔.๘๙	๒๒.๙๕			
สิงคโปร์	n	๘๙	๐	๘๙	๑๗๙	๓๐	๓.๑๕	๑.๓๔	ปานกลาง
	%	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๔๖.๑๕	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๑๕	๑๑	๑๖๒	๑๕๖	๑๐๕	๓.๗๓	๐.๙๖	มาก
	%	๑.๖๙	๑๐.๑๕	๒๑.๕๖	๒๖.๖๔	๓๙.๙๖			

๑๑๕. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อูรุธยา และสุโขทัย

ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
กัมพูชา	n	๘	๕๕	๑๕๙	๑๕๕	๙๖	๓.๕๘	๐.๙๙	มาก
	%	๑.๖๙	๑๑.๖๓	๓๓.๖๒	๓๒.๗๗	๒๐.๓๐			
ไทย	n	๖	๒๒	๘๖	๑๖๘	๑๑๖	๓.๙๒	๐.๙๓	มาก
	%	๑.๕๑	๕.๕๓	๒๑.๖๑	๔๒.๒๑	๒๙.๑๕			
บรูไน	n	๐	๓๙	๑๓๖	๑๑๖	๙๗	๓.๗๐	๐.๙๘	มาก
	%	๐.๐๐	๑๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๐.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๒	๒๑	๙๖	๗๓	๑๖๒	๓.๗๕	๑.๓๓	มาก
	%	๑๐.๕๕	๕.๒๘	๒๔.๒๗	๑๘.๔๗	๔๑.๔๒			
มาเลเซีย	n	๓๑	๒๑	๑๐๑	๑๐๙	๑๒๗	๓.๗๒	๑.๒๐	มาก
	%	๗.๙๗	๕.๔๐	๒๕.๙๖	๒๘.๐๒	๓๒.๖๕			
เมียนมา	n	๑๕	๑๖	๙๗	๑๐๓	๑๖๖	๓.๙๘	๑.๐๘	มาก
	%	๓.๗๘	๔.๐๓	๒๔.๔๓	๒๕.๙๔	๔๑.๘๑			
ลาว	n	๒๗	๓๙	๑๔๗	๑๓๖	๕๙	๓.๓๙	๑.๐๖	ปาน กลาง
	%	๖.๖๒	๙.๕๖	๓๖.๐๓	๓๓.๓๓	๑๔.๔๖			
เวียดนาม	n	๕	๔๗	๙๘	๑๘๗	๙๐	๓.๗๓	๐.๙๖	มาก
	%	๑.๑๗	๑๑.๐๑	๒๒.๙๕	๔๓.๗๙	๒๑.๐๘			
สิงคโปร์	n	๙๐	๖๐	๓๐	๑๗๘	๓๐	๓.๐๐	๑.๔๑	ปาน กลาง
	%	๒๓.๐๘	๑๕.๓๘	๗.๖๙	๔๖.๑๕	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๗	๒๐	๑๗๒	๑๓๒	๑๑๘	๓.๗๕	๐.๙๕	มาก
	%	๑.๕๗	๔.๔๕	๓๘.๒๒	๒๙.๓๒	๒๖.๔๔			

๑๑๖. สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน

กัมพูชา	n	๘	๕๓	๑๐๙	๑๕๕	๑๔๘	๓.๘๑	๑.๐๕	มาก
	%	๑.๖๙	๑๑.๒๑	๒๓.๐๔	๓๒.๗๗	๓๑.๒๙			
ไทย	n	๗	๑๘	๑๑๘	๑๕๓	๑๐๒	๓.๘๒	๐.๙๓	มาก
	%	๑.๗๖	๔.๕๒	๒๙.๖๕	๓๘.๔๔	๒๕.๖๓			
บรูไน	n	๓๙	๓๙	๙๗	๙๗	๑๑๕	๓.๕๕	๑.๓๒	มาก
	%	๑๐.๐๐	๑๐.๐๐	๒๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๖	๑๒	๑๐๔	๘๕	๑๕๗	๓.๗๙	๑.๒๖	มาก
	%	๙.๒๓	๓.๑๗	๒๖.๓๙	๒๑.๖๔	๓๙.๕๘			
มาเลเซีย	n	๒๓	๓๒	๘๑	๑๐๒	๑๕๑	๓.๘๔	๑.๒๐	มาก
	%	๕.๙๑	๘.๒๓	๒๐.๘๒	๒๖.๒๒	๓๘.๘๒			
เมียนมา	n	๒๒	๗	๙๒	๕๖	๒๒๐	๔.๑๒	๑.๑๖	มาก
	%	๕.๕๔	๑.๗๖	๒๓.๑๗	๑๔.๑๑	๕๕.๔๒			
ลาว	n	๑๖	๒๘	๑๐๘	๑๖๔	๙๒	๓.๗๑	๑.๐๒	มาก
	%	๓.๙๒	๖.๘๖	๒๖.๔๗	๔๐.๒๐	๒๒.๕๕			
เวียดนาม	n	๖	๕๖	๑๖๑	๑๑๘	๘๖	๓.๕๒	๑.๐๐	มาก
	%	๑.๔๑	๑๓.๑๑	๓๗.๗๐	๒๗.๖๓	๒๐.๑๔			

๑๑๖. สถานที่ติดยาทะเล เช่น พักยา ภูเก็ต หรือหัวหิน (ต่อ)									
ประเทศ	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล	
สิงคโปร์	n	๘๙	๐	๘๙	๑๗๙	๓๐	๓.๑๕	๑.๓๔	ปาน
	%	๒๓.๐๘	๐.๐๐	๒๓.๐๘	๔๖.๑๕	๗.๖๙			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๒๕	๙๕	๑๔๙	๑๖๗	๓.๙๖	๑.๐๓	มาก
	%	๒.๘๘	๕.๕๐	๒๑.๒๐	๓๓.๒๕	๓๗.๑๗			
๑๑๗. ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ									
กัมพูชา	n	๘	๔๙	๑๐๖	๑๓๗	๑๗๓	๓.๘๘	๑.๐๗	มาก
	%	๑.๖๙	๑๐.๓๖	๒๒.๔๑	๒๘.๙๖	๓๖.๕๘			
ไทย	n	๑๐	๒๔	๑๒๐	๑๕๙	๘๕	๓.๗๒	๐.๙๕	มาก
	%	๒.๕๑	๖.๐๓	๓๐.๑๕	๓๙.๙๕	๒๑.๓๖			
บรูไน	n	๓๙	๐	๑๓๖	๙๗	๑๑๖	๓.๖๕	๑.๒๓	มาก
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๓๕.๐๐	๒๕.๐๐	๓๐.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๒๔	๑๐๒	๘๗	๑๔๗	๓.๗๓	๑.๒๖	มาก
	%	๘.๗๑	๖.๐๗	๒๕.๘๖	๒๒.๑๖	๓๗.๒๐			
มาเลเซีย	n	๒๕	๒๕	๑๐๗	๙๐	๑๔๒	๓.๗๗	๑.๑๙	มาก
	%	๖.๔๓	๖.๔๓	๒๗.๕๑	๒๓.๑๔	๓๖.๕๐			
เมียนมา	n	๒๒	๑๕	๘๘	๑๐๒	๑๗๐	๓.๙๖	๑.๑๔	มาก
	%	๕.๕๔	๓.๗๘	๒๒.๑๗	๒๕.๖๙	๔๒.๘๒			
ลาว	n	๑๘	๓๕	๑๓๑	๑๔๘	๗๖	๓.๕๖	๑.๐๓	มาก
	%	๔.๔๑	๘.๕๘	๓๒.๑๑	๓๖.๒๗	๑๘.๖๓			
เวียดนาม	n	๘	๗๗	๑๑๘	๑๓๙	๘๕	๓.๕๑	๑.๐๖	มาก
	%	๑.๘๗	๑๘.๐๓	๒๗.๖๓	๓๒.๕๕	๑๙.๙๑			
สิงคโปร์	n	๖๐	๖๐	๑๑๙	๖๐	๘๙	๓.๑๕	๑.๔๑	ปาน
	%	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘			กลาง
อินโดนีเซีย	n	๗	๑๓	๘๕	๑๗๔	๑๗๐	๔.๐๘	๐.๙๑	มาก
	%	๑.๕๗	๒.๘๘	๑๙.๑๑	๓๘.๗๔	๓๗.๗๐			
๑๑๘. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ									
กัมพูชา	n	๑๔	๕๒	๑๑๘	๑๑๗	๑๗๒	๓.๘๑	๑.๑๓	มาก
	%	๒.๙๖	๑๐.๙๙	๒๔.๙๕	๒๔.๗๔	๓๖.๓๖			
ไทย	n	๑๐	๒๓	๑๕๒	๑๓๘	๗๕	๓.๖๒	๐.๙๔	มาก
	%	๒.๕๑	๕.๗๘	๓๘.๑๙	๓๔.๖๗	๑๘.๘๔			
บรูไน	n	๓๙	๐	๑๓๖	๗๘	๑๓๖	๓.๗๐	๑.๒๖	มาก
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๓๕.๐๐	๒๐.๐๐	๓๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๔	๒๕	๙๓	๙๓	๑๔๙	๓.๗๖	๑.๒๖	มาก
	%	๘.๗๑	๖.๓๓	๒๓.๔๘	๒๓.๔๘	๓๗.๙๙			
มาเลเซีย	n	๒๕	๒๐	๗๓	๑๐๘	๑๖๓	๓.๙๔	๑.๑๘	มาก
	%	๖.๔๓	๕.๑๔	๑๘.๗๗	๒๗.๗๖	๔๑.๙๐			
เมียนมา	n	๒๒	๓๐	๖๙	๗๐	๒๐๖	๔.๐๓	๑.๒๒	มาก
	%	๕.๕๔	๗.๕๖	๑๗.๓๘	๑๗.๖๓	๕๑.๘๙			

๑๑๘. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ลาว	n	๑๗	๔๓	๑๑๔	๑๕๙	๗๕	๓.๕๗	๑.๐๔	มาก
	%	๔.๑๗	๑๐.๕๔	๒๗.๙๔	๓๘.๙๗	๑๘.๓๘			
เวียดนาม	n	๗	๓๖	๘๒	๒๐๒	๑๐๐	๓.๘๒	๐.๙๔	มาก
	%	๑.๖๔	๘.๔๓	๑๙.๒๐	๔๗.๓๑	๒๓.๔๒			
สิงคโปร์	n	๑๒๐	๕๙	๕๙	๕๙	๙๐	๒.๘๕	๑.๖๓	ปานกลาง
	%	๓๐.๗๗	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๒๓.๐๘			
อินโดนีเซีย	n	๑๑	๑๓	๑๐๒	๑๕๑	๑๗๒	๔.๐๒	๐.๙๘	มาก
	%	๒.๖๒	๒.๘๘	๒๒.๗๗	๓๓.๕๑	๓๘.๒๒			
๑๑๙. สถาบันเชิงจริมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร									
กัมพูชา	n	๗๘	๑๑๗	๑๑๙	๑๐๕	๕๔	๒.๘๗	๑.๒๕	ปานกลาง
	%	๑๖.๔๙	๒๔.๗๔	๒๕.๑๖	๒๒.๒๐	๑๑.๔๒			
ไทย	n	๑๖	๒๑	๑๓๕	๑๕๓	๗๓	๓.๖๒	๐.๙๘	มาก
	%	๔.๐๒	๕.๒๘	๓๓.๙๒	๓๘.๔๔	๑๘.๓๔			
บรูไน	n	๐	๕๘	๑๓๖	๕๘	๑๓๖	๓.๗๐	๑.๑๓	มาก
	%	๐.๐๐	๑๕.๐๐	๓๕.๐๐	๑๕.๐๐	๓๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๔๓	๓๐	๙๕	๘๒	๑๔๔	๓.๖๕	๑.๓๓	มาก
	%	๑๐.๘๒	๗.๖๕	๒๔.๐๑	๒๐.๘๔	๓๖.๖๘			
มาเลเซีย	n	๒๘	๒๑	๑๐๑	๙๗	๑๔๒	๓.๗๘	๑.๒๐	มาก
	%	๗.๒๐	๕.๔๐	๒๕.๙๖	๒๔.๙๔	๓๖.๕๐			
เมียนมา	n	๒๒	๑๖	๑๔๑	๘๖	๑๓๒	๓.๗๓	๑.๑๓	มาก
	%	๕.๕๔	๔.๐๓	๓๕.๕๒	๒๑.๖๖	๓๓.๒๕			
ลาว	n	๑๙	๓๙	๑๒๐	๑๖๐	๗๐	๓.๕๕	๑.๐๓	มาก
	%	๔.๖๖	๙.๕๖	๒๙.๔๑	๓๙.๒๒	๑๗.๑๖			
เวียดนาม	n	๘	๒๘	๑๑๘	๑๔๐	๑๓๓	๓.๘๕	๑.๐๐	มาก
	%	๑.๘๗	๖.๕๖	๒๗.๖๓	๓๒.๗๙	๓๑.๑๕			
สิงคโปร์	n	๖๐	๖๐	๐	๑๑๙	๑๔๘	๓.๖๒	๑.๕๖	มาก
	%	๑๕.๓๘	๑๕.๓๘	๐.๐๐	๓๐.๗๗	๓๘.๔๖			
อินโดนีเซีย	n	๑๓	๒๖	๑๔๗	๑๐๙	๑๕๔	๓.๘๑	๑.๐๖	มาก
	%	๒.๘๘	๕.๗๖	๓๒.๗๒	๒๔.๓๕	๓๔.๒๙			
ภาพรวมความต้องการรับชมเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย									
กัมพูชา	n	๐	๕๓	๑๖๑	๒๐๒	๕๗	๓.๖๕	๐.๗๘	มาก
	%	๐.๐๐	๑๑.๒๑	๓๔.๐๔	๔๒.๗๑	๑๒.๐๕			
ไทย	n	๖	๑๙	๑๓๑	๑๘๖	๕๖	๓.๗๕	๐.๗๕	มาก
	%	๑.๕๑	๔.๗๗	๓๒.๙๑	๔๖.๗๓	๑๔.๐๗			
บรูไน	n	๓๙	๐	๑๓๖	๑๑๖	๙๗	๓.๖๓	๑.๐๘	มาก
	%	๑๐.๐๐	๐.๐๐	๓๕.๐๐	๓๐.๐๐	๒๕.๐๐			
ฟิลิปปินส์	n	๓๖	๑๔	๙๘	๑๒๓	๑๒๓	๓.๗๕	๑.๑๖	มาก
	%	๙.๒๓	๓.๖๙	๒๔.๘๐	๓๑.๑๓	๓๑.๑๓			

ภาพรวมความต้องการรับชมเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย (ต่อ)									
ประเทศ		น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
มาเลเซีย	n	๒๑	๒๖	๙๗	๑๔๔	๑๐๑	๓.๗๕	๑.๐๖	มาก
	%	๕.๔๐	๖.๖๘	๒๔.๙๔	๓๗.๐๒	๒๕.๙๖			
เมียนมา	n	๒๒	๒๓	๖๘	๑๕๒	๑๓๒	๓.๙๗	๑.๐๒	มาก
	%	๕.๕๕	๕.๗๙	๑๗.๑๓	๓๘.๒๙	๓๓.๒๕			
ลาว	n	๑๔	๓๐	๑๔๒	๑๗๓	๔๙	๓.๕๒	๐.๙๑	มาก
	%	๓.๔๓	๗.๓๕	๓๕.๘๐	๔๒.๔๐	๑๒.๐๑			
เวียดนาม	n	๗	๖	๑๗๒	๑๙๓	๔๙	๓.๖๘	๐.๗๐	มาก
	%	๑.๖๔	๑.๔๑	๔๐.๒๘	๔๕.๒๐	๑๑.๔๘			
สิงคโปร์	n	๓๐	๑๔๙	๕๙	๑๑๙	๓๐	๓.๑๕	๑.๒๒	ปานกลาง
	%	๗.๖๙	๓๘.๔๖	๑๕.๓๘	๓๐.๗๗	๗.๖๙			
อินโดนีเซีย	n	๙	๘	๑๓๐	๒๑๔	๘๘	๓.๘๙	๐.๗๙	มาก
	%	๒.๐๙	๑.๘๓	๒๘.๘๐	๔๗.๖๔	๑๙.๖๓			

จากตาราง ๖.๓๔ เมื่อพิจารณาความต้องการรับชมเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทยของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวม พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.89$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.15$ เลือกดูในระดับน้อย) จากนั้นทำการพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการรับชมเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย รายข้อ โดยข้อ ๑ คือวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆมากที่สุด ($\bar{X} = 3.97$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 3.93$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.15$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๒ คือแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาพ เช่น เชียงใหม่ อยุธยา และสุโขทัย พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาพ เช่น เชียงใหม่ อยุธยา และสุโขทัยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศไทย ($\bar{X} = 3.92$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.00$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๓ คือสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหินมากที่สุด ($\bar{X} = 4.12$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.96$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.15$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๔ คือห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ พบว่าประเทศอินโดนีเซียเลือกดูเพราะห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพมากที่สุด ($\bar{X} = 4.08$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศเมียนมา ($\bar{X} = 3.96$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 3.15$ เลือกดูในระดับปานกลาง) ข้อ ๕ คือตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเพราะตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำมากที่สุด ($\bar{X} = 4.03$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 4.02$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ($\bar{X} = 2.85$ เลือกดูในระดับปานกลาง) และข้อ ๖ คือสถาบันบันเทิง

เรจรมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พยายามว่าประเทศเวียดนามเลือกดูเพราะสถาบันเท็งเรจรมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พยายามมากที่สุด ($\bar{X} = 3.85$ เลือกดูในระดับมาก) รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย ($\bar{X} = 3.81$ เลือกดูในระดับมาก) และน้อยที่สุดคือประเทศกัมพูชา ($\bar{X} = 2.87$ เลือกดูในระดับปานกลาง)

ตาราง ๖.๓๕ แสดงผลสรุปและลำดับความต้องการ องค์ประกอบเชิงพาณิชย์

องค์ประกอบเชิงพาณิชย์	$\bar{X}$	แปลผล	ลำดับ
สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	๓.๗๓	มาก	๒
มีภาพสวยประณีต	๓.๗๓	มาก	๒
มีนักแสดงหน้าตาดี	๓.๗๔	มาก	๑
ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	๓.๗๑	มาก	๓
แหล่งวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ อุทยานและสุโขทัย	๓.๖๕	มาก	๔
วัดไทยและวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ	๓.๖๕	มาก	๔
สถาบันเท็งเรจรมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร	๓.๖๒	มาก	๕
มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย	๓.๖๒	มาก	๕
ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ	๓.๖๐	มาก	๖
มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย	๓.๔๗	ปานกลาง	๗
เนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญ	๓.๑๒	ปานกลาง	๘
มีพระเอกนางเอกเป็นคนรวย	๓.๑๑	ปานกลาง	๙
เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี	๒.๘๘	ปานกลาง	๑๐
มีการแสดงออกที่มีการกอดจูบ	๒.๘๗	ปานกลาง	๑๐
มีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดีเป็นนักแสดงหลัก	๒.๘๓	ปานกลาง	๑๑
นักแสดงมีการแต่งกายโป้เปลือย	๒.๗๐	ปานกลาง	๑๒
นักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ	๒.๖๑	ปานกลาง	๑๓
เป็นการแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน	๒.๕๘	ปานกลาง	๑๔
เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนา	๒.๔๑	ปานกลาง	๑๕

จากตาราง ๖.๓๕ พบว่า องค์ประกอบเชิงพาณิชย์ซึ่งเป็นการต้องการมากที่สุดคือ ๕ อันดับแรกคือนักแสดงหน้าตาดี รองลงมาคือ มีภาพการผลิตสวยประณีตและสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน อันดับที่สามคือ สถานที่ท่องเที่ยวอย่างตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ และสิ่งที่ไม่ต้องการ ๓ อันดับสุดท้ายคือนักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบเป็นการแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนา

ตอนที่ ๕ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

การศึกษาความสัมพันธ์ในตอนนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ โดยเน้นศึกษา

เฉพาะกลุ่มที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับมาก กลุ่มที่เปิดรับพล็อตละครที่หลากหลาย และกลุ่มที่ต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ได้ผลดังนี้

๕.๑ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์และการเปิดรับพล็อต

ข้อสันนิฐานที่ ๓ พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ซึ่งการทดสอบได้พิจารณาด้วยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) ซึ่งตัวแปรที่จะนำมาพิจารณามีดังนี้

ตารางที่ ๖.๓๖ แสดงความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์กับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

Statistic test	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	๔๓๖๐๕.๙๘๔	๒๘๔๐๕	.๐๐๐
Pearson Correlation	๐.๕๘๖		.๐๐๐

จากตาราง ๖.๓๖ ผลการทดสอบพบว่าค่า Chi-Square มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ (พิจารณาจากค่า Sig. ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ๐.๐๑) หมายความว่าพฤติกรรมกาเปิดรับกับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับการรับพล็อตละครโทรทัศน์ที่หลากหลาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๕๘๖ (มีความสัมพันธ์ในระดับมาก) นั้นหมายความว่าพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับมาก หรือกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับที่ดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับการดูต้นฉบับทางอินเทอร์เน็ต (YouTube) มีการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ การดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ การดูละครโทรทัศน์และอ่านเรื่องย่อไปพร้อมกัน มีอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต เลือกดูละครโทรทัศน์ตามเพื่อนแนะนำ รวมทั้งดูเพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) เลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมาก คนกลุ่มนี้จะมีพฤติกรรมกาเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ที่หลากหลาย

๕.๒ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ข้อสันนิฐานที่ ๔ พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๖.๓๗ แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

Statistic test	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	๓๘๕๓๕.๕๐๗	๒๙๓๗๙	.๐๐๐
Pearson Correlation	๐.๕๒๑		.๐๐๐

จากตาราง ๖.๓๗ ผลการทดสอบพบว่าค่า Chi-Square มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ (พิจารณาจากค่า Sig. ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ๐.๐๑) หมายความว่าพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๕๒๑ (มีความสัมพันธ์ในระดับมาก) นั่นหมายความว่า พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับมากมีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ กลุ่มคนที่มพฤติกรรมกาเปิดรับที่ดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทางอินเทอร์เน็ต (YouTube) มีการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ การดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ การดูละครโทรทัศน์และอ่านเรื่องย่อไปพร้อมกัน มีอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต เลือกดูละครโทรทัศน์ตามเพื่อนแนะนำ รวมทั้งดูเพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) เลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจได้ง่าย อยู่ในระดับมาก คนกลุ่มนี้จะมีความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ที่หลากหลาย ด้วยเช่นกัน

๕.๓ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย

ข้อสันนิษฐานที่ ๕ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๖.๓๘ แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

Statistic test	Value	df	Sig.
Pearson Chi-Square	๓๕๙.๖๕.๘๘๓	๓๓๘๕๕	.๐๐๐
Pearson Correlation	๐.๕๐๐		.๐๐๐

จากตาราง ๖.๓๘ จากผลการทดสอบพบว่าค่า Chi-Square มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ (พิจารณาจากค่า Sig. ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ๐.๐๑) หมายความว่ากาเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ มี โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ ๐.๕๐๐ (มีความสัมพันธ์ในระดับมาก) นั่นหมายความว่า กาเปิดรับพล็อตที่หลากหลายมีความสัมพันธ์กับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ที่หลากหลายด้วยเช่นกัน

ผลการพิสูจน์ข้อสันนิษฐานทั้ง ๓ ทำให้เห็นว่า ทั้ง ๓ มิติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งนำมาสู่ข้อสรุปได้ว่า มิตร่วมทางวัฒนธรรมทั้ง ๓ มิติ มีความสัมพันธ์กันเป็นวงกลม

ตอนที่ ๖ คำถามปลายเปิด

แบบสอบถามได้ออกแบบให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ของไทยโดยเป็นคำถามที่ถาม ๒ ข้อคือ ๑.ละครไทยน่าชมเพราะ..... และ ๒.ละครไทยไม่น่าชมเพราะ.....ผลการตอบของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๖.๓๙ แสดงคำตอบถึงปัจจัยที่ทำให้ต้องการดูละครโทรทัศน์ไทยและไม่ต้องการดูละครโทรทัศน์ไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน แยกตามประเทศ ดังนี้

ประเทศกัมพูชา

สิ่งที่ทำให้ดูละครไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครไทย
นักแสดงสวยหล่อ แสดงให้เห็นเสื้อผ้าแพง โชว์ความรวย รถแพง ของใช้แพง โฮโฮ ประเทศมีการพัฒนา มีการวางแผนโครงเรื่องที่ดีตั้งแต่ต้นจนจบ นักแสดงดี บทดี ทำให้ดึงดูดผู้ชมได้จากต้นจนจบมีทุนสร้างที่สูง สถานที่ถ่ายทำสวยงาม น่าไปเที่ยว แสดงสังคมของเมืองไทย แสดงชีวิตจริง วัฒนธรรม การศึกษา ภาพสวย วิวสวย แสดงประวัติศาสตร์ ตลก โรแมนติก มีการต่อสู้ระหว่างผู้ร้ายกับคนดี ชอบ Happy ending ให้ความหมายดี แสดงให้เห็นความเป็นจริงของคนรวยและจน	มีความคิดแย้งเรื่องการเมืองและระหว่างประเทศ มีความขัดแย้งทำให้รู้สึกไม่ดี มีฉากแอ่งผู้ชาย ต้องการสามีรวย เกือบทุกเรื่อง ไม่น่าสนใจ แสดงแต่คนรวย ความรัก มีบทหวีดร้อง อิจฉา ตบตี ไม่ได้แสดงให้เห็นว่าเป็นคนมีการศึกษา มีบทของผู้ชายน้อยทำให้ต้องแอ่งกัน ควรมีบทของชนบทบ้าง ส่วนใหญ่เป็นแต่ในเมือง เรื่องยาวไป ลำดับชั้นในสังคม ผู้มีอำนาจ ช่มเห่งผู้อ่อนแอ ดาราแต่งหน้ามากเกินไป แต่งกายโป๊ มีการแสดงการจูบกอด ไม่ค่อยมีความรู้ในเรื่องที่แสดง มีเวทมนต์มากเกินไป บินได้เกินความจริง นักแสดงชายชอบตายตอนจบ พระเอกนางเอกไม่ค่อยได้อยู่ด้วยกัน เรื่องไม่ใช่เรื่องจริงในสังคมไทย บางตอนดูแปลกไม่น่าเป็นไปได้ สถานที่บางที่ บางฉากน่าเบื่อ มีความแตกต่างระหว่างกัมพูชากับไทย ไม่ได้ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีไป มีกลิ่นของตู้ร่ายมาก

ประเทศไทย

สิ่งที่ทำให้ดูละครไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครไทย
นักแสดงหน้าตาดี	น้ำเน่า เดาดอนจบได้ พล็อตเดิมๆ มีเนื้อหาตบจูบจำนวนมาก ฉากเดิมๆ น่าเบื่อ

ประเทศบรูไน

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
นักแสดงเป็นมืออาชีพในการแสดง ละครส่วนใหญ่จะรวมถึงแนวตลก นักแสดงและนักแสดงหญิงสวยงาม มีเนื้อหาเป็นเรื่องที่น่าสนใจ	บางครั้งก็ยากที่จะได้รับเรื่องตลกไทย ไม่เข้าใจความหมาย ไม่เข้าใจภาษา

ประเทศฟิลิปปินส์

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
นักแสดงสวยหล่อ นักแสดงหน้าตาดี และมีเสน่ห์ แสดงดีเป็นธรรมชาติ แสดงความเป็นจริง ความคาดหวัง โลเคชั่นดีสวย แสดงการพัฒนาของประเทศไทย แสดงชีวิตจริงในสังคม	คาดเดาตอนจบได้ บางครั้งละครย้อนไปย้อนมา หรือซ้ำไปซ้ำมา เป็นเรื่องที่ค่อนข้างคล้ายกัน ทำให้เมื่อดูไป ๒-๓ ตอนก็สามารถคาดการณ์ตอนต่อไปหรือตอนจบได้

ประเทศมาเลเซีย

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
พล็อตน่าสนใจ แสดงวัฒนธรรมและชีวิตมนุษย์ เรื่องราวเกี่ยวข้องกับชีวิตคนในปัจจุบัน นักแสดงหน้าตาดีแสดงเก่ง ชอบหนังผี สามารถเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับวัฒนธรรมและนอกจากนี้ยังมี ความแตกต่างในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย (ประเภทวิวัฒนาการ) เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ มีการหักมุม สร้างความแปลกใจภาษาเป็นอัตลักษณ์ น่าสนใจ เรื่องราวไม่เพียงเกี่ยวกับ เรื่องราวความรักของมัน แต่มันมีบทเรียนในการ เรียนรู้เช่นการเสียสละและอื่น ๆ แฝงอยู่ การ แสดงและพล็อตจะแตกต่างจากประเทศอื่น การ ถ่ายทำและการตัดต่อเป็นมืออาชีพ	พล็อตซ้ำไปมา เวลาพูด เสียงดังมาก เหมือน ตะโกน เนื้อเรื่องน่าเบื่อ เรื่องราวซ้ำ ไม่แปลก ใหม่ บางครั้งเป็นเรื่องยากที่จะเข้าใจเนื้อหาของ ละคร ดำเนินเรื่องซ้ำมาก บางส่วนเกี่ยวกับ ศาสนา

ประเทศลาว

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
ธรรมชาติสวยงาม นักแสดงสวย นักแสดงแต่ง กายดี แสดงบ้านเมืองที่ทันสมัย เนื้อหาสอนเรื่อง การดำเนินชีวิต ภาษาใกล้เคียงกันทำให้เข้าใจง่าย เนื้อเรื่องสะท้อนปัญหาสังคม	แต่งตัวโป๊ การแต่งหน้าไม่เหมาะกับบท เช่น ไป เดินป่าแต่หน้าแต่งสวย การแสดงของนักแสดง บางคนในโรงพยาบาล แต่สีหน้าดูไม่สนใจ ผู้ป่วย การแสดงบางทีดูน่าเบื่อ ฉากบางฉากไม่ สมจริง เช่นฉากลักพาตัวนักเรียน มีฉากอิจฉา ริษยามากเกินไป

ประเทศเมียนมา

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
สะท้อนชีวิตจริง ส่วนใหญ่จบแบบมีความสุขดารา สวย แสดงเป็นธรรมชาติ หน้าตาดี เรื่องดี เรื่องราว น่าสนใจ มีฉากธรรมชาติ วัฒนธรรมดี แต่งตัวดี แสดงดี มีเสน่ห์น่าสนใจ มีฉากบู๊ที่ดี โรแมนติก ตลก หนังผี แม่เมด ชอบหนังผี ตลก ชอบพีมาก ตลก และเป็นหนังผีไปพร้อมกัน มี ฉากสวย มีความหมายที่ดี ไม่สามารถเดาเรื่องได้ ทำให้ตื่นเต้น ความโบราณของไทย ชอบโรแมนติก พุดเรื่องเหนือธรรมชาติ แสดงให้เห็นพหุยา แพชั่น ฉากสวย เหมือนในชีวิตจริง ไทยและพม่า มีแนวคิดเหมือนกัน ทำให้เข้าใจง่าย ผี เวทมนต์ ดูเหมือนจริง ให้ความรู้สึกดี ตลกก็ทำได้เป็น ธรรมชาติ เรียนรู้ภาษาไทย ชอบ	มีภาพโป๊ ไม่เข้าใจภาษาไทย ภาษาไทยน่า รำคาญและไม่มีเสน่ห์ มีภาพความสกปรก มี ภาษาที่ยาก ตลกแบบไร้สาระ ไม่เป็นเหตุเป็น ผล โรแมนติกแต่ไม่เป็นธรรมชาติ Over acting แต่งหน้าจัด มีความเชื่อเรื่องผีสูงมาก เรื่อง เหนือธรรมชาติ แสดงเกินไปไม่สมบาท เรื่อง ดำเนินซ้ำ คาบเกี่ยวเวลา ดำเนินเรื่องเยิ่นเย้อ ยาว เชื่องช้า ไม่บอกว่าต้องการอะไร น่าเบื่อ การพากย์ไม่ดี ควรเป็น sub title มีเวทมนต์ มากเกินไป ไม่สมเหตุสมผล เกี่ยวข้องกับศาสนา บางอย่างไม่เหมือนคนไทย เหมือนต่างชาติ มี กระเทยมาก เรื่องไม่น่าสนใจ มีเพลงมาก พุดซ้ำ ไม่ชอบหนังบู๊ ดูน่ากลัว หนังซีรี่ย์ยาวเกินไป

ประเทศเมียนมา (ต่อ)

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
วัฒนธรรมไทยที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ชอบอะไรที่เกี่ยวกับศาสนา ตึกสวย วิวสวย ฝีมือได้น่ากลัว	หนังโรแมนติกไม่เป็นเหตุเป็นผล เรื่องไม่น่าสนใจหนังฉีหน้าขยะแขยง ไม่นับศาสนาพุทธ

ประเทศเวียดนาม

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
นักแสดงที่สวยงาม พล็อตดี ตลก นักแสดงสวยงาม เนื้อหาดี แปลกใหม่ มีการลงทุน เพลงประกอบเพราะ อาหารการกิน สะท้อนเรื่องราวของเกย์ทำให้ทราบถึงวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกันโครงเรื่องน่าสนใจ มีความคล้ายคลึงกันอย่างใกล้ชิดกับวัฒนธรรม มุมกล้องที่สวยงาม ไร่เรียงมองโลกในแง่ดี เรื่องราวมีความหมาย ทะเลที่สวยงาม มีเกาะที่สวยงาม แนวโรแมนติกน่ารัก วัฒนธรรมที่หลากหลาย ชอบตลาดพื้นเมือง ตลาดเสาร์อาทิตย์ แหล่งช้อปปิ้ง มีการแสดงที่แปลกใหม่ มวยไทย ความเชื่อทางวัฒนธรรม ทำบุญ ชอบช้างไทย แสดงออกถึงวัฒนธรรมดั้งเดิม วิถีชีวิต เช่น สงกรานต์ ตลาดน้ำ ได้ข้อคิดเพื่อนำมาสอนและปรับตัวเอง ชอบเวทมนตร์ หรืออำนาจพิเศษควบคุมสถานการณ์ ชอบเพลงไทย เรื่องแสดงถึงชีวิตจริงในสังคม ความรักของหนุ่มสาวนิรันดร์ ได้มาจากเรื่องพี่มาก..พระโขนง ชอบหนังเกี่ยวกับครอบครัว หนังสือให้ข้อมูลเกี่ยวกับราชวงศ์ แสดงความสัมพันธ์ที่แนบแน่นในครอบครัว	เนื้อไม่มีการเปลี่ยนแปลง พล็อตซ้ำไปมา มีการโอ้อวด มีของปลอมมาก พระเอกโง่เกินไปความคิดซ้ำ นักแสดงบางคนยังไม่เก่ง เนื้อเรื่องยาว ไม่เข้าใจภาษา เครื่องแต่งกายนักแสดงดูเยอะเยี่ยงยาก เพลงประกอบน่ารำคาญ เนื้อเรื่องคล้ายกันไปมา วิธีการแก้ไขสถานการณ์ที่ไม่แนชัด เรื่องการพัฒนา / การแสดงออกของตัวละคร การแสดงยาว ตัวอิจฉาที่พูดเกินจริง กริยามีการกระแทก บทคนใช้ แบ่งชั้นวรรณะ ขาดตรรกะ พล็อตมักจะยาวรายละเอียดจำนวน คำบรรยายภาพไม่ชัดเจน เนื้อหามักตามหาผู้ชายรวย บางครั้งไม่มีเหตุผลอยู่ห่างไกลจากความเป็นจริง ความยาวมาก มีเรื่องราวเกี่ยวกับรักร่วมเพศ เกย์มากและกระเทยมีมาก เนื้อหาของเพศที่สาม ข้อมูลบางอย่างก็ไม่จำเป็นต้องปรากฏ พวกเมียน้อย จันทราดรา มีความแตกต่างมากสำหรับคนรวยกับจน ไม่ชอบให้มีคนใช้ เวียดนามไม่มีชนชั้นในสังคมเหมือนไทยมีภาพที่ไม่สวย ควรแสดงภาพที่สวยงาม ไม่ชอบหนังผีไทย ไม่ชอบความเชื่อของไทยที่ค่อนข้างมากในเรื่องเชื่อผี หรือพระ ไม่ชอบให้โชว์ความร่ำรวยของคนไทย ไม่ชอบบุคลิกของชายไทยในภาพยนตร์ กักขฬะ ภาษาไทย เสียงแปลกๆ ไม่ชอบหนังบู๊ เพราะดูโหดร้ายรุนแรงไม่ชอบเกี่ยวกับหนังสงครามในอดีตของไทย ไม่ชอบผีเด็ก ไม่ชอบปัญหาของรัฐบาล ยาเสพติด โสเภณี

ประเทศสิงคโปร์

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
ทำให้เข้าใจวัฒนธรรมไทย มีองค์ประกอบของความสนุก ตลก	ปัญหาเรื่องภาษาที่ฟังไม่เข้าใจ

ประเทศอินโดนีเซีย

สิ่งที่ทำให้ดูละครโทรทัศน์ไทย	สิ่งที่ทำให้ไม่ดูละครโทรทัศน์ไทย
ชอบบางเรื่อง ตลก เรื่องน่าสนใจไม่อาจคาดการณได้ นักแสดงหน้าตาดีแสดงดี มี review จากอินเทอร์เน็ตในมุมที่ดี แสดงวัฒนธรรมไทย องค์ประกอบศิลป์น่าประทับใจ พล็อตน่าสนใจ น่าประทับใจ ละครไทยสามารถสื่อถึงอารมณ์และสร้างอารมณ์ร่วมได้ดีและมีพล็อตที่ไม่ซ้ำกัน ภาษาและวัฒนธรรมน่าสนใจ แสดงภาพชีวิตประจำวัน โรแมนติกผิไทย น่าสนใจ มีภาษาและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ ไม่เหมือนใคร แสดงศิลปะของไทย (องค์บาก) เรื่องราวมีความแปลกไม่เคยดูมาก่อนตอนจบมักจบแบบมีความสุข ชอบวัฒนธรรม มีหลากหลายประเภท เรื่องและการดำเนินเรื่องดี ชอบเพลงประกอบละคร รวมทั้งเพลงที่แทรกอยู่ในเนื้อเรื่อง แสดงถึงปัญหาที่พบในชีวิตประจำวัน บางครั้งนำเรื่องราวจริงของคนทั่วไปมาแสดง มีอัตลักษณ์ แสดงสถานที่อย่างพิถีพิถัน เรื่องราวผสมกันไปมา สร้างอารมณ์ที่ลึกซึ้ง เนื้อเรื่องหักมุมไปมา สนุกสนานแต่แฝงด้วยคำสอน เรื่องแสดงคำสอนที่ดีตอนจบนักแสดงหน้าคล้ายกับคนอินโดนีเซีย	หาแหล่งดาวโหลดละครยาก ไม่เข้าใจภาษาละคร เป็นแนวดรามามากเกินไป โบราณ น่ากลัว ประหลาด เรื่องไม่น่าสนใจ มีเรื่องเกี่ยวกับ เกย์ กะเทย ตูต มาก ปัญหาเรื่องภาษา แต่ชื่นชอบละครเกาหลีมากกว่า มีเรื่องของรักเพศเดียวกัน เยอะ ไม่ชอบภาษาไทย ไม่เข้าใจ subtitle ภาษาไทยน่าเบื่อมักเป็นเรื่องราวของคนนอกหัก เทียบกับละครจากประเทศอื่น แสดงแบบไม่เป็นธรรมชาติ over acting ไม่เข้าใจเนื้อเรื่อง ไม่ค่อยมีคอมพิวเตอร์กราฟฟิกส์ เนื้อเรื่องน่าเบื่อ มีแต่หนังผี สยดสยอง ไม่เข้าใจเรื่องราว เนื่องจากไม่ได้มีฉายทั่วไป ทำให้ต้องดูละครทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ไม่เข้าใจ subtitle ว่าหมายถึงอะไร พล็อตไม่ดี บางครั้งนักแสดงหน้าตาไม่ดี ละครของประเทศอื่นน่าสนใจกว่าเวลาในการดูสั้นมาก บางครั้งนำเสนอเรื่องแปลก และไม่ต่อเนื่อง ไม่เข้าใจตลกที่แฝงมาในละคร น่าเบื่อ ภาษาน่ารำคาญและเข้าใจยาก มีศิลป์มากเกินไป ไม่สามารถปรับให้เข้ากับประเทศอื่นได้ (ไม่เป็นสากล) เรื่องราวเกี่ยวกับการทำแท้งมากเกินไป เสี่ยงพายุไม่เหมาะกับหน้านักแสดง

จากตารางที่ ๖.๓๙ คำถามปลายเปิดที่กลุ่มตัวอย่างเขียนด้วยตนเองนั้นทำให้เห็นว่า สิ่งที่ทำให้ประชาชนในแต่ละประเทศดูละครโทรทัศน์ไทยนั้น บางครั้งกลับไปเป็นสิ่งที่ทำให้คนไม่ดูละครไทย แต่ส่วนใหญ่พบว่า นักแสดง เนื้อเรื่อง สภาพแวดล้อม เช่น วัฒนธรรม เทคโนโลยีหรือสถานที่ท่องเที่ยว และภาษา เป็นสิ่งสำคัญในการทำให้ประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนเกิดการเลือกดูหรือไม่เลือกดูละครไทย

ในบทต่อไปจะเป็นการนำผลที่ได้จากสำรวจไปทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเพื่อจัดกลุ่ม สำหรับทำการทดสอบสมมติฐานชั่วคราว อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการจัดมิติร่วมทางวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

บทที่ ๗
การทดสอบสมมติฐานชั่วคราวและ
การจัดมิติทางวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

บทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒.๒ เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต (plots) และความต้องการเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒.๓ เพื่อสร้างสมมติฐานมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าว ในบทนี้จึงได้ออกแบบให้มีกระบวนการศึกษาด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) เพื่อทดสอบ (verified grounded theory) สมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) สำหรับการสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งจะมีการศึกษาแบ่งเป็น ๒ ตอนดังนี้

ตอนที่ ๑ การค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรม ในบทนี้จะได้นำมาวิเคราะห์เพื่อทำการจัดกลุ่ม เพื่อค้นหามิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน โดยได้วางแผนเพื่อทำการจัดกลุ่มใน ๒ ลักษณะคือ จัดกลุ่มตัวแปร และจัดกลุ่มประเทศ โดยวิธีการจัดกลุ่มทั้ง ๒ ได้ใช้สถิติที่แตกต่างกันดังนี้

๑. การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรเพื่อตรวจสอบยืนยันการมีโครงสร้างเดียวกันหรือมีมิติร่วมกัน ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรพล็อตและตัวแปรเนื้อหาทางวัฒนธรรม^๑ ทำการตรวจสอบด้วยสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) เพื่อค้นหาและยืนยันโครงสร้างเดียวกันหรือมีมิติว่ามีร่วมกัน

ทำการพิจารณาผลจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) ภายใต้เงื่อนไขของการมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าความเที่ยงของโครงสร้าง (construct reliability : p_c) ที่สูงกว่า ๐.๖๐ และความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average variance extracted : p_v) มีค่าสูงกว่า ๐.๕๐ (ยูทธ ไกยวรรณ์, ๒๕๕๗ : ๓๓๐)

๒. การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มประเทศที่ประชาชนมีพฤติกรรมคล้ายคลึง โดยสถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ การวิเคราะห์กลุ่ม (cluster analysis) และการวิเคราะห์จำแนก (Discriminant analysis) เป้าหมายคือ กลุ่มย่อยๆ หรือมิติต่างๆ ภายใต้ภาพรวมของประเทศอาเซียน การดำเนินงานมีลำดับการวิเคราะห์ดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ วิเคราะห์จัดกลุ่มหน่วยตัวอย่างด้วยสถิติการวิเคราะห์กลุ่ม (Cluster analysis) โดยใช้เทคนิค K-mean ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับวิเคราะห์หน่วยตัวอย่างตั้งแต่ ๒๐๐ หน่วยขึ้นไป (ยูทธ ไกยวรรณ์, ๒๕๕๗ : ๕๘๑) การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดให้มี ๓ กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีพฤติกรรมในระดับมาก ระดับปานกลาง และระดับน้อย

^๑ การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ทำการยืนยันปัจจัยร่วมสำหรับกลุ่มตัวแปรพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ เนื่องจากมีตัวแปรเดียว และการมีตัวแปรเดียวก็บ่งบอกถึงการมีมิติเดียวแล้ว

ขั้นตอนที่ ๒ เป็นการวิเคราะห์เพื่อยืนยันความถูกต้องเหมาะสมของผลการจัดกลุ่มในขั้นตอนที่ ๑ ทำการตรวจสอบด้วยสถิติการวิเคราะห์จำแนก (discriminant analysis) โดยได้แบ่งการพิจารณาออกเป็น ๔ ส่วนย่อย ดังนี้ (ทรงศักดิ์ ภูศรีอ่อน, ๒๕๕๔ : ๓๑๖-๓๒๐)

๑) ทดสอบความสามารถในการจำแนกกลุ่มของตัวแปรอิสระ ซึ่งได้ตรวจสอบจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอล (canonical correlation) โดยพิจารณามีค่าเข้าใกล้ ๑

๒) ทดสอบความสามารถจำแนกกลุ่มของฟังก์ชันที่สร้างขึ้น โดยพิจารณาจากค่า Wilk's lambda ซึ่งควรมีค่าเข้าใกล้ ๐

๓) ตรวจสอบระยะห่างมากน้อยของค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (group centroids) ระยะห่างกันมากจะบ่งบอกถึงฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี และ

๔) ตรวจสอบประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ยิ่งค่าเข้าใกล้ ๑๐๐ จะบ่งบอกถึงความแม่นยำของสมการจำแนก

การแปลความหมายและสัญลักษณ์

สถิติการวิเคราะห์ การแปลความหมาย และสัญลักษณ์ที่ใช้ภายในการวิเคราะห์ประกอบด้วย

๑). การจัดระดับภายในกลุ่มเดียวกันโดยใช้ค่า factor score

๒). แปลงคะแนน z-score แปลงกลับไปเป็นคะแนนดิบ ($Z - Score = \frac{X - \bar{X}}{SD}$)

๓). แปลความหมายของคะแนนภายใต้เกณฑ์ดังนี้

คะแนนดิบ	คะแนนมาตรฐาน (z-score)	แปลผล
ตั้งแต่ ๓.๕๑ ขึ้นไป	ตั้งแต่ ๐.๓๑๔ ขึ้นไป	มาก
๒.๕๑ - ๓.๕๐	-๐.๙๐๒ ถึง ๐.๓๑๓	ปานกลาง
น้อยกว่า ๒.๕๑	น้อยกว่า -๐.๙๐๒	น้อย

๔). สัญลักษณ์ในการแปลความหมาย

H	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจในระดับมาก
M	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจในระดับปานกลาง
L	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจในระดับน้อย
M&H	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ให้ความสนใจในระดับปานกลางแนวโน้มไปในทิศทางมาก ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดี
M&L	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจแบ่งเป็น ๒ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ให้ความสนใจในระดับปานกลางแนวโน้มไปในทิศทางน้อย ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ไม่ค่อยดี
MH	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจในระดับปานกลางแนวโน้มไปในทิศทางมาก
ML	หมายถึง	ประชาชนให้ความสนใจในระดับปานกลางแนวโน้มไปในทิศทางน้อย

๓. ผลการการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์เพื่อยืนยันโครงสร้างของกลุ่มตัวแปร ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรพล็อตละครโทรทัศน์ที่มีการเปิดรับและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยดังนี้

ส่วนที่ ๑. การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มตัวแปรเพื่อตรวจสอบยืนยันการมีโครงสร้างเดียวกันหรือมีมิติร่วมกัน ซึ่งจะทำให้การวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรพล็อตและตัวแปรความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

๑.๑ กลุ่มตัวแปรพล็อตละครโทรทัศน์ ที่ต้องการเปิดรับ ประกอบด้วย

- X_๑) ละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา
- X_๒) ละครโทรทัศน์พล็อตผี
- X_๓) ละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น
- X_๔) ละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย
- X_๕) ละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์
- X_๖) ละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง

ทำการตรวจสอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาดังนี้

ตารางที่ ๗.๑ แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) และความเที่ยงรายข้อของโครงสร้าง (squared multiple correlation) กลุ่มตัวแปรพล็อตละครโทรทัศน์

ตัวแปร	loading	SMC	
X _๑	๐.๗๐๖**	๐.๔๙๘	
X _๒	๐.๗๐๘**	๐.๕๐๒	
X _๓	๐.๔๙๙**	๐.๒๔๙	
X _๔	๐.๕๕๕**	๐.๓๐๗	
X _๕	๐.๕๘๕**	๐.๓๔๑	
X _๖	๐.๕๘๘**	๐.๓๔๖	
$\rho_V = ๐.๓๗๔, \rho_C = ๐.๗๗๙$			RMSEA=๐.๐๐๑, CFI=๑.๐๐๐, AGFI=๐.๙๙๗

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑

จากตาราง ๗.๑ การตรวจสอบคุณภาพของโมเดลการวัดการเปิดรับพล็อตด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ในช่วง ๐.๔๙๙ – ๐.๗๐๘ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ (พิจารณาจากค่า t-value > ± ๒.๕๘) และมีค่าความเที่ยงของโครงสร้าง (Construct reliability : ρ_c) เท่ากับ ๐.๗๗๙ (> ๐.๖) แสดงว่าทั้ง ๖ ตัวแปรที่นำมาพิจารณามีส่วนร่วมในการวัดระดับพล็อตละครโทรทัศน์ที่การเปิดรับ เมื่อพิจารณาความแปรปรวนที่สกัดได้ (ρ_v) เท่ากับ ๐.๓๗๔ (ต้องมีค่า > ๐.๕ แต่ก็ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้) ดังนั้นจากภาพรวมทั้งหมดสรุปได้ว่า ตัวแปรพล็อตทั้ง ๖ มีโครงสร้างร่วมกัน หรือจัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน

๑.๒ กลุ่มตัวแปรความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ ประกอบด้วย

- X_๑) เนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย
- X_๒) เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย
- X_๓) เนื้อหาเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย
- X_๔) เนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหารไทย
- X_๕) เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย
- X_๖) เนื้อหาเกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย
- X_๗) เนื้อหาเกี่ยวกับคตินิยมบ้านของไทย
- X_๘) เนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาไทย
- X_๙) เนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งงานไทย
- X_{๑๐}) เนื้อหาเกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย

ตารางที่ ๗.๒ แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (loading) และความเที่ยงรายข้อของโครงสร้าง (squared multiple correlation) กลุ่มตัวแปรเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยสากล

ตัวแปร	loading	R ^๒	
X _๑	๐.๕๖๙**	๐.๓๒๔	
X _๒	๐.๗๐๗**	๐.๕๐๐	
X _๓	๐.๗๒๕**	๐.๕๒๖	
X _๔	๐.๗๗๒**	๐.๕๙๖	
X _๕	๐.๗๙๔**	๐.๖๓๐	
X _๖	๐.๗๙๖**	๐.๖๓๔	
X _๗	๐.๘๖๗**	๐.๗๕๒	
X _๘	๐.๖๗๕**	๐.๔๕๖	
X _๙	๐.๗๖๓**	๐.๕๘๒	
X _{๑๐}	๐.๘๕๐**	๐.๗๒๓	
$\rho_v = 0.572$, $\rho_c = 0.530$			RMSEA=0.072, CFI=0.930, AGFI=0.941

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑

จากตาราง ๗.๒ เป็นการตรวจสอบคุณภาพของโมเดลการวัดวัฒนธรรม ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ) อยู่ในช่วง ๐.๕๖๙ – ๐.๘๖๗ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .๐๑ (พิจารณาจากค่า t-value > ± 2.58) และมีค่าความเที่ยงของโครงสร้าง (Construct reliability : ρ_c) เท่ากับ ๐.๕๓๐ (> ๐.๖) แสดงว่าทั้ง ๑๐ ตัวแปรที่นำมาพิจารณามีส่วนร่วมในการวัดคุณลักษณะด้านวัฒนธรรม เมื่อพิจารณาความแปรปรวนที่สกัดได้ (ρ_v) เท่ากับ ๐.๕๗๒ (> ๐.๕) ดังนั้นจากภาพรวมทั้งหมดสรุปได้ว่าทั้ง ๑๐ ตัวแปร มีโครงสร้างร่วมกัน หรือจัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน และถือว่าเป็นโมเดลการวัดที่มีคุณภาพเพราะมีค่าความเที่ยง และความแปรปรวนที่สกัดได้มีค่าค่อนข้างสูง

ส่วนที่ ๒. การวิเคราะห์เพื่อจัดกลุ่มประเทศที่ประชาชนมีพฤติกรรมคล้ายคลึง

การวิเคราะห์ผลในส่วนนี้ เป็นการตรวจสอบประเทศที่ประชาชนมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์และความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย โดยประเทศที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันจะถูกจัดไว้ในกลุ่มเดียวกัน ส่วนประเทศที่มีลักษณะที่แตกต่างออกไปจะถูกจัดไว้ในกลุ่มที่ต่างกัน ดังนี้

๒.๑ ผลการวิเคราะห์กลุ่มพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ของประเทศในกลุ่มอาเซียน

การวิเคราะห์แบ่งเป็น ๒ ส่วน

ส่วนที่ ๑ แสดงการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบความคล้ายคลึงของประเทศในกลุ่มอาเซียน ทั้ง ๑๐ ประเทศ

ส่วนที่ ๒ แสดงการตรวจสอบความถูกต้องของการแบ่งกลุ่มที่ได้จากส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย ดังนี้

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์

ตาราง ๑A แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๐.๑๕๖	๑.๐๑๔	-๑.๕๗๙
แปลผล	ปานกลาง	มาก	น้อย

จากตาราง ๑A ข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ในระดับปานกลาง มาก และน้อย

ตาราง ๒A แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	ปานกลาง	มาก	น้อย
ปานกลาง	-	๑.๑๗๑	๑.๔๒๓
มาก	๑.๑๗๑	-	๒.๕๙๓
น้อย	๑.๔๒๓	๒.๕๙๓	-

จากตาราง ๒A ระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๑๗๑ – ๒.๕๙๓ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๙๓ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๑๗๑

ตาราง ๓A แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
	๑๓๕๔.๒๐๕	๒	๗๗๑๐.๖๑๒	.๐๐๐

ตาราง ๓A เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มปานกลาง มาก และน้อย ซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งหมายความว่า พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔A แสดงกลุ่มและระดับพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ของประเทศในกลุ่มอาเซียน

ประเทศ	พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์			แปลผล
	ปานกลาง	มาก	น้อย	
กัมพูชา	๒๕๑	๘๙	๑๓๓	M&L
ไทย	๑๕๙	๒๒๒	๑๗	M&H
บรูไน	๙๗	๒๙๑	๐	M&H
ฟิลิปปินส์	๑๕๒	๒๒๒	๒๐	M&H
มาเลเซีย	๑๗๕	๑๖๒	๕๒	M&H
เมียนมา	๑๖๗	๑๕๗	๗๓	M&H
ลาว	๑๔๘	๒๙	๒๓๑	M&L
เวียดนาม	๒๖๘	๑๔๐	๑๙	M&H
สิงคโปร์	๘๙	๒๖๘	๓๐	M&H
อินโดนีเซีย	๒๔๙	๑๔๓	๕๗	M&H

ตาราง ๔A เป็นการพิจารณาความคล้ายคลึงกันพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศ ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียนแบ่งได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนมีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับปานกลาง แนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนมีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับปานกลาง แนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และลาวซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่ไม่ค่อยดี

สำหรับกลุ่มที่ ๒ จะทำการพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับปานกลางของกลุ่มที่ ๒ ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก มาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ^๒ ถือเป็นสารสนเทศที่สำคัญให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตารางต่อไปนี้

^๒ การประมาณแนวโน้ม คือ การประมาณการภาพรวมทั้งประเทศว่าประชาชนมีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ไปในทิศทางใด เช่น ๖๑.๑๐% (แนวโน้มไปในทิศทางน้อย) พิจารณาจากการนำจำนวนกลุ่มกลางที่มีแนวโน้มไปในทิศทางน้อย (ML) ไปรวมกับกลุ่มน้อย (ในตาราง ๔A) จากนั้นนำไปเทียบกับจำนวนทั้งหมดในประเทศนั้นๆ เพื่อหาร้อยละ

แนวโน้มที่ดี คือ มีแนวโน้มการเปิดรับละครโทรทัศน์ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตไปในระดับสูง และแนวโน้มที่ไม่ค่อยดี คือ มีแนวโน้มการเปิดรับละครโทรทัศน์ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตไปในระดับต่ำ

ตาราง ๕A แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมากและน้อยโดยนำกลุ่มปานกลางร่วมพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง		ประมาณแนวโน้ม		
	คะแนนกลุ่มกลาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ	แนวโน้ม	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๑๘	๔๗.๐๑	๒๕๑	๕๓.๐๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๓๘	๑๕.๑๔	๓๘	๘.๐๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๕	๓๗.๘๕	๑๘๔	๓๘.๙๐ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๖๕	๔๓.๙๒	๒๙๖	๗๒.๕๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๒๕	๑๖.๙๐	๒๕	๖.๑๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๘	๓๙.๑๙	๘๗	๒๑.๓๒ (H)

จากตาราง ๕A พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศกัมพูชาและลาวมีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๕๓.๐๗ และ ๗๒.๕๕ ตามลำดับ โดยประเทศกัมพูชา มีประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ร้อยละ ๓๘.๙๐ ส่วนประเทศลาวมีการเปิดรับละครโทรทัศน์เพียงร้อยละ ๒๑.๓๒

ตาราง ๖A แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่มมาก	แนวโน้มไปกลุ่มน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

ตาราง ๗A แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๖๙๗	๐.๙๐๘

ตาราง ๗A เป็นการทดสอบว่าตัวแปรอิสระ (พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์) สามารถจำแนกกลุ่ม (กลุ่มที่ได้จากการวิเคราะห์กลุ่ม (cluster analysis) ดังตาราง ๑A) ได้ดีเพียงใด จากตารางพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๐๘ ซึ่งมีความสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘A แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๗๖	๕๗(๑๒.๓๘๓)	๒	.๐๐๐

ตาราง ๘A การทดสอบว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้หรือไม่ ซึ่งถ้าค่า Wilk's lambda มีค่าน้อย จะบ่งบอกถึงฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ผลการทดสอบพบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๗๖ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙A แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
ปานกลาง	-.๓๗๒
มาก	๒.๔๒๑
น้อย	-๓.๗๖๘

ตาราง ๙A การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (group centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๗๕๓ ถึง ๖.๑๘๙ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒A ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐A แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	ปานกลาง	มาก	น้อย
ปานกลาง	๑๔๖๔	๑๐	๖๐
มาก	๐	๑๑๕๙	๐
น้อย	๐	๐	๕๙๓
%ปานกลาง	๙๕.๔๔	๐.๖๕	๓.๙๑
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%น้อย	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๗.๘๗%			

ตาราง ๑๐A การบ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง มากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๗.๘๗%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเชื่อถือได้ของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศอาเซียน

๒.๒ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรการเปิดรับพลีอแต่ละครโทททัศน์ของกลุ่มประเทศ

อาเซียน

ตัวแปรในกลุ่มการเปิดรับพลีอที่มีทั้งหมด ๖ ตัวแปร ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์แต่ละตัวแปรเรียงตามลำดับดังนี้

๑. ละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา
๒. ละครโทรทัศน์พล็อตผี
๓. ละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น
๔. ละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย
๕. ละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์
๖. ละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง

๒.๒.๑ ละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา

การวิเคราะห์ได้แบ่งเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ แสดงการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรพล็อตศาสนา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามการเปิดรับพล็อตศาสนา

ตาราง ๑B แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๔๙๐	๑.๐๕๐	-๐.๑๖๗
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากตาราง ๑B ข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา ในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒B แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๕๔๑	๑.๓๒๓
มาก	๒.๕๔๑	-	๑.๒๑๗
ปานกลาง	๑.๓๒๓	๑.๒๑๗	-

จากตาราง ๒B ระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๑๗ – ๒.๕๔๑ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๔๑ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๑๗

ตาราง ๓B แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

การเปิดรับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
พล็อตศาสนา	๑๓๔๗.๕๕๓	๒	๗๔๘๙.๖๘๗	.๐๐๐

ตาราง ๓B เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลาง ซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔B แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พล็อตศาสนา			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๑๖๘	๕๖	๒๔๙	M&L
ไทย	๓๖	๑๗๘	๑๘๔	M&H
บรูไน	๑๙	๑๓๖	๒๓๓	M&H
ฟิลิปปินส์	๓๒	๒๑๗	๑๔๕	M&H
มาเลเซีย	๖๖	๑๖๒	๑๖๑	M&H
เมียนมา	๔๖	๒๑๖	๑๓๕	M&H
ลาว	๑๙๒	๖๐	๑๕๖	M&L
เวียดนาม	๒๘	๑๕๒	๒๔๗	M&H
สิงคโปร์	๓๐	๑๑๙	๒๓๘	M&H
อินโดนีเซีย	๗๒	๑๐๘	๒๖๙	M&H

ตาราง ๔B ผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของกลุ่มประเทศอาเซียนแบ่งได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา ส่วนอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา

ดังนั้นจึงนำประเทศอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ และประเทศในกลุ่มที่ ๒ ไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับปานกลาง มาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕B

ตาราง ๕B แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๙๙	๓๙.๗๖	๒๖๗	๕๖.๔๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๐	๒๔.๑๐	๖๐	๑๒.๖๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๐	๓๖.๑๔	๑๔๖	๓๐.๘๗ (H)

ตาราง ๕B แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา (ต่อ)

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๒๙	๑๘.๕๙	๒๒๑	๕๔.๑๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๗	๓๐.๑๓	๔๗	๑๑.๕๒ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๘๐	๕๑.๒๘	๑๔๐	๓๔.๓๑ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๕๓	๑๙.๖๕	๑๒๕	๒๗.๗๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๗	๓๒.๓๑	๘๗	๑๙.๓๗ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๒๙	๔๘.๐๔	๒๓๗	๕๒.๘๘ (H)

จากตาราง ๕B พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศอินโดนีเซียเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๕๒.๘๘ มีเพียงร้อยละ ๒๗.๗๕ ที่ไม่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา ส่วนในประเทศกัมพูชา และลาว ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๔๕ และ ๕๔.๑๗ ตามลำดับ โดยประเทศกัมพูชามีประชาชนที่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาเพียงร้อยละ ๓๐.๘๗ ส่วนประเทศลาวสนใจเพียงร้อยละ ๓๔.๓๑

ตาราง ๖B แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่มมาก	แนวโน้มไปกลุ่มน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการเปิดรับพล็อตศาสนา

ตาราง ๗B แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๕๖๙	๐.๙๐๖

จากตาราง ๗B พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๐๖ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘B แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๘๐	๕๖๓๗.๕๐๑	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘B พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๘๐ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙B แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๕๑๖
มาก	๒.๔๗๘
ปานกลาง	-๐.๓๙๔

ตาราง ๙B การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (group centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๘๗๒ ถึง ๕.๙๙๔ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒B ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐B แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๖๓๐	๐	๐
มาก	๐	๑๑๓๖	๐
ปานกลาง	๘	๒	๑๕๑๐
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๐.๕๓	๐.๑๓	๙๙.๓๔
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๙.๗๐%			

ตาราง ๑๐B บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๙.๗๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศอาเซียน

๒.๒.๒ ละครโททัศน์พล็อตพี

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความ เที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามการเปิดรับพล็อตผี

ตาราง ๑C แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๕๐๑	๑.๐๑๔	-๐.๑๒๒
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลตาราง ๑C มูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒C แสดงเมตริกยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๕๑๕	๑.๓๗๙
มาก	๒.๕๑๕	-	๑.๑๓๖
ปานกลาง	๑.๓๗๙	๑.๑๓๖	-

จากตาราง ๒C เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๑๓๖ – ๒.๕๑๕ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๑๕ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๑๓๖

ตาราง ๓C แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

การเปิดรับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
พล็อตผี	๑๓๓๑.๙๓๑	๒	๗๐๓๙.๘๖๙	.๐๐๐

ตาราง ๓C เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลาง ซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔C แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พล็อตผี			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๑๓๘	๕๙	๒๗๖	M&L
ไทย	๔๕	๒๒๖	๑๒๗	M&H
บรูไน	๕๔	๖๓	๒๗๑	M&H
ฟิลิปปินส์	๕๘	๑๖๘	๑๕๓	M&H
มาเลเซีย	๗๓	๑๖๔	๑๕๒	M&H
เมียนมา	๘๕	๑๖๒	๑๕๐	M&H
ลาว	๑๖๔	๕๒	๑๙๒	M&L
เวียดนาม	๑๙	๑๗๐	๒๓๘	M&H
สิงคโปร์	๑๑๙	๑๔๙	๑๑๙	M&H
อินโดนีเซีย	๗๔	๑๕๖	๒๑๙	M&H

ตาราง ๔C ผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของกลุ่มประเทศอาเซียนแบ่งได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดีในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา สิงคโปร์เวียดนาม และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดี ส่วนประเทศบรูไนซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดีในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดี

ดังนั้นจึงนำประเทศบรูไนในกลุ่มที่ ๑ และประเทศในกลุ่มที่ ๒ ไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดีในระดับปานกลาง มาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕C

ตาราง ๕C แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง ร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๒๔	๔๔.๙๓	๒๖๒	๕๕.๓๙ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๗	๒๐.๖๕	๕๗	๑๒.๐๕ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๕	๓๔.๔๒	๑๕๔	๓๒.๕๖ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๕๘	๒๑.๔๓	๙๗	๒๕.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๑๖	๔๒.๘๕	๑๑๖	๓๐.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๗	๓๕.๗๑	๑๗๕	๔๕.๐๐ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๑๐๑	๕๒.๖๐	๒๖๕	๖๔.๙๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๒๗	๑๔.๐๖	๒๗	๖.๖๒ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๖๔	๓๓.๓๓	๑๑๖	๒๘.๔๓ (H)

จากตาราง ๕C พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศบรูไนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดีในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๔๕ มีเพียงร้อยละ ๒๕ ที่ไม่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตดี ส่วนในประเทศกัมพูชา และลาว ประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดี ในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๓๙ และ ๖๔.๙๕ ตามลำดับ โดยประเทศกัมพูชามีประชาชนที่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตดี คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๕๖ ส่วนประเทศลาวสนใจละครโทรทัศน์พล็อตดี ร้อยละ ๒๘.๔๓

ตาราง ๖C แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตดี

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่มมาก	แนวโน้มไปกลุ่มน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		

ตาราง ๖C แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผี (ต่อ)

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
มาเลเซีย	😊		
เมียนมา	😊		
ลาว		😞	
เวียดนาม	😊		
สิงคโปร์			😞
อินโดนีเซีย	😊		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการเปิดรับพล็อตผี

ตาราง ๗C แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๒๘๙	๐.๙๐๑

จากตาราง ๗C พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๐๑ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘C แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๘๙	๕๔๖๘.๐๖๒	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘C พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๘๐ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙C แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๔๕๐
มาก	๒.๓๓๑
ปานกลาง	-๐.๒๘๑

ตาราง ๙C การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๖๑๒ ถึง ๕.๗๘๑ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒C ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐C แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๖๔๖	๐	๕
มาก	๐	๑๑๔๓	๐
ปานกลาง	๐	๐	๑๔๙๒

ตาราง ๑๐C แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก (ต่อ)

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
%น้อย	๙๙.๒๓	๐	๐.๗๗
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๙.๘๐%			

ตาราง ๑๐C บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๙.๘๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศอาเซียน

๒.๒.๓ ละครโทรทัศน์พลีตวัยรุ่น

การวิเคราะห์ที่ได้แบ่งเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ แสดงการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรพลีตวัยรุ่น และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามการเปิดรับพลีตวัยรุ่น

ตาราง ๑D แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๕๕๕	๑.๐๓๒	-๐.๒๐๙
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากตาราง ๑D ข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดรับละครโทรทัศน์พลีตวัยรุ่น ในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒D แสดงเมตริกยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๕๘๗	๑.๓๔๖
มาก	๒.๕๘๗	-	๑.๒๔๐
ปานกลาง	๑.๓๔๖	๑.๒๔๐	-

จากตาราง ๒D เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๔๐ – ๒.๕๘๗ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๘๗ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๔๐

ตาราง ๓D แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

การเปิดรับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
พลีตวัยรุ่น	๑๓๓๑.๙๓๑	๒	๗๐๓๙.๘๖๙	.๐๐๐

ตาราง ๓D เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และ ปานกลาง ซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่ม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔D แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พล็อตวัยรุ่น			แปลผล
	น้อย	มาก	กลาง	
กัมพูชา	๑๔๘	๔๙	๒๗๖	M&L
ไทย	๒๓	๒๑๔	๑๖๑	M&H
บรูไน	๙	๑๐	๓๖๙	-
ฟิลิปปินส์	๕๒	๑๗๐	๑๗๒	M&H
มาเลเซีย	๕๙	๑๖๘	๑๖๒	M&H
เมียนมา	๗๗	๒๒๘	๙๒	M&H
ลาว	๘๒	๑๘๓	๑๔๓	M&H
เวียดนาม	๖๕	๘๓	๒๗๙	M&H
สิงคโปร์	๗๐	๗๙	๒๓๘	-
อินโดนีเซีย	๘๖	๑๐๓	๒๖๐	M&H

ตาราง ๔D ผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นของกลุ่มประเทศอาเซียนแบ่งได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และลาวซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น ส่วนเวียดนาม และอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น

สำหรับประเทศบรูไน และสิงคโปร์ยังไม่สามารถระบุกลุ่มได้อย่างชัดเจน จึงนำไปตรวจสอบในขั้นตอนต่อไป

ดังนั้นจึงนำประเทศเวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ และประเทศในกลุ่มที่ ๒ พร้อมทั้งประเทศบรูไนที่ไม่สามารถระบุกลุ่มได้ไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีโครงเกี่ยวกับวัยรุ่นในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตารางต่อไปนี้

ตาราง ๕D แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๖๐	๒๑.๗๔	๒๐๘	๔๓.๙๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๙	๒๘.๖๒	๗๙	๑๖.๗๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๓๗	๔๙.๖๔	๑๘๖	๓๙.๓๒ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๓๙	๑๐.๕๓	๓๙	๑๐.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๕๕	๔๒.๑๑	๑๕๕	๔๐.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๗๕	๔๗.๓๗	๑๙๔	๕๐.๐๐ (H)
เวียดนาม	<๓.๐๐ (ML)	๕๐	๑๗.๙๒	๑๑๕	๒๖.๙๓ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๒	๒๙.๓๙	๘๒	๑๙.๒๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๔๗	๕๒.๖๙	๒๓๐	๕๓.๘๖ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๖๐	๒๕.๐๐	๑๑๙	๓๐.๗๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๐	๒๕.๐๐	๖๐	๑๕.๓๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๑๘	๕๐.๐๐	๒๐๘	๕๓.๘๕ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๒๔	๙.๐๕	๑๐๙	๒๔.๓๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๑	๒๓.๕๓	๖๑	๑๓.๖๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๗๕	๖๗.๔๒	๒๗๙	๖๒.๐๔ (H)

จากตาราง ๕D พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศบรูไน เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๐, ๕๓.๘๖, ๕๓.๘๕ และ ๖๒.๐๔ ตามลำดับ โดยประเทศบรูไนมีประชาชนที่ไม่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นเพียงร้อยละ ๑๐.๐๐ ประเทศเวียดนามมีเพียงร้อยละ ๒๖.๙๓ ประเทศสิงคโปร์มีเพียงร้อยละ ๓๐.๗๗ และประเทศอินโดนีเซีย มีเพียงร้อยละ ๒๔.๓๕ ส่วนในประเทศกัมพูชาประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๙๗ ส่วนประชาชนที่สนใจคิดเป็นร้อยละ ๓๙.๓๒ ซึ่งถือว่าอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ตาราง ๖D แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว	☺		
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

ตาราง ๗D แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๘๕๔	๐.๙๑๑

จากตาราง ๗D พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๑ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘D แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๗๑	๕๘๐๑.๕๒๘	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘D พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๗๑ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙D แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๗๖๑
มาก	๒.๔๙๖
ปานกลาง	-๐.๕๐๕

ตาราง ๙D การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๓.๐๐๑ ถึง ๖.๒๕๗ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒D ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐D แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๕๗๙	๐	๕
มาก	๐	๑๑๘๑	๐
ปานกลาง	๐	๐	๑๕๒๖
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๑๐๐%			

ตาราง ๑๐D บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๑๐๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๒.๔ ละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวย

การวิเคราะห์ได้แบ่งเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ แสดงการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรพล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวย และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามการเปิดรับพล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวย

ตาราง ๑E แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	๑.๐๒๑	-๐.๓๑๕	-๑.๖๖๖
แปลผล	มาก	ปานกลาง	น้อย

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยในระดับมาก ปานกลาง และน้อย

ตาราง ๒E แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	มาก	ปานกลาง	น้อย
มาก	-	๑.๓๓๖	๒.๖๘๖
ปานกลาง	๑.๓๓๖	-	๑.๓๕๐
น้อย	๒.๖๘๖	๑.๓๕๐	-

จากตาราง ๒E เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๓๓๖ – ๒.๖๘๖ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๖๘๖ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๓๓๖

ตาราง ๓E แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

การเปิดรับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
พล็อตสังคมคนรวย	๑๓๔๕.๑๘๗	๒	๗๔๒๖.๙๔๑	.๐๐๐

ตาราง ๓E เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มมาก ปานกลาง และน้อยซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวย ของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มแตกต่างกัน

ตาราง ๔E แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พล็อตสังคมคนรวย			แปลผล
	มาก	กลาง	น้อย	
กัมพูชา	๗๖	๒๙๓	๑๐๔	M&L
ไทย	๒๒๔	๑๕๑	๒๓	M&H
บรูไน	๑๑๗	๒๕๒	๑๙	M&H
ฟิลิปปินส์	๑๗๑	๑๘๐	๔๓	M&H
มาเลเซีย	๑๘๙	๑๐๕	๙๕	M&H
เมียนมา	๑๖๐	๑๘๕	๕๒	M&H

ตาราง ๔E แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยของกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

ประเทศ	พล็อตสังคมคนรวย			แปลผล
	มาก	กลาง	น้อย	
ลาว	๑๔๑	๒๐๙	๕๘	M&H
เวียดนาม	๑๔๖	๒๕๒	๒๙	M&H
สิงคโปร์	๘๙	๒๖๘	๓๐	M&H
อินโดนีเซีย	๑๔๒	๒๕๓	๕๔	M&H

ตาราง ๔E ผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยของกลุ่มประเทศอาเซียนแบ่งได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวย ส่วนสิงคโปร์ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย

ดังนั้นจึงนำประเทศสิงคโปร์ในกลุ่มที่ ๑ และประเทศในกลุ่มที่ ๒ ไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ต่อไปนี้

ตาราง ๕E แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๑๒	๓๘.๒๓	๒๑๖	๔๕.๖๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๘	๒๖.๖๒	๗๘	๑๖.๔๙ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๐๓	๓๕.๑๕	๑๗๙	๓๗.๘๔ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๐	๐	๓๐	๗.๖๙ (L)
	๓.๐๐ (M)	๓๐	๑๑.๑๑	๓๐	๗.๖๙ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๒๓๘	๘๘.๘๙	๓๒๗	๘๔.๖๒ (H)

จากตาราง ๕E พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศสิงคโปร์เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๘๔.๖๒ มีประชาชนที่ไม่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยเพียงร้อยละ ๗.๖๙ ส่วนในประเทศกัมพูชาประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตเกี่ยวกับสังคมคนรวยในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๖๗ ส่วนประชาชนที่สนใจคิดเป็นร้อยละ ๓๗.๘๔ ซึ่งถือว่าอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ตาราง ๖E แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว	☺		
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการเปิดรับพล็อตสังคมคนรวย

ตาราง ๗E แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๕๒๔	๐.๙๐๕

จากตาราง ๗E พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๐๕ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘E แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๘๑	๕๖๑๑.๒๗๑	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘E พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๘๑ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙E แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
มาก	๒.๓๙๘
ปานกลาง	-๐.๗๔๒
น้อย	-๓.๙๑๔

ตาราง ๙E การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (group centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหาระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่างพบว่าอยู่ในช่วง ๓.๑๔๐ ถึง ๖.๓๑๒ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒E ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐E แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
มาก	๑๒๓๑	๐	๕
ปานกลาง	๐	๑๔๕๘	๑๔๗
น้อย	๐	๐	๔๕๐
%มาก	๑๐๐	๐	๐
%ปานกลาง	๐	๙๐.๘๔	๙.๑๖
%น้อย	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๕.๕๐%			

ตาราง ๑๐E บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๕.๕๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๒.๕ ละครโททัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามการเปิดรับ (plot) แนววิทยาศาสตร์

ตาราง ๑F แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๐.๐๘๘	-๑.๓๘๗	๑.๑๔๓
แปลผล	ปานกลาง	น้อย	มาก

จากข้อมูลตาราง ๑F สามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับปานกลาง น้อย และมาก

ตาราง ๒F แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	ปานกลาง	น้อย	มาก
ปานกลาง	-	๑.๒๙๙	๑.๒๓๑
น้อย	๑.๒๙๙	-	๒.๕๓๑
มาก	๑.๒๓๑	๒.๕๓๑	-

จากตาราง ๒F เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๙๙ – ๒.๕๓๑ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๓๑ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๓๑

ตาราง ๓F แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

การเปิดรับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
พล็อตแนววิทยาศาสตร์	๑๓๗๙.๖๗๕	๒	๘๖๑๖.๙๑๗	.๐๐๐

ตาราง ๓F เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มปานกลาง น้อย และมากซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔F แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พล็อตแนววิทยาศาสตร์			แปลผล
	ปานกลาง	น้อย	มาก	
กัมพูชา	๒๒๘	๑๙๙	๔๖	M&L
ไทย	๑๖๕	๒๔	๒๐๙	M&H
บรูไน	๒๙๑	๔๗	๕๐	-
ฟิลิปปินส์	๑๖๘	๓๕	๑๙๐	M&H
มาเลเซีย	๑๒๙	๘๙	๑๗๑	M&H
เมียนมา	๑๗๒	๑๓๒	๙๓	M&L
ลาว	๑๕๕	๑๔๖	๑๐๗	M&L
เวียดนาม	๒๗๙	๔๗	๑๐๑	M&H
สิงคโปร์	๒๓๘	๗๓	๗๖	-
อินโดนีเซีย	๒๕๙	๗๕	๑๑๕	M&H

ตาราง ๔F เป็นการพิจารณาความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศ ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และเวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ ส่วนอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา เมียนมา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์

สำหรับประเทศบรูไน และสิงคโปร์ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าอยู่กลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อย เพราะมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพื่อหาข้อสรุป

ดังนั้นจึงนำประเทศอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ และประเทศที่ไม่สามารถระบุกลุ่มได้ชัดเจนไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีพล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้ง

ประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕F

ตาราง ๕F แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๘๖	๓๗.๗๒	๒๘๕	๖๐.๒๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๕	๒๘.๕๑	๖๕	๑๓.๗๔ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๗	๓๓.๗๗	๑๒๓	๒๖.๐๐ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๗๗	๒๖.๖๗	๑๑๖	๓๐.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๓๖	๔๖.๖๗	๑๓๖	๓๕.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๗	๒๖.๖๗	๑๓๖	๓๕.๐๐ (H)
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๒๓	๑๓.๓๗	๑๕๕	๓๙.๐๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๙๗	๕๖.๔๐	๙๗	๒๔.๔๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๒	๓๐.๒๓	๑๔๕	๓๖.๕๒ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๑๗	๑๐.๙๗	๑๖๓	๓๙.๙๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๓๐	๑๙.๓๕	๓๐	๗.๓๕ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๐๘	๖๙.๖๘	๒๑๕	๕๒.๗๐ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๖๐	๒๕.๐๐	๑๑๙	๓๐.๗๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๑๙	๕๐.๐๐	๑๑๙	๓๐.๗๗ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๖๐	๒๕.๐๐	๑๔๙	๓๘.๔๖ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๑๙	๗.๒๗	๙๔	๒๐.๙๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๐	๒๓.๑๘	๖๐	๑๓.๓๕ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๘๐	๖๙.๕๕	๒๙๕	๖๕.๗๑ (H)

จากตาราง ๕F พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศลาว และอินโดนีเซียเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๕๒.๗๐ และ ๖๕.๗๑ ตามลำดับ โดยประเทศลาวมีประชาชนที่ไม่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ร้อยละ ๓๙.๙๕ และอินโดนีเซียมีเพียงร้อยละ ๒๐.๙๔

ส่วนประเทศกัมพูชาประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๖๐.๒๖ ส่วนประชาชนที่สนใจคิดเป็นร้อยละ ๒๖.๐๐

นอกจากนี้ยังมีประเทศที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าอยู่กลุ่มใดเพราะกลุ่มน้อย และกลุ่มมากมีสัดส่วนที่ต่างกันน้อยมาก ได้แก่ ประเทศบรูไนมีจำนวนกลุ่มน้อย (๑๑๖ คน) และกลุ่มมาก (๑๓๖ คน) ต่างกันแค่ ๒๐ คน จากจำนวนทั้งหมด ๓๘๘ คน ประเทศเมียนมามีจำนวนกลุ่มน้อย (๑๕๕ คน) และกลุ่มมาก (๑๔๕ คน) ต่างกันแค่ ๑๐ คน จากจำนวนทั้งหมด ๓๙๗ คน และประเทศสิงคโปร์มีจำนวนกลุ่มน้อย (๑๑๙ คน) และกลุ่มมาก (๑๔๙ คน) ต่างกันแค่ ๓๐ คน จากจำนวนทั้งหมด ๓๘๗ คน

ตาราง ๖F แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากละครโทรทัศน์ที่มีโครงเกี่ยวกับแนววิทยาศาสตร์

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน			☹
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา			☹
ลาว	☺		
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์			☹
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการเปิดรับพล็อตแนววิทยาศาสตร์

ตาราง ๗F แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๕.๒๔๙	๐.๙๑๗

จากตาราง ๗F พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคัล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๗ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘F แสดงค่าแสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๖๐	๖๐๑๖.๐๕๘	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘F พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๖๐ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙F แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
ปานกลาง	-๐.๒๑๙
น้อย	-๓.๔๖๖
มาก	๒.๘๕๘

ตาราง ๙F การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (group centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๓.๐๗๗ ถึง ๖.๓๒๔ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒F ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐F แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	ปานกลาง	น้อย	มาก
ปานกลาง	๑๕๑๒	๔	๑๗
น้อย	๐	๗๓๙	๐
มาก	๐	๐	๑๐๑๔
%ปานกลาง	๙๘.๖๓	๐.๒๖	๑.๑๑
%น้อย	๐	๑๐๐	๐
%มาก	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๙.๓๖%			

ตาราง ๑๐F บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๙.๓๖%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๒.๖ ละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามการเปิดรับพล็อตความขัดแย้ง

ตาราง ๑G แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๕๗๙	๑.๐๔๒	-๐.๑๒๓
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลตาราง ๑G สามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒G แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๖๒๑	๑.๔๕๖
มาก	๒.๖๒๑	-	๑.๑๖๕
ปานกลาง	๑.๔๕๖	๑.๑๖๕	-

จากตาราง ๒G เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๑๖๕ – ๒.๖๒๑ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๖๒๑ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๑๖๕

ตาราง ๓G แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

การเปิดรับละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
พล็อตความขัดแย้ง	๑๓๖๑.๒๕๒	๒	๗๙๔๔.๙๑๕	.๐๐๐

ตาราง ๓G เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔G แสดงกลุ่มและระดับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พล็อตความขัดแย้ง			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๗๙	๖๗	๓๒๗	M&L
ไทย	๑๙	๒๐๘	๑๗๑	M&H
บรูไน	๖๙	๖๗	๒๕๒	-
ฟิลิปปินส์	๒๖	๒๒๗	๑๒๖	M&H
มาเลเซีย	๓๓	๑๗๐	๑๘๖	M&H
เมียนมา	๑๖๒	๑๐๔	๑๓๑	M&L
ลาว	๒๑๕	๓๙	๑๕๔	M&L
เวียดนาม	๑๖	๑๕๙	๒๕๒	M&H
สิงคโปร์	๖๐	๑๔๙	๑๗๘	M&H
อินโดนีเซีย	๕๕	๑๔๐	๒๕๔	M&H

ตาราง ๔G เป็นการพิจารณาความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศ ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับปานกลาง แนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับปานกลาง แนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา เมียนมา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง

สำหรับประเทศบรูไนไม่สามารถระบุกลุ่มได้ชัดเจน จึงนำไปตรวจสอบเพิ่มเติมเพื่อพิจารณาจัดกลุ่มได้อย่างถูกต้อง

ดังนั้นจึงนำประเทศในกลุ่มที่ ๒ และประเทศบรูไนมาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีโครงเกี่ยวกับความขัดแย้งในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕G

ตาราง ๕G แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง
ร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๓๕	๔๑.๒๘	๒๑๔	๔๕.๒๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๐	๑๒.๒๓	๔๐	๘.๔๖ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๕๒	๔๖.๔๘	๒๑๙	๔๖.๓๐ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๑๓๖	๕๓.๘๕	๒๑๓	๕๕.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๙๗	๓๘.๔๖	๙๗	๒๕.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๙	๗.๖๙	๗๘	๒๐.๐๐ (H)
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๔๗	๓๕.๘๘	๒๐๙	๕๒.๖๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๖	๓๕.๑๑	๔๖	๑๑.๕๙ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๓๘	๒๙.๐๑	๑๔๒	๓๕.๗๗ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๗๐	๔๕.๔๕	๒๘๕	๖๙.๘๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๓๑	๒๐.๑๓	๓๑	๗.๖๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๓	๓๔.๔๒	๙๒	๒๒.๕๕ (H)

จากตาราง ๕G พบว่าประเทศบรูไน เมียนมา และลาวประชาชนส่วนใหญ่เปิดรับละคร
โทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๕๕.๐๐, ๕๒.๖๔ และ ๖๙.๘๕ ตามลำดับ
โดยประเทศบรูไนมีประชาชนที่สนใจละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งเพียงร้อยละ ๒๐.๐๐ ประเทศ
เมียนมาสนใจร้อยละ ๓๕.๗๗ และประเทศลาวสนใจเพียงร้อยละ ๒๒.๕๕

นอกจากนี้ยังมีประเทศที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าอยู่กลุ่มใดเพราะกลุ่มน้อย และกลุ่มมากมี
สัดส่วนที่ต่างกันน้อยมาก ได้แก่ ประเทศกัมพูชามีจำนวนกลุ่มน้อย (๒๑๔ คน) และกลุ่มมาก (๒๑๙
คน) ต่างกันแค่ ๕ คน จากจำนวนทั้งหมด ๔๓๓ คน

ตาราง ๖G แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความ
ขัดแย้ง

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา			☹
ไทย	☺		
บรูไน		☹	
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา		☹	
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการ
เปิดรับพลัดความขัดแย้ง

ตาราง ๗G แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๘๔๐	๐.๙๑๐

จากตาราง ๗G พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๐ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘G แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๗๑	๕๗๙๓.๖๓๐	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘G พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๗๑ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙G แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๘๑๕
มาก	๒.๕๑๗
ปานกลาง	-๐.๒๙๗

ตาราง ๙G การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา
ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง
พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๘๑๔ ถึง ๖.๓๓๒ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้
เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒G ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐G แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๖๐๓	๐	๐
มาก	๐	๑๑๐๑	๐
ปานกลาง	๔๔	๑๖	๑๕๒๒
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๒.๗๘	๑.๐๑	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๘.๑๗%			

ตาราง ๑๐G บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก
น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๘.๑๗%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า
ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง
แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓ ผลการวิเคราะห์กลุ่มตัวแปรความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ทางวัฒนธรรมไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ตัวแปรวัฒนธรรมไทยสากลที่สามารถนำมาเสริมในเนื้อหาเพื่อกระตุ้นความต้องการการเปิดรับละครโทรทัศน์มีทั้งหมด ๑๐ ตัวแปร ซึ่งจะทำการวิเคราะห์ทีละตัวแปรเรียงตามลำดับดังนี้

๑. เนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย
๒. เนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย
๓. เนื้อหาเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย
๔. เนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหารไทย
๕. เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย
๖. เนื้อหาเกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย
๗. เนื้อหาเกี่ยวกับคติชาวบ้านของไทย
๘. เนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาไทย
๙. เนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งงานไทย
๑๐. เนื้อหาเกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย
- ๒.๓.๑ เนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย

ตาราง ๑H แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๓๒๒	๑.๑๙๓	๐.๐๘๐
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒H แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๕๑๔	๑.๔๐๒
มาก	๒.๕๑๔	-	๑.๑๑๓
ปานกลาง	๑.๔๐๒	๑.๑๑๓	-

จากตาราง ๒H เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๑๑๓ – ๒.๕๑๔ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๑๔ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๑๑๓

ตาราง ๓H แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

ความต้องการเปิดรับเนื้อหา	Mean Square	df	F	Sig.
ละครโทรทัศน์เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย	๑๓๘๒.๘๔๓	๒	๘๗๔๒.๐๗๙	.๐๐๐

ตาราง ๓H เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และ ปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยทั้ง ๓ กลุ่มแตกต่างกัน ตาราง ๔H แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๑๐๕	๔๗	๓๒๑	M&L
ไทย	๓๔	๒๐๓	๑๖๑	M&H
บรูไน	๑๙	๑๕๕	๒๑๔	M&H
ฟิลิปปินส์	๗๗	๑๓๐	๑๘๗	M&H
มาเลเซีย	๑๔๓	๖๘	๑๗๘	M&L
เมียนมา	๘๔	๑๓๙	๑๗๔	M&H
ลาว	๒๖๕	๓๔	๑๐๙	M&L
เวียดนาม	๗๗	๑๔๐	๒๑๐	M&H
สิงคโปร์	๑๐๒	๑๐๖	๑๗๙	-
อินโดนีเซีย	๑๐๒	๑๑๔	๒๓๓	M&H

ตาราง ๔H ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียนแบ่งได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เมียนมา และ เวียดนาม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย ส่วนอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย

สำหรับประเทศสิงคโปร์ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าอยู่กลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพราะมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพื่อหาข้อสรุป

ดังนั้นจึงนำประเทศอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ และประเทศที่ไม่สามารถระบุกลุ่มได้ชัดเจนไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕H

ตาราง ๕H แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๙๖	๖๑.๐๖	๓๐๑	๖๓.๖๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๓	๑๓.๔๐	๔๓	๙.๐๙ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๘๒	๒๕.๕๕	๑๒๙	๒๗.๒๗ (H)
มาเลเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๔๘	๒๖.๙๗	๑๙๑	๔๙.๑๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๑	๒๘.๖๕	๕๑	๑๓.๑๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๙	๔๔.๓๘	๑๔๗	๓๗.๗๙ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๖๖	๖๐.๕๕	๓๓๑	๘๑.๑๓ (L)
	๓.๐๐ (M)	๒๖	๒๓.๘๕	๒๖	๖.๓๗ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๗	๑๕.๖๐	๕๑	๑๒.๕๐ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๖๐	๓๓.๓๓	๑๗๙	๔๖.๑๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๑๙	๖๖.๖๗	๑๑๙	๓๐.๗๗ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๐	๐	๘๙	๒๓.๐๘ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๖๖	๒๘.๒๘	๑๖๘	๓๗.๔๓ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๑๓	๔๘.๔๘	๑๑๓	๒๕.๑๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๔	๒๓.๒๓	๑๖๘	๓๗.๔๓ (H)

จากตาราง ๕H พบว่าประเทศกัมพูชา มาเลเซีย ลาว และสิงคโปร์ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ ๖๓.๖๔, ๔๙.๑๐, ๘๑.๑๓, ๔๖.๑๕ ตามลำดับ ส่วนประชาชนที่สนใจละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยในประเทศกัมพูชาคิดเป็นร้อยละ ๒๗.๒๗ ประเทศมาเลเซียร้อยละ ๓๗.๗๙ ประเทศลาวมีเพียงร้อยละ ๑๒.๕๐ ประเทศสิงคโปร์ร้อยละ ๒๓.๐๘ และประเทศอินโดนีเซียร้อยละ ๓๗.๔๓

นอกจากนี้ยังมีประเทศที่ไม่สามารถสรุปได้ว่าอยู่กลุ่มใดเพราะกลุ่มน้อย และกลุ่มมากมีสัดส่วนที่เท่ากัน ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซียมีจำนวนกลุ่มน้อย ๑๖๘ คน และกลุ่มมาก ๑๖๘ คน จากจำนวนทั้งหมด ๔๔๙ คน

ตาราง ๖H แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่มมาก	แนวโน้มไปกลุ่มน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย		☹	
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	

ตาราง ๖H แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย (ต่อ)

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
เวียดนาม	😊		
สิงคโปร์		😞	
อินโดนีเซีย			😞

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทย

ตาราง ๗H แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๕.๓๒๖	๐.๙๑๘

จากตาราง ๗H พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๘ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘H แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๕๘	๖๐๕๕.๘๗๑	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘H พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๕๘ ซึ่งหมายความว่าจำแนกได้ดี และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙H แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๓๒๓
มาก	๒.๙๙๙
ปานกลาง	๐.๒๐๒

ตาราง ๙H การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหาระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่างพบว่าอยู่ในช่วง ๒.๗๙๗ ถึง ๖.๓๒๒ ซึ่งห่างกันมากแสดงให้เห็นว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒H ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐H แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๘๗๔	๐	๐
มาก	๐	๘๖๔	๐
ปานกลาง	๔๙	๑๓	๑๔๘๖
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๓.๑๗	๐.๘๔	๙๕.๙๙
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๘.๑๑%			

ตาราง ๑๐H บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๘.๑๑%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๒ เนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้ายหรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มประเทศในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

ตาราง ๑๑ แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๔๙๔	๑.๑๐๕	-๐.๑๔๓
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลตาราง ๑๑ สามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง ตาราง ๑๒ แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๕๙๙	๑.๓๕๑
มาก	๒.๕๙๙	-	๑.๒๔๘
ปานกลาง	๑.๓๕๑	๑.๒๔๘	-

จากตาราง ๑๒ เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๔๘ – ๒.๕๙๙ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๙๙ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๔๘

ตาราง ๑๓ แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย	Mean Square	df	F	Sig.
	๑๓๗๘.๑๕๐	๒	๘๕๕๗.๗๒๖	.๐๐๐

ตาราง ๑๓ เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔I แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาแสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๑๐๖	๗๖	๒๙๑	M&L
ไทย	๑๘	๑๙๙	๑๘๑	M&H
บรูไน	๕๘	๑๓๖	๑๙๔	M&H
ฟิลิปปินส์	๖๗	๑๖๔	๑๕๓	M&H
มาเลเซีย	๖๗	๑๔๘	๑๗๔	M&H
เมียนมา	๑๖๓	๘๕	๑๔๙	M&L
ลาว	๑๓๗	๖๖	๒๐๕	M&L
เวียดนาม	๓๘	๑๑๓	๒๗๖	M&H
สิงคโปร์	๑๕๒	๑๔๖	๘๙	-
อินโดนีเซีย	๔๐	๒๓๖	๑๗๓	M&H

ตาราง ๔I ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่สิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา เมียนมา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

สำหรับประเทศสิงคโปร์ไม่สามารถระบุได้ชัดเจนว่าอยู่กลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพราะมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพื่อหาข้อสรุป

ดังนั้นจึงนำประเทศในกลุ่มที่ ๒ และประเทศที่ไม่สามารถระบุกลุ่มได้ชัดเจนไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕I

ตาราง ๕I แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๒๐	๔๑.๒๔	๒๒๖	๔๗.๗๘ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๐	๒๗.๔๙	๘๐	๑๖.๙๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๑	๓๑.๒๗	๑๖๗	๓๕.๓๑ (H)

ตาราง ๕! แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง
ร่วมในการพิจารณา (ต่อ)

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๗๓	๔๘.๙๙	๒๓๖	๕๙.๔๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๒	๓๔.๙๐	๕๒	๑๓.๑๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๒๔	๑๖.๑๑	๑๐๙	๒๗.๔๖ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๔๐	๑๙.๕๑	๑๗๗	๔๓.๓๘ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๐๐	๔๘.๗๘	๑๐๐	๒๔.๕๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๖๕	๓๑.๗๑	๑๓๑	๓๒.๑๑ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๑๑๕	๖๖.๖๗	๒๓๘	๖๑.๕๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๐	๐	๐	๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๘	๓๓.๓๓	๑๔๙	๓๘.๔๖ (H)

จากตาราง ๕! พบว่าประเทศกัมพูชา เมียนมา ลาว และสิงคโปร์ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการ
เปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ
๔๗.๗๘, ๕๙.๔๕, ๔๓.๓๘ และ ๖๑.๕๔ ตามลำดับ ส่วนประชาชนที่สนใจละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับสิ่งทอ
และเครื่องประดับของไทยในประเทศกัมพูชาคิดเป็นร้อยละ ๓๕.๓๑ ประเทศเมียนมาร้อยละ ๒๗.๔๖
ประเทศลาวร้อยละ ๓๒.๑๑ และประเทศสิงคโปร์ร้อยละ ๓๘.๔๖

ตาราง ๖! แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาสิ่งทอและเครื่องประดับ
ของไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา		☹	
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์		☹	
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการ
พิจารณาจากเนื้อหาสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย

ตาราง ๗! แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๕.๒๑๓	๐.๙๑๖

จากตาราง ๗ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๖ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี ตาราง ๘ แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๖๑	๕๙๙๗.๐๖๐	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘ พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๖๑ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตาราง ๙ แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๗๒๓
มาก	๒.๗๕๔
ปานกลาง	-๐.๓๕๖

ตาราง ๙ การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหาระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่างพบว่าอยู่ในช่วง ๓.๑๑๐ ถึง ๖.๔๗๗ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒ ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ตาราง ๑๐ แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๖๓๗	๐	๐
มาก	๐	๑๐๖๖	๐
ปานกลาง	๐	๐	๑๕๘๓
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๑๐๐%			

ตาราง ๑๐ บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๑๐๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๓ เนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย

ตาราง ๑) แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๖๐๘	๑.๐๖๘	-๐.๑๙๓
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลตาราง ๑) สามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่มคือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒) แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๖๗๖	๑.๔๑๕
มาก	๒.๖๗๖	-	๑.๒๖๑
ปานกลาง	๑.๔๑๕	๑.๒๖๑	-

จากตาราง ๒) เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๖๑ – ๒.๖๗๖ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๖๗๖ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๖๑

ตาราง ๓) แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย	๑๓๘๗.๕๕๕	๒	๘๙๓๓.๙๗๕	.๐๐๐

ตาราง ๓) เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔) แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน^๓

ประเทศ	เนื้อหาแสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๙๒	๕๘	๓๒๓	M&L
ไทย	๑๘	๒๐๑	๑๗๙	M&H
บรูไน	๕๘	๑๙๔	๑๓๖	M&H
ฟิลิปปินส์	๕๐	๑๘๓	๑๖๑	M&H
มาเลเซีย	๔๙	๑๗๑	๑๖๙	M&H
เมียนมา	๑๓๘	๖๒	๑๙๗	M&L
ลาว	๑๕๓	๗๗	๑๗๘	M&L

^๓ ประเทศสิงคโปร์ไม่สามารถระบุกลุ่มของประชาชนได้อย่างชัดเจน เพราะกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน

ตาราง ๔) แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน^๔

ประเทศ	เนื้อหาแสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
เวียดนาม	๒๒	๑๔๕	๒๖๐	M&H
สิงคโปร์	๑๕๘	๑๕๐	๕๙	-
อินโดนีเซีย	๒๙	๒๕๙	๑๖๑	M&H

ตาราง ๔) ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา เมียนมา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย

ดังนั้นจึงนำประเทศในกลุ่มที่ ๒ ไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕)

ตาราง ๕) แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๙๘	๖๑.๓๐	๒๙๐	๖๑.๓๑ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๐	๑๕.๔๘	๕๐	๑๐.๕๗ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๕	๒๓.๒๒	๑๓๓	๒๘.๑๒ (H)
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๙๓	๔๗.๒๑	๒๓๑	๕๘.๑๙ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๒	๒๖.๔๐	๕๒	๑๓.๑๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๒	๒๖.๔๐	๑๑๔	๒๘.๗๒ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๗๑	๓๙.๘๙	๒๒๔	๕๔.๙๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๙	๓๓.๑๕	๕๙	๑๔.๔๖ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๔๘	๒๖.๙๗	๑๒๕	๓๐.๖๔ (H)

^๔ ประเทศสิงคโปร์ไม่สามารถระบุกลุ่มของประชาชนได้อย่างชัดเจน เพราะกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน

จากตาราง ๕J พบว่าประเทศกัมพูชา เมียนมา และลาว ประชาชนส่วนใหญ่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพีชพื้นบ้านของไทยในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๓๑, ๕๘.๑๙ และ ๕๔.๙๐ ตามลำดับ ส่วนประชาชนที่สนใจละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพีชพื้นบ้านของไทยในประเทศกัมพูชาคิดเป็นร้อยละ ๒๘.๑๒ ประเทศเมียนมาร้อยละ ๒๘.๗๒ และประเทศลาวร้อยละ ๓๐.๖๔ ตาราง ๖J แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพีชพื้นบ้านของไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา		☹	
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์			☹
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับพีชพื้นบ้านของไทย

ตาราง ๗J แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๕.๔๔๓	๐.๙๑๙

จากตาราง ๗J พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๙ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘J แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๕๕	๖๑๑๕.๙๙๐	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘J พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๕๕ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙J แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๔.๐๘๑
มาก	๒.๗๐๙
ปานกลาง	-๐.๔๙๐

ตาราง ๙J การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๓.๑๙๙ ถึง ๖.๗๙๐ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒J ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐J แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๕๕๔	๐	๐
มาก	๐	๑๑๒๕	๐
ปานกลาง	๑๐๘	๐	๑๔๙๙
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๖.๗๒	๐	๙๓.๒๘

สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๖.๗๑%

ตาราง ๑๐J บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๖.๗๑%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๔ เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับอาหารไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหาร ไทย

ตาราง ๑K แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๗๔๓	๐.๙๘๕	-๐.๒๒๓
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละคร โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับอาหารไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒K แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๗๒๘	๑.๕๒๐
มาก	๒.๗๒๘	-	๑.๒๐๘
ปานกลาง	๑.๕๒๐	๑.๒๐๘	-

จากตาราง ๒K เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๐๘ – ๒.๗๒๘ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๗๒๘ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๐๘

ตาราง ๓K แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับ	Mean Square	df	F	Sig.
อาหารไทย	๑๓๗๐.๘๙๒	๒	๘๒๘๕.๑๗๕	.๐๐๐

ตาราง ๓K เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔K แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๖๕	๑๓๒	๒๗๖	M&H
ไทย	๑๗	๑๙๗	๑๘๔	M&H
บรูไน	๓๘	๑๗๕	๑๗๕	M&H
ฟิลิปปินส์	๖๑	๒๐๓	๑๓๐	M&H
มาเลเซีย	๖๒	๑๙๕	๑๓๒	M&H
เมียนมา	๔๙	๑๓๔	๒๑๔	M&H
ลาว	๑๗๘	๕๒	๑๗๘	M&L
เวียดนาม	๑๗	๑๑๗	๒๙๓	M&H
สิงคโปร์	๖๐	๒๖๗	๖๐	M&H
อินโดนีเซีย	๔๒	๑๒๑	๑๙๕	M&H

ตาราง ๔K ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศกัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทย

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการทำอาหารไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทย

ดังนั้นจึงนำประเทศในกลุ่มที่ ๒ มาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหารไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕K

ตาราง ๕K แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง
ร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๔๐	๒๒.๔๗	๒๑๘	๕๓.๔๓ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๒	๓๔.๘๓	๖๒	๑๕.๒๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๖	๔๒.๗๐	๑๒๘	๓๑.๓๗ (H)

จากตาราง ๕K พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศลาวต้องการเปิดรับเนื้อหาละคร
โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับอาหารไทยในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๕๓.๔๓ โดยมีประชาชนที่ไม่สนใจเนื้อหา
ละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการทำอาหารไทยร้อยละ ๓๑.๓๗

ตาราง ๖K แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่
เกี่ยวกับการทำอาหารไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา	☺		
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการความ
ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการทำอาหารไทย

ตาราง ๗K แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๕.๐๔๗	๐.๙๑๔

จากตาราง ๗K พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (canonical correlation) มีค่า
เท่ากับ ๐.๙๑๔ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘K แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๖๕	๕๙๐๘.๑๓๖	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘K พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๖๕ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตาราง ๙K แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๔.๒๘๖
มาก	๒.๔๒๑
ปานกลาง	-๐.๕๔๘

ตาราง ๙K การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๙๖๙ ถึง ๖.๗๐๗ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒K ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น ตาราง ๑๐K แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๔๘๗	๐	๐
มาก	๐	๑๒๒๐	๐
ปานกลาง	๕๔	๐	๑๕๒๕
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๓.๔๒	๐	๙๖.๕๘
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๘.๓๖%			

ตาราง ๑๐K บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๘.๓๖%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๕ เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความ เที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบ ไทย

ตาราง ๑L แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๖๔๙	๑.๐๕๓	-๐.๑๘๑
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหา (content) ละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ในระดับน้อย มาก และปานกลาง ตาราง ๒L แสดงเมตริกยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๗๐๒	๑.๔๖๘
มาก	๒.๗๐๒	-	๑.๒๓๔
ปานกลาง	๑.๔๖๘	๑.๒๓๔	-

จากตาราง ๒L เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๓๔ – ๒.๗๐๒ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๗๐๒ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๓๔

ตาราง ๓L แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย	๑๓๖๘.๑๒๕	๒	๘๑๘๕.๐๕๙	.๐๐๐

ตาราง ๓L เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔L แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๗๔	๙๐	๓๐๙	M&H
ไทย	๓๑	๑๙๗	๑๗๐	M&H
บรูไน	๕๘	๑๓๖	๑๙๔	M&H
ฟิลิปปินส์	๖๘	๑๗๑	๑๕๕	M&H
มาเลเซีย	๘๖	๑๓๕	๑๖๘	M&H
เมียนมา	๓๘	๑๕๔	๒๐๕	M&H
ลาว	๑๗๔	๕๔	๑๘๐	M&L
เวียดนาม	๒๒	๑๓๓	๒๗๒	M&H
สิงคโปร์	๑๗๙	๘๙	๑๑๙	M&L
อินโดนีเซีย	๓๙	๒๐๗	๒๐๓	M&H

ตาราง ๔L ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ส่วนกัมพูชาซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่กลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มกลางที่มีจำนวนมากไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาความชัดเจน

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศลาว และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย

ดังนั้นจึงนำประเทศกัมพูชาในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ มาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติมโดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕L

ตาราง ๕L แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๑๕	๓๗.๒๒	๑๘๙	๓๙.๙๖ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๑	๒๖.๒๑	๘๑	๑๗.๑๒ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๑๓	๓๖.๕๗	๒๐๓	๔๒.๙๒ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๔๖	๒๕.๕๖	๒๒๐	๕๓.๙๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๑	๔๕.๐๐	๘๑	๑๙.๘๕ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๓	๒๙.๔๔	๑๐๗	๒๖.๒๓ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๐	๐	๖	๔๖.๑๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๒	๕๐.๐๐	๒	๑๕.๓๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๒	๕๐.๐๐	๕	๓๘.๔๖ (H)

จากตาราง ๕L พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศลาวต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๕๓.๙๒ โดยมีประชาชนที่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทยร้อยละ ๒๖.๒๓

นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศกัมพูชาและสิงคโปร์ไม่สามารถระบุกลุ่มได้อย่างชัดเจน เพราะประชาชนในกลุ่มน้อยกับกลุ่มมากมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยประเทศกัมพูชามีส่วนต่างกันเพียง ๑๔ คน จากจำนวนทั้งหมด ๔๙๓ คน และประเทศสิงคโปร์มีส่วนต่างกันแค่เพียง ๑ คน จากจำนวนทั้งหมด ๑๓ คน

ตาราง ๖L แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา			☹
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	

ตาราง ๖L แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย (ต่อ)

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
เวียดนาม	😊		
สิงคโปร์			😊
อินโดนีเซีย	😊		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะการความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแสดงแบบไทย

ตาราง ๗L แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๙๘๖	๐.๙๑๓

จากตาราง ๗L พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคัล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๓ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘L แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๖๗	๕๘๗๔.๘๕๘	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘L พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๖๗ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙L แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๔.๐๓๔
มาก	๒.๕๗๖
ปานกลาง	-๐.๔๔๒

ตาราง ๙L การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหาระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่างพบว่าอยู่ในช่วง ๓.๐๑๘ ถึง ๖.๖๑๐ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒L ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐L แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๕๓๒	๐	๐
มาก	๐	๑๑๑๔	๐
ปานกลาง	๑๔๐	๐	๑๕๐๐
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐

ตาราง ๑๐L แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก (ต่อ)

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
%ปานกลาง	๘.๕๔	๐	๙๑.๔๖
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๕.๗๔%			

ตาราง ๑๐L บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๕.๗๔%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๖ เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย

ตาราง ๑M แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๔๗๑	๑.๒๓๐	๐.๐๒๕
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒M แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๗๐๑	๑.๔๙๗
มาก	๒.๗๐๑	-	๑.๒๐๕
ปานกลาง	๑.๔๙๗	๑.๒๐๕	-

จากตาราง ๒M เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๐๕ – ๒.๗๐๑ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๗๐๑ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๐๕

ตาราง ๓M แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์ ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย	Mean Square	df	F	Sig.
	๑๓๔๔.๑๓๓	๒	๙๒๑๔.๐๖๑	.๐๐๐

ตาราง ๓M เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่า

ว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔M แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๘๖	๓๕	๓๕๒	M&L
ไทย	๓๓	๑๗๘	๑๘๗	M&H
บรูไน	๗๘	๙๗	๒๑๓	-
ฟิลิปปินส์	๕๖	๑๗๒	๑๖๖	M&H
มาเลเซีย	๑๐๗	๙๖	๑๘๖	M&L
เมียนมา	๗๖	๑๒๒	๑๙๙	M&H
ลาว	๒๗๙	๒๒	๑๐๗	M&L
เวียดนาม	๑๔	๘๒	๓๓๑	M&H
สิงคโปร์	๑๑๙	๑๑๙	๑๔๙	-
อินโดนีเซีย	๖๘	๑๒๙	๒๕๒	M&H

ตาราง ๔M ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย และฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย ส่วนเมียนมา เวียดนาม และอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่จำนวนประชาชนในกลุ่มปานกลางมีค่อนข้างเยอะเมื่อเทียบกับสัดส่วนทั้งหมด ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อให้การสรุปผลมีความถูกต้องยิ่งขึ้น

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย

ส่วนบรูไน และสิงคโปร์ไม่สามารถระบุได้ว่าอยู่กลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพราะทั้งสองกลุ่มมีจำนวนใกล้เคียงกัน จึงต้องนำไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจน

ดังนั้นจึงนำประเทศเมียนมา เวียดนาม และอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ และประเทศที่ยังไม่สามารถระบุกลุ่มได้มาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕M

ตาราง ๕M แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง
ร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๙๒	๕๔.๕๕	๒๗๘	๕๘.๗๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๘	๑๖.๔๘	๕๘	๑๒.๒๖ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๐๒	๒๘.๙๘	๑๓๗	๒๘.๙๖ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๕	๔๕.๔๕	๙	๔๕.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔	๓๖.๓๖	๔	๒๐.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๒	๑๘.๑๘	๗	๓๕.๐๐ (H)
มาเลเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๓๗	๑๙.๘๙	๑๔๔	๓๗.๐๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๖	๔๐.๘๖	๗๖	๑๙.๕๔ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๓	๓๙.๒๕	๑๖๙	๔๓.๔๔ (H)
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๖๙	๓๔.๖๗	๑๔๕	๓๖.๕๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๘	๒๔.๑๒	๔๘	๑๒.๐๙ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๘๒	๔๑.๒๑	๒๐๔	๕๑.๓๙ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๕๐	๔๖.๗๓	๓๒๙	๘๐.๖๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๓๒	๒๙.๙๑	๓๒	๗.๘๔ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๒๕	๒๓.๓๖	๔๗	๑๑.๕๒ (H)
เวียดนาม	<๓.๐๐ (ML)	๘๒	๒๔.๗๗	๙๖	๒๒.๔๘ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๕	๑๖.๖๒	๕๕	๑๒.๘๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๙๔	๕๘.๖๑	๒๗๖	๖๔.๖๔ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๓	๖๐.๐๐	๗	๕๓.๘๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๐	๐	๐	๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๒	๔๐.๐๐	๖	๔๖.๑๕ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๓๗	๑๗.๒๙	๙๕	๒๔.๘๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๓	๓๔.๑๑	๗๓	๑๙.๑๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๐๔	๔๘.๖๐	๒๑๔	๕๖.๐๒ (H)

จากตาราง ๕M พบว่า ประชาชนในประเทศประเทศมาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม และ
อินโดนีเซียต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในระดับมากคิดเป็น
ร้อยละ ๔๓.๔๔, ๕๑.๓๙, ๖๔.๖๔ และ ๕๖.๐๒ ตามลำดับ โดยมีประชาชนที่ไม่สนใจเนื้อหาละคร
โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในประเทศมาเลเซียคิดเป็นร้อยละ ๓๗.๐๒ ประเทศเมียนมา
ร้อยละ ๓๖.๕๓ ประเทศเวียดนามร้อยละ ๒๒.๔๘ และประเทศอินโดนีเซียร้อยละ ๒๔.๘๗

สำหรับประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศกัมพูชา และลาวต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่
เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๕๘.๗๗ และ ๘๐.๖๔ ตามลำดับ โดยมี
ประชาชนที่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทยในประเทศกัมพูชาคิดเป็นร้อย
ละ ๒๘.๙๖ และประเทศลาวร้อยละ ๑๑.๕๒

นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศบรูไน และสิงคโปร์ไม่สามารถระบุกลุ่มได้อย่างชัดเจน เพราะประชาชนในกลุ่มน้อยกับกลุ่มมากมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยประเทศบรูไนมีส่วนต่างกันเพียง ๒ คน จากจำนวนทั้งหมด ๒๐ คน และประเทศสิงคโปร์มีส่วนต่างกันแค่เพียง ๑ คน จากจำนวนทั้งหมด ๑๓ คน

ตาราง ๖M แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน			☹
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์			☹
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการพยากรณ์ของไทย

ตาราง ๗M แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๕.๖๑๓	๐.๙๒๑

จากตาราง ๗M พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๒๑ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘M แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๕๑	๖๒๐๑.๘๐๗	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘M พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๕๑ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙M แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๗๘๓
มาก	๓.๑๖๒
ปานกลาง	๐.๐๖๕

ตาราง ๙M การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๓.๐๙๗ ถึง ๖.๙๔๕ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒M ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐M แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๗๑๕	๐	๐
มาก	๐	๘๑๙	๐
ปานกลาง	๙๕	๔	๑๖๕๓
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๕.๔๒	๐.๒๓	๙๔.๓๕

สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๖.๙๙%

ตาราง ๑๐M บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๖.๙๙%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๗ เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคดียาเสพติดของบ้านของไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความ เที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคดี ขาวบ้านของไทย

ตาราง ๑N แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๔๙๑	๑.๐๙๔	-๐.๐๗๖
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละคร โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคดียาเสพติดของบ้านของไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒N แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๕๘๕	๑.๔๑๕
มาก	๒.๕๘๕	-	๑.๑๗๐
ปานกลาง	๑.๔๑๕	๑.๑๗๐	-

จากตาราง ๒N เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๑๗๐ – ๒.๕๘๕ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๕๘๕ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๑๗๐

ตาราง ๓N แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย	๑๓๕๘.๐๙๙	๒	๗๘๓๘.๖๓๕	.๐๐๐

ตาราง ๓N เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลางซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔N แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๘๐	๗๓	๓๒๐	M&L
ไทย	๓๓	๒๒๗	๑๓๘	M&H
บรูไน	๗๗	๑๓๖	๑๗๕	M&L
ฟิลิปปินส์	๖๗	๑๗๕	๑๕๒	M&H
มาเลเซีย	๙๔	๑๑๓	๑๘๒	M&L
เมียนมา	๑๑๔	๖๙	๒๑๔	M&H
ลาว	๑๙๘	๔๙	๑๖๑	M&L
เวียดนาม	๓๒	๑๔๖	๒๔๙	M&H
สิงคโปร์	๑๑๙	๒๐๘	๖๐	M&L
อินโดนีเซีย	๕๒	๑๙๐	๒๐๗	M&H

ตาราง ๔N ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย ส่วนบรูไน มาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่จำนวนประชาชนในกลุ่มปานกลางมีค่อนข้างเยอะเมื่อเทียบกับสัดส่วนทั้งหมด หรือกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อให้การสรุปผลมีความถูกต้องยิ่งขึ้น

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา เมียนมา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย

ดังนั้นจึงนำประเทศบรูไน มาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ มาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตของชาวไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕N

ตาราง ๕N แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมากและกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๒๖	๓๙.๓๘	๒๐๖	๔๓.๕๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๐	๑๕.๖๓	๕๐	๑๐.๕๗ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๔๔	๔๕.๐๐	๒๑๗	๔๕.๘๘ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๕๘	๓๓.๓๓	๑๓๖	๓๕.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๘	๔๔.๔๔	๗๘	๒๐.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๓๙	๒๒.๒๒	๑๗๔	๔๕.๐๐ (H)
มาเลเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๓๖	๑๙.๗๘	๑๓๐	๓๓.๔๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๖	๔๑.๗๖	๗๖	๑๙.๕๕ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๐	๓๘.๔๖	๑๘๓	๔๗.๐๔ (H)
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๕๔	๒๕.๒๓	๑๖๘	๔๒.๓๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๒	๒๘.๙๗	๖๒	๑๕.๖๒ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๘	๔๕.๗๙	๑๖๗	๔๒.๐๗ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๖๗	๔๑.๖๑	๒๖๕	๖๔.๙๕ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๓	๓๙.๑๓	๖๓	๑๕.๔๔ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๓๑	๑๙.๒๕	๘๐	๑๙.๖๑ (H)
เวียดนาม	<๓.๐๐ (ML)	๖๘	๒๗.๓๑	๑๐๐	๒๓.๔๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๒	๑๖.๘๗	๔๒	๙.๘๔ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๓๙	๕๕.๘๒	๒๘๕	๖๖.๗๔ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๐	๐	๑๑๙	๓๐.๗๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๐	๐	๐	๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๖๐	๑๐๐	๒๖๘	๖๙.๒๓ (H)

จากตาราง ๕N พบว่า ประชาชนในประเทศประเทศมาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตของชาวไทยในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๔๗.๐๗, ๖๖.๗๔ และ ๖๙.๒๓ ตามลำดับ โดยมีประชาชนที่ไม่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตของชาวไทยในประเทศมาเลเซียคิดเป็นร้อยละ ๓๓.๔๒ ประเทศเวียดนามมีเพียงร้อยละ ๒๓.๔๒ และประเทศสิงคโปร์ร้อยละ ๓๐.๗๗

สำหรับประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศลาวต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๖๔.๙๕ โดยมีประชาชนที่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทยเพียงร้อยละ ๑๙.๖๑

นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศกัมพูชา บรูไน และเมียนมาไม่สามารถระบุกลุ่มได้อย่างชัดเจน เพราะประชาชนในกลุ่มน้อยกับกลุ่มมากมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยประเทศกัมพูชามีส่วนต่างกันเพียง ๑๑ คนจากจำนวนทั้งหมด ๔๗๓ คน ประเทศบรูไนมีส่วนต่างกันเพียง ๒ คนจากจำนวนทั้งหมด ๒๐ คน และประเทศเมียนมามีส่วนต่างกันแค่เพียง ๑ คน จากจำนวนทั้งหมด ๓๙๗ คน

ตาราง ๖N แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา			☹
ไทย	☺		
บรูไน			☹
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา			☹
ลาว		☹	
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย

ตาราง ๗N แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๗๗๕	๐.๙๐๙

จากตาราง ๗N พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๐๙ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘N แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๗๓	๕๗๕๗.๐๓๐	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘N พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๗๓ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙N แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๕๘๑
มาก	๒.๖๒๙
ปานกลาง	-๐.๑๘๓

ตาราง ๙N การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๘๑๒ ถึง ๖.๒๑๐ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒N ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐N แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๖๖๘	๐	๐
มาก	๐	๑๐๒๑	๐
ปานกลาง	๙๕	๔	๑๕๔๑
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๓.๕๑	๐	๙๖.๔๙

สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๘.๓๐%

ตาราง ๑๐N บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๘.๓๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๘ เนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการศึกษาไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความ เที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการศึกษาไทย

ตาราง ๑๐ แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	๐.๙๕๐	-๐.๓๕๖	-๑.๘๓๔
แปลผล	มาก	ปานกลาง	น้อย

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละคร โทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทยในระดับมาก ปานกลาง และน้อย

ตาราง ๒๐ แสดงเมตริกยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	มาก	ปานกลาง	น้อย
มาก	-	๑.๓๐๗	๒.๗๘๕
ปานกลาง	๑.๓๐๗	-	๑.๔๗๘
น้อย	๒.๗๘๕	๑.๔๗๘	-

จากตาราง ๒๐ เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๓๐๗ – ๒.๗๘๕ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๗๘๕ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๓๐๗

ตาราง ๓๐ แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทย	๑๓๔๐.๕๒๒	๒	๗๒๘๖.๘๕๕	.๐๐๐

ตาราง ๓๐ เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มมาก ปานกลาง และน้อยซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔๐ แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาแสดงการศึกษาไทย			แปลผล
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
กัมพูชา	๘๒	๓๒๓	๖๘	M&H
ไทย	๒๒๔	๑๕๙	๑๕	M&H
บรูไน	๙๗	๒๕๒	๓๙	M&H
ฟิลิปปินส์	๒๐๙	๑๒๕	๔๕	M&H
มาเลเซีย	๑๘๙	๑๔๐	๖๐	M&H
เมียนมา	๑๕๐	๒๐๙	๓๘	M&H
ลาว	๑๒๓	๑๗๓	๑๑๒	M&H
เวียดนาม	๑๕๖	๒๕๑	๒๐	M&H
สิงคโปร์	๒๙๘	๓๐	๕๙	H
อินโดนีเซีย	๒๑๑	๒๑๖	๒๒	M&H

ตาราง ๔๐ เป็นการพิจารณาความคล้ายคลึงกันในการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศ ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่ามีเพียงกลุ่มเดียว คือ ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทย ส่วน กัมพูชา บรูไน และลาวซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่จำนวนประชาชนในกลุ่มปานกลางมีค่อนข้างเยอะเมื่อเทียบกับสัดส่วนทั้งหมด หรือกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อให้การสรุปผลมีความถูกต้องยิ่งขึ้น

ดังนั้นจึงนำประเทศกัมพูชา บรูไน และลาวมาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕๐

ตาราง ๕๐ แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง		ประมาณแนวโน้ม		
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๒๘	๓๙.๖๓	๑๙๖	๔๑.๔๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๙	๒๗.๕๕	๘๙	๑๘.๘๒ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๐๖	๓๒.๘๒	๑๘๘	๓๙.๗๕ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๑๑๖	๔๖.๑๕	๑๕๕	๔๐.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๘	๒๓.๐๘	๕๘	๑๕.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๘	๓๐.๗๗	๑๗๕	๔๕.๐๐ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๕๔	๓๑.๒๑	๑๖๖	๔๐.๖๙ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๑	๓๕.๒๖	๖๑	๑๔.๙๕ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๘	๓๓.๕๓	๑๘๑	๔๔.๓๖ (H)

จากตาราง ๕๐ พบว่าประเทศกัมพูชา บรูไน และลาวไม่สามารถระบุกลุ่มได้อย่างชัดเจน เพราะประชาชนในกลุ่มน้อยกับกลุ่มมากมีจำนวนใกล้เคียงกัน โดยประเทศกัมพูชามีส่วนต่างกันเพียง ๘ คนจากจำนวนทั้งหมด ๔๗๓ คน ประเทศบรูไนมีส่วนต่างกันเพียง ๒๕ คนจากจำนวนทั้งหมด ๓๘๘ คน และประเทศลาวมีส่วนต่างกันแค่เพียง ๑๕ คน จากจำนวนทั้งหมด ๔๐๘ คน

ตาราง ๖๐ แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่มมาก	แนวโน้มไปกลุ่มน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา			☹
ไทย	☺		
บรูไน			☹
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว			☹
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการศึกษาไทย

ตาราง ๗๐ แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๔๓๙	๐.๙๐๓

จากตาราง ๗๐ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิกอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๐๓ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘๐ แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๘๔	๕๕๖๐.๑๖๐	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘๐ พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๘๔ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙๐ แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
มาก	๒.๒๑๖
ปานกลาง	-๐.๘๓๑
น้อย	-๔.๒๗๗

ตาราง ๙๐ การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๓.๐๔๗ ถึง ๖.๔๙๓ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒๐ ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐๐ แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
มาก	๑๓๒๗	๐	๐
ปานกลาง	๐	๑๕๐๘	๐
น้อย	๙๕	๔	๓๘๑
%มาก	๑๐๐	๐	๐
%ปานกลาง	๐	๙๕.๕๖	๔.๔๔
%น้อย	๐	๐	๑๐๐
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๗.๘๗%			

ตาราง ๑๐๐ บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมาก น้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๗.๘๗%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่า ค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้อง แม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๙ เนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งงานไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทย

ตาราง ๑P แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๕๖๒	๑.๐๖๖	-๐.๑๖๒
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒P แสดงเมตริกระยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๖๒๘	๑.๔๐๐
มาก	๒.๖๒๘	-	๑.๒๒๘
ปานกลาง	๑.๔๐๐	๑.๒๒๘	-

จากตาราง ๒P เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๒๒๘ – ๒.๖๒๘ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๖๒๘ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๒๒๘

ตาราง ๓P แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทย	๑๓๔๐.๕๒๒	๒	๗๒๘๖.๘๕๕	.๐๐๐

ตาราง ๓P เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มมาก ปานกลาง และน้อยซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน ตาราง ๔P แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาแสดงการแต่งงานไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๑๗๓	๕๕	๒๔๕	M&L
ไทย	๒๒	๒๐๕	๑๗๑	M&H
บรูไน	๗๘	๑๕๕	๑๕๕	M&H
ฟิลิปปินส์	๖๖	๑๘๑	๑๔๗	M&H
มาเลเซีย	๕๗	๑๗๖	๑๕๖	M&H
เมียนมา	๕๔	๑๓๗	๒๐๖	M&H

ตาราง ๔P แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

ประเทศ	เนื้อหาแสดงการแต่งงานไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
ลาว	๑๕๐	๙๑	๑๖๗	M&L
เวียดนาม	๒๘	๑๑๐	๒๘๙	M&H
สิงคโปร์	๑๒๙	๑๓๙	๑๑๙	-
อินโดนีเซีย	๓๕	๑๖๕	๒๔๙	M&H

ตาราง ๔P ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทย ส่วนบรูไน เมียนมา เวียดนาม และอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่จำนวนประชาชนในกลุ่มปานกลางมีค่อนข้างเยอะเมื่อเทียบกับสัดส่วนทั้งหมด หรือกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อให้การสรุปผลมีความถูกต้องยิ่งขึ้น

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทย

สำหรับประเทศสิงคโปร์ยังไม่สามารถระบุกลุ่มได้แน่ชัด เพราะจำนวนกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน จึงนำไปพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม เพื่อหาข้อสรุปที่ถูกต้อง ชัดเจน

ดังนั้นจึงนำประเทศบรูไน เมียนมา เวียดนาม และอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ และประเทศที่ไม่สามารถระบุกลุ่มได้แน่ชัดมาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕P

ตาราง ๕P แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๒๘	๕๒.๒๔	๓๐๑	๖๓.๖๔ (L)
	๓.๐๐ (M)	๔๓	๑๗.๕๕	๔๓	๙.๐๙ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๗๔	๓๐.๒๐	๑๒๙	๒๗.๒๗ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๓๙	๒๕.๐๐	๑๑๖	๓๐.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๘	๓๗.๕๐	๕๘	๑๕.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๘	๓๗.๕๐	๒๑๔	๕๕.๐๐ (H)

ตาราง ๕P แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลางร่วมในการพิจารณา (ต่อ)

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เมียนมา	<๓.๐๐ (ML)	๓๕	๑๖.๙๙	๘๙	๒๒.๔๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๓๑	๑๕.๐๕	๓๑	๗.๘๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๔๐	๖๗.๙๖	๒๗๗	๖๙.๗๗ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๓๒	๑๙.๑๖	๑๘๒	๔๔.๖๑ (L)
	๓.๐๐ (M)	๘๐	๔๗.๙๐	๘๐	๑๙.๖๑ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๕๕	๓๒.๙๓	๑๔๖	๓๕.๗๘ (H)
เวียดนาม	<๓.๐๐ (ML)	๔๕	๑๕.๕๗	๗๓	๑๗.๑๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๑	๑๗.๖๕	๕๑	๑๑.๙๔ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๙๓	๖๖.๗๘	๓๐๓	๗๐.๙๖ (H)
สิงคโปร์	<๓.๐๐ (ML)	๐	๐	๑๑๙	๓๐.๗๗ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๐	๕๐.๐๐	๖๐	๑๕.๓๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๖๐	๕๐.๐๐	๒๐๘	๕๓.๘๕ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๓๓	๑๓.๒๑	๖๘	๑๕.๑๘ (L)
	๓.๐๐ (M)	๙๘	๓๙.๑๕	๙๘	๒๑.๗๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๑๘	๔๗.๖๔	๒๘๓	๖๓.๐๙ (H)

จากตาราง ๕P พบว่า ประชาชนในประเทศประเทศบรูไน เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซียต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๕๕.๐๐, ๖๙.๗๗, ๗๐.๙๖, ๕๓.๘๕ และ ๖๓.๐๙ ตามลำดับ โดยมีประชาชนที่ไม่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในประเทศบรูไนคิดเป็นร้อยละ ๓๐.๐๐ ประเทศเมียนมามีเพียงร้อยละ ๒๒.๔๒ ประเทศเวียดนามมีเพียงร้อยละ ๑๗.๑๐ ประเทศสิงคโปร์ร้อยละ ๓๐.๗๗ และประเทศอินโดนีเซียมีเพียงร้อยละ ๑๕.๑๘

สำหรับประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศกัมพูชา และลาวต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๖๓.๖๔ และ ๔๔.๖๑ ตามลำดับ โดยมีประชาชนที่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานไทยในประเทศกัมพูชาเพียงร้อยละ ๒๗.๒๗ และประเทศลาวร้อยละ ๓๕.๗๘

ตาราง ๖P แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่มมาก	แนวโน้มไปกลุ่มน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		

ตาราง ๖P แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทย (ต่อ)

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
เมียนมา	😊		
ลาว		😞	
เวียดนาม	😊		
สิงคโปร์	😊		
อินโดนีเซีย	😊		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการแต่งงานแบบไทย

ตาราง ๗P แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๘๔๘	๐.๙๑๐

จากตาราง ๗P พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๐ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘P แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๗๑	๕๗๙๗.๙๙๗	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘P พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๗๑ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙P แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๗๗๖
มาก	๒.๕๗๗
ปานกลาง	-๐.๓๙๑

ตาราง ๙P การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหาระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่างพบว่าอยู่ในช่วง ๒.๙๖๘ ถึง ๖.๓๕๓ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒P ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐P แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๕๘๖	๐	๐
มาก	๐	๑๑๐๑	๐
ปานกลาง	๙๕	๔	๑๕๔๒

ตาราง ๑๐P แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก (ต่อ)

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๓.๕๖	๐	๙๖.๔๔
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๘.๒๗%			

ตาราง ๑๐P บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๘.๒๗%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

๒.๓.๑๐ เนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย

การวิเคราะห์จะเป็น ๒ ส่วน โดยส่วนที่ ๑ จะเป็นการจัดกลุ่มเพื่อตรวจสอบว่าทั้ง ๑๐ ประเทศ ประเทศใดบ้างที่มีความคล้าย หรือความแตกต่างกันในตัวแปรที่นำมาศึกษา และส่วนที่ ๒ จะเป็นการตรวจสอบความถูกต้องในการแบ่งกลุ่มในส่วนที่ ๑ ซึ่งมีความสำคัญมากในการแสดงความเที่ยงของผลการวิจัย

ส่วนที่ ๑ การจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย

ตาราง ๑Q แสดงค่าเฉลี่ยและการแปลความหมายของแต่ละกลุ่ม

	กลุ่ม		
	๑	๒	๓
ค่าเฉลี่ยมาตรฐาน	-๑.๕๑๓	๑.๐๙๙	-๐.๐๘๔
แปลผล	น้อย	มาก	ปานกลาง

จากข้อมูลสามารถแบ่งประชาชนออกเป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในระดับน้อย มาก และปานกลาง

ตาราง ๒Q แสดงเมตริกยะห่างระหว่างกลุ่ม

กลุ่ม	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	-	๒.๖๑๒	๑.๔๓๐
มาก	๒.๖๑๒	-	๑.๑๘๒
ปานกลาง	๑.๔๓๐	๑.๑๘๒	-

จากตาราง ๒Q เป็นระยะห่างระหว่างกลุ่มของทั้ง ๓ กลุ่ม มีค่าอยู่ในช่วง ๑.๑๘๒ – ๒.๖๑๒ โดยกลุ่มมากกับกลุ่มน้อยมีระยะห่างมากที่สุด คือ ๒.๖๑๒ ส่วนกลุ่มปานกลางกับกลุ่มมากมีระยะห่างน้อยที่สุด คือ ๑.๑๘๒

ตาราง ๓P แสดงค่าสถิติการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่ม

เนื้อหาละครโทรทัศน์	Mean Square	df	F	Sig.
ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย	๑๓๖๘.๕๑๖	๒	๘๑๙๙.๐๙๑	.๐๐๐

ตาราง ๓Q เป็นการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้ง ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มน้อย มาก และปานกลาง ซึ่งผลทดสอบพบว่าทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายความว่าความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยของประเทศทั้ง ๓ กลุ่มมีความแตกต่างกัน

ตาราง ๔Q แสดงกลุ่มและระดับความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยของกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	เนื้อหาแสดงการบำบัดโรคแบบไทย			แปลผล
	น้อย	มาก	ปานกลาง	
กัมพูชา	๑๒๒	๕๐	๓๐๑	M&L
ไทย	๓๙	๑๘๒	๑๗๗	M&H
บรูไน	๕๘	๑๑๖	๒๑๔	M&H
ฟิลิปปินส์	๖๐	๑๘๔	๑๕๐	M&H
มาเลเซีย	๗๐	๑๔๗	๑๗๒	M&H
เมียนมา	๖๑	๑๔๘	๑๘๘	M&H
ลาว	๒๑๗	๔๕	๑๔๖	M&L
เวียดนาม	๓๒	๑๒๔	๒๗๑	M&H
สิงคโปร์	๑๑๙	๒๐๘	๖๐	M&H
อินโดนีเซีย	๕๔	๑๕๙	๒๓๖	M&H

ตาราง ๔Q ผลการวิเคราะห์สามารถแบ่งความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศออกเป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับมาก ได้แก่ ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และสิงคโปร์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย ส่วนบรูไน เวียดนาม และอินโดนีเซียซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มที่ ๑ แต่จำนวนประชาชนในกลุ่มปานกลางมีค่อนข้างเยอะเมื่อเทียบกับสัดส่วนทั้งหมด หรือกลุ่มมากและกลุ่มน้อยมีจำนวนใกล้เคียงกัน ดังนั้นจึงนำกลุ่มปานกลางไปพิจารณาเพิ่มเติมเพื่อให้การสรุปผลมีความถูกต้องยิ่งขึ้น

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในระดับปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และลาว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มไปในทิศทางไม่ค่อยดีเกี่ยวกับความต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย

ดังนั้นจึงนำประเทศบรูไน เวียดนาม และอินโดนีเซียในกลุ่มที่ ๑ ประเทศในกลุ่มที่ ๒ มาพิจารณารายละเอียดเพิ่มเติม โดยนำประชาชนที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในระดับปานกลางมาตรวจสอบว่าคนส่วนใหญ่ในกลุ่มปานกลางโน้มเอียงไปในทิศทางใด (มากหรือน้อย) แล้วนำไปรวมกับกลุ่มมาก หรือกลุ่มน้อยเพื่อพิจารณาสัดส่วนโดยรวมทั้งประเทศ เพื่อเป็นสารสนเทศให้ผู้ประกอบการนำไปพิจารณาถึงความคุ้มค่าในการลงทุน ซึ่งมีรายละเอียดการพิจารณาตามตาราง ๕Q

ตาราง ๕Q แสดงการประมาณสัดส่วนระหว่างกลุ่มมาก และกลุ่มน้อย โดยนำกลุ่มปานกลาง
รวมในการพิจารณา

ประเทศ	กลุ่มปานกลาง			ประมาณแนวโน้ม	
	คะแนน	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กัมพูชา	<๓.๐๐ (ML)	๑๕๑	๕๐.๑๗	๒๗๓	๕๗.๗๒ (L)
	๓.๐๐ (M)	๖๐	๑๙.๙๓	๖๐	๑๒.๖๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๙๐	๒๙.๙๐	๑๔๐	๒๙.๖๐ (H)
บรูไน	<๓.๐๐ (ML)	๕๘	๒๗.๒๗	๑๑๖	๓๐.๐๐ (L)
	๓.๐๐ (M)	๑๕๖	๗๒.๗๓	๑๕๖	๔๐.๐๐ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๐	๐	๑๑๖	๓๐.๐๐ (H)
ลาว	<๓.๐๐ (ML)	๗๖	๕๒.๐๕	๒๙๓	๗๑.๘๑ (L)
	๓.๐๐ (M)	๒๕	๑๗.๑๒	๒๕	๖.๑๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๔๕	๓๐.๘๒	๙๐	๒๒.๐๖ (H)
เวียดนาม	<๓.๐๐ (ML)	๖๗	๒๔.๗๒	๙๙	๒๓.๑๙ (L)
	๓.๐๐ (M)	๕๕	๒๐.๓๐	๕๕	๑๒.๘๘ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๔๙	๕๔.๙๘	๒๗๓	๖๓.๙๓ (H)
อินโดนีเซีย	<๓.๐๐ (ML)	๔๕	๑๘.๙๑	๙๙	๒๑.๙๙ (L)
	๓.๐๐ (M)	๗๓	๓๐.๘๕	๗๓	๑๖.๒๓ (M)
	>๓.๐๐ (MH)	๑๑๘	๕๐.๒๕	๒๗๗	๖๑.๗๘ (H)

จากตาราง ๕Q พบว่า ประชาชนในประเทศประเทศเวียดนาม และอินโดนีเซียต้องการ
เปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในระดับมากคิดเป็นร้อยละ ๖๓.๙๓
และ ๖๑.๗๘ ตามลำดับ โดยมีประชาชนที่ไม่สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบ
ไทยในประเทศเวียดนามเพียงร้อยละ ๒๓.๑๙ และประเทศอินโดนีเซียเพียงร้อยละ ๒๑.๙๙

สำหรับประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศกัมพูชา และลาวต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่
เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในระดับน้อยคิดเป็นร้อยละ ๕๗.๗๒ และ ๗๑.๘๑ โดยมีประชาชนที่
สนใจเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทยในประเทศกัมพูชาคิดเป็นร้อยละ ๒๙.๖๐
และประเทศลาวเพียงร้อยละ ๒๒.๐๖

นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศบรูไนไม่สามารถระบุกลุ่มได้ เพราะประชาชนในกลุ่มน้อยกับกลุ่ม
มากมีจำนวนเท่ากัน

ตาราง ๖Q แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบ
ไทย

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน			☹
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		

ตาราง ๖Q แสดงสรุปการจัดกลุ่มประเทศ กรณีพิจารณาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย (ต่อ)

ประเทศ	แนวโน้มไปกลุ่ม มาก	แนวโน้มไปกลุ่ม น้อย	ไม่สามารถระบุ กลุ่ม
เมียนมา	😊		
ลาว		😞	
เวียดนาม	😊		
สิงคโปร์	😊		
อินโดนีเซีย	😊		

ส่วนที่ ๒ การตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามลักษณะความต้องการพิจารณาจากเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับการบำบัดโรคแบบไทย

ตาราง ๗Q แสดงค่าสถิติที่บ่งบอกความสามารถในการจำแนกประชากร

Function	Eigenvalue	Canonical Correlation
๑	๔.๙๙๕	๐.๙๑๓

จากตาราง ๗Q พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล (canonical correlation) มีค่าเท่ากับ ๐.๙๑๓ ซึ่งมีค่าสูงมาก บ่งบอกว่าสามารถจำแนกกลุ่มประชากรได้เป็นอย่างดี

ตาราง ๘Q แสดงสถิติทดสอบนัยสำคัญของฟังก์ชันจำแนก

Test of Function	Wilk's Lambda	Chi-square	df	Sig.
๑	๐.๑๖๗	๕๘๗๙.๕๔๒	๒	.๐๐๐

จากตาราง ๘Q พบว่า ค่า Wilk's lambda มีค่าเท่ากับ ๐.๑๖๗ (จำแนกได้ดี) และ Chi-square มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันสามารถจำแนกกลุ่มได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง ๙Q แสดงค่ากลางของแต่ละกลุ่ม (Group Centroids)

กลุ่ม	Function
น้อย	-๓.๗๐๔
มาก	๒.๖๘๙
ปานกลาง	-๐.๒๐๕

ตาราง ๙Q การแสดงค่ากลางในแต่ละกลุ่ม (Group Centroids) ซึ่งสามารถนำมาคำนวณหา ระยะห่างระหว่างกลุ่ม สำหรับใช้พิจารณาความสามารถในการจำแนก ซึ่งผลการคำนวณระยะห่าง พบว่าอยู่ในช่วง ๒.๘๙๔ ถึง ๖.๓๙๓ ซึ่งห่างกันมากบ่งบอกว่าฟังก์ชันที่สร้างขึ้นสามารถจำแนกกลุ่มได้ เป็นอย่างดี ซึ่งช่วยขยายความหมายผลการวิเคราะห์ในตาราง ๒Q ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น

ตาราง ๑๐Q แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
น้อย	๖๕๒	๐	๐
มาก	๐	๑๐๒๑	๐
ปานกลาง	๙๕	๔	๑๕๔๔

ตาราง ๑๐Q แสดงความแม่นยำในการพยากรณ์ของสมการจำแนก (ต่อ)

กลุ่ม	การคาดการณ์สมาชิกลงในกลุ่ม		
	น้อย	มาก	ปานกลาง
%น้อย	๑๐๐	๐	๐
%มาก	๐	๑๐๐	๐
%ปานกลาง	๓.๗๘	๐.๕๐	๙๕.๗๒
สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้อง ๙๗.๙๐%			

ตาราง ๑๐Q บ่งบอกถึงประสิทธิภาพของสมการจำแนกว่าสามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด ซึ่งจากผลในตารางพบว่า สามารถจำแนกได้ถูกต้อง ๙๗.๙๐%

สรุปผลการตรวจสอบความถูกต้องในการจัดกลุ่มที่ได้จากผลการวิเคราะห์ในส่วนที่ ๑ พบว่าค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบทั้งหมดมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ การจัดกลุ่มมีความถูกต้องแม่นยำ แสดงถึงความเที่ยงของผลการวิจัยสำหรับการจัดกลุ่มทั้ง ๑๐ ประเทศ

ส่วนที่ ๓. ผลการวิเคราะห์การจัดกลุ่มประเทศอาเซียน

จากคำนิยามของมิติร่วมทางวัฒนธรรม (common denominator of cultures) ที่กำหนดให้เป็นกลุ่มที่เกิดจากรูปแบบ (patterns) พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต (plots) และความต้องการเนื้อหา (contents) ละครโทรทัศน์ที่มองเห็นเป็นพฤติกรรมที่เหมือนหรือคล้ายกันของประเทศอาเซียน

ดังนั้นผลการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนตามตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ สามารถนำมาสังเคราะห์เพื่อค้นหากลุ่มที่มีรูปแบบ (patterns) คล้ายกันโดยนำเสนอออกเป็น ๒ มิติ^๕ ดังนี้

๓.๑ กลุ่มของพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

มิติแห่งพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ ที่เกิดจากการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนนั้นสามารถนำมาจัดกลุ่มได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง ๗.๓ แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

ประเทศ	เปิดรับมาก	เปิดรับน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
กัมพูชา		☹	
ไทย	☺		
บรูไน	☺		
ฟิลิปปินส์	☺		
มาเลเซีย	☺		
เมียนมา	☺		
ลาว		☹	

⁵ งานวิจัยนี้จะไม่นำความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยมาจัดกลุ่มเนื่องจาก เป็นเนื้อหาเฉพาะ ความต้องการขึ้นอยู่กับความชอบส่วนตัวมากกว่าความชอบทั่วไป แต่การวิจัยนี้ได้นำผลส่วนนี้มาประกอบพิจารณาจัดกลุ่มจากพล็อตละครโทรทัศน์

ตาราง ๗.๓ แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ (ต่อ)

ประเทศ	เปิดรับมาก	เปิดรับน้อย	ไม่สามารถระบุกลุ่ม
เวียดนาม	☺		
สิงคโปร์	☺		
อินโดนีเซีย	☺		

จากตารางที่ ๗.๓ สามารถนำมาจัดแยกตามระดับพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ได้เป็น ๒ กลุ่มคือ กลุ่มที่เปิดรับมีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับมากประกอบด้วยประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และกลุ่มประเทศที่มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับน้อยประกอบด้วยประเทศกัมพูชาและลาว

๓.๒ กลุ่มการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

สังเคราะห์โดยการใช้ข้อมูลของกลุ่มการเปิดรับพล็อตเนื่องจากการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์เป็นความต้องการโดยทั่วไปของแต่บุคคล ในขณะที่ความต้องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยนั้นเป็นความชื่นชอบส่วนตัวอันเกิดจากความประทับใจหรือไม่ประทับใจหรือไม่เห็นอะไรแปลกใหม่หรือน่าสนใจเกี่ยวกับประเทศไทย ทำให้ส่งผลต่อระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามในการสังเคราะห์ครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยเป็นส่วนเสริมด้วยเช่นกัน ซึ่งผลดำเนินการปรากฏดังต่อไปนี้

๑). การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ผลการสำรวจการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถนำมาจัดกลุ่มได้ดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๗.๔ แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ประเทศ	การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์					
	ศาสนา	ผี	วัยรุ่น	สังคมคนรวย	วิทยาศาสตร์	ยัดแย้ง
กัมพูชา	☹	☹	☹	☹	☹	☹
ไทย	☺	☺	☺	☺	☺	☺
บรูไน	☺	☺	☺	☺	☹	☹
ฟิลิปปินส์	☺	☺	☺	☺	☺	☺
มาเลเซีย	☺	☺	☺	☺	☺	☺
เมียนมา	☺	☺	☺	☺	☹	☹
ลาว	☹	☹	☺	☺	☺	☹
เวียดนาม	☺	☺	☺	☺	☺	☺
สิงคโปร์	☺	☹	☺	☺	☹	☺
อินโดนีเซีย	☺	☺	☺	☺	☺	☺

จากตาราง ๗.๔ พบว่า ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์เกือบทุกพล็อต ในขณะที่ประเทศกัมพูชา บรูไน เมียนมา ลาว และสิงคโปร์ พล็อตละครโทรทัศน์บางพล็อต

๓.๓ กลุ่มความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย

การสังเคราะห์โดยการใช้ข้อมูลของกลุ่มความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย ดังที่กล่าวข้างต้นว่าเป็นความชื่นชอบส่วนตัวอันเกิดจากความประทับใจหรือไม่ประทับใจหรือไม่เห็นอะไรแปลกใหม่หรือน่าสนใจเกี่ยวกับประเทศไทย ทำให้ส่งผลต่อระดับความต้องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามในการสังเคราะห์ครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลจากความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยเป็นส่วนเสริมด้วยเช่นกัน ซึ่งผลดำเนินการปรากฏดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๗.๖ แสดงผลการสรุปการจัดกลุ่มประเทศอาเซียน พิจารณาจากความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย									
	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐
กัมพูชา	☹	☹	☹	☺	☹	☹	☹	☹	☹	☹
ไทย	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
บรูไน	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
ฟิลิปปินส์	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
มาเลเซีย	☹	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
เมียนมา	☺	☹	☹	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
ลาว	☹	☹	☺	☹	☹	☹	☹	☺	☹	☹
เวียดนาม	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
สิงคโปร์	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺
อินโดนีเซีย	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺	☺

หมายเหตุ: ๑. ความเชื่อแบบไทย ๒. สิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ๓. พืชพื้นบ้านของไทย ๔. การทำอาหารไทย ๕. การแสดงแบบไทย ๖. การพยากรณ์ของไทย ๗. คติชาวบ้านของไทย ๘. การศึกษาไทย ๙. การแต่งงานไทย ๑๐. การบำบัดโรคแบบไทย

ตาราง ๗.๖ แสดงให้เห็นกลุ่มประเทศที่ประชาชนมีความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เหมือนกันทุกลักษณะเนื้อหา คือ ประชาชนในประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม

ตอนที่ ๒ ความสอดคล้องและความแตกต่างของผลการค้นพบกับสมมติฐานชั่วคราวมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

สมมติฐานชั่วคราวสำหรับมิติร่วมทางวัฒนธรรมอันเกิดจากการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ ๔ นั้นได้กำหนดไว้ว่า

“กลุ่มประเทศอาเซียนสามารถแบ่งออกได้เป็น ๓ กลุ่มใหญ่ โดยกลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วย ประเทศไทย ลาว กัมพูชา กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และกลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์”

เมื่อพิจารณาภาพรวมของความสอดคล้องของประเทศในกลุ่มอาเซียนพบความสอดคล้องและความต่างกับสมมติฐานชั่วคราว ในประเด็นดังต่อไปนี้

ส่วนที่ ๑ การพิจารณาความสอดคล้อง

ผลการศึกษาสามารถนำมาพิจารณาความสอดคล้องกับสมมติฐานชั่วคราว ได้ดังนี้

๑. ประเทศในกลุ่มอาเซียนสามารถจัดได้เป็น ๓ กลุ่ม แต่ในการวิจัยนี้ได้จัดแบ่งพฤติกรรมกา
เปิดรับละครโทรทัศน์การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์และความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ทาง
วัฒนธรรม

๒. ประเทศกัมพูชาและลาว อยู่ในกลุ่มเดียวกันคือมีความคล้ายคลึงกันในพฤติกรรมกา
เปิดรับละครโทรทัศน์และการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

๓. ประเทศมาเลเซียและเวียดนามมีความคล้ายคลึงกันของพฤติกรรมกาเปิดรับละคร
โทรทัศน์และการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ส่วนที่ ๒ การพิจารณาความแตกต่าง

ผลการศึกษาสามารถนำมาพิจารณาความแตกต่างกับสมมติฐานชั่วคราว ได้ดังนี้

๑. ประเทศไทยมีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์และการเปิดรับพล็อตแตกต่างจาก
กัมพูชาและลาว แต่กลับเหมือนกันกับประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนามและอินโดนีเซีย

๒. เมียนมาและบรูไนจัดอยู่ในกลุ่มที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับพฤติกรรมกาเปิดรับละคร
โทรทัศน์และการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ที่คล้ายกัน

๓. ประเทศสิงคโปร์นั้นไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มเนื่องจากมีการเปิดรับและการเปิดรับพล็อตที่
แตกต่างจากประเทศอื่นๆ

ส่วนที่ ๓ การปรับสมมติฐานชั่วคราวเพื่อเป็นแนวในการจัดมิติร่วมทางวัฒนธรรม

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า มิตรร่วมทางวัฒนธรรมนั้น สามารถจัดได้หลากหลายแนวทางขึ้นอยู่กับ
‘ตัวแบ่ง’ ที่นำมาเป็นเงื่อนไขในการจัดกลุ่ม อีกทั้งยังพบว่า ประเทศแต่ละประเทศสามารถเป็นสมาชิก
ได้หลายมิติในเวลาเดียวกันขึ้นอยู่กับลักษณะของแต่ละมิติ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ตัวแบ่ง ๓ ตัวคือ พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับ
พล็อตและความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ ทำให้ได้ข้อสรุปซึ่งถือเป็นแนวทางในการจัดมิติร่วม
ทางวัฒนธรรมได้ว่า

มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

กลุ่มที่ ๑ พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์

ประกอบด้วย เปิดรับระดับมาก และเปิดรับระดับน้อย

กลุ่มที่ ๒ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ประกอบด้วย การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ที่หลากหลาย กับเปิดรับเปิดรับพล็อตละคร
โทรทัศน์เฉพาะ

กลุ่มที่ ๓ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ประกอบด้วย ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่หลากหลายและ
ความต้องการเฉพาะ

แนวสมมติฐานนี้จะได้นำไปเป็นพัฒนาเป็นทฤษฎีฐานรากมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่ม
ประเทศอาเซียน ในบทต่อไป

บทที่ ๘
ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

บทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย คือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒.๔ เพื่อค้นหารูปแบบพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒.๕ เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน จากข้อเท็จจริงที่ได้จากรูปแบบ (patterns) พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ในบทนี้ทำการวิเคราะห์หารูปแบบจากผลการวิจัย เพื่อนำไปสังเคราะห์หาข้อเท็จจริงสำหรับสร้างเป็นทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งจะนำเสนอเป็น ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ รูปแบบพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

การระบุรูปแบบที่เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งกระทำโดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากผลการศึกษาพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ ความต้องการพล็อตและเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์^๑ ซึ่งมีข้อค้นพบดังนี้

๑.๑ พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์

ในส่วนนี้ได้นำข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับละครโทรทัศน์ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานและมาทำการวิเคราะห์ร่วมกันกับพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ซึ่งผลนำเสนอในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๘.๑ แสดงรูปแบบการเลือกดูละครของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ลักษณะการเลือกดูละครโทรทัศน์					
ประเทศ	ทุกเรื่อง ที่นำเสนอ	กำลังเป็นที่ นิยมในสังคม	เฉพาะเรื่อง ที่ชอบ	ไม่แน่นอน แล้วแต่โอกาส	อื่น ๆ
กัมพูชา			✓		
ไทย			✓		
บรูไน			✓		
ฟิลิปปินส์			✓		
มาเลเซีย			✓		
เมียนมา			✓		
ลาว			✓		
เวียดนาม			✓		
สิงคโปร์				✓	
อินโดนีเซีย			✓		

^๑ รายละเอียดผลการศึกษานี้แสดงในบทที่ ๖

จากตาราง ๘.๑ พบว่า การดูละครประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑). เลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบ และ ๒). เลือกดูแบบไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส แต่โดยรวมเกือบทุกประเทศเลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ

ตารางที่ ๘.๒ แสดงรูปแบบความนิยมลักษณะการออกอากาศละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ลักษณะการออกอากาศของละครโทรทัศน์				
	จบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที	หลายตอนจบ ออกอากาศ ทุกวัน	๒-๓ วัน/ สัปดาห์	หลายตอนภายใต้ โครงเรื่องเดียวกันแต่ ละตอนมีประเด็น ต่างกัน	แล้วแต่ เรื่อง ไม่จำกัด
กัมพูชา	✓				
ไทย			✓		
บรูไน	✓				
ฟิลิปปินส์	✓				
มาเลเซีย	✓				
เมียนมา		✓			
ลาว			✓		
เวียดนาม				✓	
สิงคโปร์	✓				
อินโดนีเซีย				✓	

จากตาราง ๘.๒ พบว่า การเปิดรับละครโทรทัศน์ของประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นเป็นรูปแบบได้ ๓ รูปแบบ คือ ๑. นิยมละครที่จบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ๒. ออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และ ๓. ละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกันแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน แต่ส่วนใหญ่นิยมจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที และเมื่อกลับไปศึกษาผลที่แสดงในตารางที่ ๖.๙ พบว่าประเทศส่วนใหญ่มีความต้องการมากที่สุดและรองลงมาสลับกันระหว่าง ๓ รูปแบบข้างต้น ยกเว้นชาวเมียนมาที่มีความต้องการในลักษณะที่แตกต่างไม่สามารถจัดลงกลุ่มได้ ดังนั้นรูปแบบที่พบอาจสรุปได้ว่า ละครที่น่าเสนออาจเป็นลักษณะหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกันแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน (ซีรี่ย์) นำเสนอ ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์

ตารางที่ ๘.๓ แสดงรูปแบบความนิยมความนิยมละครชาติ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความนิยมละครโทรทัศน์ต่างชาติ						
	เกาหลี	ไทย	จีน	ญี่ปุ่น	อินเดีย	ตะวันตก (อเมริกัน)	อื่นๆ
กัมพูชา		✓					
ไทย	✓						
บรูไน	✓						
ฟิลิปปินส์	✓						

ตารางที่ ๘.๓ แสดงรูปแบบความนิยมความนิยมละครชาติ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

ประเทศ	ความนิยมละครโทรทัศน์ต่างชาติ						
	เกาหลี	ไทย	จีน	ญี่ปุ่น	อินเดีย	ตะวันตก (อเมริกัน)	อื่นๆ
มาเลเซีย	✓						
เมียนมา		✓					
ลาว		✓					
เวียดนาม		✓					
สิงคโปร์		✓					
อินโดนีเซีย	✓						

จากตาราง ๘.๓ พบว่า ความนิยมละครโทรทัศน์ต่างชาติของประเทศไทยมี ๒ รูปแบบ คือ ๑. นิยมละครเกาหลี และ ๒. นิยมละครไทย โดยรวมมีความชื่นชอบเท่าๆ กัน ผลการศึกษาทำให้เห็นว่า ละครโทรทัศน์ไทยมีโอกาสดำเนินการต่อในภูมิภาคอาเซียนที่นิยมละครโทรทัศน์ไทยอย่าง กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และสิงคโปร์ หรือในอีกมุมมองหนึ่งก็คือละครโทรทัศน์ไทยต้องสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซียและอินโดนีเซีย

ตารางที่ ๘.๔ แสดงรูปแบบปัจจัยที่ทำให้เลือกดูละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ปัจจัยในการเลือกดูละครโทรทัศน์				
	ดารา นักแสดง	เนื้อเรื่อง	ภาพสวยงาม	เวลา ออกอากาศ	อื่น ๆ
กัมพูชา		✓			
ไทย		✓			
บรูไน		✓			
ฟิลิปปินส์		✓			
มาเลเซีย		✓			
เมียนมา		✓			
ลาว		✓			
เวียดนาม		✓			
สิงคโปร์		✓			
อินโดนีเซีย		✓			

จากตาราง ๘.๔ ปัจจัยที่ทำให้เลือกดูละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มีกลุ่มเดียวคือ ปัจจัยด้านเนื้อเรื่อง ดังนั้นการพัฒนาละครไทยสิ่งแรกที่จะต้องกระทำคือการพัฒนาด้านเนื้อเรื่องใหม่แปลกใหม่ ไม่สามารถคาดเดาเนื้อหาเรื่องตอนจบได้

ตารางที่ ๘.๕ แสดงรูปแบบช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์			
	ทีวี	CD, DVD, BD หรือ File	อินเทอร์เน็ต (YouTube)	อื่น ๆ
กัมพูชา		✓		
ไทย		✓		
บรูไน		✓		
ฟิลิปปินส์	✓			
มาเลเซีย	✓			
เมียนมา	✓			
ลาว	✓			
เวียดนาม		✓		
สิงคโปร์		✓		
อินโดนีเซีย			✓	

จากตาราง ๘.๕ ช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์ของประเทศไทย มี ๒ รูปแบบ คือ ๑. ผ่านทีวี และ ๒. ผ่าน CD, DVD, BD หรือ File มีเพียงชาวอินโดนีเซียที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้ แต่ความนิยมรองลงมาคือทีวี การนำเสนอผ่านทีวีและ CD, DVD, BD หรือ File การรับชมละครไทยผ่านทางช่องทางเหล่านี้ แสดงให้เห็นว่ามีการนำเข้าละครไทยในลักษณะที่เป็นทางการ รวมทั้งละครไทยยังได้ผ่านกระบวนการแปลเป็นภาษาท้องถิ่น (หากชมผ่าน YouTube อาจไม่มีการแปลเป็นภาษาถิ่น)

ตาราง ๘.๖ แสดงรูปแบบลักษณะการเปิดรับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ปานกลาง-แนวโน้มมาก	ปานกลาง-แนวโน้มน้อย
กัมพูชา		✓
ไทย	✓	
บรูไน	✓	
ฟิลิปปินส์	✓	
มาเลเซีย	✓	
เมียนมา	✓	
ลาว		✓
เวียดนาม	✓	
สิงคโปร์	✓	
อินโดนีเซีย	✓	

จากตารางที่ ๘.๖ พบว่า ลักษณะการเปิดรับ (พฤติกรรมการเปิดรับ) ละครโทรทัศน์ได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับมาก และ ๒. มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับน้อย

๑.๒.การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๘.๗ แสดงรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา	✓		
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๗ พบรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับมากคือไทย และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับปานกลางละครไทยที่เกี่ยวข้องกับศาสนา คือกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

ตารางที่ ๘.๘ แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผี		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๘ พบรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตผีในระดับมากไทย และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตผี ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

ตารางที่ ๘.๙ แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย	✓		
เมียนมา	✓		
ลาว	✓		
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๙ พบรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตผีในระดับมาก ไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และลาว และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตผีในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งละครที่วัยรุ่นของไทยสามารถนำเสนอได้ในประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และลาว

ตารางที่ ๘.๑๐ แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๑๐ พบรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย ในระดับมากไทย และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย ใน

ระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และ อินโดนีเซีย

ตารางที่ ๘.๑๑ แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประชาชนในกลุ่ม ประเทศอาเซียน

ประเทศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๑๑ พบรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประชาชน ในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตแนว วิทยาศาสตร์ในระดับมาก คือไทยและฟิลิปปินส์ และ ๒.กลุ่มที่มีการเปิดรับหรือมีความชอบละคร โทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งละครที่เกี่ยวข้องกับแนววิทยาศาสตร์ของไทย อาจเป็นที่เปิดรับ ในประเทศฟิลิปปินส์

ตารางที่ ๘.๑๒ แสดง รูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งของประชาชนในกลุ่ม ประเทศอาเซียน

ประเทศ	การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว			✓
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๑๒ พบรูปแบบการเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับมาก คือไทยและฟิลิปปินส์ ๒.กลุ่มที่มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับปานกลางคือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๓.กลุ่มที่มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับน้อย คือประเทศลาว

๑.๓ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ผลการค้นพบนี้สามารถนำไปเป็นเป็นเนื้อหาสำหรับข้อเสนอแนะว่า เนื้อหาละครจำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนดังนี้

ตารางที่ ๘.๑๓ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงความเชื่อแบบไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงความเชื่อแบบไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย		✓	
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว			✓
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๑๓ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงความเชื่อแบบไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทยในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และมีความต้องการเนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทยในระดับน้อย ได้แก่ประเทศลาว

ตารางที่ ๘.๑๔ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับ สิ่งทอและเครื่องประดับของไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	

ตารางที่ ๘.๑๔ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับ สิ่งทอและเครื่องประดับของไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์			✓
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๑๔ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยมี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ในระดับมากคือ ประเทศไทยและอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และเวียดนาม ๓ มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับน้อย คือ ประเทศสิงคโปร์ ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยจะได้รับการยอมรับที่อินโดนีเซีย แต่อาจจะไม่ได้รับการยอมรับที่ประเทศสิงคโปร์

ตารางที่ ๘.๑๕ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับ พืชพื้นบ้านของไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๑๕ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยมี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ในระดับมาก คือ ประเทศไทยและอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ในระดับปานกลางคือประเทศกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เมียนมา และเวียดนาม

ตารางที่ ๘.๑๖ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับอาหารไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับอาหารไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน	✓		
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย	✓		
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์	✓		
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๑๖ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับอาหารไทยมี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับอาหารไทย ในระดับมาก คือประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์และมาเลเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับอาหารไทย ในระดับปานกลาง คือประเทศกัมพูชา ลาว และเวียดนาม

ตารางที่ ๘.๑๗ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๑๗ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยมี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยในระดับมากคือประเทศไทยและอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ในระดับปานกลางคือประเทศ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์

ตารางที่ ๘.๑๘ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว			✓
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๑๘ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ในระดับมากคือประเทศไทยประเทศเดียว ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ในระดับปานกลางคือประเทศกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๓. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ในระดับน้อยคือประเทศลาว

ตารางที่ ๘.๑๙ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงคตินิชาตบ้านของไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงคตินิชาตบ้านของไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว			✓
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๑๙ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงคตินิชาตบ้านของไทย มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับคตินิชาตบ้านของไทย ในระดับมากประเทศไทยประเทศเดียว ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงคตินิชาตบ้านของไทย ในระดับปานกลางประเทศ

กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๓. มีความต้องการเนื้อหาแสดงคติชาวบ้านของไทยในระดับน้อยประเทศลาว

ตารางที่ ๘.๒๐ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์	✓		
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๒๐ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับแสดงการศึกษาไทย ในระดับมากคือประเทศไทย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการศึกษาไทย ในระดับปานกลางคือประเทศกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และ เวียดนาม

ตารางที่ ๘.๒๑ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๒๑ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับแสดงการแต่งงานไทย ในระดับมากคือประเทศ

ไทยและอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการแต่งงานไทย ในระดับปานกลางคือประเทศ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม และสิงคโปร์

ตารางที่ ๘.๒๒ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทยของ ประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดง การบำบัดโรคแบบไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย		✓	
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา		✓	
ลาว			✓
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย		✓	

จากตาราง ๘.๒๒ พบรูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการบำบัดโรคแบบ ไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการบำบัดโรคแบบไทย ในระดับปานกลาง ประเทศกัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการบำบัดโรคแบบไทย ในระดับน้อยได้แก่ประเทศลาว

๑.๔ ความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์

ตารางที่ ๘.๒๓ แสดงรูปแบบความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ตามความชื่นชอบนักแสดงและ สิ่งแวดล้อมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการรับชมละครโทรทัศน์ ตามความชื่นชอบนักแสดงและสิ่งแวดล้อม		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา		✓	
ไทย	✓		
บรูไน	✓		
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย		✓	
เมียนมา	✓		
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๒๓ พบรูปแบบความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อม ในระดับปานมากคือประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เมียนมา และอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อม ในระดับปานกลางได้แก่กัมพูชา มาเลเซีย ลาว เวียดนามและสิงคโปร์ นักแสดงและสภาพแวดล้อมในละครโทรทัศน์ที่คนไทยชื่นชอบ ก็จะเป็นที่ชื่นชอบเช่นกันในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ เมียนมาและอินโดนีเซีย

ตารางที่ ๘.๒๔ แสดงรูปแบบของการยอมรับประเด็นอ่อนไหว ในละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	การยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา			✓
ไทย	✓		
บรูไน		✓	
ฟิลิปปินส์		✓	
มาเลเซีย			✓
เมียนมา			✓
ลาว		✓	
เวียดนาม		✓	
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย			✓

จากตาราง ๘.๒๔ พบรูปแบบการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีการยอมรับในละครโทรทัศน์ระดับปานกลางได้แก่ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์ ๓. มีการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ระดับน้อยประเทศกัมพูชา มาเลเซีย เมียนมาและอินโดนีเซีย

ตารางที่ ๘.๒๕ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
กัมพูชา	✓		
ไทย	✓		
บรูไน	✓		
ฟิลิปปินส์	✓		
มาเลเซีย	✓		
เมียนมา	✓		
ลาว	✓		
เวียดนาม	✓		

ตารางที่ ๘.๒๕ แสดงรูปแบบความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
สิงคโปร์		✓	
อินโดนีเซีย	✓		

จากตาราง ๘.๒๕ รูปแบบความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ในระดับปานกลางได้แก่ประเทศกัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เมียนมา เวียดนาม และอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ระดับปานกลางคือประเทศสิงคโปร์

ตอนที่ ๒ การสังเคราะห์เพื่อหาข้อเท็จจริงของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

ในตอนเป็นการวิเคราะห์เพื่อการหารูปแบบในภาพรวมของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อสังเคราะห์เป็นข้อเท็จจริง สำหรับสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน^๒ ดังนี้

๒.๑ การวิเคราะห์เพื่อการหารูปแบบในภาพรวมของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน

๑). ภาพรวมของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

คำถามที่ใช้สำหรับการสำรวจในครั้งนี้เป็นการออกแบบภายใต้คำนิยามของ Westerwick (2015:261) ทำให้พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ที่ศึกษาในครั้งนี้จึงกำหนดให้ ‘เป็นการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์ ที่เน้นผ่านทางอินเทอร์เน็ตและสื่อบุคคล’ สามารถสังเคราะห์รูปแบบพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ตารางที่ ๘.๒๖ แสดงรูปแบบพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์	
	ปานกลางค่อนข้างมาก	ปานกลางค่อนข้างน้อย
กัมพูชา		✓
ไทย	✓	
บรูไน	✓	
ฟิลิปปินส์	✓	
มาเลเซีย	✓	
เมียนมา	✓	

^๒ รายละเอียดผลการศึกษานี้แสดงในบทที่ ๖

ตารางที่ ๘.๒๖ แสดงรูปแบบพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน (ต่อ)

ประเทศ	พฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์	
	ปานกลางค่อนข้างมาก	ปานกลางค่อนข้างน้อย
ลาว		✓
เวียดนาม	✓	
สิงคโปร์	✓	
อินโดนีเซีย	✓	

จากตาราง ๘.๒๖ รูปแบบลักษณะการเปิดรับ (พฤติกรรมกาเปิดรับ) ละครโทรทัศน์ได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับค่อนข้างมากประกอบด้วยประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๒.มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับค่อนข้างน้อยได้ประกอบด้วยประเทศกัมพูชาและลาว

กลุ่มที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับละครโทรทัศน์ไปในทิศทางมาก คือกลุ่มที่มีพฤติกรรมกาเปิดรับที่ดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทางอินเทอร์เน็ต (YouTube) มีการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ การดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ การดูละครโทรทัศน์และอ่านเรื่องย่อไปพร้อมกัน มีอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต เลือกดูละครโทรทัศน์ตามเพื่อนแนะนำ รวมทั้งดูเพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) เลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ส่วนกลุ่มที่มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ระดับปานกลางแนวโน้มไปทางน้อยนั้น ไม่มีหรือมีพฤติกรรมดังที่กล่าวมาแล้วในระดับน้อย

๒). ภาพรวมของการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการสำรวจการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อค้นหารูปแบบของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนได้ดังแสดงในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๘.๒๗ แสดงรูปแบบการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศ	ศาสนา	ผี	วัยรุ่น	สังคมคนรวย	วิทยาศาสตร์	ยัดแย้ง
กัมพูชา	✗	✗	✗	✗	✗	-
ไทย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บรูไน	✓	✓	✓	✓	-	✗
ฟิลิปปินส์	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มาเลเซีย	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เมียนมา	✓	✓	✓	✓	-	✗
ลาว	✗	✗	✓	✓	✓	✗
เวียดนาม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สิงคโปร์	✓	-	✓	✓	-	✓
อินโดนีเซีย	✓	✓	✓	✓	✓	✓

จากตาราง ๗.๒๗ รูปแบบการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑). การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ในลักษณะที่หลากหลาย ๒). การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ในลักษณะที่เฉพาะ

กลุ่มที่มีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ในลักษณะที่หลากหลาย คือกลุ่มที่มีการเปิดรับ(plots) ละครโทรทัศน์ทุกเรื่องหรือเกือบทุกเรื่องที่น่าเสนอหรือสามารถเข้าถึง ส่วนกลุ่มที่มีการเปิดรับพล็อต ละครโทรทัศน์ในลักษณะที่เฉพาะ จะมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์บางชนิดเท่านั้น

๓). ภาพรวมของความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ผลการสำรวจความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประชาชนในกลุ่ม ประเทศอาเซียน สามารถนำมาสร้างรูปแบบได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๘.๒๘ แสดงประเทศที่มีความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ประเทศ	ความต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย									
	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐
กัมพูชา	✗	✗	✗	✓	✗	✗	✗	✗	✗	✗
ไทย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
บรูไน	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓	-
ฟิลิปปินส์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
มาเลเซีย	✗	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
เมียนมา	✓	✗	✗	✓	✓	✓	-	✓	✓	✓
ลาว	✗	✗	-	✗	✗	✗	✗	-	✗	✗
เวียดนาม	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
สิงคโปร์	-	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓	✓
อินโดนีเซีย	-	✓	✓	✓	-	✓	-	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ๑. ความเชื่อแบบไทย ๒. สิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ๓. พืชพื้นบ้านของไทย ๔. การทำอาหารไทย ๕. การแสดงแบบไทย ๖. การพยากรณ์ของไทย ๗. คติชาวบ้านของไทย ๘. การศึกษาไทย ๙. การแต่งงานไทย ๑๐. การบำบัดโรคแบบไทย

จากตาราง ๘.๒๘ รูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของ ประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑). ความต้องการเนื้อหา ละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ในลักษณะที่หลากหลาย ๒). ต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับ วัฒนธรรม โทรทัศน์ในลักษณะที่เฉพาะ

๒. ทฤษฎีฐานรากมิติรวมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการค้นพบรูปแบบในภาพรวมของพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ละครโทรทัศน์และความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน สามารถนำมาสังเคราะห์ข้อเท็จจริงและสร้างคำอธิบายอธิบายคุณลักษณะของแต่ละมิติได้ดังนี้

มิติที่ ๑: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Behavior of Information Exposure)

เชิงรุก/เชิงรับ (active/passive)

คำอธิบายของมิติ (ข้อเท็จจริง)

มิตินี้เป็นแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเป็นลักษณะการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงข่าวสารที่ตนเองสนใจ

ประเทศที่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรุก (active) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมี ลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจ เพื่อสนับสนุนหรือเสริมข้อมูลเดิมที่ตนเองมีอยู่ แล้ว เป็นข้อมูลจากทั้งในและต่างประเทศ มีการเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายแหล่งข่าวทั้งที่เป็นสื่อ ดั้งเดิม (traditional media) และสื่อใหม่ (new media) เช่น มีการเปิดรับสื่อที่วิพากษ์กับการใช้สื่อ

อินเทอร์เน็ต สามารถเปิดรับข่าวสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ มีการเปิดรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เข้าใจง่ายและอ่านเรื่องที่ชอบหลายครั้ง และนิยมข่าวสารที่เข้าใจง่าย ในกลุ่มประเทศอาเซียน ประกอบไปด้วยชาวไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์และอินโดนีเซีย

ประเทศที่พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรับ (passive) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมีลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่ได้รับการกำหนดหรือคัดเลือกมาแล้วจากผู้อื่น ไม่นิยมทำการค้นหาข่าวสารเพิ่มเติม มีความพึงพอใจและเพียงพอต่อปริมาณและคุณภาพของข่าวสารที่ได้รับผล เปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อดั้งเดิม (traditional media) เป็นหลัก ข่าวสารควรต้องเป็นภาษาถิ่นมากกว่าภาษาต่างประเทศ ในกลุ่มประเทศอาเซียน ประกอบไปด้วยชาวกัมพูชาและลาว

มิติที่ ๒ : การเปิดรับเนื้อหา (Content Exposure)

หลากหลาย/ครอบงำ (variety/ predominance)

คำอธิบายของมิติ (ข้อเท็จจริง)

มิตินี้เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับเนื้อหาสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งลักษณะการเปิดรับนั้นมีลักษณะแตกต่างกันคือ

ลักษณะการเปิดรับเนื้อหาที่หลากหลาย (variety) ลักษณะคนมักให้ความสนใจข่าวสารหรือเรื่องราวที่หลากหลาย แปลกใหม่ ดูทันสมัย แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง เป็นไปตามความต้องการของตนเองมากกว่าการเปิดรับภายใต้กรอบของขนบธรรมเนียมของสังคมโดยรวม เช่น ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย

ส่วนวัฒนธรรมที่มีลักษณะการเปิดรับเนื้อหาที่มีกรอบกำหนด (predominance) คนทั่วไปมีการเปิดรับข่าวสาร เป็นไปตามธรรมชาติ (ไม่ชอบแนววิทยาศาสตร์) เนื้อหาสร้างความสงบ ประดองของสังคม (ไม่ชอบความขัดแย้ง) หรือเรื่องราวที่เฉพาะที่มีความคล้ายคลึงหรือสอดคล้องไปกับวัฒนธรรมของตนเอง การเปิดรับสารคำนึงถึงกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมของสังคมโดยรวม เช่น กัมพูชา บรูไน เมียนมา ลาว และสิงคโปร์

มิติที่ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (cultural exposure)

เปิดใจ/ยึดมั่นดั้งเดิม (diversity/ adherence)

คำอธิบายของมิติ (ข้อเท็จจริง)

การเปิดใจรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม (cultural diversity) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนทั่วไปมีการเปิดใจยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างกับของตนเอง มองว่าการรับวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นการรับนวัตกรรมอย่างหนึ่ง มีความพร้อมในการรับและเปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ เช่นชาวไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เวียดนามและอินโดนีเซีย

ความยึดมั่นความเลื่อมใสในวัฒนธรรมดั้งเดิม (adherence to traditional culture) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมีลักษณะไม่เปิดรับวัฒนธรรมจากต่างถิ่น คนทั่วไปมีความมั่นคงกับวัฒนธรรมของตนเอง และมีแนวคิดว่าการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเป็นการทำลายวัฒนธรรมของชาติ เช่น ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย เมียนมา ลาวและสิงคโปร์

นอกจากนี้ผลการพิสูจน์ข้อสันนิษฐานความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมเปิดรับ การเปิดรับ พลัฏศาสตร์โทรทัศน์และความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์^๓ ทำให้เห็นว่าทั้ง ๓ มิติมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งนำมาสู่ข้อสรุปได้ว่า มิตร่วมทางวัฒนธรรมทั้ง ๓ มิติ มีความสัมพันธ์กันเป็นวงกลม

แบบจำลองมิตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

มิตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ประกอบด้วย ๓ มิติ แต่ละมิติประกอบด้วย มิตีย่อย ๒ ส่วนเชิงบวกและเชิงลบ ซึ่งสามารถสร้างแบบจำลองได้ดังนี้



แบบจำลองที่ ๘.๑ แสดงมิตร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ทฤษฎีฐานรากมิตร่วมทางวัฒนธรรม (cultural denomination dimension) ของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่ค้นพบในการศึกษาครั้งนี้ จัดเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) ซึ่งใช้อธิบายปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัด คืออาเซียน ๑๐ ประเทศ นอกจากนี้พฤติกรรมเปิดรับละครโทรทัศน์ ยังส่งผลต่อความต้องการเนื้อหาที่หลากหลาย และความต้องการเนื้อหาที่หลากหลาย ส่งผลต่อการเปิดใจยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ในบทต่อไปจะเป็นการนำผลการวิจัยไปสู่ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาละครไทยเพื่อเป็นสินค้าเพื่อการส่งออกไปสู่อาเซียน

^๓ รายละเอียดผลการศึกษานี้แสดงในบทที่ ๖

บทที่ ๙

แนวทางสำหรับการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

บทนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ

วัตถุประสงค์หลักข้อที่ ๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนดพล็อตเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏ และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (grounded theory to practice)

ในบทนี้เป็นการนำผลที่ได้จากการวิจัยมาประมวลเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

๑. การตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลการวิจัยด้วยวิธีการหาความสอดคล้องของข้อสรุป

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้กำหนดให้พล็อตคือเค้าโครงของเรื่องที่เห็นเด่นชัด เป็นสิ่งสำคัญที่ครอบคลุมเรื่องทั้งหมด โดยได้คัดเลือกพล็อตซึ่งเป็นที่ยอมรับในกลุ่มประเทศอาเซียนจำนวน ๖ พล็อต อีกทั้งยังได้ทำการศึกษาองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่นอกเหนือจากเนื้อหาทางวัฒนธรรม โดยเป็นคำถามที่เกี่ยวกับ นักแสดงหน้าตาดี การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย ภาพสวยประณีต สภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย พระเอกนางเอกเป็นคนรวย แสดงสถานที่ท่องเที่ยวของไทย และสินค้าต่างๆ ซึ่งมีศักยภาพในการกระตุ้นการรับรู้ทางการตลาดของไทย

จากที่กล่าวแล้วในบทที่ ๕ การสร้างความเชื่อมั่นภายนอก ให้กับผลการวิจัยที่ได้ศึกษาจากตัวอย่างด้วยที่เลือกมาด้วยวิธีการแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในการวิจัยครั้งนี้สร้างความเชื่อมั่นด้วยวิธีการตรวจสอบยืนยันผลการค้นพบ ด้วยเทคนิคการหาความสอดคล้องของข้อสรุป ซึ่งวิธีที่นำมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือวิธีการ IOC (The Index of Item Objective Congruence) การยืนยันผลการค้นพบในลักษณะนี้เรียกว่า ‘สามเส้าด้วยผู้เชี่ยวชาญ (analyst triangulation)’^๑

๒. แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียน

นำผลการศึกษาทั้งหมดมาทำการสังเคราะห์เพื่อค้นหาแนวทางในการกำหนดพล็อตเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

การดำเนินงานในบทนี้แบ่งออกเป็น ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ การตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลการวิจัยด้วยวิธีการหาความสอดคล้องของข้อสรุป

การตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อสรุปด้วยวิธีการ IOC (The Index of Item Objective Congruence) ด้วยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เกณฑ์เดียวกันกับการคัดเลือกตัวอย่างอื่นในการวิจัยนี้^๒ คือ มีความสอดคล้องตั้งแต่ ๒ คนขึ้นไปหรือร้อยละ ๗๕

^๑ การดำเนินการโดยใช้ผู้เชี่ยวชาญหลายคนเพื่อทบทวนผลการวิจัย ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้สามารถตรวจสอบการรับรู้รวมทั้งยังสามารถที่จะยืนยันผลที่ได้ค้นพบจากวิธีการเชิงคุณภาพในบทที่ ๔ และ ๕ และเชิงปริมาณในบทที่ ๖ และ ๗ อีกทั้งยังเป็นสร้างความเชื่อมั่น (reliability) เพื่อให้กับผลการวิจัยในภาพรวมอีกทางหนึ่งด้วยเช่นกัน

^๒ การคัดเลือกบทความแสดงวิธีการในบทที่ ๔ และรายการเจาะลึกอาเซียน แสดงวิธีการในบทที่ ๕

ลักษณะของผู้เชี่ยวชาญ

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดคุณสมบัติผู้เชี่ยวชาญ คือ เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ อันประกอบด้วย นักแสดง ผู้กำกับ นักวิชาการด้านการสื่อสารมวลชน วัฒนธรรม หรือนักสังคมวิทยา ในกลุ่มประเทศอาเซียน ๑๐ ประเทศ

การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ

การค้นหาคณะผู้เชี่ยวชาญนั้น กระทำร่วมกันด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) และวิธีการแบบลูกโซ่ (snowball sampling) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่คัดเลือกแบบเจาะจงแนะนำคนต่อไป โดยมีการดำเนินการดังนี้

๑. ติดต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ในประเทศไทยเพื่อขอรายชื่อผู้กำกับในประเทศกลุ่มอาเซียน ในการวิจัยครั้งนี้ได้รายชื่อและอีเมลของผู้กำกับ ๑๐ ประเทศอาเซียน จากงาน เวทีประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยรามคำแหงเรื่อง ‘ยุคใหม่แห่งภาพยนตร์อาเซียน’ ระหว่างวันที่ ๒๕-๒๙ กันยายน ๒๕๕๙ ได้รับความช่วยเหลือดำเนินการจากคณบดี คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

๒. ศึกษาจากเว็บไซต์ของมหาวิทยาลัยประจำชาติในแต่ละประเทศ โดยทำการศึกษาประวัติการศึกษาและผลงานของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับนิเทศศาสตร์ การละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สังคมศาสตร์ หรือวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับผลงานทางวิชาการและวิชาที่รับผิดชอบสอนเป็นสำคัญ

๓. พิจารณาเอกสารประกอบการสัมมนา (proceedings) และรายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนาในงานสัมมนาระดับนานาชาติ หัวข้อ ‘The ๒๐๑๗ International Conference on Business and Social Sciences (ICBASS)’ ระหว่างวันที่ ๒๙-๓๑ มีนาคม ๒๕๖๐ ณ เมือง นาโกยา ประเทศญี่ปุ่น ทำการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญโดยพิจารณานักวิชาการจากประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน และจากผลงานของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับประเทศอาเซียนเป็นสำคัญ^๓

๔. คัดเลือกผู้เชี่ยวชาญประเทศละ ๕ คน เพื่อลดความเสี่ยงต่อจำนวนการตอบกลับของแบบประเมินความสอดคล้อง ทั้งหมดได้ดำเนินการติดต่อระหว่าง มีนาคม-เมษายน ๒๕๖๐

การดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลการวิจัย

๑. นำผลการค้นพบเกี่ยวกับพล็อตเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบละครโทรทัศน์ ซึ่งเป็นผลการค้นพบจากบทที่ ๖ มาทำการเรียงลำดับจากความต้องการรับชมมากที่สุดไปน้อย ซึ่งพบว่าแต่ละประเทศมีความต้องการที่หลากหลายประเด็น และเนื่องจากไม่ต้องการให้เป็นภาระกับผู้เชี่ยวชาญในการตอบ การวิจัยครั้งนี้ได้จำกัดแบบสำรวจให้เหลือเพียง ๑ หน้า โดยยังคงพล็อตทั้ง ๖ พล็อตแต่ได้คัดเลือกประเด็นอื่นๆ จำนวน ๑๐ ประเด็น โดยพิจารณาจากคะแนนที่มีระดับความต้องการมากที่สุดไปน้อยที่สุดของแต่ละประเทศ เพื่อไปยืนยันผลการค้นพบ

๒. นำประเด็นที่ได้รับการคัดเลือกจาก ข้อ ๑ ไปสร้างเป็นแบบสำรวจความสอดคล้อง ภาษาอังกฤษที่มีตัวเลือก ๓ ลักษณะคือ เห็นด้วย ไม่แน่ใจ และไม่เห็นด้วย

๓. ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์เชิญพร้อมทั้งแนบนำตัว แจ้งวัตถุประสงค์และระบุว่า หากไม่สามารถประเมินได้ขอให้ส่งต่อไปถึงผู้เชี่ยวชาญอื่นที่เชื่อว่าสามารถประเมินได้ ในลักษณะการค้นหาคณะผู้เชี่ยวชาญแบบลูกโซ่ (snowball sampling) พร้อมทั้งแนบแบบสำรวจไปกับจดหมายอิเล็กทรอนิกส์

^๓ ได้ทำการติดต่อเป็นการส่วนตัว เนื่องจากผู้วิจัยได้เข้าร่วมในงานนี้ด้วยเช่นกัน

ผลการศึกษาความสอดคล้อง

ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในแต่ละประเทศอาเซียน ปรากฏดังต่อไปนี้

ประเทศกัมพูชา

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่ชาวกัมพูชาต้องการเห็นในเนื้อหาละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุดคือ ๑๐ ประเด็น คือ ๑.วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ ๒.ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๓. สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๔. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักรหรือตลาดน้ำ ๕. มีนักแสดงหน้าตาดี ๖. แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย ๗. มีสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย ๘. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือโรงเรียน ๙. ความรักวัยรุ่นตามครulong ๑๐. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อุดยธา และสุโขทัย

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ๑).ผู้กำกับภาพยนตร์ ๒).อาจารย์ College Media and Communications, College of Media and Communications, The University of Cambodia ๓). อาจารย์ประจำ Media and Communication, Royal University of Phnom Penh^๔ ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๙.๑ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญของชาวกัมพูชาต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✗	✓	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✗	✓	๗๕
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✓	✗	๗๕
วิทยาศาสตร์	✓	✓	✗	๗๕
ความขัดแย้ง	✗	✓	✓	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
วัดและพระราชวัง เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ	✓	✓	✓	๑๐๐
ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ	✓	✓	✓	๑๐๐
สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✓	✓	✓	๑๐๐
ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✓	๑๐๐
มีนักแสดงหน้าตาดี	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย	✓	✓	✗	๗๕
มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย	✓	✓	✓	๑๐๐

^๔ ในแบบสำรวจให้ระบุชื่อผู้ตอบ แต่พบว่าผู้เชี่ยวชาญบางคนใส่แต่ตำแหน่ง เช่น ลงชื่อผู้กำกับแต่ไม่ใส่ชื่อ หรือบางคนใส่ชื่อสั้นๆ ไม่ได้ชื่อนามสกุลเต็ม บางคนให้ผู้แทนเป็นคนตอบซึ่งไม่ทราบว่าเป็นตำแหน่งใด ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงได้ทำการใส่เฉพาะตำแหน่ง เนื่องจากจดหมายเชิญเป็นการเชิญโดยตำแหน่ง

ตารางที่ ๙.๑ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญของชาวกัมพูชาต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย (ต่อ)

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน	✓	✓	✓	๑๐๐
ความรักวัยรุ่นตามครรลอง	✓	✓	✓	๑๐๐
แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญชาวกัมพูชาประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นเท่ากับหรือสูงกว่าร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน ประกอบด้วย พล็อตละครโทรทัศน์ที่ชาวกัมพูชาชื่นชอบคือพล็อต ๑. ชีวิตวัยรุ่น ๒. รักโรแมนติกของหนุ่มสาว โดยเป็นรักที่ถูกต้องตามครรลองประเพณี ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวกัมพูชาต้องการรับชม ประกอบด้วย ๑. ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๒. สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๓. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๔. มีนักแสดงหน้าตาดี ๕. มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย และ ๖. วัดไทยและพระราชวังไทย ๗. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน และ ๘. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย

ประเทศไทย

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่คนไทยต้องการชมในละครโทรทัศน์มากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีภาพสวยประณีต ๒. มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย ๓. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย ๔. นักแสดงหน้าตาดี ๕. เรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น ๖. เรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต ๗. เรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หุ่นยนต์หรือการทดลอง ๘. แสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน ๙. มีสถานที่เกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ ๑๐. มีสถานที่สถานที่เกี่ยวกับที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ประกอบไปด้วย อาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย นักศึกษา และแม่บ้านที่มีความชื่นชอบการดูละครโทรทัศน์ ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๒ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวไทยต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✓	✓	๑๐๐
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✓	๑๐๐
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✓	✓	๑๐๐
วิทยาศาสตร์	✗	✓	✓	๗๕
ความขัดแย้ง	✓	✓	✓	๑๐๐
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อยุธยา และสุโขทัย	✓	✓	✓	๑๐๐
มีนักแสดงหน้าตาดี	✓	✓	✓	๑๐๐
เรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
เรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจาก อนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต	✓	✓	✓	๑๐๐
เรื่องราวเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลอง	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือ โรงเรียน	✓	✓	✗	๗๕
มีสถานที่เกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทยเช่น วัด พระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ	✗	✓	✓	๗๕
มีสถานที่สถานที่เกี่ยวกับที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษา พบว่า นักวิชาการและผู้รับชมละครโทรทัศน์ทั่วไปชาวไทย โดยทั้ง ๓ เห็นด้วยว่าคนไทยชื่นชอบคือทุกพล็อตส่วนพล็อตวิทยาสตรนั้นชอบน้อยกว่าพล็อตอื่นเนื่องจากยังไม่พบเรื่องที่ถูกต้อง ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวไทยต้องการรับชมและสามารถนำไปเป็นเนื้อหาจำเป็นต้องปรากฏที่มีความสอดคล้องกันคิดเป็น ๑๐๐% เกือบทุกเรื่องยกเว้นแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน และเนื้อเรื่องที่สถานที่เกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ แต่ทุกประเด็นมีความสอดคล้องตั้งแต่ร้อยละ ๗๕ ขึ้นไป

ประเทศบรูไน

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ ที่ชาวบรูไนต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีนักแสดงหน้าตาดี ๒. มีฉากการใช้พีซสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร ๓. แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผัก

ผลไม้ ๔. มีการแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย ๕. เนื้อหาที่มีการฆ่าหรือภาพสยองขวัญ ๖. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ๗. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อุดรธานี และสุโขทัย ๘. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๙.สถานบันเทิงเรีงรมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร พัทยา และ ๑๐. มีฉากการใช้พืชสมุนไพรไทยเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ผู้กำกับภาพยนตร์ ๑ คน อาจารย์มหาวิทยาลัย คณะวิชา ด้านสังคมศาสตร์ ๒ คน ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๓ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวบรูไนต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✗	✓	✓	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✗	๗๕
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✗	✓	๗๕
วิทยาศาสตร์	✓	✓	✓	๑๐๐
ความขัดแย้ง	✗	✓	✓	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีนักแสดงหน้าตาดี	✓	✓	✓	๑๐๐
มีฉากการใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อหาที่เกี่ยวเนื่องกับการฆ่า หรือภาพสยองขวัญ	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง	✓	✓	✓	๑๐๐
แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อุดรธานี และสุโขทัย	✓	✓	✓	๑๐๐
ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✓	๑๐๐
สถานบันเทิงเรีงรมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร พัทยา	✗	✓	✓	๗๕
ฉากการใช้พืชสมุนไพรไทยเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญบรูไน ประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นตั้งแต่ ร้อยละ ๗๕ ขึ้นไป โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คนประกอบด้วย พล็อตที่ชาวบรูไนเปิดรับประกอบด้วย ๑. ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น และ ๒. วิทยาศาสตร์ ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่

ต้องการรับชมและสามารถนำไปเป็นเนื้อหาจำเป็นที่ต้องปรากฏที่มีความสอดคล้องกันคิดเป็น ๑๐๐% ได้แก่ ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีนักแสดงหน้าตาดี ๒. มีฉากการใช้พีซสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร ๓. แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ ๔. แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนวัย ๕. เนื้อหาสามารถมีฉากการฆ่าหรือภาพสยองขวัญได้ ๖. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ๗. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย ๘. แสดงฉากเกี่ยวกับตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ และ ๙. มีฉากการใช้พีซสมุนไพรไทยเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย

ประเทศฟิลิปปินส์

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่ชาวฟิลิปปินส์ต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีภาพสวยประณีต ๒. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๓. ความรักวัยรุ่นตามครรลอง ๔. ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง ๕. ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ๖. วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม ๗. วิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต ๘. วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ ๙. มีนักแสดงหน้าตาดี ๑๐. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน และ ๑๑. มีสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คน ประกอบด้วย อาจารย์มหาวิทยาลัย ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๔ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวฟิลิปปินส์ต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✗	✓	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✓	๑๐๐
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✗	✓	✓	๗๕
วิทยาศาสตร์	✓	✓	✓	๑๐๐
ความขัดแย้ง	✓	✗	✓	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต	✓	✓	✓	๑๐๐
ความรักวัยรุ่นตามครรลอง	✓	✓	✓	๑๐๐
ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม	✓	✓	✓	๑๐๐
วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม	✓	✓	✓	๑๐๐
วิทยาศาสตร์ย้อนเวลาจากอนาคตสู่ปัจจุบันหรืออดีต	✓	✓	✓	๑๐๐
วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ	✓	✓	✓	๑๐๐

ตารางที่ ๙.๔ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวฟิลิปปินส์ต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย (ต่อ)

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีนักแสดงหน้าตาดี	✓	✓	✓	๑๐๐
การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน	✓	✓	✓	๑๐๐
สภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญชาวฟิลิปปินส์ ประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นมีค่าความสอดคล้องตั้งแต่ร้อยละ ๗๕ ขึ้นไป โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน พล็อตที่ชาวฟิลิปปินส์ต้องการประกอบด้วย ๑. ผี/ลึกลับ ๒. ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น และ ๓. วิทยาศาสตร์ ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวฟิลิปปินส์ต้องการรับชมและสามารถนำไปเป็นเนื้อหาจำเป็นที่ต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ โดยเป็นประเด็นที่มีความสอดคล้องกันคิดเป็น ๑๐๐% ได้แก่ ๑๐ ประเด็น ๑. มีภาพสวยประณีต ๒. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๓. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง ๓. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง ๔. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ๕. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม ๖. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต ๗. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ ๘. มีนักแสดงหน้าตาดี ๙. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับการแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน และ ๑๐. มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย

ประเทศมาเลเซีย

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่ชาวมาเลเซียต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๒. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๓. มีภาพสวยประณีต ๔. สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๕. สถานบันเทิงเรีงรมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา ๖. ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ๗. ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ และ ๘. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย อาจารย์มหาวิทยาลัย ๒ คนและนักวิจัย ๑ คน ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๙.๕ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวมาเลเซียต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✗	✓	✓	๗๕

ตารางที่ ๙.๕ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวมาเลเซียต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย (ต่อ)

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ผี/ลึกลับ	✗	✓	✓	๗๕
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✗	✓	๗๕
วิทยาศาสตร์	✓	✓	✓	๑๐๐
ความขัดแย้ง	✓	✗	✓	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต	✓	✓	✓	๑๐๐
มีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✓	✗	✓	๗๕
สถานบันเทิงเรียมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา	✗	✓	✓	๗๕
ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม	✓	✗	✓	๗๕
ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ	✓	✗	✓	๗๕
แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อุดรธานี และสุโขทัย	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญชาวมาเลเซียประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นเท่ากับหรือสูงกว่าร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน ว่าพล็อตที่ชาวมาเลเซียต้องการรับชม ประกอบด้วย ๑.พล็อตความรัก/ชีวิตวัยรุ่น และ ๒. วิทยาศาสตร์ ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวมาเลเซียต้องการรับชมและสามารถนำไปเป็นเนื้อหาจำเป็นที่ต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่มีความสอดคล้องกันคิดเป็น ๑๐๐% ได้แก่ ๑. การมีองค์ประกอบของเรื่องเกี่ยวกับตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๒. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๓. มีภาพสวยประณีต และ ๔. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อุดรธานี และสุโขทัย

ประเทศเมียนมา

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อต และ องค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่ชาวเมียนมาต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีฉากเกี่ยวกับสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๒.เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๓. มีฉากเกี่ยวกับตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๔. มีฉากแสดงแหล่งวัฒนธรรมของไทย เช่น เชียงใหม่ อุดรธานี และสุโขทัย ๕. มีฉากเกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ ๖. มีฉากเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๗. เนื้อเรื่องละครโทรทัศน์มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ๘. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครูลอง ๙. เนื้อเรื่องมีภาพสวยประณีต และ ๑๐. เนื้อเรื่องแสดงการดำเนินชีวิตที่เป็นไปตามหลักศาสนา

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ผู้กำกับภาพยนตร์ ๒ คน คือ ผู้กำกับชาวไทย (ร่วมทุนบริษัท BEC Entertainment) ที่ไปทำงานด้านละครโทรทัศน์ที่ประเทศเมียนมา และอาจารย์ University of Yangon ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๖ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวเมียนมาต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✓	✗	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✗	๗๕
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✗	✓	๗๕
วิทยาศาสตร์	✗	✓	✓	๗๕
ความขัดแย้ง	✗	✓	✓	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีฉากเกี่ยวกับสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✗	✓	✓	๗๕
เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต	✓	✓	✓	๑๐๐
มีฉากเกี่ยวกับตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✗	๗๕
มีฉากแสดงแหล่งวัฒนธรรมของไทย เช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย	✓	✓	✗	๗๕
มีฉากเกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ	✓	✓	✗	๗๕
มีฉากเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องละครโทรทัศน์มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องมีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องแสดงดำเนินไปตามหลักศาสนา	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญชาวเมียนมาและผู้กำกับไทยที่ทำงานในประเทศเมียนมา ประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นเท่ากับหรือสูงกว่า ร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ ว่าชาวเมียนมาต้องการรับชมคือ ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น และองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวเมียนมาต้องการรับชมและนำไปปรากฏในละครโทรทัศน์ได้แก่คือ ๑. เนื้อเรื่องที่มีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๒. ฉากเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๓. เนื้อเรื่องละครโทรทัศน์มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ๔. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง ๕. เนื้อเรื่องมีภาพสวยประณีต และ ๖. เนื้อเรื่องแสดงดำเนินไปตามหลักศาสนา

ประเทศไทย

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่ชาวลาวต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีภาพสวยประณีต ๒. มีนักแสดงหน้าตาดี ๓. ฉากแสดงสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๔. เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว ๕. มีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือ ดี เป็นนักแสดงหลัก ๖. แสดงสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย ๗. เนื้อหาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น ๘. มีฉากตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๙. มีการแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนวัย ๑๐. มีฉากห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ผู้กำกับภาพยนตร์ และผู้อำนวยการวิทยาลัยครูหลวงพระบาง และนักวิชาการหัวหน้าฝ่ายการศึกษาและกระบวนการศึกษาศึกษาคุณภาพการศึกษาศูนย์การกระทรวงศึกษาธิการและกีฬา^๕ ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๗ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวลาวต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✓	✗	๗๕
ผี/ลึกลับ	✗	✓	✓	๗๕
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนวัย	✓	✓	✗	๗๕
วิทยาศาสตร์	✓	✓	✗	๗๕
ความขัดแย้ง	✓	✓	✗	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
มีนักแสดงหน้าตาดี	✓	✓	✓	๑๐๐
มีฉากแสดงสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✓	✓	✓	๑๐๐
มีเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว	✗	✓	✓	๗๕
มีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอมหรือ ดี เป็นนักแสดงหลัก	✗	✓	✓	๗๕
มีการแสดงสภาพแวดล้อมเทคโนโลยีทันสมัย	✓	✓	✗	๗๕
มีเนื้อหาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
มีฉากตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✗	๗๕
มีการแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนวัย	✓	✓	✓	๑๐๐
มีฉากห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง	✓	✓	✗	๑๐๐

^๕ ชื่อเฉพาะของทางการลาว

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้นผู้เชี่ยวชาญชาวลาวประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นเท่ากับหรือสูงกว่าร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน ประกอบด้วย ๑. เนื้อเรื่องความรัก/ชีวิตวัยรุ่น ส่วนองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ ที่ประเมินสูงกว่าร้อยละ ๗๕ ประกอบด้วย ๑. มีภาพสวยประณีต ๒. มีนักแสดงหน้าตาดี ๓. มีฉากแสดงสถานที่ที่สวยงามทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๔. มีเนื้อหาเป็นเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น ๕. มีการแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย และ ๖. มีฉากห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เชี่ยวชาญจากประเทศลาวได้เพิ่มเติมความคิดเห็นว่า เนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทยควรมีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประเพณี ความรักในครอบครัว ความคิดสร้างสรรค์ และการสอนทักษะชีวิตสำหรับเด็กและวัยรุ่นเพื่อจะได้เรียนรู้สังคมรอบตัว

ประเทศเวียดนาม

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ พบว่าชาวเวียดนามต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑.สถานบันเทิงเรีงรมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร พัทยา ๒.ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๓. แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคเช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย ๔. วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ ๕.แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ๖. มีการเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง ๗. สถานที่ที่สวยงามทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๘. ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๙. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน ๑๐. ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ตัวแทนของผู้กำกับภาพยนตร์ชาวเวียดนาม^๖ และอาจารย์ประจำคณะสื่อสารมวลชน ๒ คน ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๘ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวลาวเวียดนามต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✓	✗	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✗	๗๕
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✗	✓	✓	๗๕
วิทยาศาสตร์	✗	✓	✓	๗๕
ความขัดแย้ง	✓	✓	✗	๗๕

^๖ เนื่องจากผู้กำกับภาพยนตร์แจ้งว่าไม่สามารถยืนยันได้และได้ส่งต่อผู้เชี่ยวชาญในทีมเป็นผู้ยืนยันให้

ตารางที่ ๙.๘ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวเวียดนามต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย (ต่อ)

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีฉากเกี่ยวกับสถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✓	✓	✗	๗๕
เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต	✓	✓	✓	๑๐๐
มีฉากเกี่ยวกับตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✗	๗๕
มีฉากแสดงแหล่งวัฒนธรรมของไทย เช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย	✓	✓	✗	๗๕
มีฉากเกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ	✗	✓	✓	๗๕
มีฉากเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องละครโทรทัศน์มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องมีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องแสดงดำเนินไปตามหลักศาสนา	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญและผู้กำกับชาวเวียดนามประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นสูงกว่า ร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน พล็อตที่ชาวเวียดนามต้องการรับชม ประกอบด้วย รักชีวิตวัยรุ่น ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวเวียดนามมีความสอดคล้องกันคิดเป็น ๑๐๐% ได้แก่ ๑. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๒. มีฉากเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๓. เนื้อเรื่องละครโทรทัศน์มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ๔. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง ๕. เนื้อเรื่องมีภาพสวยประณีต และ ๖. เนื้อเรื่องแสดงดำเนินไปตามหลักศาสนา

ประเทศสิงคโปร์

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ พบว่าชาวสิงคโปร์ต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีการแสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ๒. แสดงด้านอาหารหรูหราในฉากละครโทรทัศน์ ๓. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๔. สามารถมีเนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญได้ ๕. เนื้อเรื่องเป็นตามหลักศาสนา ๖. แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ ๗. แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ ๘. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน ๙. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีแต่ไม่น่ากลัวหรือผีตลก ๑๐. แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ผู้กำกับภาพยนตร์ ๑ คน นักวิจัยอาวุโส ๒ คน ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ ๙.๙ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญสิงคโปร์ต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อตและเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความ สอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✗	✓	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✓	๑๐๐
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✗	✓	๗๕
วิทยาศาสตร์	✓	✓	✓	๑๐๐
ความขัดแย้ง	✓	✓	✗	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงด้านอาหารหรูหราในฉากละครโทรทัศน์	✓	✓	✗	๗๕
เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญ	✓	✓	✓	๑๐๐
เนื้อเรื่องตามหลักศาสนา	✓	✗	✓	๗๕
แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้	✗	✓	✓	๗๕
แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่	✗	✓	✓	๗๕
การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน	✗	✓	✓	๗๕
ผีไม่น่ากลัว ตลก	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญและผู้กำกับชาวสิงคโปร์ ประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นเท่ากับหรือสูงกว่า ร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน พล็อตที่ชาวสิงคโปร์ต้องการรับชม ประกอบด้วย ๑.พล็อตผี/ลึกลับ ๒. ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น และ ๓. แนววิทยาศาสตร์ ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวสิงคโปร์ต้องการรับชม และผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นตรงกัน ๓ คน ได้แก่ ๑. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ๒. เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ๓. สามารถมีเนื้อหาที่มีการฆ่าหรือภาพสยองขวัญ ๔. เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีแต่ไม่น่ากลัวหรือเป็นผีที่ตลก และ ๕. แสดงการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เชี่ยวชาญจากประเทศสิงคโปร์ยังได้เพิ่มเติมความคิดเห็นว่า เนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทยควรมีเนื้อเรื่องที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของคนไทยเพื่อเห็นสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์แปลกและน่าสนใจ

ประเทศอินโดนีเซีย

ความต้องการพล็อตทั้ง ๖ พล็อตและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ พบว่าชาวอินโดนีเซียต้องการชมในละครโทรทัศน์ไทยมากที่สุด ๑๐ ประเด็น คือ ๑. มีนักแสดงหน้าตาดี ๒. มีสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย ๓. ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๔. มีภาพสวยประณีต ๕. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๖. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน ๗. สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๘. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ๙. สถานบันเทิงเรีงมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา ๑๐. มีพระเอกนางเอกเป็นคนรวย

ผู้เชี่ยวชาญ ๓ คนประกอบด้วย ผู้กำกับภาพยนตร์ ๑ คน อาจารย์มหาวิทยาลัย ๒ คน ได้ทำการยืนยันผลการค้นพบ ๑๐ ประเด็นข้างต้น โดยแต่ละประเด็นมีค่าน้ำหนักดังแสดงในตารางต่อไปนี้ ตารางที่ ๙.๑๐ แสดงค่าน้ำหนักความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญชาวอินโดนีเซียต่อผลการสำรวจความต้องการพล็อต และเนื้อหาหรือองค์ประกอบละครโทรทัศน์ไทย

พล็อต/องค์ประกอบของละครโทรทัศน์	คนที่ ๑	คนที่ ๒	คนที่ ๓	ระดับค่าน้ำหนักความสอดคล้อง
พล็อต				
ศาสนา/อภินิหาร	✓	✓	✗	๗๕
ผี/ลึกลับ	✓	✓	✓	๑๐๐
ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น	✓	✓	✓	๑๐๐
สังคมคนรวย	✓	✓	✓	๑๐๐
วิทยาศาสตร์	✗	✓	✓	๗๕
ความขัดแย้ง	✓	✓	✗	๗๕
องค์ประกอบของละครโทรทัศน์				
มีนักแสดงหน้าตาดี	✓	✓	✓	๑๐๐
มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย	✓	✓	✓	๑๐๐
ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ	✓	✓	✓	๑๐๐
มีภาพสวยประณีต	✓	✓	✓	๑๐๐
ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ	✓	✓	✓	๑๐๐
การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน	✓	✓	✓	๑๐๐
สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน	✓	✓	✓	๑๐๐
แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง	✓	✓	✓	๑๐๐
สถานบันเทิงเรีงมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา	✓	✗	✓	๗๕
มีพระเอกนางเอกเป็นคนรวย	✓	✓	✓	๑๐๐

จากผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่ได้จากแบบสำรวจนั้น ผู้เชี่ยวชาญประเมินความสอดคล้องทุกประเด็นเท่ากับหรือสูงกว่าร้อยละ ๗๕ โดยผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นตรงกันทั้ง ๓ คน ว่าพล็อตที่ชาวอินโดนีเซียต้องการรับชม ประกอบด้วย ๑. พล็อตผี/ลึกลับ ๒. ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น ๓. สังคมคน

รวย ส่วนองค์ประกอบละครโทรทัศน์ที่ชาวอินโดนีเซียต้องการรับชมที่มีความสอดคล้องกันคิดเป็น ๑๐๐% ได้แก่ ๑. มีนักแสดงหน้าตาดี ๒. มีสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย ๓. ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ๔. มีภาพสวยประณีต ๕. ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ ๖. การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน ๗. สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ๘. แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง และ ๙. มีพระเอกนางเอกเป็นคนสวย

ตอนที่ ๒. แนวทางการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียน

ผลการสำรวจพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและเนื้อหาละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียนที่น่าสนใจในบทที่ ๖ และผลการจัดกลุ่มประเทศอาเซียนที่สามารถมองเห็นรูปแบบ (pattern) ของพฤติกรรมที่คล้ายหรือเหมือนกันดังที่นำเสนอในบทที่ ๗ นำมาประมวลเพื่อเป็นแนวทางในการเสนอแนะได้ดังนี้

๑. พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ของประชาชนทั้ง ๑๐ ประเทศ ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถจัดกลุ่มพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน ได้เป็น ๒ กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ ๑ ประเทศที่ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับปานกลาง แนวโน้มไปในระดับมากได้แก่ ประเทศไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มที่ดีในการเปิดรับละครโทรทัศน์ กลุ่มประเทศเหล่านี้จัดเป็นกลุ่มที่มีลักษณะของการเปิดรับข่าวสารแบบเชิงรุก (active) กล่าวคือ ประชาชนส่วนใหญ่ มีลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจหรือเพื่อสนับสนุนหรือเป็นไปในลักษณะที่เสริมข้อมูลเดิมที่ตนเองมีอยู่แล้ว มีการเปิดรับข่าวสารจากทั้งในและต่างประเทศ จากหลากหลายแหล่งข่าวทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิม (traditional media) และสื่อใหม่ (new media) เช่น สื่อที่วิวกวกับสื่ออินเทอร์เน็ต มีการเปิดรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นิยมข่าวสารที่เข้าใจง่ายและอ่านเรื่องที่ชอบหลายครั้ง

กลุ่มประเทศเหล่านี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายของการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับละครโทรทัศน์ไทย โดยสามารถกระทำผ่านสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต และสามารถนำเสนอตัวอย่างละครโทรทัศน์ (teaser-trailer) ที่สามารถเรียกความสนใจได้ดีผ่าน YouTube อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นและสร้างความสนใจด้วยการนำเสนอเรื่องย่อ รูปที่เกี่ยวข้อง เรื่องราวหรือกิจกรรมของเหล่าดารานักแสดงในละครโทรทัศน์ ทำการเสริมด้วยด้วยการเขียน review เรื่องราวในเชิงบวกรวมทั้งสร้างยอด like ให้กับละครโทรทัศน์เรื่องนั้น ๆ

กลุ่มที่ ๒ ประเทศที่ประชาชนมีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ตรงกันข้ามกับกลุ่มที่ ๑ คือเป็นกลุ่มประเทศที่ประชาชนมีลักษณะของการเปิดรับข่าวสารสามารถในลักษณะเชิงรับ (passive) กล่าวคือ มีการเปิดรับข่าวสารจากผู้ส่งสารที่มีอยู่แล้วรอบๆ ตัว ไม่ค่อยทำการค้นหาข่าวสารจากแหล่งอื่นๆ นอกเหนือจากข่าวสารที่ถูกป้อนให้ ผลการศึกษาพบว่า ประเทศที่มีระดับพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ปานกลางแนวโน้มไปในระดับน้อย ได้แก่ ประเทศกัมพูชา และลาว การเปิดรับละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศนี้ไม่ได้หมายความว่ามีการเปิดรับละครโทรทัศน์น้อย เพียงแต่มีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอภายในประเทศเท่านั้น ดังนั้นการนำเสนอละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศนี้อาจต้องกระทำอย่างเป็นทางการ เช่น มีการติดต่อสถานีโทรทัศน์ซึ่งเป็นสื่อหลัก มีการแปลเป็นภาษาท้องถิ่น การสื่อสารเพื่อกระตุ้นให้เกิดการรับรู้หรือสร้างความสนใจนั้น สามารถกระทำได้โดยผ่านสื่อกระแสหลัก อย่างเช่น โฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์หรือ

Billboard โดยละครโทรทัศน์จะต้องเป็นละครโทรทัศน์ที่มีเรื่องราวสอดคล้องกับสภาพสังคมและวัฒนธรรมโดยรวมของประเทศ

๒. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

ประเทศในกลุ่มอาเซียนส่วนใหญ่ดูละครเรื่องที่ตนเองชอบ ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกดูก็คือเนื้อเรื่องน่าสนใจ สำหรับละครโทรทัศน์ไทย พบว่า มีโอกาสพัฒนาต่อยอดในกลุ่มประเทศที่เปิดรับละครโทรทัศน์ไทยโดยเฉพาะชาวกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และสิงคโปร์ ในขณะที่เดียวกันละครโทรทัศน์ไทยต้องสร้างการรับรู้ให้มากขึ้นในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ผลการศึกษาพบข้อเสนอแนะในรายประเทศดังนี้

ประเทศกัมพูชา

ละครโทรทัศน์ของไทยที่ต้องการนำเสนอในประเทศกัมพูชา ควรออกอากาศจบในตอนมีความยาวประมาณ ๓๐ หรือ ๖๐ นาที และออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ เรื่องไม่ต้องยาวมากนัก เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย และนำเสนอละครย้อนหลังในรูปของ CD, DVD, BD หรือ File สำหรับเนื้อหาของละครโทรทัศน์ที่นำเสนอในประเทศกัมพูชา ต้องเน้นไปเรื่องที่ไม่เครียด เนื้อเรื่องเบาสบายๆ อย่างเรื่องราวเกี่ยวกับความรักของวัยรุ่น แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหรา ละครโทรทัศน์ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญ คือ ดารานักแสดงต้องมีหน้าตาดี แต่งกายดี ใช้ของราคาแพง เนื้อหาสอดแทรกเรื่องตลก มีการแสดงองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมเทคโนโลยีที่ทันสมัย แสดงความทันสมัยด้านอื่นๆ ของประเทศไทย เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น สถานที่ถ่ายทำสวยงาม แสดงถึงลักษณะเฉพาะของสังคมไทย เนื้อเรื่องแสดงให้เห็นความเป็นจริงของคนรวยและจน ที่สำคัญต้องมีตอนจบที่มีความสุข (Happy ending)

นอกจากนี้ ละครโทรทัศน์ยังควรสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ หรือเกี่ยวข้องกับศาสนาของไทยในเนื้อเรื่อง เช่น มีสถานที่ของวัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ รวมทั้งแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อโยธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเลอย่างพัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ แสดงให้เห็นเกี่ยวกับสถานที่ค้าขายอย่างตลาดนัดจตุจักรหรือตลาดน้ำของไทย นอกจากนี้เนื้อหาในละครโทรทัศน์ควรมีการสอดแทรกสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยเพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้าของไทยให้เป็นที่รู้จักในประเทศกัมพูชา โดยเฉพาะน้ำตาลทราย ขอสปริงรสปลากระป๋อง และซอสพริกที่มีรสเผ็ดน้อย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และสินค้าอุปโภคที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพู ผงซักฟอก ครีมบำรุงผิว และชุดเครื่องครัวทำด้วยพลาสติกจำพวกถ้วย ชาม จาน ถาด และฝาชี สินค้าเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ข้าวหอมมะลิและสินค้าปลอดสารพิษ ฉากเป็นสถานที่เกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า แฟชั่น ร้านอาหารไทย รวมทั้งแบบบ้านและสินค้าด้านการก่อสร้าง และการตกแต่งบ้าน

ชาวกัมพูชานั้นเป็นกลุ่มคนที่มีการจำกัดในการเปิดรับวัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมจากต่างประเทศ แต่มีข้อสังเกตว่า ชาวกัมพูชามีความนิยมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยในระดับปานกลาง หรืออาจพูดได้ว่าชาวกัมพูชาไม่ปฏิเสธเรื่องราวของละครโทรทัศน์ไทยที่นำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยที่นำเสนอทางโทรทัศน์ แต่ผลการศึกษาพบว่าชาวกัมพูชามีความต้องการมากเป็นพิเศษคือ เนื้อเรื่องละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับเรื่องราวของนักเรียน นักศึกษาในมหาวิทยาลัยหรือในโรงเรียน

สิ่งที่ต้องระวังสำหรับชาวกัมพูชา คือ การแต่งกายโป้เปลือยของดารานักแสดง การพูดคำหยาบคาย การแสดงออกที่มีการกอดจูบ มีการแสดงออกของความรักของเพศเดียวกัน เนื้อหาที่

เกี่ยวกับการฆ่าหรือมีภาพสยองขวัญ เนื้อหาที่มีการนำเสนอที่เป็นการแสดงมุมมองไปในเชิงลบหลู่ศาสนา การตบตีแย่งผู้ชาย การทะเลาะกันเรื่องความรัก การแสดงออกถึงความต้องการสามารย เรื่องความขัดแย้งทางการเมืองของไทย บทหวีดร้อง อัจฉา ตบตีที่แสดงให้เห็นว่าด้อยการศึกษาและขาดการอบรม การแสดงลำดับชั้นในสังคม เช่น บทคนใช้ ผู้มีอำนาจข่มเหงผู้อ่อนแอ เนื้อเรื่องแปลกใหม่ไม่ต้องเน้นเรื่องรักและลดเรื่องเวทมนต์ลงบ้าง ละครควรหาสถานที่ถ่ายทำที่สวยงามและแปลกใหม่ ที่สำคัญต้องมีการแปลเป็นภาษากัมพูชา การสร้างการรับรู้หรือกระตุ้นให้ดูละครโทรทัศน์ สามารถกระทำได้ด้วยการร่วมสนุกหรือร่วมลุ้นโชค การจับฉลาก หรือการแจกทองก็จะสร้างความสนใจในกลุ่มชาวกัมพูชาได้ดี

ประเทศไทย

ชาวไทยส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในลักษณะ ๒-๓ วัน/สัปดาห์หรือมีลักษณะละครโทรทัศน์ซีรี่ส์เรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน เป็นละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่ายและองค์ประกอบภาพที่สวยงาม คนไทยเปิดรับละครโทรทัศน์ต่างชาติได้ง่ายโดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลี นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ไม่ได้ฉายในประเทศ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบซ้ำหลายเรื่อง อ่านเรื่องย่อ ดู และอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำหรือดูเพราะเห็นตัวอย่างละครโทรทัศน์ (teaser-trailer)

ผลการยืนยันความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ มีลักษณะสอดคล้องและตรงกันกับผลการสำรวจที่ว่า ชาวไทยมีความนิยมทุกพล็อตกล่าวคือ นิยมพล็อตผี ผีหักมุมไปมา ผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญูณ ผีไม่น่ากลัวออกแนวตลก ผีทำจากเรื่องจริง ผีมีเวทย์มนต์และคาถา ความรักวัยรุ่นตามครรลอง การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น การแสดงความรักในวัยรุ่น ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหรา แสดงความล้มเหลวในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวย การรักษาภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกลวงว่ารวย แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย วิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต วิทยาศาสตร์หรือการทดลอง วิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุการณ์กรรม ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ความขัดแย้งของคนกับธรรมชาติ ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ และที่สำคัญนักแสดงต้องมีหน้าตาดี มีภาพสวยประณีต มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย มีสภาพแวดล้อมที่แสดงเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ชาวไทยไม่ปิดกั้นนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดีและยอมรับ ยอมรับได้กับเรื่องนักแสดงแต่งกายโป๊เปลือย พูดคำหยาบ การกอดจูบ การแสดงความรักของเพศเดียวกัน ภาพโหดหรือสยองขวัญ รวมทั้งเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงการกลโกง ยาเสพติด และโสเภณี

คนไทยต้องการให้ละครโทรทัศน์สอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ สถานที่อย่างวัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ และแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ สถานเริงรมย์ เช่น สีสมณีน้ข้าวสาร พัทยา

อีกทั้งยังต้องการให้มีการสอดแทรกเนื้อหาทางวัฒนธรรม เรื่องการสักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม มีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์ การประดับฉากด้วยเครื่องใช้แบบไทย มีฉากการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทย หรือมีการใช้สิ่งทอหรือเครื่องประดับไทยเป็นสิ่ง

สำคัญในการดำเนินเรื่อง เช่น การใช้ผ้าไหมเป็นสื่อเพื่อย้อนเวลาไปในอดีต ต้องการให้แสดงถึงการใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย ฉากวิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร วิถีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณ การใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร การใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหาร การจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย แสดงอาหารไทยโบราณในฉากละครโทรทัศน์ เช่น อาหารชาววัง แสดงอาหารไทยประยุกต์ในละครโทรทัศน์ รวมทั้งมีการแสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ อาหารไทยสูตรแปลกใหม่ อาหารหรูหรา อาหารไทยริมถนน (street food) เช่น ข้าวผัด ข้าวราดแกง มีฉากการรำไทย การเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง การแสดงโขน การแสดงละครโทรทัศน์หุ่นเล็ก การรำตามภาคต่าง ๆ เช่น มโนราห์ เซิ้ง ลีเก้ เพิ่มเรื่องราวเกี่ยวกับการพยากรณ์ แสดงการกระทำเพื่อแก้บน กระบวนการตามพิธีทางศาสนา แสดงวิถีกรรมตามความเชื่อต่าง ๆ แสดงพิธีแก้กรรม เพื่อเสริมความเชื่อแก้ร้ายให้กลายเป็นดี แสดงพิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย การละเล่นโบราณของไทย แสดงเพลงกลุ่มเด็กเขานอนของไทยโบราณ การละเล่นพื้นบ้านของไทย และแสดงการประกอบการเล่นละครแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว การเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์ ชาวไทยจะเลือกดูเนื้อหาที่แสดงคตินิยมบ้านของไทย เนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่าง ๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ ความขัดแย้งทางกระบวนการคิดระหว่างครูกับนักเรียน เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาระบบการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา แสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยสากล พิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณ การแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น การแต่งงานแปลก เช่น ใต้สมุทร บนฟ้า แสดงการแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือ และเพิ่มสถานที่เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน กับวิธีการนวัตกรรมเพื่อบำบัดโรคในฉากละคร

เนื้อเรื่องสามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือเกี่ยวข้องกับศาสนาของไทยในเนื้อเรื่อง เช่น สอดแทรกสถานที่อย่างวัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ รวมทั้งเรื่องราวของละครโทรทัศน์ยังสามารถไปถ่ายทำยังสถานที่แสดงแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อโยธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ แสดงให้เห็นเกี่ยวกับสถานที่ค้าขายอย่างตลาดนัดจตุจักรหรือตลาดน้ำของไทย

ละครโทรทัศน์ไทยควรมีการปรับเนื้อหาให้แปลกใหม่เดาตอนจบไม่ได้ ลดการตบจบ และปรับเปลี่ยนฉากเดิมๆ ที่เห็นจนชินตา และที่สำคัญต้องทำตัวอย่างละครโทรทัศน์ (teaser-trailer)ให้น่าสนใจ

ประเทศบรูไน

ละครโทรทัศน์ไทยมีโอกาสดำเนินการตลาดในประเทศบรูไนได้ เนื่องจากชาวบรูไนส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ไม่ได้ฉายในประเทศ โดยเลือกดูละครโทรทัศน์จากประเทศในเอเชียอย่างละครโทรทัศน์จากเกาหลีและจากจีน ละครโทรทัศน์ที่นำไปฉายให้ชาวบรูไนดูต้องเป็นละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ละครโทรทัศน์มีลักษณะหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ หรือมีลักษณะที่เรียกโดยทั่วไปคือเป็นละครโทรทัศน์ซีรีส์แต่ละตอนมีประเด็นที่แตกต่างกัน เนื้อหาออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที เพื่อนและตัวอย่างละครโทรทัศน์ (teaser-trailer) มีอิทธิพลต่อการเลือกดูละครโทรทัศน์ ดังนั้นละครไทยควรมีการสร้างตัวอย่างละครโทรทัศน์ที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวบรูไนต้องมีการพากย์เป็นภาษาอังกฤษ

หรือภาษาที่ชาวบรูไนทั่วไปเข้าใจ โดยผ่านช่องทางของ CD, DVD, BD หรือ File รวมทั้งนำเสนอผ่านสื่อทีวีในรูปแบบปกติควบคู่กันไป

จากผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน คือ ชาวบรูไนมีความนิยมในเนื้อหาที่หลากหลาย โดยเฉพาะเนื้อหาละครที่สอดแทรกการสอนเรื่องการเดินทางชีวิตความรักของวัยรุ่นตามครรลอง ความรักในวัยเรียน เนื้อหาแสดงความพยายามและความมุ่งมั่นของตัวละครโทรทัศน์จนประสบความสำเร็จ เป็นต้น อีกทั้งละครโทรทัศน์จะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือดารานักแสดงต้องมีหน้าตาดี เนื้อเรื่องมีความเข้าใจง่าย ออกเป็นแนวตลกแต่ควรเป็นสากลให้ชาติอื่นเข้าใจได้ด้วย เนื้อหาเป็นเรื่องที่น่าสนใจไม่สามารถคาดเดาตอนจบได้

ละครโทรทัศน์ต้องแสดงเรื่องราวหรือมีภาพประกอบที่มีสภาพแวดล้อมของเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมทั้งสามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ และแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ แสดงให้เห็นเกี่ยวกับสถานที่ค้าขายอย่างตลาดนัดจตุจักรหรือตลาดน้ำของไทย ซึ่งสิ่งที่ต้องควรระวังคือการแสดงออกที่มีการกอดจูบ เนื้อหาที่เกี่ยวกับการฆ่าหรือมีภาพสยองขวัญ รวมทั้งเนื้อหามีการนำเสนอมุมมองที่แตกต่างทางศาสนาหรือมีลักษณะที่เป็นการลบหลู่ศาสนาประจำชาติ

ชาวบรูไนนั้นเป็นกลุ่มคนที่มีความเคร่งศาสนา แต่จากผลการศึกษาพบว่าเป็นคนที่มีความพร้อมในการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวเรื่องราวเกี่ยวกับชาติอื่น และเนื้อหาทางวัฒนธรรมของไทยที่ชาวบรูไนต้องการส่วนใหญ่ต้องการระดับปานกลาง แต่ที่ต้องการในระดับมากและสามารถสอดแทรกลงในละครโทรทัศน์ได้คือเรื่องราวการใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย มีฉากวิถีชีวิตการปรุงอาหารด้วยพืชของไทย สอดแทรกเรื่องราวของการทำสปาไทยซึ่งการประกอบด้วยสมุนไพรเพื่อการผ่อนคลาย มีการเสนอเนื้อเรื่องเกี่ยวกับอาหารไทยโบราณ ซึ่งอาจเป็นอาหารชาววัง อาหารไทยประยุกต์ อาหารไทยสวยงาม อย่างเช่น การแกะสลักผักผลไม้ เรื่องราวเกี่ยวข้องกับอาหารไทยริมถนน เช่น ข้าวผัด ข้าวราดแกง รวมทั้งเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือในโรงเรียน นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังเสริมอีกว่าชาวบรูไนสนใจละครโทรทัศน์ที่มีเค้าโครงเรื่องของวิทยาศาสตร์ การแสดงเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ และการใช้พืชสมุนไพรไทยเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย เป็นต้น

ประเทศฟิลิปปินส์

ชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ชอบดูละครโทรทัศน์เกาหลีและละครโทรทัศน์จากตะวันตก ชื่นชอบละครโทรทัศน์แนวซีรีส์ คือ เป็นละครโทรทัศน์หลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกันในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ ลักษณะจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ไม่ได้ฉายในประเทศ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบซ้ำหลายเรื่อง อ่านเรื่องย่อ ดูและอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำ และดูจากตัวอย่างละครโทรทัศน์)

ผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องตรงกัน คือ ชาวฟิลิปปินส์มีความนิยมเค้าโครงเรื่องผี/ลึกลับ ความรักของวัยรุ่น ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว และแนววิทยาศาสตร์ ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง ความขัดแย้งของคนกับธรรมชาติ

ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ ส่วนในเนื้อหานี้มีความต้องการที่หลากหลายในระดับใกล้เคียงกันและที่สำคัญนักแสดงต้องมีหน้าตาดี มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย มีสภาพแวดล้อมที่แสดงเทคโนโลยีที่ทันสมัย แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย มีการแสดงสถานการณ์เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่น ตัวเอกเป็นหมอ

ชาวฟิลิปปินส์ไม่ปิดกั้นนักแสดงที่เป็นกะเทย หอม หรือดี นักแสดงแต่งกายโป๊เปลือย นักแสดงพูดคำหยาบ การแสดงการกอดจูบ การแสดงความรักของเพศเดียวกัน ภาพโหดหรือสยองขวัญ เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงการกลโกง ยาเสพติด โสเภณี หรือเนื้อหาลบล้างศาสนา

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ สามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระแก้ว หรือพระที่นั่งวิมานเมฆ และแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ สถานเริงรมย์ เช่น สีสลม ถนนข้าวสาร พัทยา รวมทั้งสามารถสอดแทรกเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพีชรีกษา สมุนไพรไทยเพื่อรักษาความเจ็บป่วย เนื้อเรื่องเกี่ยวกับอาหารไทยโบราณ ซึ่งอาจเป็นอาหารชาววัง อาหารไทยประยุกต์ อาหารไทยสวยงาม อย่างเช่น การแกะสลักผักผลไม้ อาหารไทยหรูหรา และเรื่องเกี่ยวข้องกับอาหารไทยริมถนน เช่น ข้าวผัด ข้าวราดแกง รวมทั้งการแสดงพิธีกรรมตามความเชื่อต่างๆ ของไทย สถาปัตยกรรมท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนโบราณ และสะท้อนเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือในโรงเรียน การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ ความขัดแย้งทางกระบวนการคิดระหว่างครูกับนักเรียน เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหากระบวนการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา สถานที่เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน หรือตัวเอกเป็นหมอ

ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสนใจเกี่ยวกับเครื่องสำอางไทยมาก โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เสริมความงามที่ให้ผลอย่างรวดเร็วทันใจและเครื่องสำอางประเภทกลิ่นหอมเป็นสำคัญ ดังนั้นละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์นั้น เนื้อสามารถสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องสำอางไทยที่มีกลิ่นหอม เน้นเรื่องการเสริมความสวยงามของผู้หญิงไทยเนื่องจากคนไทยและฟิลิปปินส์มีความคล้ายกัน นอกจากนี้ละครโทรทัศน์ควรมีเรื่องที่ซับซ้อนไม่สามารถเดาตอนจบได้ วางลำดับเรื่องให้ต่อเนื่องไม่ย้อนไปย้อนมาหรือซ้ำไปซ้ำมา และละครโทรทัศน์เรื่องควรเป็นเรื่องที่มีเนื้อแปลกไม่ซ้ำกับเรื่องเก่า ๆ ที่เคยสร้างไว้แล้ว

ประเทศมาเลเซีย

ชาวมาเลเซียนิยมดูละครโทรทัศน์ลักษณะซีรีส์ คือ ละครโทรทัศน์หลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที รับชมผ่านโทรทัศน์และบางกลุ่มเปิดรับผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File โดยนิยมเลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย มีดารานักแสดงที่หน้าตาดีและแสดงได้เป็นธรรมชาติ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำ เห็นตัวอย่างละครโทรทัศน์

ผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องตรงกัน ว่า ละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งไปในประเทศมาเลเซียเน้นในเรื่องของการดำเนินชีวิต ผีหักมุมไปมา ผีทำจากเรื่องจริง ความรักวัยรุ่นตามครรลอง ความรักในวัยเรียน ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว วิทยาศาสตร์ การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต วิทยาศาสตร์การหาเหตุการณ์ตายจากเหตุฆาตกรรม

ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตนเอง ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ การแสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณ การแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น

ชาวมลายูมีความชื่นชอบนักแสดงหน้าตาดี มีภาพประณีต สภาพแวดล้อมแสดงถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่ต้องระมัดระวังในเรื่องนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดี๊ นักแสดงแต่งกายโป๊เปลือย คำพูดที่มีคำหยาบ การแสดงการกอดจูบของนักแสดง การแสดงความรักของเพศเดียวกัน เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนาหรือแสดงการลบหลู่ศาสนาประจำชาติ แต่พอยอมรับได้ในเนื้อหาที่มีการฆ่าหรือภาพสยองขวัญ เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด หรือโสเภณี

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวมลายูเพื่อสร้างการรับรู้ต่อสินค้าไทย สามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวตามแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ สถานะเจริญ เช่น สีลม ถนนข้าวสาร พัทยา เป็นต้น และเช่นเดียวกันกับชาวฟิลิปปินส์ ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวมลายูสามารถสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับความสวยงามของผู้หญิง เครื่องสำอางไทยอย่างแป้งน้ำแอ๊ปเปิ้ล รวมทั้งสามารถสอดแทรกเนื้อหาเพื่อนำเสนออาหารไทยโฮมเมดรสชาติเข้มข้น โดยเน้นให้เห็นว่าสินค้าไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูง แสดงถึงบ้านเรือนที่หรูหรา มีสระว่ายน้ำ ละครโทรทัศน์ไทยต้องค้นหาพล็อตที่แปลกใหม่ มีเนื้อเรื่องไม่ซ้ำกัน ทำเรื่องให้เข้าใจง่าย เดินเรื่องให้กระชับ หลีกเลียงประเด็นทางศาสนา

ประเทศเมียนมา

ชาวเมียนมาส่วนใหญ่ชอบดูละครโทรทัศน์ไทยและละครโทรทัศน์เกาหลี ดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย เป็นแนวซีรีส์เรื่องยาวหลายตอนจบ ออกอากาศทุกวันจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ชมผ่านทางโทรทัศน์และรองลงมาคือดูผ่านช่องทาง CD, DVD และ File

ผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องตรงกัน คือ ชาวเมียนมามีความนิยม ความรัก/ชีวิตวัยรุ่น เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง เนื้อเรื่องควรดำเนินไปตามหลักศาสนา ส่วนในเนื้อหานั้นมีความต้องการที่หลากหลายในระดับปานกลาง แต่มีความต้องการระดับมาก คือ เนื้อเรื่องเกี่ยวกับศาสนา การสอนเรื่องดำเนินชีวิต เรื่องเหลือเชื่อทางศาสนา เรื่องผีไม่น่ากลัว (ออกแนวตลก) ผีทำจากเรื่องจริง เวทย์มนต์ ผีที่ทำดูเหมือนจริงทำได้น่ากลัว ผีที่ทำให้ความรู้สึกลี้ภัย ขอบวัฒนธรรมไทยที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ความรักวัยรุ่นตามครรลอง การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น การแสดงความรักในวัยเรียน ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนวัย

ละครโทรทัศน์สำหรับชาวเมียนมาต้องมีนักแสดงต้องมีหน้าตาดี ภาพสวยประณีต มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย มีสภาพแวดล้อมที่แสดงเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีฉากเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ แต่ต้องระมัดระวังเรื่องนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดี๊ นักแสดงแต่งกายโป๊เปลือย นักแสดงพูดคำหยาบ ยาเสพติด โสเภณี เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนาหรือแสดงการลบหลู่ศาสนา แต่สามารถยอมรับได้บ้างกับเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงการกอดจูบ การแสดงความรักของเพศเดียวกัน ภาพโหดหรือสยองขวัญ เนื้อหาการฆ่าหรือภาพสยองขวัญ เนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงการกลโกง

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวเมียนมาสามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของไทย สถานที่อย่างวัดพระแก้ว หรือพระที่นั่งวิมานเมฆ แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย สถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล

เช่น พัทธยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ตลาดนัดต่าง ๆ เช่น จตุจักรและตลาดน้ำ สถานเริงรมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร หรือ พัทธยา

ละครโทรทัศน์สำหรับชาวเมียนมาสามารถสอดแทรกเนื้อหาทางวัฒนธรรมได้ทุกเรื่อง แต่เรื่องที่ต้องการในระดับมากคือ การแสดงโขน เนื้อหาเกี่ยวกับการพยากรณ์ การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่างๆ หรือโรงเรียน การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่าง ๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ การแต่งงานแปลก เช่น ไต้สมุทรหรือบนฟ้า การแต่งงานแบบเรียนบ้าย เช่น การผูกข้อมือ การใช้พิธีกรรมทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่น ทำบุญต่ออายุ รวมทั้งเป็นเรื่องราวสะท้อนชีวิตจริงของชาวไทย นอกจากนี้ชาวเมียนมายังนิยมละครไทยที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนา ภาษาไทย สอดแทรกตกแบบธรรมชาติและมีการจบแบบมีความสุข (happy ending)

นอกจากต้องสอดแทรกเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์แล้ว เนื้อหาควรมีการนำเสนอเกี่ยวกับบ้านเรือนที่ทันสมัยสวยงาม อาหารไทย แสดงเกี่ยวกับเครื่องใช้ในครัวเรือนอย่างรวมทั้งปั่นโตที่มีคุณภาพของไทย สินค้าเกษตร เครื่องสำอางไทย เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าแตะ เสื้อผ้าไฟฟ้า เครื่องจักรกลและวัสดุก่อสร้าง อาหารที่เน้นน้ำตาลน้อย สินค้าสุขภาพ มีงาดำ มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสามารถใช้งานได้หลากหลายหรือถือง่าย แสดงความทันสมัยของโรงพยาบาล สินค้าเกี่ยวกับศาสนา เครื่องดื่มชูกำลัง สบู่ แบรินด์ซูปไก่ การตลาดให้เน้นเรื่องโปรโมชั่นสินค้า

ประเทศไทย

ชาวลาวส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครโทรทัศน์ไทย ละครโทรทัศน์ที่ชาวลาวนิยม คือ ออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และจบใน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที มีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย รวมทั้งดารานักแสดงที่หน้าตาดีและแสดงได้เป็นธรรมชาติ ชาวลาวนิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทางทีวี รองลงมาคือนิยมดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ส่วนใหญ่ยังไม่นิยมดูทางอินเทอร์เน็ต

ผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องตรงกัน ทำให้เห็นว่าละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งไปในประเทศลาวนั้น ควรเน้นในเรื่องผีไม่น่ากลัวออกแนวตลก ความรักวัยรุ่นตามครรลอง การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว และเนื้อเรื่องสะท้อนปัญหาสังคม

ชาวลาวมีความชื่นชอบนักแสดงหน้าตาดี มีภาพประณีต สภาพแวดล้อมที่แสดงถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัยชื่นชอบนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดี เนื้อหาสามารถแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างทางศาสนา เนื้อหาสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ยอมรับได้บ้างเรื่องนักแสดงมีการแต่งการโป๊หรือเปลือยนักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ การแสดงการกอดจูบ การแสดงความรักเพศเดียวกันหรือภาพสยองขวัญ เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด หรือโสเภณี เป็นต้น

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวลาวนั้น นั้นสามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ สถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทธยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ตลาดนัดต่าง ๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ สถานเริงรมย์ เช่น สีสม ถนนข้าวสาร พัทธยา แสดงบ้านเมืองที่ทันสมัยและสามารถสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าไทย เครื่องปรุงอาหาร ของใช้ในครัวเรือน

เนื้อหาต้องให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องของการแต่งหน้าซึ่งต้องแต่งให้เหมาะกับบทไม่ดูมากไป เช่น ไปเดินป่าไม่ต้องแต่งหน้าสวย หรือการแสดงที่เหมาะสมกับบทอย่างเช่น นักแสดงบางคนในโรงพยาบาล แต่สีหน้าดูไม่เห็นใจผู้ป่วย รวมทั้งการแสดงของนักแสดงที่บางทีดูน่าเบื่อ สถานที่หรือฉากบางครั้งไม่สมจริง และควรลดฉากอิฉาธิษฐานด้วย

ประเทศเวียดนาม

ชาวเวียดนามนิยมดูละครโทรทัศน์ไทย โดยเลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบในลักษณะซีรี่ย์ คือ เป็นละครโทรทัศน์หลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกันในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ เป็นละครโทรทัศน์เรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน รับชมผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง YouTube โดยนิยมเลือกดูเพราะเนื้อเรื่องไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย มีดารานักแสดงที่หน้าตาดีและแสดงได้เป็นธรรมชาติ การสร้างการรับรู้ในกลุ่มคนเวียดนามจะให้ร่วมเล่นสนุกด้วยการให้ชองรางวัลหรือการชิงโชค

ผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องตรงกัน ซึ่งละครโทรทัศน์ไทยที่ส่งไปในประเทศเวียดนามควรเน้นในเรื่องของการดำเนินชีวิต เนื้อหาแสดงความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม แสดงอาหารไทยริมถนน (street food) เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน

นอกจากนี้ยังพบว่าชาวเวียดนามชื่นชอบละครโทรทัศน์ไทยเพราะมีการลงทุน มีเพลงประกอบไพเราะ สามารถทำเรื่องที่สะท้อนเรื่องราวชีวิตของคนในสังคม อย่างเรื่องราวชีวิตของเกย์ เนื่องจากวัฒนธรรมไทยและเวียดนามมีความคล้ายคลึงซึ่งทำให้เกิดความคุ้นเคยกันดังนั้นการแสดงวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์จึงเป็นสิ่งที่คุ้นเคยในกลุ่มชาวเวียดนามเช่นกัน ชาวเวียดนามต้องการละครโทรทัศน์ที่มีมุกตลกที่สวยงาม เรื่องราวแสดงความสุข มองโลกในแง่ดี เรื่องแสดงถึงชีวิตจริงในสังคม แสดงความสัมพันธ์ที่แนบแน่นในครอบครัว และละครที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราชวงศ์ แสดงเกี่ยวกับมวยไทยหรือช้างไทย

ชาวเวียดนามยอมรับได้บ้างเกี่ยวกับเรื่องกะเทย ทอม หรือดี๊ นักแสดงแต่งกายโป๊เปลือย คำพูดที่มีคำหยาบ การแสดงการกอดจูบของนักแสดง การแสดงความรักของเพศเดียวกัน เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนาหรือออกแนวลบลูศำสนา แต่พอยอมรับได้ในเนื้อหาที่มีการฆ่าหรือภาพสยองขวัญ เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด หรือโสเภณี

สิ่งที่ต้องพิจารณาเพื่อปรับปรุงละครโทรทัศน์ไทยในสายตาชาวเวียดนาม คือ เนื้อเรื่องไม่มีการเปลี่ยนแปลง มีการโอ้อวด พระเอกโง่เกินไป ความคิดซ้ำไปมา เครื่องแต่งกายนักแสดงดูเยอะเยี่ยงยาก เพลงประกอบน่ารำคาญ ตัวอิจฉาที่พูดเกินจริงเล็กน้อย มีบทคนใช้ แบ่งชั้นวรรณะ กริยามีการกระแทก ขาดตรรกะ รักร่วมเพศอย่างโจ่งแจ้ง มีความแตกต่างมากสำหรับคนรวยกับจนมาก

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวเวียดนาม สามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ และแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ตลาดนัดต่าง ๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ สถานเริงรมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา

ละครโทรทัศน์ไทยสามารถสอดแทรกสินค้าไทยเพื่อสร้างการรับรู้โดยสินค้านี้ประกอบด้วยเครื่องประดับของไทย กาแฟไทย มอเตอร์ไซด์ อาหาร โดยเฉพาะปูผัดผงกระหรี่ ต้มยำกุ้ง ผัดไทยกุ้งสดและส้มตำเครื่องปรุงรส ของใช้ในครัวเรือน สินค้าใช้กับร่างกาย ความสวยความงาม สินค้าที่มีการกำกับด้วยภาษาไทย

ประเทศสิงคโปร์

ชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่เลือกดูละครโทรทัศน์ในลักษณะที่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส นิยมเลือกดู

ละครโทรทัศน์ที่มีการออกอากาศจบใน ตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และเป็นละครโทรทัศน์เรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวันเลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ ชอบละครที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่ายและองค์ประกอบภาพที่สวยงาม สนุก ตลก โดยต้องกระทำเป็นภาษาอังกฤษ ชาวสิงคโปร์นิยมเปิดรับละครโทรทัศน์ต่างชาติได้ง่ายโดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลี

ชาวสิงคโปร์นิยมเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะเนื้อเรื่องสั้นใช้เวลาไม่มาก ดูละครจากไทยและจีนเลือกดูมีเหตุผลอื่น นอกเหนือจากดารานักแสดง เช่น เหตุผลทางเวลา ชาวสิงคโปร์นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทางช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File เป็นหลัก

จากผลการสำรวจและผลการยืนยันของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องตรงกัน คือ ชาวสิงคโปร์ชอบเนื้อหาตามหลักศาสนา สอนเรื่องการดำเนินชีวิต ฝึทำจากเรื่องจริง วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคมรวมทั้งความขัดแย้งระหว่างศาสนา

ชาวสิงคโปร์ยอมรับเนื้อหาที่มีการฆ่าหรือภาพสยองขวัญ แต่ไม่ต้องการเนื้อหาที่นักแสดงเป็นกะเทย หอม หรือดี นักแสดงแต่งกายโปเปลือย นักแสดงพูดคำหยาบ การแสดงการกอดจูบ การแสดงความรักของเพศเดียวกัน

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวสิงคโปร์ สามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน สถานเริงรมย์ เช่น ถนนสีลม ถนนข้าวสาร พัทยา รวมทั้งสามารถสอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทยริมถนน (street food) อาหารไทยประยุกต์ อาหารไทยสวยงาม การแกะสลักผักผลไม้ อาหารไทยสูตรแปลกใหม่ อาหารหรูหรา และในฉากละครโทรทัศน์ควรมีการสอดแทรกมะพร้าวน้ำหอม รวมทั้งยังสามารถสอดแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่าง ๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ การแสดงเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับปัญหาของระบบการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา

ประเทศอินโดนีเซีย

ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์แนวซีรีส์ คือ มีลักษณะหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ ละครโทรทัศน์จบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที นอกจากนี้ ชาวอินโดนีเซียยังชอบดูละครโทรทัศน์ต่างชาติโดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลีเลือกดูเพราะเนื้อเรื่องน่าสนใจและดารานักแสดง นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (YouTube) รองลงมานิยมดูผ่านทีวี

ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่ชอบดูละครโทรทัศน์ไทยและละครโทรทัศน์เกาหลี ชื่นชอบเนื้อเรื่องละครโทรทัศน์ที่เข้าใจง่าย เป็นแนวซีรีส์เรื่องยาวหลายตอน จบออกอากาศทุกวันจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที เลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ ผ่านทางโทรทัศน์และรองลงมา คือ ดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD และ File

ผลการสำรวจแสดงให้เห็นว่า คือ ชาวอินโดนีเซียมีความนิยมเรื่องเกี่ยวกับผีแต่ไม่น่ากลัว (ออกแนวตลก) เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง แนววิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต

ละครโทรทัศน์สำหรับชาวอินโดนีเซียต้องมีนักแสดงต้องมีหน้าตาดี ภาพสวยประณีต มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย มีพระเอกนางเอกเป็นคนรวย

ชาวอินโดนีเซียไม่นิยมเรื่องนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือดี นักแสดงแต่งกายโป๊เปลือย นักแสดงพูดคำหยาบ การกอดจูบ การรักเพศเดียวกัน ยาเสพติด โสเภณี เนื้อหาหลอหลอนศาสนา

ละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวอินโดนีเซียสามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เช่น วัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทย เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อโยธยา หรือสุโขทัย สถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ตลาดนัดต่าง ๆ เช่น จตุจักรและตลาดน้ำ สถานเริงรมย์ เช่น สีสลม ถนนข้าวสาร พัทยา

นอกจากนี้ ละครโทรทัศน์ไทยควรเป็นแนวตลกตลกและนำเสนอเนื้อเรื่องไม่สามารถคาดการณได้ มีการ review จากอินเทอร์เน็ตในมุมที่ดี แสดงวัฒนธรรมไทย องค์ประกอบศิลปะ ละครโทรทัศน์ไทยควรสื่อถึงอารมณ์และสร้างอารมณ์ร่วมได้ดีและมีพล็อตที่ไม่ซ้ำกัน มีการแสดงภาพชีวิตประจำวัน โรแมนติก หรือเป็นเรื่องเกี่ยวกับผี ต้องมีจบแบบมีความสุข (happy ending) มีเพลงประกอบละครโทรทัศน์ รวมทั้ง เพลงที่แทรกอยู่ในเนื้อเรื่องเพื่อสร้างอารมณ์ที่ลึกซึ้ง เนื้อเรื่องควรมีลักษณะหักมุมไปมา นักแสดงไทยมีหน้าตาที่คล้ายกับคนอินโดนีเซียจึงสร้างความชื่นชอบในหมู่ชาวอินโดนีเซียได้ง่าย

ถึงแม้ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม แต่ละครโทรทัศน์สำหรับชาวอินโดนีเซียสามารถสอดแทรกเนื้อหาทางวัฒนธรรมได้ทุกเรื่อง และยังคงมีความต้องการมากในเรื่องที่ดำเนินชีวิตซึ่งอยู่ภายใต้การปฏิบัติทางศาสนาอิสลามเป็นสำคัญ ชาวอินโดนีเซียมีความต้องการให้นักแสดงแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทย มีการประดับด้วยเครื่องใช้แบบไทย แสดงการทอผ้า หรือทำเครื่องประดับไทย การใช้สิ่งทอหรือเครื่องประดับไทยเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินเรื่อง เช่น การใช้ผ้าไหมเป็นสื่อเพื่อย้อนเวลาไปในอดีต มีฉากการใช้พืชสมุนไพรไทยเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย วิธีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร วิธีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณ การใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร การใช้พืชเพื่อแต่สีอาหาร การจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย อาหารไทยประยุกต์อาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้ อาหารไทยสูตรแปลกใหม่ อาหารหรูหราในฉากละครโทรทัศน์ อาหารไทยริมถนน เช่น ผัดไทย ข้าวราดแกง ฉากการรำไทย การเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง การรำตามภาคต่าง ๆ เช่น มโนราห์ เซิ้ง ลิเก สถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณ การเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว เนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่าง ๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ การแต่งงานแบบไทยสากล การแสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณ พิธีการแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น พิธีการแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือ สถานการณ์เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่น ตัวเอกเป็นหมอ

นอกจากนี้ละครโทรทัศน์ไทยควรต้องพัฒนาให้มีเรื่องแหล่งดาวโหลดละครโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ทำเป็นภาษาที่ชาวอินโดนีเซียเข้าใจได้ ลดเรื่องเกี่ยวกับเกย์ กะเทย ตืดหรือรักเพศเดียวกัน ลดเรื่องราวของคนอกหัก เพิ่มเรื่องกราฟิก ทำเรื่องราวให้ต่อเนื่อง ลดเรื่องผี สยดสยอง ลดเรื่องการทำแท้ง นอกจากนี้เนื้อหาละครโทรทัศน์สามารถสอดแทรกสินค้าเกี่ยวกับอาหารอย่างน้ำพริกของไทยและเบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปแต่ต้องอยู่ภายใต้ศาสนาอิสลามได้

นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตในภาพรวมว่า ตัวแปรเรื่องความเชื่อแบบไทยและการพยากรณ์ซึ่งได้เพิ่มเข้ามาศึกษาในการศึกษาครั้งนี้ มีระดับความต้องการรับชมมากในกลุ่มผู้ชมชาวไทยเท่านั้น แต่มีความต้องการในระดับน้อยที่สุดในกลุ่มผู้ชมในประเทศอื่นๆ ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ทำให้ผลยืนยันได้

เนื้อหาความเชื่อแบบไทยและการพยากรณ์เป็นเนื้อหาซึ่งเป็นที่ต้องการน้อย ดังนั้นละครโทรทัศน์ไทยควรหลีกเลี่ยงเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นความเชื่อเฉพาะที่เข้าใจได้สำหรับคนไทยแต่ไม่สามารถเข้าใจได้ในประเทศอื่น

ตอนที่ ๓. แนวทางการใช้ประโยชน์แนวคิดทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

แนวคิดทฤษฎีฐานรากมิติทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แบ่งชาวอาเซียนออกได้เป็น ๓ กลุ่ม โดยแต่ละกลุ่มมีประเทศอยู่ในมิติเดียวกันหลายประเทศ และพบว่าแต่ละประเทศสามารถอยู่ได้มากกว่าหนึ่งมิติ มิติร่วมทางวัฒนธรรมสามารถนำมาใช้ประโยชน์ โดยใช้เป็นแนวทางอธิบายพฤติกรรมตามมิติร่วมที่สังกัดอยู่ โดยลักษณะของแต่ละมิติมีดังนี้

มิติที่ ๑: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Behavior of Information Exposure)

เชิงรุก/เชิงรับ (Active/Passive)

ผลการศึกษาพบว่าชาวไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย มีระดับการเปิดรับมีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับมาก ซึ่งหมายความว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในกลุ่มประเทศนี้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรุก (active) คือมีลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่สนใจหรือเพื่อสนับสนุนหรือเสริมข้อมูลเดิมที่ตนเองมีอยู่แล้ว เป็นข้อมูลจากทั้งในและต่างประเทศ มีการเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายแหล่งข่าวทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิม (traditional media) และสื่อใหม่ (new media) เช่น สื่อทีวีควบคู่กับสื่ออินเทอร์เน็ต มีการเปิดรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ นิยมข่าวสารที่เข้าใจง่ายและอ่านเรื่องที่ชอบหลายครั้ง และนิยมข่าวสารที่เข้าใจง่าย

ในขณะที่ผลการศึกษาพบว่าชาวกัมพูชาและลาวมีการเปิดรับละครโทรทัศน์ในระดับน้อย นั่นหมายความว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเปิดรับเชิงรับ (passive) คือมีลักษณะการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสารที่มีอยู่แล้วรอบๆ ตัว มีความเพียงพอและพึงพอใจกับข่าวสารที่ตนเองได้รับ ไม่นิยมการเปิดรับหรือค้นหาข้อมูลจากแหล่งอื่นนอกเหนือจากที่มีอยู่แล้ว

แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน

๑. การสื่อสารในกลุ่มประเทศที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรุก (Active Behavior of Information Exposure)

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทยอยู่ในมิติพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารแบบเชิงรุก (active) ดังนั้นจึงสามารถคาดเดาได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของคนไทยมีความคล้ายคลึงกันกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของชาวบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย การสร้างการรับรู้ให้กับละครโทรทัศน์ต้องกระทำผ่านสื่อแบบดั้งเดิม (traditional media) ควบคู่กับสื่อใหม่ (new media) กล่าวคือต้องกระทำผ่านเอเจนซีเพื่อนำละครเข้าไปฉายอย่างเป็นทางการพร้อมทั้งทำการตลาดในรูปแบบดั้งเดิม เช่น ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ บิลบอร์ด หรือสื่อสิ่งพิมพ์ รวมทั้งต้องทำการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อใหม่ด้วยการสร้างกระแสให้เกิดในสื่อออนไลน์ เช่น การนำเสนอบทสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียง ดาราจักร หรือผู้ชมทำการ review เกี่ยวกับละครให้มากและบ่อยๆ เกี่ยวกับกิจกรรมของละคร รวมทั้งอาจมีการร่วมสนุกชิงรางวัลเพื่อกระตุ้นการเปิดรับ เป็นต้น

เนื้อหาที่น่าสนใจควรเพื่อเป็นตัวอย่างละครโทรทัศน์ เน้นบางฉากที่สามารถกระตุ้นความสนใจได้ เนื้อหาสั้นแต่ต้องมีลักษณะที่เข้าใจง่าย เน้นรูปภาพ ที่สวยงามของดารานักแสดง หรือสภาพแวดล้อมที่สวยงาม การผลิตประณีตดูละมุน และสิ่งหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ คือ ภาษาในละครไทย

ที่นำเสนอผ่านสื่อดั้งเดิม ต้องมีการพากย์ให้เป็นภาษาที่แต่ละประเทศเข้าใจ ส่วนภาษาสำหรับการสร้างการรับรู้ทางสื่ออินเทอร์เน็ต สามารถใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางได้

๒. การสื่อสารในกลุ่มประเทศที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรับ (Passive Behavior of Information Exposure)

สำหรับการสื่อสารในกลุ่มประเทศที่มีพฤติกรรมการเปิดข่าวสารรับเชิงรับ (passive) อย่างชาวกัมพูชาและลาวนั้น ควรเน้นการสื่อสารผ่านสื่อดั้งเดิมซึ่งเป็นไปในลักษณะทางการ นำเสนอด้วยภาษาท้องถิ่น รวมทั้งสร้างการรับรู้ด้วยการจัดทำตลาดเชิงกิจกรรม (event) โดยการนำดารานักแสดงในเรื่องไปพบกับแฟนคลับในประเทศนี้ หรือทำการสร้างละครโดยเป็นความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยนำดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงของประเทศนั้นมาร่วมงาน

มิติที่ ๒: การเปิดรับเนื้อหา (Content Exposure)

หลากหลาย/ครอบงำ (Variety/Predominance)

ประเทศที่มีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ในลักษณะที่หลากหลาย คนลักษณะนี้มีความพร้อมที่จะเปิดรับเนื้อหาที่หลากหลาย แปลกใหม่ ดูทันสมัย แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง เลือกรับเนื้อหาที่เป็นไปตามความต้องการของตนเองมากกว่า การเปิดรับภายใต้กรอบของขนบธรรมเนียมของสังคมโดยรวม ส่วนประเทศที่มีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์บางลักษณะ คนในกลุ่มนี้มักเลือกเปิดรับเนื้อหาที่เป็นไปตามกรอบที่ถูกกำหนดไว้แล้ว (predominance) ซึ่งกรอบเหล่านั้นอาจเป็นกฎหมาย ศาสนา หรือขนบธรรมเนียมของสังคม การรับข่าวสารที่สามารถเข้าถึงคนกลุ่มนี้จึงไม่ควรขัดแย้งกับกรอบดังกล่าว

แนวทางการกำหนดและพัฒนาพล็อตสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการศึกษาพบว่าประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย มีลักษณะการเปิดรับละครโทรทัศน์ที่หลากหลาย ประกอบกับผลการค้นหารูปแบบ (pattern) การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ทำให้สามารถเสนอแนวทางการนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ได้ดังต่อไปนี้

๑). แนวทางการกำหนดพล็อตละครโทรทัศน์

๑.๑ กลุ่มประเทศที่เปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะรับแบบหลากหลาย (variety)

ผลการศึกษาพบว่า มีประเทศไทยเป็นสมาชิกด้วยนั้น ทำให้เห็นแนวของการเปิดรับเรื่องราวไปในทำนองเดียวกันหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า

ละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาเรื่อง que ประสบความสำเร็จในประเทศไทย อาจสร้างความสำเร็จในหลายประเทศที่อยู่ในกลุ่มเดียวกัน คือประเทศ ฟิลิปปินส์

ละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่นเรื่อง que ประสบความสำเร็จในประเทศไทย อาจสร้างความสำเร็จได้ในประเทศ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

ละครโทรทัศน์พล็อตวิทยาศาสตร์เรื่อง que ประสบความสำเร็จในประเทศไทย อาจสร้างความสำเร็จได้ในประเทศฟิลิปปินส์

ละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งเรื่อง que ประสบความสำเร็จในประเทศไทย อาจสร้างความสำเร็จได้ในประเทศฟิลิปปินส์

นอกจากนี้ยังพบว่าชาวไทยมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ที่เหมือนกันกับชาวฟิลิปปินส์มากที่สุด ดังนั้นจึงค่อนข้างมั่นใจว่า ละครโทรทัศน์เรื่องใดก็ตามที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทยย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จในประเทศฟิลิปปินส์ได้เช่นกัน

๑.๒ กลุ่มประเทศที่เปิดรับละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะรับแบบครอบงำหนด (predominance)

สำหรับกลุ่มประเทศที่มีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์บางลักษณะ คนในกลุ่มประเทศเหล่านี้มักเลือกเปิดรับเนื้อหาที่เป็นไปตามกรอบกฎหมาย ศาสนาหรือขนบธรรมเนียมของสังคม การรับข่าวสารที่สามารถเข้าถึงคนกลุ่มนี้จึงไม่ควรขัดแย้งกับกรอบดังกล่าว เช่นในประเทศกัมพูชา บรูไน เมียนมา ลาว และสิงคโปร์ ซึ่งในประเทศเหล่านี้ ผลการศึกษาได้ข้อเสนอแนะดังนี้

ละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา

เนื้อเรื่องตามหลักศาสนาที่น่าเสนอในเมียนมาและสิงคโปร์ควรมีลักษณะเดียวกัน

เนื้อเรื่องที่มีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิตที่น่าเสนอในบรูไน เมียนมา และสิงคโปร์ควรมีลักษณะเดียวกัน

ละครโทรทัศน์พล็อตผี

เนื้อเรื่องผีไม่น่ากลัว (ออกแนวตลก) น่าเสนอในเมียนมาและลาวควรมีลักษณะเดียวกัน

เนื้อเรื่องผีทำจากเรื่องจริง น่าเสนอในเมียนมาและสิงคโปร์ควรมีลักษณะเดียวกัน

ละครโทรทัศน์พล็อตวัยรุ่น

เนื้อเรื่องความรักวัยรุ่นตามครรลอง น่าเสนอในบรูไน เมียนมาและลาวควรมีลักษณะเดียวกัน

เนื้อเรื่องการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น น่าเสนอในเมียนมาและลาวควรมีลักษณะเดียวกัน

เนื้อเรื่องการแสดงความรักในวัยเรียน น่าเสนอในบรูไน และเมียนมาควรมีลักษณะเดียวกัน

เนื้อเรื่องการแสดงปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว น่าเสนอในเมียนมาและลาวควรมีลักษณะเดียวกัน

ละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย

เนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรายน่าเสนอ ในบรูไน เมียนมาและลาว ควรมีลักษณะเดียวกัน

๑.๓. ผลการศึกษาพบว่า ภายใต้พล็อตที่หลากหลาย หากพิจารณาโดยยึดเนื้อหาหรือพล็อตเป็นหลักแล้ว จะเห็นรูปแบบที่คล้ายกัน ๑๐ ประเทศ ดังนี้

เนื้อเรื่องตามหลักศาสนา สามารถสอดแทรกลงในละครโทรทัศน์ไทย สำหรับชาวเมียนมา และชาวสิงคโปร์

เนื้อเรื่องที่สอนเรื่องการดำเนินชีวิต สามารถสอดแทรกลงในละครโทรทัศน์ไทย สำหรับชาวบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

เนื้อเรื่องที่แสดงเรื่องเป็นความเชื่อเฉพาะที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น การสลับร่าง หรือการหายตัวได้ สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีหักมุมไปมา สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์และมาเลเซีย

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีไม่น่ากลัวแต่ออกแนวตลก สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทย สำหรับชาวเมียนมา ลาว และอินโดนีเซีย

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีทำจากเรื่องจริง สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักของวัยรุ่นตามครรลอง สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวกำพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว และอินโดนีเซีย

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ เมียนมา และลาว

เนื้อเรื่องแสดงความรักในวัยเรียน สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และเมียนมา

เนื้อเรื่องแสดงปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และลาว

เนื้อเรื่องแสดงการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ ในสังคมที่ทรูหราและรวย สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวกำพูชาและฟิลิปปินส์

เนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวบรูไน ฟิลิปปินส์ เมียนมา และลาว

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หุ่นยนต์หรือการทดลอง สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์

เนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายหรือจากเหตุฆาตกรรม สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์

เนื้อเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์และมาเลเซีย

เนื้อเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และสิงคโปร์

เนื้อเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย

เนื้อเรื่องความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์

เนื้อเรื่องความขัดแย้งระหว่างชนชาติ สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวฟิลิปปินส์

เนื้อเรื่องความขัดแย้งระหว่างศาสนา สามารถนำมาเป็นแนวดำเนินเรื่องของละครโทรทัศน์ไทยสำหรับชาวสิงคโปร์

ผลการศึกษาทำให้เห็นว่าชาวฟิลิปปินส์ มีการเปิดรับพล็อตเรื่อง อื่นๆ หรือเนื้อเรื่องที่หลากหลายเกือบทุกชนิด ทำให้สามารถกล่าวได้ว่าฟิลิปปินส์น่าจะเป็นประเทศที่สามารถสร้างความต้องการให้กับเป้าหมายของการส่งออกละครโทรทัศน์ไทยที่ดีกว่าประเทศอื่นๆ

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าชาวลาวไม่นิยมละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องตามหลักศาสนา เนื้อเรื่องเหลือเชื่อทางศาสนา เนื้อเรื่องที่แสดงเรื่องราวไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น การสลับร่างหรือการหายตัวได้ เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีห่ามูมไปมา เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญูณ เนื้อเรื่อง

เกี่ยวกับผีแฝงด้วยแนวคิดศาสนา เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น ส่วนเนื้อเรื่องแนวอื่นนั้นมีความต้องการระดับปานกลาง และผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าชาวฟิลิปปินส์ไม่นิยมละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีไม่มากนักแต่แฝงเรื่องวิญญาณ ส่วนเนื้อเรื่องแนวอื่นนั้นมีความต้องการระดับปานกลาง

๒). แนวทางการพัฒนาพล็อตละครโทรทัศน์

สิ่งหนึ่งที่ต้องพิจารณาในการพัฒนาละครไทย คือ ความชื่นชอบพล็อตซึ่งผลการศึกษาพบว่า ภายใต้พล็อตที่หลากหลาย แต่ละประเทศมีความชื่นชอบเหมือนและแตกต่างกัน และหากพิจารณาโดยยึดเนื้อหาหรือพล็อตรองเป็นหลักแล้ว จะสามารถเห็นรูปแบบที่คล้ายกันทำให้สามารถนำมาเป็นแนวทางในการสอดแทรกสิ่งที่ต้องการนั้นในละครโทรทัศน์ อีกทั้งยังสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาพล็อตบางพล็อตให้เป็นที่ชื่นชอบในบางประเทศได้ดังนี้

พล็อตศาสนา

จากการศึกษาพบว่า พล็อตศาสนาเป็นที่นิยมในประเทศไทย ฟิลิปปินส์ และเมียนมา แต่ประเทศทั้ง ๓ ประเทศนั้นมีความนิยมแตกต่างกัน โดยชาวไทยและชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบเหมือนกัน เกี่ยวกับเรื่องที่มีการสอนการดำเนินชีวิต และสำหรับชาวฟิลิปปินส์แล้วยังชื่นชอบละครโทรทัศน์ในเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนาไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่น การสลับร่าง หรือการหายตัวได้ สำหรับชาวเมียนมาชื่นชอบเนื้อเรื่องเกี่ยวกับหลักศาสนา เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต และเนื้อเรื่องเป็นเรื่องเหลือเชื่อทางศาสนา

ผลการศึกษาพบข้อมูลที่ทำให้เห็นว่า พล็อตศาสนาสามารถพัฒนาให้เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศที่มีการเปิดรับระดับปานกลางได้ คือ ในประเทศสิงคโปร์สามารถใช้เนื้อเรื่องเกี่ยวกับหลักศาสนา ประเทศบรูไนสามารถใช้เนื้อเรื่องที่มีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต ประเทศมาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซียสามารถใช้เนื้อเรื่องที่มีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต

พล็อตผี

จากการศึกษาพบว่าพล็อตผี เป็นที่นิยมในประเทศไทยเพียงประเทศเดียว ส่วนประเทศอื่นเปิดรับระดับปานกลางโดยพล็อตผี ที่ชาวไทยชื่นชอบ คือเนื้อเรื่องผีที่เกี่ยวกับการหักมุมไปมา เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีไม่มากนักแต่แฝงเรื่องวิญญาณ เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีไม่มากนัก (ออกแนวตลก) เนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีทำจากเรื่องจริง และเนื้อเรื่องเกี่ยวกับผีมีเวทย์มนต์และคาถา

ผลการศึกษาพบข้อมูลที่ทำให้เห็นว่า พล็อตผีสามารถพัฒนาให้เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศที่มีการเปิดรับระดับปานกลางได้ ดังนี้ ประเทศฟิลิปปินส์สามารถนำเสนอ ผีแบบหักมุมไปมาและผีที่ทำจากเรื่องจริง ประเทศมาเลเซียสามารถนำเสนอ ผีแบบหักมุมไปมาและผีที่ทำจากเรื่องจริง ประเทศเมียนมาสามารถนำเสนอผีแบบผีไม่มากนัก (ออกแนวตลก) และผีทำจากเรื่องจริง ประเทศลาวสามารถนำเสนอผีแบบผีไม่มากนัก (ออกแนวตลก) ประเทศสิงคโปร์สามารถนำเสนอผีที่ทำจากเรื่องจริง และประเทศอินโดนีเซียสามารถนำเสนอผีแบบผีไม่มากนัก (ออกแนวตลก) ผีทำจากเรื่องจริง

พล็อตวัยรุ่น

จากการศึกษาพบว่า พล็อตวัยรุ่นเป็นที่นิยมใน ๕ ประเทศอาเซียน โดยประกอบด้วยประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมาและลาว แต่ทั้งหมดมีความชื่นชอบในรายละเอียดต่างกันคือ ชาวไทยนิยมเนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง เนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น เนื้อเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความรักในวัยเรียน และเนื้อเรื่องเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว

ชาวฟิลิปปินส์ชื่นชอบเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น เนื้อเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความรักในวัยเรียน และเนื้อเรื่องเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว ชาวมาเลเซียชื่นชอบเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความรักในวัยเรียนและเนื้อเรื่องเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว ชาวเมียนมาชื่นชอบเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น เนื้อเรื่องเกี่ยวกับการแสดงความรักในวัยเรียน และเนื้อเรื่องเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว สำหรับชาวลาวชื่นชอบเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น และเนื้อเรื่องเกี่ยวกับปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว

ผลการศึกษายังพบข้อมูลที่ทำให้เห็นว่า พล็อตวัยรุ่นสามารถพัฒนาให้เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศที่เปิดรับระดับปานกลางได้ คือ ในประเทศกัมพูชาสามารถใช้เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลอง สำหรับประเทศบรูไนสามารถใช้เนื้อเรื่องเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นตามครรลองและเนื้อเรื่องการแสดงความรักในวัยเรียน

พล็อตสังคมคนรวย

จากการศึกษาพบว่า พล็อตสังคมคนรวยเป็นที่ชื่นชอบในประเทศไทย เพียงประเทศเดียว ส่วนประเทศอื่นเปิดรับระดับปานกลาง โดยพล็อตสังคมคนรวยที่ชาวไทยชื่นชอบ คือ เนื้อเรื่องแสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย เนื้อเรื่องแสดงความล้มเหลวในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวย เนื้อเรื่องแสดงการรักษาภาพลักษณ์ของคนรวยหรือหลอกลวงว่าเป็นคนรวย และเนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย

ผลการศึกษาพบข้อมูลที่ทำให้เห็นว่า พล็อตสังคมคนรวยสามารถพัฒนาให้เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศที่เปิดรับระดับปานกลางได้ คือในประเทศกัมพูชาสามารถใช้เนื้อเรื่องแสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวย ประเทศบรูไนสามารถใช้เนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย ประเทศฟิลิปปินส์สามารถใช้เนื้อเรื่องแสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหราและรวยและเนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย ประเทศเมียนมาสามารถใช้เนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย สำหรับประเทศลาวสามารถใช้เนื้อเรื่องแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย

พล็อตแนววิทยาศาสตร์

จากการศึกษาพบว่า พล็อตแนววิทยาศาสตร์เป็นที่นิยมในประเทศไทยและฟิลิปปินส์ โดยทั้ง ๒ ประเทศมีความชื่นชอบในรายละเอียดที่เหมือนกันทุกอย่าง คือ ชื่นชอบเนื้อเรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากปัจจุบันไปอดีตหรือข้ามเวลาไปในอนาคต เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์หุ่นยนต์หรือการทดลอง เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากการฆาตกรรม

ผลการศึกษาพบข้อมูลที่ทำให้เห็นว่า พล็อตแนววิทยาศาสตร์สามารถพัฒนาให้เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศที่เปิดรับระดับปานกลางได้ คือ ในประเทศมาเลเซียใช้เรื่องเกี่ยวกับการย้อนเวลาจากปัจจุบันไปอดีตหรือข้ามเวลาไปในอนาคต เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม ประเทศสิงคโปร์ใช้เรื่องเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากการฆาตกรรม สำหรับประเทศอินโดนีเซียใช้เรื่องเกี่ยวกับการย้อนเวลาจากปัจจุบันไปอดีตหรือข้ามเวลาไปในอนาคต

พล็อตความขัดแย้ง

จากการศึกษาพบว่า พล็อตความขัดแย้งเป็นที่นิยมในประเทศไทยและประเทศฟิลิปปินส์ โดยทั้ง ๒ ประเทศมีความชื่นชอบในรายละเอียดที่เหมือนกันทุกอย่าง คือ นิยมเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้ง

ระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่ไม่เห็นความขัดแย้งระหว่างชนชาติ

ผลการศึกษาค้นคว้าข้อมูลที่ทำให้เห็นว่า พลวัตความขัดแย้งสามารถพัฒนาให้เป็นที่ชื่นชอบในกลุ่มประเทศที่เปิดรับระดับปานกลางได้ คือ ในประเทศมาเลเซียสามารถใช้เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ ประเทศเวียดนามสามารถใช้เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม สำหรับประเทศสิงคโปร์สามารถใช้เรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ความขัดแย้งระหว่างศาสนา

มิติที่ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (Cultural Exposure)

เปิดใจ/ยึดมั่นดั้งเดิม (Diversity/ Adherence)

ผลการศึกษาพบว่าชาวไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เวียดนามและอินโดนีเซีย มีความพร้อมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural diversity) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าชาวไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เวียดนามและอินโดนีเซีย ทั่วไปมีการเปิดใจยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างกับของตนเอง มองว่าการรับวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นการรับนวัตกรรมหรือการเปิดรับความทันสมัยอย่างหนึ่ง มีความพร้อมในการรับและเปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ เช่น นิยมเปิดรับวัฒนธรรมต่างชาติอย่างเกาหลี มีการตามแฟชั่นเกาหลีหรือการซื้อสินค้าของเกาหลี

ส่วนผลการศึกษากลุ่มประเทศที่ยึดมั่นในวัฒนธรรมดั้งเดิม (adherence to traditional culture) หมายถึง ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย เมียนมา ลาว และสิงคโปร์ ประชาชนมีลักษณะยังไม่ค่อยยอมรับหรือเปิดรับวัฒนธรรมจากต่างชาติ คนทั่วไปมีความมั่นคงกับวัฒนธรรมของตนเอง และมีแนวคิดว่าการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเป็นการทำลายวัฒนธรรมของชาติ เช่น การรับวัฒนธรรมไทยหรือร้องเพลงไทย เป็นความเชื่อว่าการทำลายวัฒนธรรมของประเทศตน

ตอนที่ ๔. วัฒนธรรมไทยในเนื้อหาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศอาเซียน

ถึงแม้ว่าความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย จะเป็นความชื่นชอบและความประทับใจของกลุ่มคนในประเทศอาเซียนที่มีต่อประเทศไทย^๗ แต่ผลการศึกษาค้นคว้าสืบฐานจากรูปแบบ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย ที่ทำให้เกิดการฉ้อโกงความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ทางวัฒนธรรมได้ดังต่อไปนี้

๔.๑. เนื้อหาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศที่พร้อมรับหลากหลาย (cultural diversity)

ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ที่ชาวไทยชื่นชอบ ก็อาจเป็นเรื่องที่ต้องการเปิดรับในประเทศอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ที่ชาวไทยชื่นชอบ ก็อาจเป็นเรื่องที่ต้องการเปิดรับในประเทศอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการทำอาหารไทย ที่ชาวไทยต้องการเปิดรับอาจเป็นเรื่องที่ประชาชนในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ มีความต้องการเปิดรับด้วยเช่นกัน

ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ที่ชาวไทยชื่นชอบอาจเป็นเรื่องที่ต้องการเปิดรับในประเทศอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

^๗ ความชื่นชอบวัฒนธรรมไทยอาจกล่าวได้ว่าเป็นเรื่องความชอบส่วนตัวที่มีต่อประเทศไทย เป็นเรื่องเฉพาะส่วนตน ไม่ใช่เป็นเรื่องสากลอย่างการเปิดรับพล็อต

ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาของไทยที่ชาวไทยชื่นชอบอาจเป็นเรื่องที่ต้องการเปิดรับในประเทศสิงคโปร์และอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแต่งงานของไทย ที่ชาวไทยชื่นชอบอาจเป็นเรื่องที่ต้องการเปิดรับในประเทศอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ผลการศึกษาทำให้เห็นว่าชาวอินโดนีเซียนั้น มีการเปิดรับเนื้อเรื่องวัฒนธรรมที่คล้ายกันกับคนไทย ดังนั้นละครโทรทัศน์ไทยที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมดังกล่าวสามารถสร้างความต้องการในประเทศอินโดนีเซียได้ดีกว่าประเทศอื่นๆ

๔.๒ เนื้อหาทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศที่ยึดมั่นดั้งเดิม (adherence to traditional culture)

ชาวลาวไม่ต้องการเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องวัฒนธรรมไทย ในเรื่องดังต่อไปนี้ เนื้อเรื่องที่ตัวละครโทรทัศน์สักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม การแสดงถึงการสักเพื่อความเชื่อเรื่องความคงกระพัน มีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์ มีความเชื่อเรื่องโชคลาง เสริมเสน่ห์ ความร่ำรวยแบบไทย มีความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์จากสัตว์ทัก ความฝันหรือเหตุการณ์พิเศษ มีฉากการใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหาร แสดงอาหารไทยโบราณในฉากละครโทรทัศน์ เช่น อาหารชาววัง แสดงอาหารไทยประยุกต์ในฉากละครโทรทัศน์ แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่ แสดงด้านอาหารหรูหราในฉากละครโทรทัศน์ มีฉากการรำไทย มีการรำตามภาคต่างๆ เช่น มโนราห์ เซิ้ง ลิเก โคร่ง เรื่องเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์ เนื้อหา มีการแสดงการกระทำเพื่อแก้บน กระบวนการตามพิธีทางศาสนา การผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ การแสดงพิธีกรรมตามความเชื่อต่าง ๆ การแสดงพิธีแก้กรรม เพื่อเสริมความเชื่อแก้ร้ายให้กลายเป็นดี พิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย การละเล่นโบราณของไทย การแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณ การละเล่นพื้นบ้านของไทย การประกอบการเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว การใช้พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่น ทำบุญต่ออายุ การใช้พิธีทางความเชื่อเรื่องผีเพื่อบำบัดโรค เช่น การเข้าทรงเพื่อรักษาโรค การใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอด

ผลการศึกษาพบว่าชาวลาวต้องการเนื้อเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในระดับน้อยถึงปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากชาติอื่น แต่เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ท่ามกลางความต้องการในระดับปานกลางนั้น ชาวลาวต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาสูงที่สุด ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาสำหรับประเทศลาว อาจต้องพิจารณาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาไทย อันประกอบไปด้วย เรื่องราวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยของไทย การฝึกฝนอาชีพ และเนื้อหาเกี่ยวกับการขาดโอกาสทางการศึกษา นอกจากนี้ เนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทยยังสามารถเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมประเพณี ความรักในครอบครัว ความคิดสร้างสรรค์ การเรียน การสอนทักษะชีวิตสำหรับเด็กและวัยรุ่น และเรียนรู้สังคมรอบตัว

ตอนที่ ๕ แนวทางการใช้ประโยชน์จากผลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

จากการศึกษาว่า พฤติกรรมการเปิดข่าวสารในระดับมาก มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับพล็อตที่หลากหลาย การเปิดรับพล็อตที่หลากหลายก่อให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับกับวัฒนธรรมในที่หลากหลายเช่นกัน ซึ่งนำมาสู่ข้อสรุปได้ว่ามีความสัมพันธ์กันเป็นวงกลม

โดยทั่วไปแล้วเป็นที่ยอมรับว่าการเปิดรับวัฒนธรรมบันเทิงที่หลากหลาย เป็นที่มาของการบริโภคสินค้าที่แฝงมากับวัฒนธรรมบันเทิงที่หลากหลายเช่นกัน ดังนั้น เมื่อต้องการให้เกิดการบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรมที่หลากหลายก็ต้องก่อให้เกิดพฤติกรรมการเปิดรับวัฒนธรรมที่หลากหลาย

เสียก่อน ดังนั้นผู้ส่งสารต้องสร้างเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่หลากหลายและสามารถสร้างการเปิดรับให้เกิดขึ้นในกลุ่มผู้รับสาร การสร้างเนื้อหาสารจำเป็นต้องพิจารณาลักษณะพื้นฐานและความต้องการของประเทศในแต่ละมิติซึ่งมีความต้องการไม่เหมือนกัน การพิจารณาจะต้องอยู่บนพื้นฐานของแต่ละประเทศเป็น สำคัญ

เนื้อหาที่เหมาะสมกับแต่ละประเทศย่อมต้องมีการส่งผ่านสื่อเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสาร โดยใช้ช่องทาง (สื่อ) ให้ตรงกับลักษณะการเปิดรับ เช่น กลุ่มประเทศที่นิยมสื่อดั้งเดิมต้องเลือกส่งผ่านสื่อดั้งเดิมและในตรงกันข้ามประเทศที่นิยมเปิดรับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อใหม่ก็ต้องทำการส่งเนื้อหาสารไปตามช่องทางสื่อใหม่หรือทำการผสมกันระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ กระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการรับรู้และนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการการเปิดรับและเมื่อเกิดการเปิดรับแล้วก็จะเกิดพฤติกรรมการเปิดรับที่หลากหลายตามลักษณะเนื้อหาที่นำเสนอ

บทต่อไปจะเป็นบทที่นำเสนอผลการวิจัยในภาพรวม และการอภิปรายผลที่ได้จากการศึกษา ซึ่งถือเป็นบทสรุปของการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ ๑๐

สรุป อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง การสร้างทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมและการค้นหาองค์ประกอบละครโทรทัศน์เชิงพาณิชย์เพื่อการพัฒนาวัฒนธรรมบันเทิงไทยสู่อาเซียน มีวัตถุประสงค์หลัก ๓ ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๑. เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และสร้างชุดมโนทัศน์แนวคิดเกี่ยวกับพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๒. เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (developed grounded theory)

วัตถุประสงค์ข้อที่ ๓. เพื่อเสนอแนะแนวทางสำหรับการกำหนดพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน (grounded theory to practice)

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยประสงค์หลัก ๓ ข้อ ซึ่งแต่ละข้อให้ผลการค้นพบเฉพาะภายใต้กระบวนการสร้างทฤษฎีฐานราก ดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการวิจัยลักษณะผสมวิธี (mixed methods) ระหว่างวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ อันประกอบด้วยวิธีการสังเคราะห์งานวิจัย (research synthesis) การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม (questionnaire survey) ในลักษณะรูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล (transformative mixed methods) จากวิธีการเชิงคุณภาพไปสู่วิธีการเชิงปริมาณและถ่ายโอนผลที่ได้จากเชิงปริมาณกลับไปเพื่อพิสูจน์และปรับผลที่ได้จากเชิงคุณภาพอีกครั้ง ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เรียกว่า ‘วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัย (transformative result mixed methods)’ ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมรูปแบบการวิจัยผสมวิธีรูปแบบหนึ่ง ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินงาน

การวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบและดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดการวิจัยกระบวนการสร้างทฤษฎีจากข้อมูล (grounded theory approach) โดยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพมาดำเนินการร่วมกับวิธีการเชิงปริมาณ ของ Corbin (Corbin and Strauss 1990, Strauss and Corbin, 1990 1998 อ้างถึงใน Charmaz, 2006: 8) โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

๑. การกำหนดคำถามสำหรับการวิจัย โดยตัวแปรพฤติกรรมการเปิดรับได้ยึดตามคำนิยามของ Westerwick (2015: 261) ซึ่งให้ความสำคัญใน ๒ เรื่อง คือ การแสวงหาข่าวสารและการใช้สื่อ ทำให้ศึกษาในครั้งนี้ กำหนดความหมายของพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน เป็นการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงละครโทรทัศน์ของคนในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยประกอบไปด้วย ความถี่ ลักษณะละครโทรทัศน์ที่ต้องการ การใช้ช่องทางเพื่อเข้าถึงละครโทรทัศน์เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ส่วนการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ เป็นการค้นหาละครโทรทัศน์และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์ เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจ

ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน แนวคิดนี้ได้นำไปเป็นกรอบในการสร้างข้อคำถาม การค้นหา มิตรร่วมทางวัฒนธรรมและข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

๒. การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรายการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่ นำเสนอรายการเกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อนำผลไปสร้างมโนทัศน์ของพฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต ความต้องการเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และ องค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ทำการเชื่อมโยงมโนทัศน์ที่ได้เพื่อ สร้างเป็นสมมติฐานชั่วคราว

๓. นำมโนทัศน์ที่ค้นพบไปเป็นกรอบในการสร้างแบบสำรวจ เพื่อนำข้อมูลชุดใหม่ที่ได้จาก การสำรวจจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มใหม่มาพิสูจน์ทดสอบสมมติฐานชั่วคราว ซึ่งข้อสรุปที่ได้จากการ พิสูจน์จะอยู่ในรูปของการปรับปรุงสมมติฐานให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยข้อสรุปที่ได้จะเป็นข้อเท็จจริงซึ่ง ในการวิจัยครั้งนี้ ก็คือ ‘ทฤษฎีฐานราก’ ซึ่งใช้สำหรับจัดกลุ่มคนในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยทฤษฎี ฐานรากนี้ถือเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) ใช้อธิบายปรากฏการณ์ในขอบเขตที่ จำกัด หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นทฤษฎีที่อธิบายปรากฏการณ์เฉพาะเรื่อง คือ เรื่องเกี่ยวกับ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารละครโทรทัศน์ การเปิดรับเนื้อหาละครโทรทัศน์ และการยอมรับความ หลากหลายทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งผลดังกล่าวสามารถนำไปเป็น ข้อมูลพื้นฐานเพื่ออธิบายพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความต้องการเนื้อหาข่าวสารและความ ต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนได้โดยรวม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบการวิจัยเพื่อค้นหาคำตอบสำหรับวัตถุประสงค์หลัก ซึ่ง วัตถุประสงค์แต่ละข้อมีวิธีการดำเนินการและผลที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑ และ ๒ ได้ใช้วิธีการเฉพาะทำให้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างมีลักษณะที่เฉพาะแตกต่างกัน ส่วน วัตถุประสงค์ข้อที่ ๓ และ ๔ เป็นการนำผลที่ได้จากวัตถุประสงค์ทั้ง ๒ ข้อมาสร้างทฤษฎีฐานรากและ นำเสนอแนวทางในการพัฒนาละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ทำให้การกำหนดประชากร และการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นจึง เป็นการกำหนดเพื่อวัตถุประสงค์การวิจัยเฉพาะข้อที่ ๑ และ ๒ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑. ประชากร คืองานวิจัย รายการวิทยุและรายการโทรทัศน์ที่ เกี่ยวข้องกับประเทศในกลุ่มอาเซียนดังนี้

๑.๑ งานวิจัยที่ศึกษาภายใต้แนวคิดทฤษฎีมิตรร่วมทางวัฒนธรรม 6 แนวคิดทฤษฎีอัน ประกอบด้วย แนวคิดมิตรร่วมทางวัฒนธรรมของ Hofstede (1997), แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian Dynamism) (1987), แนวคิดของ Schwartz (1994), แนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner (1998), แนวคิดของ Hall, (1987, 1989) และ แนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ศึกษาในประเด็นที่หลากหลาย คือ ธุรกิจ การสื่อสาร สุขภาพ การท่องเที่ยว การศึกษาและการเมือง คัดเลือกงานวิจัยที่ศึกษากับประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน คือ ประเทศ กัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

งานวิจัยที่นำมาศึกษาเป็นแบบฉบับเต็ม (full text) ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลสากล คือ Business Source Complete, Communication & Mass Communication Compete, Emerald, ERIC, Hospitality & Tourism Complete, Regional Business News, Science Direct (Business, Management and Accounting, Decision Sciences, Economics, Econometrics and

Finance, Psychology, Social Sciences งานวิจัยได้ทำการศึกษาระหว่างปี ค.ศ. ๑๙๖๖-๒๐๑๖ พบว่าประชากรมีทั้งสิ้น ๑๐๓ เรื่อง

กลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกตัวอย่าง กระทำด้วยวิธีการหาความสอดคล้องของกลุ่มนักวิชาการ ๓ คน ได้บทความวิจัยที่นำมาเป็นตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น ๕๐ เรื่อง

๑.๒ รายการ ‘เจาะลึกอาเซียน’ ออกอากาศทุกวัน ตั้งแต่วันที่ ๑ มกราคม ๒๕๕๕ ถึงวันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๕ จำนวน ๒๒๘ เรื่อง (ซึ่งบางส่วนเป็นรายการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ ๙)

กลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกกระทำด้วยวิธีการหาความสอดคล้องกันของกลุ่มนักวิชาการ ๓ คน ได้รายการที่นำมาเป็นตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น ๖๕ เรื่อง

๑.๓. รายการสารคดี ชุด ‘Beyond ASEAN สู่อนาคตประเทศอาเซียน’ ออกอากาศช่วงปี ๒๕๕๗ ออกอากาศทุกวันศุกร์เวลา ๒๐.๐๐ - ๒๓.๐๐ น. เริ่มต้นที่ ๑ วันที่ ๓ มกราคม ๒๕๕๗ - ๑๑ เมษายน ๒๕๕๗ ใช้ทุกตอนจำนวน ๑๓ ตอน

๑.๔ รายการบันเทิงชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ เป็นรายการที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความชื่นชอบและความต้องการรายการบันเทิงในประเทศอาเซียนประกอบด้วยรายการโทรทัศน์ชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ ในประเทศต่างๆ ใช้ทุกตอนจำนวน ๖ ตอน

๑.๕. งานวิจัยที่ได้ศึกษาภายใต้แนวคิด ‘ความต้องการวัฒนธรรมไทยสากลในการท่องเที่ยวของประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม มาเลเซีย และอินโดนีเซีย’ รวมทั้งได้ศึกษากับบางประเทศในทวีปแอฟริกา ๒ ประเทศ คือประเทศแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๕๔-๒๕๕๙

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒. ประชากรคือ ประชาชนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ในกลุ่มประเทศอาเซียน ๑๐ ประเทศ ซึ่งตัวอย่างแสดงในตารางต่อไปนี้
ตารางที่ ๑๐.๑ แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามประเทศ

ประเทศ	จำนวน
กัมพูชา	๔๗๓
ไทย	๓๙๘
บรูไน	๓๘๘
ฟิลิปปินส์	๓๙๔
มาเลเซีย	๓๘๙
เมียนมา	๓๙๗
ลาว	๔๐๘
เวียดนาม	๔๒๗
สิงคโปร์	๓๘๗
อินโดนีเซีย	๔๔๙
รวมทั้งสิ้น	๔,๑๑๐

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลระหว่าง กรกฎาคม ๒๕๕๙ ถึง กุมภาพันธ์ ๒๕๖๐^๑ ดำเนินการเก็บแบบสำรวจโดยกลุ่มคนที่หลากหลาย กระทำผ่านระบบอินเทอร์เน็ตแบบเข้าพื้นที่และอินเทอร์เน็ตทั่วไปคือ google doc.

กลุ่มตัวอย่าง

๑.กลุ่มตัวอย่างสำหรับ ๑.๑, ๑.๒ และ ๑.๓ ได้มาด้วยการคัดเลือกตัวอย่างวิธีการ IOC (The Index of Item Objective Congruence) ดูผลของความสอดคล้องกันของนักวิชาการ ๓ คนและคัดเลือกเรื่องที่มีผู้ลงความเห็นว่าย่เกี่ยวข้องตั้งแต่ ๒ คน ขึ้นไปหรือร้อยละ ๗๕ ขึ้นไป ส่วนกลุ่มตัวอย่างสำหรับใช้เพื่อตอบคำถามวัตถุประสงค์ที่ ๒ กระทำการเลือกด้วยวิธีการแบบบังเอิญ (accidental sampling) ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้เครื่องมือหลักคือแบบสำรวจความคิดเห็น ประกอบด้วย ๔ ส่วนคือ

ส่วนที่ ๑ ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ ๒ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ภายใต้คำถาม ‘ท่านมีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ ต่อไปนี้น้อยเพียงไร’

ส่วนที่ ๓ การเปิดรับพล็อตภายใต้คำถาม ‘ท่านชอบพล็อตละครต่อไปนี้น้อยเพียงไร’

ส่วนที่ ๔ ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย ภายใต้คำถาม ‘ท่านคิดว่าเนื้อหาวัฒนธรรมต่อไปนี้สามารถนำมาเป็นสิ่งเสริมในละครโทรทัศน์ เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจละครโทรทัศน์ไทย ได้มากน้อยเพียงไร’

คำถามปลายเปิด ๒ ประเด็นคือเหตุผลที่ทำให้ละครไทยน่าชมและไม่น่าชม

ความเชื่อมั่นหรือค่า Alpha Cronbach คำถามที่เป็นลำดับ (scale) ของทุกตอนมีค่าสูงกว่า .๘๕๓ นั้นแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาแสดงผลตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๑. เพื่อสร้างสมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการพล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในกลุ่มประเทศอาเซียน

วัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการวิจัย

๑.๑ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ (concepts) แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ผลการศึกษาพบว่า

มโนทัศน์ (concept) มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการสังเคราะห์กลุ่มงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์พื้นฐานข้อมูลสากล พบว่า ประเทศอาเซียนสามารถจัดกลุ่มได้จำนวน ๓ กลุ่ม ได้ ดังนี้

^๑ ได้จำนวนตัวอย่างจากประเทศสิงคโปร์และบรูไน เพิ่มเติมอีกในเดือนกรกฎาคม ๒๕๖๐

ตารางที่ ๑๐.๒ แสดงมโนทัศน์มิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนแยกตามประเทศ

ประเทศ	องค์ประกอบมิติร่วมทางวัฒนธรรม
ไทย ลาว กัมพูชา	ความแตกต่างในเรื่องความเป็นส่วนตัวต่ำ ชนชั้นทางสังคมสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง เชื่ออำนาจนอกตนสูง จารีตนิยมสูง เคารพประเพณีสูง
มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง ความแตกต่างในเรื่องของการแบ่งชาย/หญิงสูง การรักษาหน้าสูง การมองเวลาเป็นเชิงเดียว
อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์	ความแตกต่างในเรื่องของอำนาจสูง

หมายเหตุ: ประเทศบรูไนและประเทศเมียนมาไม่พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ไม่สามารถจัดกลุ่มได้ในขณะนี้

๑.๒ เพื่อวิเคราะห์ สังเคราะห์ และสร้างชุดมโนทัศน์ พล็อต เนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน

๑). พล็อตที่นิยมในประเทศอาเซียน

จากการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โทรทัศน์ชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ พบว่าพล็อตดังต่อไปนี้เป็นที่นิยมในแต่ละประเทศในอาเซียน ประกอบด้วย ๑๐ พล็อต คือ

พล็อตศาสนา

เนื้อเรื่องตามหลักศาสนา (การทำตามความเชื่อทางศาสนา) เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการค้าเนินชีวิต (ละครตัวเอก คือ คนร้ายแต่พ่ายแพ้ความดีในที่สุด) เนื้อเรื่องเป็นเรื่องเหลือเชื่อทางศาสนา (การเวียนว่ายตายเกิด (rebirth) เป็นแนวความเชื่อทางศาสนา) เนื้อเรื่องไม่ตรงกับความเป็นจริง เช่นการสลับร่างหรือการหายตัวได้ (เป็นเรื่องของอำนาจพิเศษ ซึ่งไม่ใช่คำสอนแต่เป็นความเชื่อ)

พล็อตผี

ผีหลอกผีไปมา ผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญาณ ผีไม่น่ากลัวจับต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคน ผีไม่น่ากลัวตลก ผีทำจากเรื่องจริง ผีมีเวทย์มนต์และคาถา และผีแฝงแนวคิดศาสนา

พล็อตวัยรุ่น

ความรักวัยรุ่นตามครรลอง การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น การแสดงความรักในวัยเรียน ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว

พล็อตชีวิตในสังคมคนรวย

แสดงการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ ในสังคมที่หรูหราและร่ำรวย ครอบครัวของสังคมคนรวย แสดงการรักษาภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกหลวงว่าเป็นคนรวย แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย

พล็อตแนววิทยาศาสตร์

วิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากปัจจุบันสู่อดีต หรือข้ามเวลาจากปัจจุบันไปสู่อนาคต วิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลองวิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุ การตายจากเหตุฆาตกรรม

พล็อตความขัดแย้ง

ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ และความขัดแย้งระหว่างศาสนา

๒). เนื้อหาทางวัฒนธรรมสำหรับละครโทรทัศน์

จากการสังเคราะห์งานวิจัยทั้ง ๔ เรื่อง โดยเฉพาะเรื่องที่ ๒ และเรื่องที่ ๔ สิ่งที่น่าสนใจที่ควรรู้จักและต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเมื่อมีโอกาสมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ได้นำมาเป็นเนื้อหาที่ควรปรากฏในละครโทรทัศน์ ดังนี้

อาหารไทยเป็นวัฒนธรรมที่ได้รับการรับรู้มากที่สุด ส่วนวัฒนธรรมที่รับรู้รองลงมา คือ การตกแต่งร่างกายแบบไทย สิ่งของไทย รำไทย พิธีพื้นบ้าน และการศึกษาไทย

ส่วนสถานที่ที่ต้องการมาเยี่ยมชมเมื่อมีโอกาสมาเที่ยวในประเทศไทยประกอบด้วย วัดไทย และพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อโยธยา และสุโขทัย สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ และสถาบันเชิงจริยธรรม เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา

๓). เนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

จากการวิเคราะห์เนื้อหารายการวิทยุและโทรทัศน์พบว่านอกจากเนื้อหาทางวัฒนธรรม ยังพบว่ามีเนื้อหาอื่นที่สามารถสอดแทรกในละครโทรทัศน์เพื่อสร้างการรับรู้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เรียกว่า องค์ประกอบเชิงพาณิชย์ ในแต่ละประเทศประกอบด้วย

ประเทศกัมพูชา

เนื้อหาสามารถสอดแทรกสินค้าอุปโภคบริโภค โดยเฉพาะน้ำตาลทราย ซอสปรุงรส ปลากระป๋อง และซอสพริกที่มีรสเผ็ดน้อย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และสินค้าอุปโภคที่จำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น สบู่ ยาสีฟัน แชมพู ผงซักฟอก ครีมบำรุงผิว และชุดเครื่องครัวทำด้วยพลาสติก จำพวกถ้วย ชาม จาน ถาด และฝาชี สินค้าเกี่ยวกับสมุนไพรไทย ข้าวหอมมะลิและสินค้าปลอดสารพิษ

การมีฉากสามารถสอดแทรกเกี่ยวกับห้างสรรพสินค้า แฟชั่น ร้านอาหารไทย รวมทั้งแบบบ้านและสินค้าด้านการก่อสร้าง และการตกแต่งบ้าน

การกระตุ้นสามารถกระทำได้ด้วยการชิงโชค

ประเทศบรูไน^๒

เนื้อหาควรมีการสอดแทรกสินค้า เช่น เสื้อผ้าชาวมุสลิมและอาหารฮาลาล

^๒ บรูไน เป็นประเทศที่ปรากฏตามสื่อมวลชนไทยน้อย

ประเทศฟิลิปปินส์

เนื้อหาควรสอดแทรกเกี่ยวกับความสวยงามของผู้หญิง เนื่องจาก ชาวฟิลิปปินส์ให้ความสนใจเครื่องสำอางไทย โดยให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เสริมความงามที่ให้ผลอย่างรวดเร็วทันใจ และเครื่องสำอางประเภทกลิ่นหอมเป็นสำคัญ

ประเทศมาเลเซีย

เช่นเดียวกับฟิลิปปินส์ เนื้อหาควรสอดแทรกเกี่ยวกับความสวยงามของผู้หญิง เนื่องจาก ชาวมาเลเซียให้ความสนใจเครื่องสำอางไทย รวมทั้งสามารถสอดแทรกสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ไทยส่งไปทำการตลาดและเป็นที่ยอมรับในประเทศมาเลเซียอย่าง แปะน้ำสแปซี่

นอกจากนี้ชาวมาเลเซียยังนิยมอาหารโฮมเมดรสชาติเข้มข้น สินค้ามีคุณภาพสูง อีกทั้งการแสดงควรสอดแทรกบ้านที่อยู่อาศัยที่หรูหรา มีสระว่ายน้ำ เพื่อสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์ต่อสินค้าไทย

ประเทศเมียนมา

เนื้อหาละครโทรทัศน์ควรสอดแทรกหรือมีฉากที่แสดงบ้านเรือนไทยที่ทันสมัย สวยงาม อาหารปิ่นโต สินค้าเกษตร เครื่องสำอาง เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าแตะ เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องจักรกลและวัสดุก่อสร้าง น้ำนมถั่วเหลือง มีน้ำตาลน้อย มีงาดำ ในฉากควรแสดงบรรพบุรุษที่หลากหลาย ถิ่นง่าย รวมทั้งมีสินค้าสุขภาพ โรงพยาบาล สินค้าเกี่ยวกับศาสนา เครื่องดื่มชูกำลัง สบู่ แบรนต์ซูปไก่ ส่วนผู้ที่มียารักษาได้นั้นขึ้นอยู่กับโปรโมชันสินค้า

ประเทศลาว

เนื้อหาละครโทรทัศน์ควรสอดแทรกสินค้าไทย เครื่องปรุงอาหาร ของใช้ในครัวเรือนสถานที่ท่องเที่ยวในไทยรวมถึงการมาเยี่ยมชมสักการะพระพุทธรูปตามวัดต่างๆ

ประเทศเวียดนาม

เนื้อหาควรสอดแทรกเครื่องประดับ กาแฟ มอเตอร์ไซด์ อาหาร เครื่องปรุงรส ของใช้ในครัวเรือน สินค้าที่ใช้กับร่างกาย ความสวยความงาม ซึ่งชาวเวียดนามให้ความสนใจผลิตภัณฑ์ของไทยถึงขนาดที่ว่าสินค้านั้นต้องมีภาษาไทยกำกับ

นอกจากนี้เนื้อหาควรสอดแทรกเรื่องอาหารไทย เนื่องจากชาวเวียดนามนิยมอาหารไทย โดยเฉพาะปูผัดผงกระหรี่ ต้มยำกุ้ง ผัดไทกุ้งสดและส้มตำ แสดงร้านอาหารไทยที่สะอาดที่ดูหรูเรียบง่ายเหมาะกับการรับประทานอาหาร

ประเทศสิงคโปร์

เนื้อหาควรสอดแทรกเรื่องอาหารไทย โดยเฉพาะมะพร้าว น้ำหอม เนื่องจากชาวสิงคโปร์ชื่นชอบมะพร้าว น้ำหอมของไทยมาก

ประเทศอินโดนีเซีย

ประเทศอินโดนีเซียเป็นประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม ดังนั้นเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงการดำเนินชีวิตต้องอยู่ภายใต้การปฏิบัติทางศาสนาอิสลามเป็นสำคัญ เนื้อหาละครโทรทัศน์สามารถสอดแทรกอาหารไทยประเภทน้ำพริกของไทยบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเช่นเดียวกันกับไทย หรือแสดงการทำอาหารไทย รวมทั้งสามารถทำการประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาเนื้อหาเกี่ยวกับเครื่องสำอางไทยโดยเฉพาะที่ใช้กับผิวพรรณที่ใกล้เคียงกันของคนไทย เนื่องจากอินโดนีเซียเป็นเป้าหมายในการทำตลาดเครื่องสำอางประเภทแป้งของไทยเหมือนกันกับชาวฟิลิปปินส์และชาวมาเลเซียด้วยเช่นกัน

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ ๒. เพื่อพัฒนาทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (developed grounded theory)

วัตถุประสงค์ข้อนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินการ ๒ ข้อคือดังนี้

๒.๑ เพื่อค้นหาพฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต (plots) และความต้องการเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ได้ผลดังต่อไปนี้

๑). พฤติกรรม การเปิดรับละครโทรทัศน์

ชาวกัมพูชาส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศจบในตอน มีความยาวประมาณ ๓๐ หรือ ๖๐ นาที และออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ เรื่องไม่ต้องยาวมากนัก เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย และนำเสนอละครย้อนหลังในรูปของ CD, DVD, BD หรือ File นอกจากนี้ชาวกัมพูชายังนิยมดูละครต่างชาติคือละครไทย

ชาวไทยส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ออกอากาศในลักษณะ ๒-๓ วัน/สัปดาห์หรือมีลักษณะเป็นซีรีส์เรื่องยาวหลายตอนจบ ออกอากาศทุกวัน เป็นละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย และองค์ประกอบภาพที่สวยงาม คนไทยเปิดรับละครโทรทัศน์ต่างชาติได้ง่ายโดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลี นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ไม่ได้ฉายในประเทศ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบซ้ำหลายเรื่อง อ่านเรื่องย่อ ดูและอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำ หรือเห็นตัวอย่างจากละครโทรทัศน์ (teaser-trailer)

ชาวยุโรปส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครโทรทัศน์จากประเทศในเอเชียอย่างละครโทรทัศน์เกาหลี และละครโทรทัศน์จีน ละครโทรทัศน์ที่นำไปฉายให้ชาวยุโรปในดูต้องเป็นละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ดารานักแสดงเป็นผู้ที่มีหน้าตาดี แสดงสมบทบาท ละครโทรทัศน์มีลักษณะหลายตอน ภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบหรือมีลักษณะที่เรียกโดยทั่วไปคือเป็นละครโทรทัศน์ซีรีส์ แต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เนื้อหาออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที นอกจากนี้ชาวยุโรปนิยมดูละครโทรทัศน์ที่ไม่ได้ฉายในประเทศ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำ และดูจากตัวอย่างละครโทรทัศน์ (teaser-trailer) ผ่านช่องทางของ CD, DVD, BD และFile รวมทั้งนำเสนอผ่านสื่อทีวีในรูปแบบปกติควบคู่กันไป

ชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่ชอบดูละครโทรทัศน์เกาหลีและละครโทรทัศน์จากตะวันตก ชื่นชอบละครโทรทัศน์แนวซีรีส์ คือเป็นละครโทรทัศน์หลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ ลักษณะจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ชาวฟิลิปปินส์ส่วนใหญ่เลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ นิยมดูละครโทรทัศน์ที่ไม่ได้ฉายในประเทศ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบซ้ำหลายเรื่อง อ่านเรื่องย่อ ดูและอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำ และดูจากตัวอย่างละครโทรทัศน์

ชาวมาเลเซียนิยมดูละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะเป็นซีรีส์ คือละครโทรทัศน์หลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ มีการออกอากาศจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที รับชมผ่านโทรทัศน์และบางกลุ่มเปิดรับผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File โดย

นิยมเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะเนื้อเรื่องไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย มีดารานักแสดงที่หน้าตาดีและแสดงได้เป็นธรรมชาติ ดูละครโทรทัศน์เรื่องที่เพื่อนแนะนำ เห็นตัวอย่างละครโทรทัศน์

ชาวเมียนมาส่วนใหญ่ชอบดูละครโทรทัศน์ไทยและละครโทรทัศน์เกาหลี โดยชาวเมียนมาจะชมละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ เนื้อเรื่องเข้าใจง่าย เป็นแนวซีรีส์เรื่องยาวหลายตอนจบ ออกอากาศทุกวัน จบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ชมผ่านทางโทรทัศน์และรองลงมาคือดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD และ File

ชาวลาวส่วนใหญ่นิยมเลือกดูละครโทรทัศน์ไทย ซึ่งละครโทรทัศน์ที่จะไปฉายในลาวควรออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และจบใน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที มีเนื้อเรื่องที่น่าสนใจไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย รวมทั้งดารานักแสดงที่หน้าตาดีและแสดงได้เป็นธรรมชาติ ชาวลาวนิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทางทีวี รองลงมาคือนิยมดูผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ไม่นิยมดูทางอินเทอร์เน็ต

ชาวเวียดนามนิยมดูละครโทรทัศน์ไทยโดยเลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบในลักษณะซีรีส์ คือเป็นละครโทรทัศน์หลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ เป็นละครโทรทัศน์เรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวัน รับชมผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File ดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง YouTube โดยนิยมเลือกดูเพราะเนื้อเรื่องไม่ซับซ้อนเข้าใจง่าย

ชาวสิงคโปร์ส่วนใหญ่เลือกดูละครโทรทัศน์ในลักษณะที่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส นิยมเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีการออกอากาศจบในตอน ระยะเวลาในการออกอากาศ ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และเป็นละครโทรทัศน์เรื่องยาวหลายตอนจบออกอากาศทุกวันโดยชาวสิงคโปร์จะเลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ ชอบละครที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่ายและองค์ประกอบภาพที่สวยงาม สนุก ตลก โดยต้องกระทำเป็นภาษาอังกฤษ ชาวสิงคโปร์นิยมเปิดรับละครโทรทัศน์ต่างชาติได้ง่าย โดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลี

ชาวสิงคโปร์ดูละครโทรทัศน์เลือกดูละครโทรทัศน์เพราะเนื้อเรื่องเป็นสำคัญ รองลงมาคือเลือกดูเพราะดารานักแสดง ชาวสิงคโปร์นิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านช่องทาง CD, DVD, BD หรือ File

ชาวอินโดนีเซียส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์แนวซีรีส์ คือมีลักษณะหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกัน ในแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน เช่น ละครโทรทัศน์แนวสืบสวนสอบสวน แต่ละตอนมีคดีที่แตกต่างกัน โดยตัวแสดงหลักคงเดิมเปลี่ยนแค่ตัวประกอบ และนิยมดูละครโทรทัศน์จบในตอน ระยะเวลาออกอากาศ ๓๐ หรือ ๖๐ นาที นอกจากนี้ ชาวอินโดนีเซียยังชอบดูละครโทรทัศน์ต่างชาติ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลี และจะเลือกดูละครเพราะเนื้อเรื่องน่าสนใจและดารานักแสดง โดยนิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Youtube) รองลงมานิยมดูผ่านทางทีวี ชาวอินโดนีเซียชื่นชอบเนื้อเรื่องละครโทรทัศน์มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย

๒). การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียน

ในภาพรวมพบว่ากลุ่มประเทศอาเซียนเปิดรับพล็อตในระดับใกล้เคียงกันโดย มีการเปิดรับพล็อตวัยรุ่น มากเป็นอันดับที่ ๑ รองลงมาคือ พล็อตสังคมคนรวยและเปิดรับน้อยที่สุด คือ พล็อตผี อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาไม่เป็นตาม ข้อสันนิษฐานที่ ๑ ว่า กลุ่มประเทศอาเซียนมีการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์มากที่สุด คือ พล็อตผี

ผลการศึกษาพบว่า ละครโทรทัศน์พล็อตศาสนา เป็นที่นิยมของชาวเมียนมามากที่สุด รองลงมาคือชาวฟิลิปปินส์และน้อยที่สุดคือชาวลาว พล็อตผีเป็นที่นิยมของชาวไทยมากที่สุด รองลงมาคือชาวเวียดนามและน้อยที่สุดคือชาวลาว พล็อตวัยรุ่นเป็นที่นิยมของชาวไทยมากที่สุด รองลงมาคือชาวเมียนมาและน้อยที่สุดคือชาวกัมพูชา พล็อตสังคมคนรวยเป็นที่นิยมของชาวไทยมากที่สุด รองลงมาคือชาวฟิลิปปินส์และน้อยที่สุดคือชาวกัมพูชา พล็อตแนววิทยาศาสตร์เป็นที่นิยมของชาวไทยมากที่สุด รองลงมาคือชาวฟิลิปปินส์และน้อยที่สุดคือชาวกัมพูชา พล็อตความขัดแย้งเป็นที่นิยมของชาวฟิลิปปินส์มากที่สุด รองลงมาคือชาวไทยและน้อยที่สุดคือชาวลาว

ความต้องการเนื้อหาวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน

ในภาพรวมพบว่ากลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยในละครโทรทัศน์มีระดับใกล้เคียงกัน โดยต้องการให้ปรากฏเนื้อหาที่แสดงเกี่ยวกับการศึกษาไทยมากเป็นอันดับที่ ๑ ต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทย มากเป็นอันดับที่ ๒ และต้องการน้อยที่สุด คือ เนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทย

ผลการศึกษาไม่เป็นตาม ข้อเสนอฐานที่ ๒ กลุ่มประเทศอาเซียนต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมากที่สุด คือ เนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร

ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงความเชื่อแบบไทยในภาพรวมเป็นที่ต้องการน้อยที่สุด แต่ในรายละเอียดพบว่าเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวบรูไน และน้อยที่สุดคือชาวลาว เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวอินโดนีเซียและน้อยที่สุดคือชาวสิงคโปร์ เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงพืชพื้นบ้านของไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวอินโดนีเซีย รองลงมาคือชาวไทยและน้อยที่สุดคือชาวเมียนมา เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงการทำอาหารไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวสิงคโปร์ รองลงมาคือชาวไทยและน้อยที่สุดคือชาวลาว เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่มีการแสดงแบบไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวอินโดนีเซียและน้อยที่สุดคือชาวลาว เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงการพยากรณ์ของไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวเมียนมาและน้อยที่สุดคือชาวลาว เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงคติชาวบ้านของไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวฟิลิปปินส์และอินโดนีเซียและน้อยที่สุดคือชาวลาว เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงการศึกษาไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวสิงคโปร์และน้อยที่สุดคือชาวลาว เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงการแต่งงานไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวอินโดนีเซียและน้อยที่สุดคือชาวกัมพูชา เนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงการบำบัดโรคแบบไทยเป็นที่ต้องการมากที่สุดของชาวไทย รองลงมาคือชาวฟิลิปปินส์ และน้อยที่สุดคือชาวลาว

๔). องค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน

จากการศึกษาพบว่า ชาวอินโดนีเซียเลือกดูละครโทรทัศน์เพราะนักแสดงและสิ่งแวดล้อมมากที่สุด รองลงมาคือชาวไทยและน้อยที่สุดชาวสิงคโปร์ การยอมรับประเด็นอ่อนไหว (sensitive) ในละครโทรทัศน์ของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมพบว่าชาวไทยยอมรับได้มากที่สุด รองลงมาคือประเทศบรูไนและน้อยที่สุดคือประเทศอินโดนีเซีย และความต้องการรับชมเนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย พบว่าประเทศเมียนมาเลือกดูเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทยมากที่สุด รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซียและน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์

เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ๑. ประเด็นนักแสดงหน้าตาดี มีอิทธิพลต่อชาวอินโดนีเซียเลือกดูมากที่สุด รองลงมาคือประเทศบรูไน และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ๒. ประเด็นภาพสวย

ประณีต พบว่ามีอิทธิพลต่อชาวฟิลิปปินส์มากที่สุด รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ๓. ประเด็นการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย มีอิทธิพลต่อชาวไทยมากที่สุด รองลงมาคือประเทศอินโดนีเซีย และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ ๔. ประเด็นสภาพแวดล้อมแสดงเทคโนโลยีทันสมัย อิทธิพลต่ออินโดนีเซียมากที่สุด รองลงมาคือประเทศไทย และน้อยที่สุดคือประเทศสิงคโปร์ และ ๕. ประเด็นพระเอกนางเอกเป็นคนรวย อิทธิพลต่อชาวอินโดนีเซียมากที่สุด รองลงมาคือประเทศบรูไน และน้อยที่สุดคือประเทศลาว การยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์

๒.๒ เพื่อจัดกลุ่มพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ได้ผลในภาพรวมดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วย ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนามและอินโดนีเซีย มีความเหมือนกันในพฤติกรรมในการเปิดรับและความต้องการพล็อตละครโทรทัศน์

กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วยบรูไนและเมียนมามีความเหมือนกันในพฤติกรรมในการเปิดรับและความต้องการพล็อตละครโทรทัศน์

กลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยกัมพูชาและลาวมีความคล้ายคลึงกันในพฤติกรรมในการเปิดรับและความต้องการพล็อตละครโทรทัศน์

ส่วนสิงคโปร์นั้น ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มเนื่องจากมีการเปิดรับและความต้องการพล็อตที่แตกต่างกันจากประเทศอื่นๆ

๒.๓ เพื่อทดสอบ (verified grounded theory) สมมติฐานชั่วคราว (tentative hypothesis) มิตรร่วมทางวัฒนธรรม

จากผลการค้นพบการจัดกลุ่มดังกล่าวทำให้เห็นว่าการจัดมิตรร่วมทางวัฒนธรรมนั้น สามารถจัดได้หลากหลายแนวทางขึ้นอยู่กับตัวแบ่งที่นำมาเป็นเงื่อนไขในการจัดกลุ่ม ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงทำให้ไม่สามารถ ให้ผลที่ระบุลงไปได้ว่าประเทศใดอยู่ในมิติใด แต่ข้อค้นพบทำให้ได้ข้อสรุปถึงแนวทางในการจัดมิตรร่วมทางวัฒนธรรมได้ว่า

‘มิตรร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถจัดแบ่งได้เป็น ๓ กลุ่มย่อย ตามพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ ความต้องการพล็อตละครและความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ แต่ประเทศใดจะอยู่ในมิติใดนั้นขึ้นอยู่กับ เงื่อนไขของแต่ละมิติ อีกทั้งแต่ละประเทศมิได้อยู่ในมิติใดมิติหนึ่ง แต่สามารถอยู่ในมิติกลุ่มย่อยทุกมิติตามค่าเงื่อนไขของแต่ละมิติ’ ดังนั้นประเทศใดอยู่ร่วมกับประเทศใดต้องพิจารณาจากมิติย่อยดังกล่าวเป็นสำคัญ

๒.๔ เพื่อค้นหารูปแบบ (patterns) พฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อต (plots) และความต้องการเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมและองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน และรูปแบบ (patterns) ในภาพรวมของกลุ่มประเทศอาเซียน

๑. รูปแบบพฤติกรรมในการเปิดรับละครโทรทัศน์ ความต้องการพล็อตและเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์

๑.๑ รูปแบบข้อมูลพื้นฐานในการเปิดรับละครโทรทัศน์

การดูละครประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑. เลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบ และ ๒. เลือกดูแบบไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส แต่โดยรวมเกือบทุกประเทศเลือกดูละครเฉพาะเรื่องที่ชอบ

การเปิดรับละครโทรทัศน์ของประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นเป็นรูปแบบได้ ๓ รูปแบบ คือ ๑. นิยมละครที่จบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที ๒. ออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์ และ ๓. ละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกันแต่ละตอนมีประเด็นที่ต่างกัน แต่ส่วนใหญ่นิยมจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที

ความนิยมละครโทรทัศน์ต่างชาติของประเทศอาเซียนมี ๒ รูปแบบ คือ ๑. นิยมละครเกาหลี และ ๒. นิยมละครไทย โดยรวมมีความชื่นชอบเท่าๆ กัน ผลการศึกษาทำให้เห็นว่า ละครโทรทัศน์ไทยมีโอกาสพัฒนาต่อยอดในกลุ่มประเทศที่นิยมละครโทรทัศน์ไทยอย่าง กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และสิงคโปร์ หรือในอีกมุมมองหนึ่งก็คือละครโทรทัศน์ไทยต้องสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซียและอินโดนีเซีย

ปัจจัยที่ทำให้เลือกดูละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มีกลุ่มเดียวคือ ปัจจัยด้านเนื้อเรื่อง ดังนั้นการพัฒนาละครไทยสิ่งที่จะต้องกระทำคือการพัฒนาเนื้อเรื่องให้แปลกใหม่ ไม่สามารถคาดเดาเนื้อหาเรื่องตอนจบได้

ช่องทางการเปิดรับละครโทรทัศน์ของประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบ คือ ๑. ผ่านทีวี และ ๒. CD, DVD, BD หรือ File มีเพียงชาวอินโดนีเซียที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มได้ แต่ความนิยมรองลงมาคือ ทีวี การนำเสนอผ่านทีวีและ CD, DVD, BD หรือ File การรับชมละครไทยผ่านทางช่องทางเหล่านี้แสดงให้เห็นว่ามีการนำเข้าละครไทยในลักษณะที่เป็นทางการ รวมทั้งละครไทยยังได้ผ่านกระบวนการแปลเป็นภาษาท้องถิ่น ซึ่งหากชมผ่าน Youtube อาจไม่มีการแปลเป็นภาษาถิ่นที่เข้าใจได้

๑.๒ รูปแบบการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์

การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับมากคือไทย ฟิลิปปินส์ และเมียนมา และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตศาสนาในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตผีของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตผีในระดับมาก คือ ไทย และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตผี ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อต วิทยุ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตวิทยุในระดับมาก คือ ไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และลาว และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตวิทยุในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งละครวิทยุของไทยสามารถนำเสนอได้ในประเทศฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา และลาว เนื่องจากมีการเปิดรับเนื้อหาของละครวิทยุที่คล้ายคลึงกัน

การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย ในระดับมาก คือ ไทย และ ๒ มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตสังคมคนรวย ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งละครที่เกี่ยวข้องกับสังคมคนรวยของไทย อาจไม่ประสบความสำเร็จในประเทศอื่นในอาเซียน แต่ถ้าหากนำเสนอต้องนำเสนอเกี่ยวกับการแสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย

การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับมาก คือ ไทยและฟิลิปปินส์ และ ๒. กลุ่มที่มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตแนววิทยาศาสตร์ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งละครที่เกี่ยวข้องกับแนววิทยาศาสตร์ของไทย อาจเป็นที่เปิดรับในประเทศฟิลิปปินส์

การเปิดรับละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้ง ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับมาก คือ ไทยและฟิลิปปินส์ ๒. กลุ่มที่มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับปานกลางคือ กัมพูชา บรูไน มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๓. กลุ่มที่มีการเปิดรับหรือมีความชอบละครโทรทัศน์พล็อตความขัดแย้งในระดับน้อย คือ ประเทศลาว ซึ่งละครที่เกี่ยวข้องกับความขัดแย้งของไทย อาจเป็นที่เปิดรับในประเทศฟิลิปปินส์ ส่วนชาวลาวนั้นไม่ชอบดูละครเกี่ยวกับความขัดแย้งเลย

๑.๓ รูปแบบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงความเชื่อแบบไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทยในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และมีความต้องการเนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทยในระดับน้อย ได้แก่ประเทศลาว แสดงให้เห็นว่าเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อแบบไทยอาจจะไม่เป็นที่นิยมในกลุ่มประเทศอาเซียนโดยเฉพาะประเทศลาว

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยมี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ในระดับมากคือ ไทยและอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย ในระดับปานกลาง คือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา ลาวและเวียดนาม ๓ มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยในระดับน้อย คือ สิงคโปร์ ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับสิ่งทอและเครื่องประดับของไทยจะได้รับการยอมรับที่อินโดนีเซีย แต่อาจจะไม่ได้รับการยอมรับที่ประเทศสิงคโปร์

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยมี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ในระดับมาก คือ ไทยและอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย ในระดับปานกลางคือกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เมียนมา เวียดนามและสิงคโปร์ ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทยจะได้รับการยอมรับที่อินโดนีเซีย เช่นกัน

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับอาหารไทยมี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับอาหารไทย ในระดับมาก คือไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์และมาเลเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับอาหารไทย ในระดับปานกลาง คือกัมพูชา เมียนมา ลาวและเวียดนาม ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารไทยจะได้รับการยอมรับที่ประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยมี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยในระดับมากคือไทยและอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย ในระดับปานกลางคือ กัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์

มาเลเซีย เมียนมา ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์ ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแสดงแบบไทยจะได้รับการยอมรับในประเทศอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ในระดับมากคือไทยประเทศเดียว ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทย ในระดับปานกลางคือกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๓. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทยในระดับน้อยคือชาวลาว ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการพยากรณ์ไทยจะไม่ค่อยได้รับการยอมรับในประเทศอาเซียนโดยเฉพาะในกลุ่มชาวลาว

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ที่แสดงคติชาวบ้านของไทย มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับแสดงคติชาวบ้านของไทย ในระดับมากมีประเทศไทยประเทศเดียว ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงคติชาวบ้านของไทย ในระดับปานกลางประเทศกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย และ ๓. มีความต้องการเนื้อหาแสดงคติชาวบ้านของไทยในระดับน้อย คือลาว ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาแสดงคติชาวบ้านของไทยจะไม่ค่อยได้รับการยอมรับในประเทศอาเซียนโดยเฉพาะประเทศลาว

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการศึกษาไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับแสดงการศึกษาไทย ในระดับมากคือไทย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการศึกษาไทย ในระดับปานกลางคือกัมพูชา บรูไน มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม และ ลาว ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาแสดงการศึกษาไทยจะได้รับการยอมรับในประเทศฟิลิปปินส์ สิงคโปร์และอินโดนีเซีย ด้วยเช่นกัน

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการแต่งงานไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงเกี่ยวกับแสดงการแต่งงานไทย ในระดับมากคือไทยและอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการแต่งงานไทยในระดับปานกลางคือกัมพูชา บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม ลาว และสิงคโปร์ ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาแสดงการแต่งงานไทยจะได้รับการยอมรับในประเทศอินโดนีเซีย

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์แสดงการบำบัดโรคแบบไทย มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการบำบัดโรคแบบไทย ในระดับปานกลาง คือกัมพูชา ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงการบำบัดโรคแบบไทยในระดับน้อยได้แก่ลาว ละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาแสดงการบำบัดโรคแบบไทย จะไม่ค่อยได้รับการยอมรับในประเทศลาว

๑.๔ รูปแบบความต้องการองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์

ความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๒ รูปแบบคือ ๑. มีความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อม ในระดับมากคือไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เมียนมา และอินโดนีเซีย ๒. มีความต้องการความต้องการรับชมละครโทรทัศน์เกี่ยวกับนักแสดงและสิ่งแวดล้อม ในระดับปานกลางได้แก่กัมพูชา มาเลเซีย ลาว เวียดนามและสิงคโปร์ นักแสดงและสภาพแวดล้อมในละครโทรทัศน์ที่คนไทยชื่นชอบ ก็จะเป็นที่ชื่นชอบเช่นกันในประเทศบรูไน ฟิลิปปินส์ เมียนมา และอินโดนีเซีย

ความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ในระดับ

มากได้แก่กัมพูชา ไทย บรูไน พิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม และอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ระดับปานกลางคือสิงคโปร์ ละครโทรทัศน์ไทยที่แสดงสถานที่ท่องเที่ยวของไทยเป็นที่นิยมของประเทศในกลุ่มอาเซียน มีเพียงชาวสิงคโปร์ที่ต้องการในระดับปานกลาง

การยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มี ๓ รูปแบบคือ ๑. มีการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ ในระดับมาก ไทย ๒. มีการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ระดับปานกลางได้แก่ บรูไน พิลิปปินส์ ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์ ๓. มีการยอมรับประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์ระดับน้อย คือ กัมพูชา มาเลเซีย เมียนมาและอินโดนีเซีย คนไทยสามารถรับประเด็นอ่อนไหวที่นำเสนอในละครโทรทัศน์ได้ดี แต่ต้องระมัดระวังการนำเสนอประเด็นอ่อนไหวในละครโทรทัศน์สำหรับประเทศอื่น จากการศึกษาพบว่าชาวบรูไน พิลิปปินส์ ลาว เวียดนาม และสิงคโปร์สามารถรับได้บ้างบางเรื่อง แต่ต้องระวังให้มากขึ้นในประเทศ กัมพูชา มาเลเซีย เมียนมาและอินโดนีเซีย

ความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน สามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑. มีความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ในระดับมากได้แก่กัมพูชา ไทย บรูไน พิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว เวียดนาม และอินโดนีเซีย และ ๒. มีความต้องการเนื้อหาแสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย ระดับปานกลางคือสิงคโปร์

๒.๓ รูปแบบต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย

ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑). ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ในลักษณะที่หลากหลาย ๒). ต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรม โทรทัศน์ในลักษณะที่เฉพาะ

๑). รูปแบบในภาพรวมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

๑.๑ รูปแบบพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑). พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ไปในทิศทางมาก ๒). พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ ไปในทิศทางน้อย

๑.๒ รูปแบบการเปิดรับพล็อต ละครโทรทัศน์ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถมองเห็นได้เป็น ๒ รูปแบบ คือ ๑). การเปิดรับพล็อต ละครโทรทัศน์ ในลักษณะที่หลากหลาย ๒). การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ในลักษณะที่เฉพาะ

๒). ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการค้นพบพฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ การเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ และความ ต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรม ของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นมิติ เป็นมิติร่วมทางวัฒนธรรมได้ ๓ มิติ ดังนี้

มิติที่ ๑: พฤติกรรม的开รับข่าวสาร (Exposure Behavior)

เชิงรุก/เชิงรับ (Active/Passive)

คำอธิบายของมิติ (ข้อเท็จจริง)

มิตินี้เป็นแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งเป็นลักษณะการแสวงหาข่าวสาร และการใช้สื่อเพื่อการเข้าถึงข่าวสารที่ตนเองสนใจ

ประเทศที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรุก (active) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมีลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจเพื่อสนับสนุนหรือเสริมข้อมูลเดิมที่ตนเองมีอยู่แล้ว เป็นข้อมูลจากทั้งในและต่างประเทศ มีการเปิดรับข่าวสารจากหลากหลายแหล่งข่าวทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิม (traditional media) และสื่อใหม่ (new media) เช่น เปิดรับสื่อทีวีควบคู่กับการใช้สื่ออินเทอร์เน็ต สามารถเปิดรับข่าวสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ มีการเปิดรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์นิยมข่าวสารที่เข้าใจง่ายและอ่านเรื่องที่ชอบหลายครั้ง และนิยมข่าวสารที่เข้าใจง่าย ในกลุ่มประเทศอาเซียน เช่น ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์และอินโดนีเซีย

ประเทศที่มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเชิงรับ (passive) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมีลักษณะของการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในลักษณะที่ได้รับการกำหนดหรือคัดเลือกมาแล้วจากผู้อื่น ไม่นิยมทำการค้นหาข่าวสารเพิ่มเติม มีความพึงพอใจและเพียงพอต่อปริมาณและคุณภาพของข่าวสารที่ได้รับผล เปิดรับข่าวสารผ่านทางสื่อดั้งเดิม (traditional media) เป็นหลัก ข่าวสารควรต้องเป็นภาษาถิ่นมากกว่าภาษาต่างประเทศ เช่น ไทย กัมพูชาและลาว

มิตินี้ ๒ : การเปิดรับเนื้อหา (Content Exposure)

หลากหลาย/ครอบงำ (variety/ predominance)

คำอธิบายมิตินี้ (ข้อเท็จจริง)

มิตินี้เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับเนื้อหาข่าวสาร เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งลักษณะการเปิดรับนั้นมีลักษณะแตกต่างกันคือ

ในวัฒนธรรมลักษณะการเปิดรับเนื้อหาที่หลากหลาย (variety) ลักษณะคนมักให้ความสนใจข่าวสารหรือเรื่องราวที่หลากหลาย แปลกใหม่ ดุชันสมัย แตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง เป็นไปตามความต้องการของตนเองมากกว่าการเปิดรับภายใต้กรอบของขนบธรรมเนียมของสังคมโดยรวม เช่น ประเทศไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม และอินโดนีเซีย

ส่วนในวัฒนธรรมที่มีลักษณะการเปิดรับเนื้อหาที่มีกรอบกำหนด (predominance) คนทั่วไปมีการเปิดรับข่าวสาร เป็นไปตามธรรมชาติ (ไม่ชอบแนววิทยาศาสตร์) เนื้อหาสร้างความสงบปรองดองของสังคม (ไม่ชอบความขัดแย้ง) หรือเรื่องราวที่เฉพาะมีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมของตนเอง การเปิดรับสารคำนึงถึงกรอบของกฎหมายหรือขนบธรรมเนียมของสังคมโดยรวม เช่น ไทย บรูไน เมียนมา ลาว และสิงคโปร์

มิตินี้ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (cultural exposure)

ความหลากหลาย/ยึดมั่นดั้งเดิม (diversity/ adherence)

คำอธิบายของมิตินี้ (ข้อเท็จจริง)

ความพร้อมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural diversity) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนทั่วไปมีการยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างกับของตนเอง มองว่าการรับวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นการรับนวัตกรรมอย่างหนึ่ง มีความพร้อมในการรับและเปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เวียดนามและอินโดนีเซีย

ความยึดมั่นความเลื่อมใสในวัฒนธรรมดั้งเดิม (adherence to traditional culture) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมีลักษณะไม่เปิดรับวัฒนธรรมจากต่างถิ่น คนทั่วไปมีความมั่นคงกับวัฒนธรรมของตนเอง และมีแนวคิดว่าการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเป็นการทำลายวัฒนธรรม

ของชาติ เช่น ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย เมียนมา ลาวและสิงคโปร์ ๓. ความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการค้นพบความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนสามารถนำมาสังเคราะห์เป็นมิติร่วมทางวัฒนธรรมได้ดังนี้

มิติที่ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (cultural exposure)

ความหลากหลาย/ยึดมั่นดั้งเดิม (diversity/adherence)

คำอธิบายของมิติ (ข้อเท็จจริง)

ความพร้อมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม (cultural diversity) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนทั่วไปมีการยอมรับวัฒนธรรมที่แตกต่างกับของตนเอง มองว่าการรับวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นการรับนวัตกรรมหรือการเปิดรับความทันสมัยอย่างหนึ่ง มีความพร้อมในการรับและเปลี่ยนแปลงตามวัฒนธรรมที่ตนเองชื่นชอบ เช่น ชาวไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ เวียดนามและอินโดนีเซีย

ความยึดมั่นความเลื่อมใสในวัฒนธรรมดั้งเดิม (adherence to traditional culture) หมายถึง ประเทศที่ประชาชนมีลักษณะไม่เปิดรับวัฒนธรรมจากต่างถิ่น คนทั่วไปมีความมั่นคงกับวัฒนธรรมของตนเอง และมีแนวคิดว่าการเข้ามาของวัฒนธรรมต่างชาติเป็นการทำลายวัฒนธรรมของชาติ เช่น ประเทศกัมพูชา มาเลเซีย เมียนมา ลาวและสิงคโปร์

ทฤษฎีฐานรากมิติร่วมทางวัฒนธรรม (cultural denomination dimension) ของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่ค้นพบในการศึกษาค้นคว้า จัดเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) ซึ่งใช้อธิบายปรากฏการณ์ในขอบเขตที่จำกัด คือกลุ่มประเทศอาเซียน ๑๐ ประเทศ ซึ่งทฤษฎีฐานรากนี้ยังต้องการการพัฒนาในอนาคต นอกจากนี้การเปิดรับละครโทรทัศน์ของกลุ่มคนจากประเทศ ในแต่ละองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันในลักษณะเป็นวงกลม ดังแสดงในแผนภูมิต่อไปนี้



ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ค้นพบสิ่งที่น่าสนใจและสามารถนำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

การอภิปรายผลวิจัย

จากผลการศึกษาที่มีข้อค้นพบที่น่าสนใจ สามารถอภิปรายแยกตามวัตถุประสงค์ย่อยดังนี้

ตอนที่ ๑. ขุดมโนทัศน์ (concept) แนวคิดมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และแนวคิดพล็อต (plots) เนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรม

แนวคิดทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับเกี่ยวกับมิติทางวัฒนธรรมประกอบด้วย แนวคิดของ Hofstede (1997) แนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian work dynamism) (1987) แนวคิดของ Schwartz (1994), แนวคิด Trompenaars and Hampden-Turner (1998), แนวคิดของ Hall, (1987,1989) และแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) แนวคิดทั้ง ๖ นี้ ถือเป็นแนวคิดที่มีผู้นิยมนำไปอ้างอิง แต่จากการศึกษาครั้งนี้พบว่า แนวคิดของ Hofstede (1997) เป็นแนวคิดที่มีผู้นิยมนำไปศึกษามากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ แนวคิดทฤษฎีของ Hofstede นั้นเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นปัจจุบัน ในแต่ละมิตีย่อยมีคำอธิบายที่เข้าใจง่ายเหมาะสมกับบริบทของสังคมทั่วไป มีความชัดเจนและให้ผลสะท้อนกลับไปยังการจัดการที่สอดคล้องกับความเป็นจริง และสามารถนำไปใช้อธิบายมิติระหว่างวัฒนธรรมในด้านการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศได้ดี และเนื่องจากเป็นแนวคิดที่เน้นเรื่องธุรกิจก็อาจมีส่วนทำให้นำไปอ้างอิงในวงกว้างด้วยเช่นกัน ส่วนแนวคิดพลวัตของขงจื้อ (Confucian dynamism) ซึ่งได้รับการพัฒนามาจาก Hofstede and Bond (1988) เป็นมิติร่วมทางวัฒนธรรมที่อธิบายบริบทของวัฒนธรรมในแนวคิดทางตะวันออกเน้นแนวคิดวัฒนธรรมจีนทั้งแนวคิดทฤษฎีของ Hofstede และแนวคิดพลวัตของขงจื้อจึงเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมกลุ่มประชากรทั้งตะวันออกและตะวันตก ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ทั้ง 2 เป็นที่นิยมนำมาอ้างอิงในการศึกษาวิจัย

ส่วนแนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner (1998) และแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) ไม่พบงานวิจัยที่ใช้แนวคิดดังกล่าว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะในการศึกษานี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งปกติได้ใช้แนวคิดของ Confucian dynamism เป็นกรอบในการศึกษา อีกทั้งแนวคิดของ Trompenaars and Hampden-Turner (1998) มีความคล้ายคลึงกับแนวคิดของ Schwartz (1994) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นก่อนและเป็นที่นิยม อาจทำให้นักวิจัยทั่วไปต้องการอ้างแนวคิดดั้งเดิมหรือแนวคิดต้นฉบับ อีกทั้งแนวคิดใหม่อาจจะต้องใช้เวลาในการเผยแพร่และการพัฒนาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ ส่วนแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (๑๙๖๑) พบว่าเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม (abstract) อาจทำให้เข้าใจหรือตีความยากจึงไม่เป็นที่นิยมนำไปใช้อ้างอิง และอาจพบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหากมีขยายกรอบการศึกษาไปในกลุ่มประเทศอื่นๆ

การจัดกลุ่มประเทศนั้น โดยปกติแล้วมักใช้ตัวแบ่งกลุ่มเป็นศาสนา เช่น กลุ่มประเทศที่ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ประกอบด้วย ประเทศไทย ลาว กัมพูชา และ เมียนมา กลุ่มประเทศที่ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ประกอบด้วยประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และ บรูไน สำหรับประเทศที่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีศาสนาใดเป็นศาสนาประจำชาติ ได้แก่ เวียดนามและ สิงคโปร์ ส่วนศาสนาคริสต์มีเพียงประเทศฟิลิปปินส์ (asean-info.com, ๒๕๖๐) หรือสามารถจัดกลุ่มโดยใช้ตัวแบ่งกลุ่มเป็นลักษณะภูมิประเทศ คือประเทศไทย กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาและบรูไน กลุ่มประเทศที่เป็นเกาะ ประกอบด้วยประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ (asean-info.com: ๒๕๖๐) แต่ในการศึกษาครั้งนี้ผลการสังเคราะห์งานวิจัย พบว่า มโนทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียนประกอบด้วย ๓ กลุ่ม โดยมีตัวแบ่งกลุ่มเป็นมิติทางวัฒนธรรมตามแนวคิดของนักวิชาการที่ได้

ศึกษาโดยอาศัยแนวคิดทางวัฒนธรรมเป็นตัวแบ่งกลุ่ม ซึ่งพบว่าสามารถจัดกลุ่มได้เป็น ๓ กลุ่ม คือ กลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วยประเทศไทย ลาวและกัมพูชา กลุ่มที่ ๒ ประกอบด้วยประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม และกลุ่มที่ ๓ ประกอบด้วยอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ซึ่งหากพิจารณาทั้ง ๓ กลุ่มแล้วพบว่าในกลุ่มที่ ๑ ประกอบด้วยประเทศที่มีศาสนาเดียวกัน กลุ่มที่ ๒ มาเลเซีย สิงคโปร์และเวียดนาม ผสมระหว่างศาสนาและภูมิประเทศ ส่วนที่ ๓ ประกอบด้วยอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ทั้งสองประเทศเหมือนกันเรื่องลักษณะภูมิประเทศแต่ศาสนาแตกต่างกัน ซึ่งมโนทัศน์ที่ค้นพบทำให้เห็นว่าการจัดแบ่งกลุ่มประเทศนั้นขึ้นอยู่กับตัวแบ่งเป็นสำคัญ ซึ่งตัวแบ่งสามารถเป็นอะไรหรือเรื่องใดๆ ก็ได้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ประโยชน์ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ตัวแบ่ง ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารและละครโทรทัศน์ อันประกอบด้วยพฤติกรรมการสื่อสาร การเปิดรับพล็อตและความต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์ ซึ่งตัวแบ่งนี้แตกต่างจากแนวคิดทฤษฎีที่มีทิศทางทางวัฒนธรรมทางการสื่อสารอื่น อย่างแนวคิดของ Hall, (1987,1989) ซึ่งเน้นเรื่องบริบทของการสื่อสาร ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า มีทิศทางทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนที่ค้นพบนี้เป็นนวัตกรรม (innovation) ในวงการศึกษาด้านการสื่อสารและวัฒนธรรม

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาภาพยนตร์โทรทัศน์ชุด ‘Beyond ASEAN สู่นาคตประเทศอาเซียน’ และเนื้อหาภาพยนตร์โทรทัศน์ชุด ‘รู้จักอาเซียนผ่านโลกบันเทิง’ พบว่า พล็อตที่นิยมในแต่ละประเทศในอาเซียนประกอบด้วย พล็อตศาสนา ฆี วัชรุน การดำเนินชีวิตในสังคม แนววิทยาศาสตร์ และความขัดแย้ง และยังพบว่าเป็นพล็อตที่มีลักษณะผสมผสานกันไปมาระหว่างพล็อต เช่น พล็อตผสมผสานกันกับตลก วัชรุนผสมผสานกันกับรักโรแมนติกและความขัดแย้งผสมผสานกันกับพล็อตศาสนา ส่วนเนื้อหาทางวัฒนธรรมและเนื้อหาเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์สำหรับกลุ่มประเทศอาเซียน ที่ได้จากการสังเคราะห์งานวิจัยจำนวน ๔ เรื่องนั้น ทำให้ชุดมโนทัศน์ที่สร้างขึ้นในครั้งนี้ ได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งวิธีการศึกษาแนวคิดเพื่อสร้างมโนทัศน์เพื่อเป็นกรอบในการศึกษานี้ เป็นวิธีการวิจัยที่สร้างความถูกต้องและเชื่อถือได้สูงขึ้น (Creswell ๒๐๑๔: ๒๒๐) จึงส่งผลให้งานวิจัยครั้งนี้มีความถูกต้องและเชื่อถือได้สูงตามไปด้วย

ตอนที่ ๒: การพัฒนาทฤษฎีฐานรากมีทิศทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน และค้นหา พล็อตเนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏ และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์

จากการเก็บข้อมูลพบว่าประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียน มีการเข้าถึงยากง่ายแตกต่างกัน โดยชาวสิงคโปร์และบรูไน มีการเข้าถึงค่อนข้างยากทำให้ต้องใช้เวลาในการเก็บข้อมูลค่อนข้างยาก โดยเฉพาะชาวสิงคโปร์ที่ค่อนข้างมีความเป็นส่วนตัวสูง อีกทั้งยังหาคนที่เปิดรับละครโทรทัศน์ได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากละครโทรทัศน์ให้เลือกไม่หลากหลาย (Seneviratne, ๒๕๖๐) แต่จากการสังเกตละครโทรทัศน์ซีรีส์ของประเทศสิงคโปร์ อย่างเรื่อง ‘The little nyonya : บ๊าบ่า ย่าหย่า...รักยิ่งใหญ่จากใจดวงน้อย’ ซึ่งได้นำมาฉายที่ประเทศไทยพบว่า มีลักษณะคล้ายกับละครไทยหรือที่เรียกว่ามีความเป็น ‘ละครน้ำเน่า’ กล่าวคือมีลักษณะโครงเรื่องเหมือนกันกับละครไทยหลายๆ เรื่อง ผสมกัน เช่น ขมื่นกับปุน เมียทาส รอยรักรอยแค้น กุหลาบซ่อนหนามหรืออยากหยุดตะวันไว้ที่ปลายฟ้า แต่สิ่งที่แตกต่าง คือ การอิจฉาแสดงออกทางตาแบบลึกไม่รีดร้องแบบไทย นั่นหมายความว่า ชาวสิงคโปร์ที่แท้จริงอาจจะชอบละครแนวดราม่าหรือน้ำเน่าคล้ายๆ กับละครไทย นอกจากนี้ยังพบข้อสังเกตละครเรื่องอื่นๆ ส่วนใหญ่ดารานักแสดงไม่เน้นที่มีหน้าตาสวยงามเหมือนดารไทยหรือ

เกาหลี มีการใช้ภาษาจีนและภาษาอังกฤษในสำเนียงที่หลากหลาย เนื้อหาละครมีการสะท้อนแง่มุมของสังคมท้องถิ่น ส่วนบทและการดำเนินเรื่อง การลำดับภาพ ยังไม่ค่อยต่อเนื่องขาดความสมเหตุสมผลกับความเป็นจริงในโลกแห่งความเป็นจริงเท่าที่ควร ดังนั้นจึงอาจทำให้ละครไม่เป็นที่สนใจของคนสิงคโปร์ประกอบกับสภาพแวดล้อมและการแข่งขันทำให้ไม่สามารถติดตามละครได้อย่างต่อเนื่องจึงให้ความสนใจกับภาพยนตร์ซึ่งสั้นกว่า ดังคำกล่าวของชาวสิงคโปร์ ตอนหนึ่งว่า

คนสิงคโปร์ส่วนใหญ่ไม่ชอบดูละครทีวี เพราะไม่ต้องการนั่งอยู่หน้าจอทีวีเป็นระยะเวลานาน ชอบดูหนังโรงมากกว่าเนื่องจากจบเร็ว นิยมดูละครบู๊ เขย่าขวัญ สำหรับคนที่ดูละครโทรทัศน์นิยมดูแนวชีวิตจากจีนและเกาหลี นอกจากนี้คนสิงคโปร์ชอบดูข่าวในทีวี รายการทีวีในสิงคโปร์มักเป็นข่าวกับหนังที่ออกโรงมาแล้ว เช่น x-men transformer จูราสิคปาร์ค เป็นต้น

(Lai ly: 2560)

ดังนั้นประเทศสิงคโปร์อาจมีความชอบเหมือนคนไทยแต่อาจจะไม่ใช่เป้าหมายของละครไทยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในกลุ่มอาเซียน

สำหรับผลการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์นั้น พบว่า เกือบทุกประเทศเลือกดูละครโทรทัศน์เฉพาะเรื่องที่ชอบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะละครโทรทัศน์มีพล็อตและเนื้อเรื่องที่หลากหลายจึงทำให้คนส่วนใหญ่เลือกดูเฉพาะเรื่องที่ตนชื่นชอบ ซึ่ง Becker (1972) อธิบายว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสาร บุคคลทั่วไปจะเปิดรับข่าวสารเพื่อทราบข้อมูลที่ตรงกับความสนใจความชื่นชอบ และหากมีข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตนเองก็จะให้เกิดความเอาใจใส่ อ่าน ดู หรือฟังเป็นพิเศษ ส่วนชาวสิงคโปร์มีการเปิดรับละครโทรทัศน์มีลักษณะที่ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส ซึ่งเป็นผลที่แตกต่างจากประเทศอื่น แต่ถือว่าผลมีลักษณะที่สอดคล้องกับบุคลิกลักษณะความเป็นส่วนตัวและสภาพแวดล้อมของประเทศโดยรวมที่กล่าวแล้วข้างต้น

ลักษณะการเปิดรับละครโทรทัศน์ พบว่า ละครหลายตอนภายใต้โครงเรื่องเดียวกันหรือลักษณะเป็นซีรีส์เป็นที่นิยมในหลายประเทศอาเซียน ซึ่งการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Samuel, et.al. (2007) ที่พบว่า

คนทั่วไปมักชื่นชอบละครแนวซีรีส์และการชื่นชอบละครแนวซีรีส์นั้นเป็นเพราะเนื้อเรื่องต่อเนื่อง เมื่อดูแล้วทำให้จะเกิดการกระตุ้นอย่างต่อเนื่องทั้งสามารถสร้างความคุ้นเคยและหลงใหลไปกับละครในเรื่องได้ง่ายกว่าละครเรื่องสั้น

การนิยมเปิดรับละครในลักษณะที่ต่างกัน สามารถใช้เป็นแนวทางการออกแบบลักษณะละครให้เหมาะสมกับความชื่นชอบของกลุ่มผู้รับ การออกแบบที่มีเป้าหมายเหมาะสมกับกลุ่มผู้รับจะทำให้สารนั้นสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับได้ดีซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ Burger (2012) ที่ว่า การจัดทำเนื้อหาสารให้เหมาะสมกับผู้รับจะส่งผลให้เกิดการเปิดรับได้มากกว่าสารที่มีลักษณะไม่สอดคล้องกับที่ผู้รับต้องการ และการเปิดรับดังกล่าว Klapper (1960: 56) กล่าวเสริม ว่าบุคคลจะเปิดรับสารที่สอดคล้องกับความต้องการ และสารนั้นก็จะสร้างการรับรู้และการจดจำได้ดี เนื้อหาสารที่ได้รับการจดจำจะส่งผลต่อพฤติกรรมของบุคคลในเวลาต่อมา ซึ่งหมายรวมถึงพฤติกรรมที่ส่งผลทางการตลาดด้วยเช่นกัน (Connell, 2005 and Chiang C. Y and Y. S. Shuo) ซึ่งสามารถอธิบายได้ดีเกี่ยวกับ

อิทธิพลของละครเกาหลี ที่สามารถส่งผลเชิงบวกให้กับการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีนั่นเอง (Hoa et.al (2015) Samuel, et.al. (2007) และ Samuel, et.al. (2008) ทั้งหมดจึงนำมาสู่ข้อสมมติฐานที่ว่า หากมีการนำเสนอเนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยตามที่กลุ่มประเทศอาเซียนชื่นชอบก็อาจจะทำให้เกิดการเปิดรับและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมอื่น เช่น เกิดความต้องการท่องเที่ยวไทยหรือการต้องการซื้อสินค้าไทยตามเนื้อหาที่นำเสนอในละครโทรทัศน์

พฤติกรรม的开รับละครโทรทัศน์ในการศึกษาค้นคว้านี้ แตกต่างจากงานวิจัยอื่นๆ ที่เน้นไปที่การวัดปริมาณการเปิดรับละครโทรทัศน์ แต่เป็นการศึกษาภายใต้คำนิยามของ Westerwick (2015:261) ซึ่งให้ความสำคัญกับพฤติกรรมไปในเรื่องของแสวงหาข่าวสารและการใช้สื่อเพื่อเข้าถึงข่าวสาร ดังนั้นผลที่ได้จึงทำให้เกิดภาพในมุมมองที่แตกต่าง คือ กลุ่มที่เปิดรับละครในระดับมาก คือ กลุ่มที่มีพฤติกรรมที่ดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับการดูต้นฉบับทางอินเทอร์เน็ต (Youtube) มีพฤติกรรมการดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ มีการดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ มีการดูละครโทรทัศน์และอ่านเรื่องย่อหรืออ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต ดูละครโทรทัศน์ที่เพื่อนแนะนำ รวมทั้งเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer) เลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย ตามคำนิยามนี้ พบว่า ประเทศที่มีการเปิดรับละครโทรทัศน์ระดับมาก ประกอบด้วยไทย บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เมียนมา เวียดนาม สิงคโปร์และอินโดนีเซีย ซึ่งผลการศึกษาค้นพบนี้มีความสอดคล้องกับข้อมูลว่า ‘จากการสำรวจพบว่า ทวีปยังคงเป็นแหล่งของข้อมูลและความบันเทิงในหมู่ชาวฟิลิปปินส์ การดูเนื้อหาทีวีผ่านทางสื่อดิจิทัลได้เพิ่มขึ้นในช่วงสองปีที่ผ่านมาในหมู่ผู้ที่มีอินเทอร์เน็ต’ (Ilagan, ๒๐๑๖) การดูละครของชาวฟิลิปปินส์ มักเลือกตามความนิยม (ratings) ส่วนชาวมาเลเซีย อินโดนีเซียเปิดรับละครโทรทัศน์จากสื่อต่างๆ อาทิ ทีวี เว็บไซต์ จากต่างชาติ และรับอิทธิพลของวัฒนธรรมจากต่างชาติ (Chua (2012: 340 and Kim, 2008: 3) สำหรับชาวเมียนมาส่วนใหญ่นิยมละครโทรทัศน์ เพราะทุกบ้านมีทีวีและมีโฆษณาจากต่างแดน และละครโทรทัศน์ได้รับความนิยมในหมู่ชาวเมียนมา มาก ซึ่งเห็นได้ชัดเจนตั้งแต่ปี 1990 ได้มีการนำเข้าละครจากจีนและเกาหลีทำให้ละครต่างชาติเป็นที่นิยมรวมทั้งได้สร้างอิทธิพลและเกิดกระแส K-Pop ในหมู่วัยรุ่นชาวเมียนมา ปัจจุบันเมียนมาเองได้มีการผลิตละครโทรทัศน์ในหลายลักษณะ กล่าวคือ มีลักษณะผลิตเองและร่วมผลิตกับบริษัทต่างชาติอย่างบริษัทของไทย (ธนสาร ใจทำดี สัมภาษณ์: ๒๕๖๐) ซึ่งยืนยันได้ว่าทำให้เห็นว่าชาวเมียนมานั้นนิยมเปิดรับละครโทรทัศน์มากขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าลักษณะการเปิดรับสื่อของชาวเมียนมาได้มีการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตมากขึ้นเมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๖ พบว่าชาวเมียนมานิยมเปิดรับข่าวสารผ่านสื่อบุคคล (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย ๒๕๕๖)^๓ และอีกเหตุผลหนึ่งก็คือ ประเทศเมียนมาอยู่ในระหว่างการพัฒนาประเทศจึงทำให้เกิดการพัฒนา ทำให้ทุกๆ ปีทำให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่เร็วกว่าประเทศอื่น ๆ ส่วนชาวเวียดนามเองก็นิยมชมละครโทรทัศน์จากต่างประเทศ โดยเฉพาะละครเกาหลีที่เริ่มเข้ามาเป็นที่นิยมในปี ค.ศ. 1990 ทำให้เห็นว่ากลุ่มประเทศอาเซียนโดยเฉพาะ เหล่านี้ยังคง

^๓ แต่ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสำรวจเมื่อปี ๒๕๕๖ เป็นการสำรวจเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งการสอบถามจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงจะดีกว่าผ่านสื่อเนื่องจากสามารถตอบข้อซักถามได้ ส่วนครั้งนี้เป็นการสำรวจเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ซึ่งไม่จำเป็นต้องถามผู้รู้เมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยว

แต่การศึกษาค้นคว้าก็ยังพบว่าชาว อาเซียนดูละครโทรทัศน์เพราะเพื่อนแนะนำ ซึ่งก็ยังคงยืนยันได้อีกทางว่าสื่อบุคคลซึ่งเป็นสื่อดั้งเดิม (traditional media) ยังคงมีอิทธิพลต่อการเปิดรับละครโทรทัศน์เช่นกัน

นิยมเปิดรับละครโทรทัศน์จากต่างประเทศผ่านช่องทางที่เป็นสื่อดั้งเดิม และสื่อใหม่อย่างสื่ออินเทอร์เน็ต

สำหรับประเทศลาวนั้น ประชาชนส่วนใหญ่นิยมดูละครโทรทัศน์และจากการสังเกตเมื่อครั้งเดินทางไปเก็บข้อมูลพบว่าชาวลาวดูละครไทยผ่านทางดาวเทียมเกือบทุกบ้าน ส่วนชาวกัมพูชา นิยมดูรายการโทรทัศน์ เช่นกัน โดยนิยมดูการประกวดร้องเพลงและละครโทรทัศน์ไทยเป็นที่ชื่นชอบของชาวกัมพูชา โดยเฉพาะจังหวัดที่อยู่ตามชายแดน ชาวบ้านที่อยู่ตามชายแดนและรู้จักดารไทยเกือบทุกคน”(บันทึกไทยก้าวล้ำอาเซียน ไทยรัฐฉบับพิเศษ: ๒๕๕๙) จากรายงานยังพบว่า กลุ่มคนลาวและกัมพูชา รวมทั้ง ชาวเมียนมาเปิดรับละครไทยผ่านทางดาวเทียมซึ่งถือเป็นสื่อดั้งเดิมชนิดหนึ่ง อีกทั้งยังพบว่าละครไทยในกัมพูชามีวางขายในรูปของ CD, DVD, BD หรือ File พากย์เป็นภาษาท้องถิ่นด้วยเช่นกัน (Beyond ASEAN สื่อนานาชาติประเทศอาเซียน, ๒๕๕๙) ซึ่งการเปิดรับสื่อนี้ กริชรัตน์ ก้อนเทียน (๒๕๕๙) ซึ่งให้สัมภาษณ์ในรายการ Good Morning ASEAN ตอน ทิศทางการวางกลยุทธ์ด้านอุตสาหกรรมบันเทิงไทยเพื่อก้าวสู่การแข่งขันระดับอาเซียน ความตอนหนึ่งว่า... ‘ประเทศบางประเทศในกลุ่มอาเซียนรวมทั้งลาวและกัมพูชานั้นค่อนข้าง อนุรักษ์ความดั้งเดิม อีกทั้งยังมีลักษณะที่ค่อนข้างจะคุมสื่อได้’ คำกล่าวนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า การเปิดรับสื่อของกลุ่มประเทศลาวและกัมพูชานั้นยังเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างเปิดรับสื่อเก่าเป็นหลัก ข้อมูลนั้นชาวลาวส่วนใหญ่มีความเพียงพอและพึงพอใจกับลักษณะปริมาณ รูปแบบเดียวสำหรับทุกคน รวมทั้งมีการเปิดรับเนื้อหาตามเวลาที่ผู้ส่งได้ทำการส่งสารไปให้ บุคลิกของคนเหล่านั้นมักไม่มีความนิยมหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม และข้อสังเกตที่สำคัญอย่างหนึ่ง ได้จากการศึกษาก็คือ ละครไทยนั้นสามารถสร้างการรับรู้ได้แต่ยังอยู่ในบริเวณที่เป็นรอยต่อของประเทศ ส่วนประเทศที่ห่างออกไปนั้นยังต้องอาศัยกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อต่อสู้กับละครเกาหลี ซึ่งเป็นที่นิยมในอันดับต้นๆ ของทุกประเทศรวมทั้งของไทยด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาพบว่า พล็อตที่ประชาชนในกลุ่มประเทศอาเซียนเกือบทุกประเทศนิยมมากที่สุดคือพล็อตวัยรุ่นซึ่งแตกต่างจากข้อสันนิษฐานว่าเป็นพล็อตผี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะขณะที่ทำการวิจัยเป็นช่วงที่ละครซีรีส์เรื่องฮอไรโมนวัยรุ่นประสบความสำเร็จในหลายประเทศในอาเซียน จึงอาจทำให้คนทั่วไปเมื่อนึกถึงละครไทยและเหมารวมไปที่ละครพล็อตวัยรุ่นเป็นสำคัญ ซึ่งอาจสังเกตได้ว่าความชื่นชอบพล็อตนั้นอาจเป็นความชื่นชอบระยะสั้นสามารถเปลี่ยนไปตามเนื้อเรื่อง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า การเปิดรับพล็อตทั้ง ๖ พล็อตนั้นมีระดับการเปิดรับที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ดังนั้น ความชื่นชอบพล็อตจึงมีการเปลี่ยนแปลงไปได้ การนำเสนอละครโทรทัศน์อาจมีการผสมผสานกันระหว่างพล็อตวัยรุ่นในสังคมคนรวย หรือวัยรุ่นกับแนววิทยาศาสตร์หรือศาสนาที่จะสามารถสร้างการเปิดรับได้มากขึ้น

ส่วนเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่ต้องการให้ปรากฏในละครโทรทัศน์ก็ไม่เป็นไปตามข้อสันนิษฐานที่ต้องการเนื้อหาอาหารไทย แต่ผลการศึกษาพบว่าเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาไทยนั้นเป็นที่ต้องการอันดับที่ ๑ ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะอิทธิพลของละครซีรีส์เรื่องฮอไรโมนวัยรุ่นที่สร้างการรับรู้อย่างโดดเด่นในหลายประเทศเช่น ประเวณีนาม (บทสัมภาษณ์ เจ็น กูก ดาต : แฟนคลับชาวเวียดนามวันที่ ๒๖ กันยายน ๒๕๕๗) มาเลเซีย และกัมพูชา เป็นต้น

ผลการศึกษาพบว่าชาวไทยมักยอมรับกับประเด็นอ่อนไหวแต่ประเทศอื่นยังมีการยอมรับในระดับต่ำซึ่งละครไทยต้องระมัดระวังในประเด็นอ่อนไหวโดยเฉพาะนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือนักแสดงมีการแต่งกายโป๊เปลือย นักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ การแสดงออกที่มีการกอดจูบ การแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี เนื้อหา

แสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนา นอกจากนี้ยังพบว่าสิ่งที่เป็นองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ที่ค้นพบนั้นประกอบด้วยนักแสดงหน้าตาดี ภาพสวยงาม แสดงสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในไทยซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chua (2012: 340) Kim, (2008: 3) Ilagan (2016) และ Hong Hoa et.al (2015) ที่พบว่าปัจจัยเกี่ยวกับดาราคือหน้าตา การแต่งกาย การแสดง สถานที่สวยงาม เป็นสิ่งที่ทำให้ชาวมาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และชาวบรูไนเปิดรับละครเกาหลี และที่สำคัญเนื้อเรื่องต้องมีตอนจบเป็นเชิงบวก (happy ending) ซึ่งสอดคล้องกับผลการค้นพบในการวิจัยนี้เช่นกัน

ทฤษฎีฐานรากมิตีร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ๓ มิติ คือมิติที่ ๑: พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร (Exposure Behavior) เชิงรุก/เชิงรับ (Active/Passive) มิติที่ ๒ : การเปิดรับเนื้อหา (Content Exposure) หลากหลาย/ครอบงำหนด (variety/ predominance) และมิติที่ ๓: การเปิดรับวัฒนธรรม (cultural exposure) ความหลากหลาย/ยึดมั่นดั้งเดิม (diversity/ adherence) ซึ่งจัดเป็นทฤษฎีระดับกลาง (middle range theory) ซึ่งใช้อธิบายปรากฏการณ์เรื่องการเปิดรับสื่อและเนื้อหาข่าวสารทางวัฒนธรรมของคนในประเทศอาเซียน ๑๐ ประเทศ ทฤษฎีนี้มีความแตกต่างจากแนวคิดทฤษฎีของ Hofstede (๑๙๙๗) แนวคิด Confucian work dynamism (1987) แนวคิดของ Schwartz (1994), แนวคิด Trompenaars and Hampden-Turner (1998), แนวคิดของ Hall, (1987,1989) และแนวคิดของ Kluckhohn and Strodtbeck (1961) การค้นหาทฤษฎีเกิดจากการค้นพบรูปแบบ (pattern) และนำรูปแบบมาจัดกลุ่ม ซึ่งในการวิจัยนี้มีการศึกษาภายใต้ตัวแปรทางการสื่อสารจึงทำให้ได้รูปแบบที่แตกต่างจากแนวคิดทั้ง ๖ ที่นำมาเป็นแนวทางศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์มีความสัมพันธ์กันกับการเปิดรับพล็อตละครโทรทัศน์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .๐๑ การเปิดรับพล็อตมีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .๐๑ และการเปิดรับพล็อต (plots) มีความสัมพันธ์กันกับความต้องการเนื้อหาทางวัฒนธรรมในละครโทรทัศน์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .๐๑ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่องอื่น ๆ ที่ศึกษาตัวแปรนี้ อย่าง เรื่อง การเปิดรับความตระหนักรู้ และรูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนไทยเกี่ยวกับ “ภาวะโลกร้อน” ผลการวิจัยเรื่องจิตลักษณะพื้นฐานที่จำเป็นในการเลือกรับรู้หรือตีความละครโทรทัศน์ ของเยาวชนไทย: การสร้างโน้ตทัศน์พื้นฐาน การประเมินและการพัฒนา ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้และราชอาณาจักรเลโซโท รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวมาเลเซียและอินโดนีเซีย ซึ่งพบว่าให้ผลตรงกันและเป็นไปในทิศทางที่สนับสนุนว่า ‘พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารในระดับมากมีความสัมพันธ์กันกับการเปิดรับพล็อตที่หลากหลาย การเปิดรับพล็อตที่หลากหลายทำให้เปิดความต้องการเนื้อหาที่หลากหลาย’ ซึ่งผลการเปิดรับเนื้อหาตามข้อเสนอแนะนั้นสามารถส่งผลการจดจำและพฤติกรรมตามที่เนื้อหาที่เปิดรับได้ด้วยเช่นกัน (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๐, ๒๕๕๑, ๒๕๕๕, ๒๕๕๗, ๒๕๕๘ และ ๒๕๕๙) ความสัมพันธ์กันดังกล่าวเป็นไปในลักษณะที่เป็นวงกลม

ตอนที่ ๓ แนวทางการกำหนดพล็อต (plots) เนื้อหา (contents) ทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องปรากฏในละครโทรทัศน์และองค์ประกอบเชิงพาณิชย์ของละครโทรทัศน์ที่เหมาะสมกับความต้องการของประเทศในแต่ละมิติร่วมทางวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียน (grounded theory to practice)

ผลการศึกษาพบว่า เนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษานั้นเป็นที่ต้องการในกลุ่มประเทศอาเซียน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะหลายประเทศในอาเซียนเป็นประเทศกำลังพัฒนา บางประเทศได้เปิดประเทศสู่การลงทุนของชาวต่างชาติก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างงานเป็นจำนวนมาก จึงอาจเป็นเหตุให้ประชาชนต้องการหรือสนใจเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อเพิ่มวุฒิเข้าสู่ตลาดแรงงาน ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยเมื่อครั้งได้สำรวจความต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวไทยของประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน ซึ่งพบว่า การศึกษาไทยและอาหารไทยเป็นวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นเป็นที่ต้องการเข้าร่วมในอันดับต้นๆ ในกลุ่มของวัฒนธรรมไทยเช่นกัน (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย, ๒๕๕๗) ช่วงศตวรรษที่ผ่านมา หลายประเทศได้นำการศึกษามาเป็นสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ดังจะเห็นได้จากรายงานทางสถิติของ ของ Stood (BBC News, 2012) ที่กล่าวถึงรายงานจากองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศและการพัฒนาถึงจำนวนนักศึกษาต่างชาติทั่วโลก ว่า

จำนวนนักศึกษาต่างชาติทั่วโลกเพิ่มขึ้นจาก ๐.๘ ล้านคนในปี ๒๕๑๘ เป็น ๓.๗ ล้านคนในปี ๒๕๕๒ นอกจากนี้สถาบันสถิติของยูเนสโก พบว่า ตัวเลขดังกล่าวเพิ่มขึ้นประมาณ ๑๒% ในแต่ละปี สถาบันการศึกษานานาชาติซึ่งมีนักเรียน ๖๙๑,๐๐๐ คนที่กำลังศึกษาอยู่ในสหรัฐในช่วงปีการศึกษา ๒๕๕๒-๒๕๕๓ ประโยชน์ของการศึกษาในต่างประเทศจะรู้สึกทั้งโดยบุคคลและทั้งประเทศ ตัวอย่างเช่น นักเรียนต่างชาติในสหรัฐอเมริกามีส่วนร่วมในเศรษฐกิจสหรัฐประมาณ ๒๐ พันล้านเหรียญต่อปี นอกจากนี้ประเทศที่สนับสนุนให้นักเรียนเรียนต่อในต่างประเทศ มักมีความหวังว่าพวกเขาจะกลับมาและกลับสู่เข้าสู่เศรษฐกิจที่บ้านเกิดของพวกเขา ในบรรดานักเรียนชาวจีนที่ศึกษาในต่างประเทศกว่า ๗๐% ต้องกลับประเทศจีน

การศึกษาไทยสามารถพัฒนาเพื่อเป็นสินค้าส่งออก การเข้ามาศึกษาต่อของนักศึกษาต่างชาติสามารถสร้างมูลค่าต่อยอดให้กับสินค้าอื่น เช่น การประกันสุขภาพ อาหาร และการบริการเรื่องที่อยู่อาศัย การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการศึกษาไทยสามารถกระทำได้ด้วยการนำมาเป็นเนื้อเรื่องละครโทรทัศน์ เพื่อนำเสนออัตลักษณ์ของการศึกษาไทยที่ไม่เหมือนกับชาติอื่น และยังสามารถสอดแทรกให้เห็นถึงคุณภาพขององค์ประกอบอื่นเช่น คุณภาพของคณาจารย์ ความทันสมัยแบบครบวงจรรวมทั้งความปลอดภัยเมื่อต้องมาศึกษาในประเทศไทย นอกจากนี้วัฒนธรรมการศึกษานั้นสามารถนำไปบูรณาการกับวัฒนธรรมอื่นก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าทางวัฒนธรรมอื่นและก่อให้เกิดสินค้าใหม่ที่หลากหลาย เช่น บูรณาการกับการท่องเที่ยวหรือบูรณาการกับการทำงานก็จะเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศปีละหลายแสนล้านบาท ซึ่งพบว่า การทำงานพร้อมกับการศึกษา (work and travel) ได้เป็นที่นิยมในหลายประเทศอย่างญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และประเทศออสเตรเลีย ซึ่งประเทศไทยเองก็ต้องสร้างความพร้อมเพื่อรองรับธุรกิจนี้ด้วยเช่นกัน

ส่วนอาหารไทยนั้น พบว่าเป็นวัฒนธรรมหลักที่คนทั่วโลกให้ความสนใจ เนื่องจากประเทศไทยได้นำอาหารไทยมาเป็นประเด็น ในการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้มาเป็นเวลานาน

ประกอบกับอาหารไทยหลายเมนูได้รับการจัดอันดับจากหลายๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั่วโลกให้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องรับประทาน อีกทั้งอาหารเป็นสิ่งที่ในปัจจุบันจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตและเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมสากลที่มีอยู่ในทุกสังคม แต่อย่างไรก็ตามพบว่า ชาวลาวไม่ต้องการเนื้อหาละครโทรทัศน์เกี่ยวกับอาหาร อีกทั้งยังสังเกตว่าชาวลาวมีความต้องการรับชมเกี่ยวกับเนื้อหาแสดงความเชื่อแบบไทยน้อยที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัฒนธรรมไทยกับลาวนั้นมีส่วนที่คล้ายกันมากจนไม่สามารถสร้างความต้องการอยากชมได้ นั่นอาจหมายความว่าความคล้ายอาจทำให้รู้สึกคุ้นเคย แต่ถ้าหากเหมือนกันมากอาจไม่ก่อให้เกิดความต้องการ เนื่องจากไม่มีอะไรแปลกใหม่ ดังนั้นละครโทรทัศน์ควรต้องนำเสนอประเด็นที่ไม่แปลกใหม่แต่ยังคงอยู่ในกรอบของวัฒนธรรมที่เดียวกันของทั้งของไทยและลาว แต่อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษากลับพบว่า ชาวลาวต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาสูงสุด ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาละครโทรทัศน์สำหรับประเทศลาว อาจต้องพิจารณาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาไทย อันประกอบไปด้วย เรื่องราวเกี่ยวกับมหาวิทยาลัยของไทย การฝึกฝนอาชีพ และเนื้อหาเกี่ยวกับการสร้างโอกาสสำหรับผู้ที่มีขาดโอกาสทางการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้ยังสอดคล้องกับผลการค้นพบว่า ชาวลาวต้องการมาเที่ยวพร้อมกับดูงานหรือศึกษาเรื่องอาชีพและการเกษตรในประเทศไทย (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย: ๒๕๕๖) นอกจากนี้เนื้อหาละครโทรทัศน์ของไทยยังสามารถสอดแทรกเรื่องราวที่เกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประเพณี ความรักในครอบครัว ความคิดสร้างสรรค์และการเรียนการสอนทักษะชีวิตสำหรับเด็ก การนำเสนอละครโทรทัศน์ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับโดยเฉพาะในเนื้อหาสำหรับประเทศลาว อีกทั้งยังสามารถประชาสัมพันธ์ให้ต่างชาติรับรู้ถึงเรื่องราวที่ดีในสังคมไทยและเพื่อสร้างอิทธิพลในเชิงบวกให้กับผู้รับละครโทรทัศน์ด้วย ดังที่ Ang (2006: 4) ให้ความเห็นไว้ว่า ‘รายการทางโทรทัศน์ยังสามารถเป็นสื่อที่สร้างอิทธิพลให้คนดูได้มากกว่าสื่ออื่น โดยเฉพาะในสถานที่ที่สื่ออินเทอร์เน็ตยังไม่ค่อยสมบูรณ์’

ผลการศึกษาครั้งนี้พบข้อสังเกตที่สำคัญอย่างหนึ่ง คือ ‘ค่านิยมตะวันตก’ ได้ถูกแทนที่ด้วย ‘ค่านิยมของเอเชีย’ ด้วยกันเอง โดยเฉพาะค่านิยมของเกาหลีซึ่งนำเสนอผ่านละครโทรทัศน์ ซึ่งพบว่าการเกิดขึ้นในหลายประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Appadurai (1998: 31) ที่พบว่า

“แต่เดิมความบันเทิงจากต่างแดนนั้น สหรัฐจะเป็นอันดับหนึ่งและควบคุมชกโยประเทศในแถบอาเซียน สร้างภูมิทัศน์จินตนาการ แต่ปัจจุบันได้เกิดการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคละครเกาหลีของคนหนุ่มสาว เอเชียแสดงให้เห็นว่า จินตนาการของคนเอเชียมีความหลากหลายและไม่ถูกครอบงำโดยอิทธิพลตะวันตก ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่า ‘จินตนาการ’ ของประเทศในเอเชียส่วนมากเกิดขึ้นจากอิทธิพลของกลุ่มประเทศอาเซียนกันเองโดยเฉพาะเกาหลีใต้”

อีกทั้ง Shim (2008: 31) ที่กล่าวเสริมว่า

" ... คนเอเชียส่วนใหญ่ไม่อ้างอิงความทันสมัยของตะวันตกอีกแล้ว ตั้งแต่ในศตวรรษที่ ๒๑ เรามีการบริโภคภาพที่มีต้นกำเนิดมาจากประเทศญี่ปุ่น ไทย และเกาหลี พลังของเอเชียตะวันออก ความนิยมวัฒนธรรมมีการเจริญเติบโตหลักฐานในความสำเร็จของละครโทรทัศน์ญี่ปุ่น ฮอลลีวูด และภาพยนตร์ไทย และสิ่งที่เรียกว่ากระแสเกาหลี การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้มีความหมายสำหรับการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในภูมิภาค โดยการครอบงำของวัฒนธรรมโลกครอบครองโดยหมู่ชาวเอเชียด้วยกันเอง. "

การเปิดรับค่านิยมเอเชียนี้ ถือว่าเป็นโอกาสของบันเทิงไทยในการที่จะเข้าไปสร้างการรับรู้ในประเทศอาเซียน ขณะนี้บันเทิงไทยเริ่มได้รับความนิยมเช่นกัน แต่ผลการสำรวจสังเกตว่ายังเป็นที่ยอมรับในประเทศที่มีเขตติดต่อกับไทย ที่สามารถเปิดรับดาวเทียมได้และลดระดับลงเมื่อประเทศอยู่ห่างออกไป นั่นทำให้เห็นว่า ความนิยมของละครไทยขึ้นอยู่กับที่การเข้าถึงหรือการเปิดรับเป็นสำคัญ ดังนั้นละครไทยจึงต้องมีการนำเสนอผ่านทางช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้คนสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวมทั้งสามารถดาวน์โหลดได้ง่าย นอกจากนี้ละครไทยจำเป็นต้องทำบทสนทนาเป็นภาษาอังกฤษ ก็จะสามารถทำให้ต่างชาติอื่นที่อยู่ไกลออกไปสามารถรับรู้เรื่องราวของไทยได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งข้อเสนอนี้เกิดจากการศึกษาที่พบว่า ชาวแอฟริกันอย่างราชอาณาจักรเลโซโทที่ไม่เคยมาประเทศไทย แต่ต้องการมาท่องเที่ยวไทยเพื่อมาเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมไทยเนื่องจากการรับรู้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (กาญจนา โชคเหริญสุขชัย ๒๕๕๘)

ละครเกาหลีเป็นที่ยอมรับในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทย ความนิยมนั้นสืบเนื่องจากละครเกาหลีมีการดำเนินเรื่องที่ต่อเนื่อง ละมุน ดูแล้วเย็นใจ เนื้อเรื่องกระตุ้นให้เกิดความต้องการในสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี แสดงออกถึงการมีสุขภาพดี ความมีระเบียบวินัย และการทำงานอย่างหนัก เพื่อที่จะมีความมั่นคงในอนาคต มีการนำเสนอบ้านที่ทันสมัยและสภาพแวดล้อมที่สะอาด ไม่มีขยะ เทคโนโลยีทันสมัย ถนนหนทางเรียบร้อยสมบูรณ์ (Shim, ๒๐๐๘: ๓๑) ทั้งหมดที่กล่าวมาคือเนื้อเรื่องและการผลิต (production) ของละครที่มีความสวยงามประณีต ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการผลิตละครโทรทัศน์ สำหรับละครไทยนั้นอาจจะมีข้อที่ต้องพิจารณา โดยเฉพาะผลที่ได้จากคำถามปลายเปิด ที่พบว่ามีความคิดเห็นค่อนข้างไปในทางลบเช่น ‘เนื้อเรื่องมักแสดงความรู้แรง เรื่องราวมักติดอยู่กับการแย่งผัวเมีย ขนชั้นวรรณะ รวยจน คาคาเดาตอนจบได้เนื่องจากนำเสนอหลายครั้ง มีสถานที่ในฉากเหมือนกันในหลายเรื่อง’ ทั้งหมดนี้ถือเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาและอาจทำให้ละครไทยไม่สามารถก้าวไปข้างหน้า เนื่องจากผู้ชมสามารถเดาเรื่องในตอนจบได้ ละครไทยต้องมีการปฏิวัติควมมีการวางแผนการผลิตคิดพล็อตแปลกใหม่ การออกจากเรื่องราวเดิมซ้ำไปมา ลบภาพการตบตีการแย่งสามี การหาสามี ร่ำรวย ซึ่งพล็อตเรื่องดังกล่าวไม่เป็นที่นิยมในหลายประเทศหรือแม้กระทั่งในบางประเทศยังได้สั่งห้ามนำละครที่มีการตบตีแย่งสามีเข้าประเทศ เช่น ประเทศจีน เนื่องจากมองเห็นผลอันเกิดจากอิทธิพลของละครโทรทัศน์ต่อพฤติกรรมของคนในชาติ

นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า การเปิดรับละครไทยส่วนหนึ่งเป็นเพราะการมีวัฒนธรรมที่คล้ายกัน ดังคำสัมภาษณ์ของผู้ชมละครไทยในประเทศเวียดนามตอนหนึ่งว่า ‘วัฒนธรรมของชาวเอเซียนั้นมีความคล้ายคลึงกัน ส่งผลให้มีการคุ้นเคยและเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายกว่าเนื้อหาละครจากตะวันตก สิ่งเหล่านี้ทำให้ถือเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อการเปิดรับละครโทรทัศน์’ (บทสัมภาษณ์ เจิ่น กุกดาต : แฟนคลับชาวเวียดนาม วันที่ ๒๖ กันยายน ๒๕๕๗) ซึ่งละครโทรทัศน์ไทยควรศึกษาและนำความคล้ายคลึงนี้มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับโอกาสของละครไทยในต่างแดน การนำเสนอละครไทยในต่างวัฒนธรรมต้องคำนึงถึงและหลีกเลี่ยงสิ่งที่คนในแต่ละวัฒนธรรมไม่ชอบโดยเฉพาะประเด็นเรื่องกระเทย เกย์ หรือความรักในเพศเดียวกัน โดยเฉพาะในประเทศอินโดนีเซียหรือมาเลเซียซึ่งขัดต่อศาสนาหรือในประเทศอื่นที่ยังอยู่ในกลุ่มที่รักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมดั้งเดิม

ละครโทรทัศน์ไทยอาจต้องมีเนื้อหาที่เน้นเรื่องที่ไม่เครียด เนื้อเรื่องเบา สบายๆ อย่างเรื่องราวเกี่ยวกับความรักของวัยรุ่น แสดงการใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมที่หรูหรา รวมทั้งละครโทรทัศน์ต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือดารานักแสดงต้องมีหน้าตาดี แต่งกายดี ใช้ของที่ประณีต เนื้อหาสอดแทรกตลก เนื้อเรื่องมีการแสดงเรื่องราวหรือมีภาพประกอบละครแสดงสภาพแวดล้อม

เทคโนโลยีที่ทันสมัย แสดงความทันสมัยของประเทศไทย แสดงสถานที่ถ่ายทำสวยงาม แสดงถึงสังคมไทย เนื้อเรื่องให้ความหมายดี แสดงให้เห็นความเป็นจริงของคนรวยและจน ที่สำคัญต้องมีตอนจบที่มีความสุข (Happy ending) ซึ่งผลการสำรวจนี้สอดคล้องกับคุณสมบัติของละครเกาหลีที่ชาวอาเซียนชื่นชอบเช่นกัน (Shim, ๒๐๐๘: ๓๑) นอกจากนี้ละครโทรทัศน์ไทย สามารถสอดแทรกแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์หรือเกี่ยวข้องกับศาสนาของไทยในเรื่อง เช่น สอดแทรกสถานที่อย่างวัดพระแก้วหรือพระที่นั่งวิมานเมฆ รวมทั้งเรื่องราวของละครยังสามารถใช้สถานที่ที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาคของไทยสอดแทรกในเรื่องเพื่อสร้างการรับรู้เชิงการท่องเที่ยว เช่น แหล่งวัฒนธรรมในเชียงใหม่ อยุธยา หรือสุโขทัย มีการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน แสดงห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ แสดงให้เห็นเกี่ยวกับสถานที่ค้าขายอย่างตลาดนัดจตุจักรหรือตลาดน้ำของไทย ซึ่งสิ่งที่กล่าวมานี้สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่าหลายประเทศในอินโดจีนต้องการเห็นเมื่อมาท่องเที่ยวไทย (กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย, ๒๕๕๗, ๒๕๕๙) อีกทั้งเนื้อหาในละครโทรทัศน์ควรมีการสอดแทรกสินค้าอุปโภคบริโภคของไทยเพื่อเป็นการส่งเสริมสินค้าของไทยให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศด้วย

จากการพิจารณามิตร่วมทางวัฒนธรรมที่ค้นพบและความต้องการพล็อตละครโทรทัศน์ของกลุ่มประเทศอาเซียนนั้นพบว่า กลุ่มประเทศครอบงำหนด (predominance) ไม่ค่อยชื่นชอบแนววิทยาศาสตร์และแนวความขัดแย้ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดูละครโทรทัศน์เป็นการดูเพื่อความผ่อนคลาย ดังนั้นผู้ชมจึงอาจต้องการดูเรื่องที่ไม่ทำให้เครียดซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจที่ว่าละครโทรทัศน์ที่นิยมต้องมีตอนจบแบบมีความสุข (happy ending) ซึ่งสอดคล้องกันกับผลการวิจัยของ Shim (๒๐๐๘: ๓๑) ที่ว่า ‘ความขัดแย้งอาจไม่เป็นที่นิยมในหลายประเทศ เนื่องจากสร้างความเครียดและขัดต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตที่สงบของคนในสังคม ซึ่งแตกต่างจากเรื่องของความรักที่นิยมทั่วไป’

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยผสมวิธี (mixed methods research) ซึ่งนักวิชาการประกอบด้วย Morgan (1998) Ternd (1979) Sandelowski (2000) Maxwell and Loomis (2003) Teddlie and Tashakkori (2009) และ Crewell (2014) ได้นำเสนอแนวทางสำหรับดำเนินการวิจัย แต่ด้วยเหตุที่ว่า วิธีการวิจัยนี้เป็นวิธีการใหม่แห่งศตวรรษที่ ๒๑ ทำให้เป็นที่สนใจและได้รับความนิยมนำไปศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันได้มีวารสารที่ตีพิมพ์บทความเฉพาะเกี่ยวกับการศึกษาด้วยวิธีการผสมวิธี ชื่อ Journal of Mixed Methods Research เริ่มตีพิมพ์ในปี ๒๐๐๗ และเมื่อทำการศึกษาวិเคราะห์บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารดังกล่าวพบว่า บทความส่วนใหญ่ได้นำเสนอรูปแบบวิธีการวิจัย (methodology) ที่ใช้ดำเนินการวิจัยควบคู่ไปกับผลลัพธ์อันเกิดจากการศึกษา ซึ่งลักษณะนี้เป็นการยืนยันอีกทางหนึ่งว่า ‘วิธีการวิจัยผสมวิธียังอยู่ในช่วงของการพัฒนารูปแบบ’ ดังนั้น นักวิจัยสามารถคิดค้นและนำเสนอรูปแบบการผสมวิธีที่เหมาะสมกับกระบวนการศึกษาของตนเอง ซึ่งอาจไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามรูปแบบที่กลุ่มนักวิจัยข้างต้นได้นำเสนอไว้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้เช่นกัน ได้ค้นพบรูปแบบวิธีวิจัยซึ่งมีลักษณะเป็นวิธีการผสม (mixed methods) ลักษณะเฉพาะไม่เหมือนกับรูปแบบต้นแบบที่ได้นำเสนอไว้ แต่ในความแตกต่างนั้นก็มีความคล้ายในบางส่วนของ ๕ รูปแบบ ดังนี้ ๑). วิธีการผสมแบบขนานคู่เข้าหากัน (convergent parallel mixed method) ๒. วิธีการผสมรูปแบบการอธิบายแบบต่อเนื่อง (explanatory sequential mixed methods) ๓. วิธีการผสมแบบการสำรวจแบบต่อเนื่อง (exploratory sequential mixed methods) ๔. วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล (transformative mixed methods) และ ๕ รูปแบบผสมหลายตอน (multiphase mixed methods) (Creswell 2014: 220-221) แต่วิธีการที่

ค้นพบนี้ มีความแตกต่าง คือ วิธีการเป็นการลู่เข้าหากันของวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพในลักษณะค้นหาประเด็นเพื่อศึกษาขยายผลและย้อนกลับมาทดสอบประเด็นเดิม เป็นการค้นพบด้วยวิธีการเชิงคุณภาพและทดสอบผลย้อนกลับด้วยเชิงปริมาณ การค้นพบนี้ได้เป็นการขยายความในประเด็นเดิม แต่เป็นการนำผลไปสกัดเป็นการสร้างองค์ความรู้ในเรื่องใหม่ มีการถ่ายโอนข้อมูลไปมาระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ กล่าวโดยสรุปแล้ว การออกแบบรูปแบบของการวิจัยแบบผสมวิธีในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีลักษณะถ่ายโอนข้อมูลไปมาในลักษณะเดียวกันกับ ‘วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนข้อมูล (transformative mixed methods) ของ Creswell (2014: 221)’ แต่มีความแตกต่างจากรูปแบบดังกล่าว ตรงที่การถ่ายโอนข้อมูลเป็นการถ่ายโอนผลที่ได้จากวิธีการเชิงคุณภาพไปสู่วิธีการเชิงปริมาณและถ่ายโอนผลที่ได้จากเชิงปริมาณกลับไปพิสูจน์เพื่อยืนยันหรือปรับผลที่ได้จากเชิงคุณภาพอีกครั้ง ส่วนผลการวิเคราะห์ให้ข้อสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่มิใช่เรื่องเดิม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ขอเรียกว่า ‘วิธีการผสมรูปแบบการถ่ายโอนผลการวิจัย (transformative result mixed methods)’ ทำให้การวิจัยครั้งนี้ได้ค้นพบรูปแบบการวิจัยอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งถือเป็นนวัตกรรม (innovation) ของรูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี (mixed methods)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

นอกจากข้อเสนอแนะแนวทางสำหรับการพัฒนาวัฒนธรรมบัณฑิตไทยสู่อาเซียนที่ได้นำเสนอในบทที่ ๙ แล้ว ในการวิจัยครั้งนี้ยังได้เสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

๑. งานวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม ที่ได้จากการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษากับตัวแปรทางการสื่อสาร หรือตัวแปรในศาสตร์อื่น เพื่อเป็นการพิสูจน์ทดสอบและพัฒนาทฤษฎีให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น
๒. งานวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำแนวคิดทฤษฎีมิติร่วมทางวัฒนธรรม ไปเพื่อศึกษากับกลุ่มคนในประเทศใดประเทศหนึ่งเพื่อตรวจสอบพฤติกรรม หรืออาจจะกระทำได้ใน ๒ ประเทศเพื่อทำการเปรียบเทียบให้เห็นผลที่ชัดเจนขึ้น
๓. งานวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำผลที่ได้เกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อไปเป็นแนวทางเพื่อหาช่องทางเพื่อการประชาสัมพันธ์หรือสร้างการรับรู้ให้กับตัวแปรอื่นได้
๔. งานวิจัยครั้งต่อไปสามารถนำผลที่ค้นพบเกี่ยวกับพล็อตและเนื้อหาไปเป็นแนวทางในการผลิตละครโทรทัศน์ไทยเพื่อการส่งออกสู่ประเทศอาเซียนหรือเพื่อพัฒนาละครโทรทัศน์ไทยหลากหลายมากขึ้น
๕. สามารถใช้แนวการวิจัยนี้เพื่อสร้างทฤษฎีฐานรากอื่นให้กับวงการศึกษาได้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กัญญา โพธิ์วัฒน์ (๒๕๔๘). ทีมผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนประถมศึกษา: การศึกษาทฤษฎีฐานราก. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

กันยา สุวรรณแสง (๒๕๓๓). **จิตวิทยาทั่วไป** กรุงเทพมหานคร: บำรุงสาส์น.

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๐). **การเลือกรับรู้หรือการตีความละครโทรทัศน์: มโนทัศน์พื้นฐาน การประเมินและการพัฒนา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๒). **การเปิดรับ ความตระหนักรู้และ รูปแบบการดำเนินชีวิตของเยาวชนไทยเกี่ยวกับ “ภาวะโลกร้อน”** กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๕). **การสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากล**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย (๒๕๕๗). **พฤติกรรม的开รับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในกลุ่มประเทศอินโดจีน**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๘). **พฤติกรรม的开รับข่าวสารและทัศนคติต่อการสื่อสารการท่องเที่ยวด้วยวัฒนธรรมไทยสากลของชาวแอฟริกาใต้และสหราชอาณาจักรเลโซโท**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กาญจนา โชคเหรียญสุขชัย. (๒๕๕๙). **พฤติกรรม的开รับสื่อ การค้นหาข่าวสาร และการรับรู้วัฒนธรรมไทยสากลเพื่อการสื่อสารท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย**. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

กิตติพงษ์ วงศ์ทิพย์ (๒๕๕๐). เข้าถึงจาก <http://khrudaysi.blogspot.com> เข้าถึงเมื่อ วันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๐.

เกียรติสุดา ศรีสุข (๒๕๕๒). **ระเบียบวิธีวิจัย**. เชียงใหม่: โรงพิมพ์ครองช้าง.

จรัล พรหมอยู่ (๒๕๑๙). **สังคมและวัฒนธรรมไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ชาย โพธิ์สีดา (๒๕๕๖). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ ๖. กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ลักษณ์.

ดนัยธัญ พงษ์พัชรารเทพ (๒๕๕๕). **ทำไมคนจีนถึงคลั่งไคล้ละครไทย**. เข้าถึงจาก <http://www.vijaichina.com/articles/79>. เข้าถึงเมื่อ วันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๕๙.

ธนกฤต สังข์เฉย (๒๕๕๕). ความแตกต่างทางมิติวัฒนธรรมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ๓๑(๕).๖๑-๗๒.

นงลักษณ์ วิรัชชัย (๒๕๔๒). **การวิเคราะห์อภิมาน**. กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นภาพรณ หะวานนท์ (๒๕๕๒). วิธีการศึกษาเรื่องเล่า: จุดเปลี่ยนของการวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ **วารสารสังคมกลุ่มน้ำโขง**. ๕(๒).๑-๒๒.

นราพร สังข์ชัย. (๒๕๕๒). บทละครโทรทัศน์ไทย: กระบวนการสร้างสรรค์และเทคนิค. **วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย**. ๒๙(๓).๑๓๙-๑๕๘.

นันทกา สวัสดิพานิช และ สุจิตรา เทียนสวัสดิ์ (๒๕๕๔). การแปลเครื่องมือเพื่อในงานวิจัยข้ามวัฒนธรรม: เทคนิคและประเด็นที่ต้องพิจารณา. **วารสารพยาบาล** ๒๖(๑).๑๙-๒๘.

ปมูข ศุภสาร (๒๕๓๑). **การจัดรายการข่าว สารคดีนิตยสาร รายการสัมภาษณ์และอภิปราย**. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดรายการวิทยุโทรทัศน์ (พิมพ์ครั้งที่ ๒, หน่วยที่ ๔). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

ปรมะ สตะเวทิน. (๒๕๓๘). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนภาพพิมพ์.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (๒๕๔๐). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (๒๕๔๗). ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) วิธีวิทยาการวิจัยเพื่อสร้างทฤษฎีในการพัฒนาประเทศ, **บรรณสาร มศก**. ๑๙(๑).๑๓-๒๑.

ยศ สันตสมบัติ (๒๕๔๘). **มนุษย์กับวัฒนธรรม**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

โยธิน แสงวดี (มปป). เอกสารประกอบการบรรยาย เข้าถึงจาก
http://rlc.nrct.go.th/ewt_dl.php?nid=679 เข้าถึงเมื่อวันที่ ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๐

บุญชม ศรีสะอาด (๒๕๓๙). วารสารวัดผลการศึกษามหาวิทยาลัยมหาสารคาม (๒)๑ กรกฎาคม ๒๕๓๙

ยุทธ ไกยวรรณ. (๒๕๕๗). การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ ๒
 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตน์ บัวสนธ์ (๒๕๕๖). วิธีการเชิงผสมผสานสำหรับการวิจัยและประเมิน. กรุงเทพมหานคร:
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชบัณฑิตยสถาน (๒๕๒๔). พจนานุกรมศัพท์สังคมวิทยา อังกฤษ-ไทย ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.
 กรุงเทพมหานคร: รุ่งศิลป์การพิมพ์.

ล้วน สายยศและคณะ (๒๕๔๓). การวัดด้านจิตพิสัย. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

วรรณดี สุทธิรากร (๒๕๕๖). การวิจัยเชิงคุณภาพ: การวิจัยในกระบวนการตัดสินใจ. กรุงเทพมหานคร: สยามปริทัศน์.

วรวิทย์ พงษ์ธีระพล (๒๕๕๕). อิทธิพลของละครโทรทัศน์ที่มีต่อการพัฒนาการทางจริยธรรมของนักเรียน
 มัธยมศึกษาตอนปลาย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาประยุกต์, บัณฑิต
 วิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิเชียร ตีรสุภาพกุล (๒๐๑๑). เทคนิคสู่ความสำเร็จเสริมศักยภาพบริหารงานให้แกร่ง, TAP News.
 August 2011.

วิเชียร รักการ (๒๕๒๙). วัฒนธรรมและพฤติกรรมของไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอ
 เดียนส์ไตร์.

อัมพร จิรัฐติกร (๒๕๕๘). ละครไทยในอาเซียน. กรุงเทพมหานครธุรกิจ. ๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๐.

อานนท์ อาภาภิรมย์. (๒๕๒๕). สังคม วัฒนธรรมและประเพณีไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอ
 เดียนส์ไตร์

อุทมพร จามรมาน (๒๕๒๗). การสังเคราะห์งานวิจัย : เชิงปริมาณ. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุทุมพร (ทองอุไทย) จามรมาน (๒๕๓๑). **การวิเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณเน้นวิธีวิเคราะห์**. กรุงเทพมหานคร: พันนี้ พลัปปลิขิง.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ (๒๕๔๗). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น**. พิมพ์ครั้งที่ ๔. ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Adler, N. J. (1997). **International Dimensions of Organizational Behavior**, 3rd edn. Cincinnati: South-Western.

Ang, S. H. (2000). The power of money: A cross-cultural analysis of business-related beliefs. **Journal of World Business**. 35(1). 43-60.

Appadurai, A. (1998). **Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization**. Minneapolis: University of Minnesota Press.

asean-info.com Retrieved from: <http://www.asean-info.com>. Available at: February 8, 2017.

Barber, N. (2009). Wine consumers information search: gender differences and implications for the hospitality industry, **Tourism and Hospitality Research**, 9(3).250–269.

Bartz, A.E. (1999). **Basics Statistical Concepts**. 4th.ed New Jersey: Prentice Hall.

Becker, S. L. (1972). **Discovering Mass Communication**. Illinois : Scott Foresman and Company Glenview.

Berelson, B. (1952). **Content analysis in communication research**. New York: Free Press.

Berlo, D. (1960). **The Process of Communication**, Holt, NY. Rinehart and Winston Inc.

Berrios, R. and Lucca, N. (2006). Qualitative Methodology in Counseling Research: Recent Contributions and Challenges for a New Century, **Journal of Counseling & Development**. 84(2). 174–186.

Berry, J. W., Poortinga, Y. H., Segall, M. H., and Dazen, P. R. (2002). **Cross-cultural psychology- Research and applications** UK: Cambridge University Press.

Booker. C (2004). **The Seven Basic Plots: Why We Tell Stories** Retrieved from [http://www.greenbelt.org.uk/media/talks/14109-christopher-booker/\(Podcast\)](http://www.greenbelt.org.uk/media/talks/14109-christopher-booker/(Podcast)).

Available at: February 1, 2560

Brockner, J., Ackerman, G., Greenberg, J., Gelfand, M.J., Francesco, A.M., Chen, Z.X, Leung, K., Bierbrauer, G., Gómez, C., Kirkman, B.L. and Shapiro, D.L. (2001). 'Culture and Procedural Justice: The Moderating Influence of Power Distance on Reactions to Voice', **Journal of Experimental Social Psychology**. 37,300–15.

Brown, D. E. (1991). **Human Universals**. Philadelphia, PA: Temple University Press.

Bryant, A. (2002). Re-Grounding Grounded Theory in **Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)**. 4(1).25-42.

Chiang C. Y and Y. S. Shuo, (2011) The examination of factors influencing residents perceptions and attitudes toward film induced tourism, **African Journal of Business Management**. 5(13).5371-5377.

Cambell, D.J (1950). The Indirect Assessment of Social Attitudes. **Psychological Bulletin** 47.15-38.

Chambers, K. (1997). **Succeed in business: Vietnam**. The essential guide for business and investment. Portland, OR: Graphics Arts Center.

Chang, H.C, and Holt, G.R. (1994). A Chinese perspective on face as inter-relational concern. In S. Ting-Toomey (Ed.), **The challenge of facework: Cross-cultural and interpersonal issues**. Albany: State University of New York Press.

Charmaz, K. (2000). Constructivist and Objectivist Grounded Theory, in N. K. Denzin & Y. Lincoln (Eds.), **Handbook of Qualitative Research** (2nd ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

Charmaz, K. (2006). **Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis**. London: Sage.

Chatterjee, Felipe de brigand, Knobe, J, Nichols. S, and Sirker, S. (2010). Is Belief in Free Will a Cultural Universal? **Mind & Language**, 25(3). 346–358.

Chang, K., and Lu, L. (2007). Characteristics of organizational culture, stressors, and wellbeing - the case of Taiwanese organizations. **Journal of Managerial Psychology**, 22(6). 549-568.

Christie, P. M. J., Kwon, I.-W. G., Stoeberl, P. A., and Baumhart, R. (2003). A cross-cultural comparison of ethical attitudes of business managers: India, Korea and the United States. **Journal of Business Ethics**, 46. 263-287.

Chua B.H. (2008) ‘Structure of Identification and Distancing in Watching East Asian Television Drama’ In **East Asian Pop Culture: Analysing the Korean Wave**. Hong Kong University Press.

Chua, B.H. (2012). ‘Doing pop culture studies in East Asia’ In: Zawawi I (ed.) **Social Science in a Globalizing World**. Petaling Jaya: SIRD and PSSM. 323–344.

Chua, B.H. (2015). ‘Korean pop culture: Emergent genre of East Asian pop culture?’ in Ainslie MJ and Lim JBY (eds.) **The Korean Wave in Southeast Asia: Consumption and Cultural Production**. Petaling Jaya: SIRD.

Ciochetto, L. e. (2013). Advertising Vietnam, Cambodia and Laos in the first decade of the 21st century: Promise of things to come? **MEDIA ASIA** 40(3), 274–282.

Clarke, A. E. (2003). Situational analyses: Grounded theory mapping after the postmodern turn. **Symbolic Interaction**, 26.553–576.

Clarke, A. E. (2005). **Situational analysis: Grounded theory after the postmodern turn**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Cleveland, A.A., Craven, J., and Danfelter, M. (1979). **Universals of Culture**. New York: Global Perspectives in Education.

Cochran, W.G. and Cox, G.M. (1957). **Experimental Designs**, Second Edition, New York: John Wiley and Sons.

Cooper, H., and Hedges, L. (1994). FOREWORD. In COOPER H. & HEDGES L. (Eds.), **Handbook of Research Synthesis, The** (pp. Xi-Xiv). Russell Sage Foundation. Retrieved from: <http://www.jstor.org/stable/10.7758/9781610441377.3>. Available at: February 3. 2017.

Connell.C, (2005) Toddlers tourism and Tobermory: Destination marketing issues and television-induced tourism, **Tourism Management**. 26. 763-776.

Cooper, H. and Lindsay, J.J. (1997). Research Synthesis and Meta-Analysis. In Bickman, L. & Rog, D.J. (eds.), **Handbook of Applied Social Research Methods**, California : Sage Foundation. 315-337.

Cooper, J.C. (1990). **Taoism: The way of the mystic**. Wellingborough; The Aquarin Press.

Creswell, J. W. and Plano, Clark. V. L. (2011). **Designing and conducting mixed methods research** (2nded.) Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, J.W. (2014). **Research Design**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, J. W. (1998). **Qualitative inquiry and research design: Choosing among five traditions**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Croucher, S.M. (2013). The Difference in Verbal Aggressiveness between the United States and Thailand. **Communication Research Reports**. 30(3). 264–269.

Daniel C.M. Low, Helen Roberts and Rosalind H. Whiting (2015). Board gender diversity and firm performance: Empirical evidence from Hong Kong, South Korea, Malaysia and Singapore **Pacific-Basin Finance Journal**. 35. 381–401.

Darmadi, S. (2011). **Board diversity and firm performance: The Indonesian evidence**. **Corporate Ownership and Control**. 9(1). 524-539.

Denzin N.K. and Lincoln Y.S. (Eds.), (2000). **Handbook of qualitative research** (2nded),. Thousand Oaks, CA: Sage.

Dillman, D. A. (2007). **Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method**, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Diplock, J., K, L., and Wilderotter, M., (2011). Women in the Boardroom: **A Global Perspective**. The Deloitte Global Center for Corporate Governance.

Douglas, M. and Isherwood, B. (1979). **The world of goods**. New York: Basic.

Duran. M, Irfan. S, Sipoche. D, Blough. D, Turner. D, Nguyen. P, and Steinberg. H, (2016). **Customer Service & Hofstede's Cultural Dimensions Among Arabs, Australians, Canadians, Greek, Jamaicans, Pakistani, Singaporean, & American Accounting Information Personnel** Proceedings of the Academy of Accounting and Financial Studies. (21)1.

Fang, T. (2003). A Critique of Hofstede's Fifth National Cultural Dimension. **Cross Cultural Management**. 3(3).347-68.

Flaming. L, Agacer. G, and Uddin. N. (2010). Ethical Decision-Making Differences Between Philippines and United States Students **ETHICS & BEHAVIOR**, 20(1). 65–79.

Fodness, D., and Murray, B. (1999). A model of tourist information search behavior. **Journal of Travel Research**; 37.220-230.

Franks, B. (2014). Social construction, evolution and cultural universals. **Culture and Psychology**, 20(3).416-439

Fu, D. (1995). **My trouble is my English: Asian students and the American dream**. ERIC Identifier: ED380817.

George, P. M. (1945) 'The Common Denominator of Culture' in **The Science of Man in the World Crisis**, Ralph Linton (ed.). New York: Columbia University Press.

Geraldine. B, S. (1977). **Drama with children: Geraldine Brain Siks**. Harper & Row

Gerbner, G. (1958) "On Content Analysis and Critical Research in Mass Communication," **AV Communication Review**, 6(2). 85- 108.

Gerbner, G. (1969). Toward 'Cultural Indicators': The Analysis of Mass Mediated. Message Systems. **AV Communication Review**. 17(2).137-148.

Gillespie, A., Howarth, C. and Cornish, F. (2012). Four problems for researchers using social categories. **Culture & Psychology**. 18 (3).391-402.

Garrett, R. K. (2009a). Echo chambers online? Politically motivated selective exposure among Internet news users. **Journal of Computer-Mediated Communication**. 14. 265– 285.

Glass, G.V., McGaw, B. and Smith, M.L. (1981). **Meta-Analysis in Social Research**. Beverly Hills: Sage.

Gnoth, J; and Zins, A. H, (2010) Cultural Dimensions and the International Tourist Role Scale: Validation in Asian Destinations? **Asia Pacific Journal of Tourism Research**. 15 (2).111-127.

Gnoth, J. (1997). Tourism motivation and expectation formation. **Annals of Tourism Research**. 24(2). 283 – 304.

Goldfarb, K. (1999).Working together: Immigrant families and the schools. **NCFR Report: Immigrant and refugee families**. Minneapolis: National Council on Family Relations.

Gu, Y. U. (1990). Politeness phenomena in modern Chinese, **Journal of Pragmatics**. 14. 237-257.

Guba, E.G. (1987). **Naturalistic evaluation**. **New Directions for Program Evaluation**. 34. 23-43.

Gudykunst, W. B., and Ting-Toomey, S. (1988). **Culture and interpersonal communication**. Newbury Park: Sage.

Gutterman, A.S. (2010), **Trompenaars and Hampden-Turner's Seven Dimensions of Culture, in Organizational Management and Administration: A Guide for Managers and Professionals**, Retrieved from:
<http://alangutterman.typepad.com/files/cms---trompenaars-seven-Dimensions.pdf>
 Available at: July 3, 2017

Hall, E.T. (1989). **Beyond Culture**. New York: Anchor Books Editions.

Hall, E.T., and Hall, R.M. (1987). **Hidden Differences. Doing Business with the Japanese.** New York: Anchor Press Doubleday.

Hitchcock, M. and Wesner, S. (2009) Vietnamese Values, Networks and Family Businesses in London Asia. **Pacific Business Review.** 15(2).265-282.

Hoang, V. Q., and Dung, T. T. (2009). The cultural dimensions of the Vietnamese private entrepreneurship. **The IUP Journal of Entrepreneurship Development** 6(3/4),54-78.

Hofheinz, R. Jr and Calder, K.E. (1982). **The Eastasia Edge.** New York. Basic Books.
Hofstede, G. (1997) **Cultures and Organizations: Software of the Mind.** 1st edition, McGraw-Hill USA.

Hofstede, G, and Hofstede, G.J. (2005). **Cultures and organizations: Software of the mind, revised and expanded** (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.

Hofstede, G., and Bond, M. H. (1988). The Confucius connection: From cultural roots to economic growth. In P. Blunt & D. Richards (Eds.) (1993). **Readings in management, organization and culture in east and Southeast Asia.** Darwin, Australia: Northern Territory University Press.

Hoa. NN, Kobayashi. J, Omura. M, Hirakawa. M, Yang. S-H and Komatsu. K. (2015). BRCA1 and CtIP Are Both Required to Recruit Dna2 at Double-Strand Breaks in Homologous Recombination. **PLoS ONE** 10(4): e0124495.

Hofstede, G. and McCrae, R.R. (2004). Culture and personality revisited: Linking traits and dimensions of culture. **Cross-cultural Research**, 38(1). 52-88.

Howe, K.R. (1988). Against the Quantitative-Qualitative Incompatibility Thesis or Dogmas Die Hard. **Educational Researcher**, 17(8).10-16.

Hong P, Thi Thanh Truc. V, and Khuong M N (2015) Film-Induced Tourism — Factors Affecting Vietnamese Intention to Visit Korea **Journal of Economics, Business and Management**, 3(5).565-570.

Hunt, S. D., and Vitell, S. (1986). A general theory of marketing ethics. **Journal of Macromarketing**, 6 (spring).5-16.

Hwang, K. K. (1987). Face and favor: The Chinese power game. **American Journal Sociology**, 92(4). 944-974.

Inglehart, R. (1997). **Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies**. NJ: Princeton University Press

Inglehart, R. (2015): **The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Publics**. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Inkeles A. (1997). **National Character**. New Brunswick, NJ: Transaction.

ITIM International. (2003). **Compare your host culture with your home culture: Vietnam and the USA**. Retrieved from: <http://www.geert-hofstede.com/> Available at: June 4, 2017

Jackson, G.B. (1980). Methods for integrative reviews, **Review of Educational research**, 50. 438-460.

Janice M. Morse and Linda Niehaus (2009). **Mixed Method Design: Principles and Procedures**. Walnut Creek, CA, USA: Left Coast Press Inc.

Jaw, B., and Liu, W. (2004). Promoting Organizational Learning and Self Renewal in Taiwanese Companies: The Role of HRM. **Human Resource Management**, 42 (3). 223-241.

Jay-Ar M. Igno and Marie Cielo E. Cenidoza (2016) Beyond the “Fad”: Understanding Hallyu in the Philippines **International Journal of Social Science and Humanity**, 6(9).723-727.

Johnson, R. B., and Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. **Educational Researcher**, 33(7). 14-26.

Kaufeldt, M. (2005). **Cultural Universals** Retrieved from: www.beginwiththebrain.com.

Kerlinger, F. N. (1986). **Foundations of behavioral research** (3rded.). New York: Holt, Rinehart & Winston.

Kirkman, B. L., Lowe, K. B., and Gibson, C. B. (2006). A quarter century of Culture's consequences: A review of empirical research incorporating Hofstede's cultural values framework. **Journal of International Business Studies**, 37. 285–320.

Klapper, J. T. (1960). **The Effects of Mass Communication**. Glencoe, IL: Free Press.

Knobloch-Westerwick, S. (2012). Selective exposure and reinforcement of attitudes and partisanship before a presidential election. **Journal of Communication**, 62.628-642.

Kobayashi, T. and Ikeda, K. (2009) **Selective Exposure in Political Web Browsing** Information, Communication & Society Information, Communication & Society Special Issue: Changing Politics through Digital Networks, 12(6).929-953.

Kotler, P. Bowen J, and Makens J. (1996) **Marketing for hospitality and tourism** NJ: Prentice Hall.

Cluckhohn, C. (1962). **Culture and Behavior**. New York: The Free Press of Glencoe.

Cluckhohn, F.R, and Strodtbeck, F. L. (1961). **Variations in value orientations**. Evanston, Ill: Row, Peterson.

Kohl, K. S. (2007). **AMERICANS DOING BUSINESS IN VIETNAM: COMMUNICATION DIFFERENCES**. International Business Communication Baruch College, New York.

Komin, S. (1990). Culture and work-related values in Thai organizations. **International Journal of Psychology**, 25(3–6). 681–704.

Kim, Y. (2008). 'The media and Asian transformation' In: Kim Y (ed.) **Media Consumption and Everyday Life in Asia**. London: Routledge, 1–24.

Le, M. H. (2005). A profile of Vietnam's land and people. In W. T. Alpert (Ed.), **The Vietnamese economy and its transformation to an open market**. Armonk, NY: M.E. Sharpe.

Leedy, P. and Ormrod, J. (2001). **Practical research: Planning and design** (7thed.). Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall. Thousand Oaks: Sage.

Li, J Koh W. KX. and Hia, H, S. (1997) The effects of interactive leadership on human resource management in Singapore's banking industry. **The International Journal of Human Resource Management**, 5 October 1997.

Light, R.J. and Pillemer, D.B. (1984). **Summing Up : The Science of Reviewing Research**. Massachusetts: Harvard University Press.

Lim, V.K.G., (2003). Money matters: An empirical investigation of money, face and Confucian work ethic. **Personality and individual differences**, 35. 953–970.

Lincoln, Y. S., and Guba, E. G. (1985). **Naturalistic inquiry**. Beverly Hills, CA: Sage.

Low D C.M., Roberts. H, Whiting. R H. (2015) **Malaysia and Singapore** Department of Accountancy and Finance, University of Otago, Dunedin 9054, New Zealand.

Lu, L. T. (2006). The influence of cultural factors on international human resource issues and international joint venture performance. **Journal of American Academy of Business**. 10(1).192-196.

Maitland. C. (1998) GLOBAL DIFFUSION OF INTERACTIVE NETWORKS: The Impact of Culture **Journal of Communication**. 8(3 & 4).

Maxwell, J., and Loomis, D. (2003). Mixed Methods Design: An Alternative approach. In A. Tashakkori and C. Teddlie, (2010). **SAGE Handbook of Mixed Methods in Social and behavioral research (2nd)**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Melican, D. B., and Dixon, T. L. (2008). News on the net: Credibility, selective exposure, and racial prejudice. **Communication Research**. 35(2).151-168.

Morgan, D. (1998) Practical Strategies for Combining Qualitative and Quantitative Methods: Applications to Health Research, **Qualitative Health Research**. 8. 362-376.

Morse, J.M. (1991). Approaches to qualitative-quantitative methodological triangulation. **Nursing Research**. 40(1).120-123.

Nastasi BK, Hitchcock J, Sarkar S, Burkholder G, Varjas K, and Jayasena A. (2007) Mixed Methods in Intervention Research: Theory to Adaptation **Journal of Mixed Methods Research**. 1(2).164–82.

Nguyen. B, Chen. Cheng-Hao S., Wu. Meng-Shan S, and Melewar. T.C, (2015) Ethical marketing: Singapore, Malaysia and Thailand in Ethical and Social Marketing in Asia Nguyen, B. and Rowley, C. p55-79. Chandos Publishing Amsterdam: Elsevier.
of Attitude. In C.I Hovland and M.J.Rosenberg (Eds.) **Attitudes Organization and Change** Yale University Press: NH.

Nyein Ei Ei Htwe (2012) **Myanmar gets its own drama series** Myanmar Times June29 2017.

Palys, T. (2008). **Purposive sampling**. In L. M. Given (Ed.) The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. (Vol.2). Sage: Los Angeles. 697-8.

Pallant, J. (2005) **SPSS Survival Guide: A Step by Step Guide to Data Analysis Using SPSS for Windows**. 3rd Edition, Open University Press, New York.

Parkhurst, P. E., Lovell, K. L., Sprafka, S. A., and Hodgins, M. (1972). **Evaluation of Videodisc Modules: A mixed methods approach**. (ERIC Document Reproduction Service No. ED348014)

Perlmutter: (2008) Political Blogging and Campaign 2008: A Roundtable **The International Journal of Press/Politics**. 13.160-170.

Plog, F., and Bates, D. G. (1990). **Cultural Anthropology** (3rd ed.). McGraw-Hill: Canada.

Plano Clark, V. L. (2005). **Cross-disciplinary analysis of the use of mixed methods in physics education research, counseling psychology, and primary care**. Unpublished Doctoral dissertation, University of Nebraska–Lincoln, 66, 02A.

Popenoe, D. (1993). **The Suburban Environment**: Sweden and the United States Chicago: University of Chicago Press.

Pornpitakpan, C. (2000). **Trade in Thailand: A threeway cultural comparison**. Business Horizon, 43(2). 61-70.

Quy Cao (Jenny) (2012) **Cultural dimensions in leadership development in joint ventures: the case of Vietnam**. Unpublished dissertation, Master of Business (MBus) Faculty of Business and Law. Auckland University of Technology.

Ralston, D. A., Thang, N. V., and Napier, N. K. (1999). A comparative study of the work values of North and South Vietnamese managers. **Journal of International Business Studies**. 30(4).655-672.

Rarick, C, and Charles A., (2009). THE HISTORICAL ROOTS OF CHINESE CULTURAL VALUES AND MANAGERIAL PRACTICES. **Journal of International Business Research**, 8(2).59-66.

Rosidi, I (2016) **Being Active Consumers: Indonesian Muslim Youth Engaging with Korean Television Dramas**. Working Paper No.୭୩.Institute of Asian Studies, Universiti Brunei Darussalam

Rosario, G, R, M. Carmen, D,F, M. and Biagio, S (2014). VALUES AND CORPORATE SOCIAL INITIATIVE: AN APPROACH THROUGH SCHWARTZ THEORY. **International Journal of Business and Society**.15(1).19-48.

Rosenberg, M. and Hovland, (1960). C.I Cognitive, Affective and Behavioral Vomponent of Attitude. In C.I Hovland and M.J.Rosenberg (Eds.) **Attitudes Organization and Change**. NH, Yale University Press.

Ross, E.I. (1993). **Write Now: Surpring Ways to Increase Your Creativity**. NY, Barnes & Noble Publishing.

Samuel. K. S., Jerome. A., L. Heesung, and C. Kaye, (2007) “Effects of Korean television dramas on the flow of Japanese tourists,” **Tourism Management**, 28(5). 1340-1353.

Samuel K. S., A. Jerome, Kaye C., and Youngshin C., (2008) “The effects of Korean pop culture on Hong Kong residents” perceptions of Korea as a potential tourist destination,” **Journal of Travel and Tourism Marketing**, 24,(2-3). 163-183.

Sandbrook, I. R. Scales, B. Vira, and Adams, W. M. (2011). Value plurality among conservation professionals. **Conservation Biology**, 25(2). 285–94.

Sax G, (1980) **Principles of Educational and Psychological Measurement and Evaluation** Belmont, Wadsworth: CA.

Schiffman, L.G and Kanuk,L.L (1994). **Consumer behavior** 3th^{ed} Prentice Hall NJ

Schwandt, T. A. (2000). Three epistemological stances for qualitative inquiry. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), **Handbook of qualitative research** (2nd ed), Thousand Oaks, CA: Sage.

Schwartz. S.H (1994) Are there universal aspects in the structure and contents of human values? **Journal of social issues**. 50(4).19-45.

Selltiz, C., Jahoda, M., Deutsch, M., and Cook, S. W. (1959). **Research Methods in Social Relations** (rev). NY: Holt Rinehart Winston, Inc.,

Shim, D. (2008). ‘The growth of Korean cultural industries and the Korean Wave’ in Chua BH and Iwabuchi K (eds.) **East Asian Pop Culture: Analyzing Korean Wave**. Hong Kong: Hong Kong University Press.13–31.

Shinde. M, Jones. D.J. and Steinberg. H. (2016) **CUSTOMER SERVICE & HOFSTEDE’S CULTURAL DIMENSIONS IN INDIA, MEXICO, SPAIN, & THE USA** Proceedings of the Academy of Economics and Economic Education. 19 (1). New Orleans March 30- April 1, 2016.

Simpson, J (2001). **Foundations of Fiction**. Writers Club Press, New York: San Jose.

Singh, N. and Matsuo, H. (2004) Measuring Cultural Adaptation on the Web: A Content Analytic Study of US and Japanese Web Sites. **Journal of Business Research**. 57. 864-872.

Siu, S. (1996). **Asian American students at risk: A literature review**. CRESPAR. Retrieved from: <http://www.csos.jhu.edu/crespar/techReports/Report8.pdf>. Available at: July 13, 2017

Smith, H. W. (1975). **Strategies of Social Research: The Methodological Imagination**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Smith, J. K. (1983). Quantitative versus qualitative research: An attempt to clarify the issue. **Educational Research**. 6-13.

Spoehr, A. (1965) **Culture and Society** Twenty-Four Essays Murdock Peter George. University of Pittsburgh Press.

Srite, M. (2000). **The Influence of National Culture on the Acceptance and Use of Information Technologies: An Empirical Study**, dissertation, FSU.

Sood, S BBC (2012) The statistics of studying abroad, 26 September 2012. Retrieved from: <http://www.bbc.com/travel/story/20120926-the-statistics-of-studying-abroad> . Available at: August 13, 2017.

Tananuraksakul, N. (2013). Power distance reduction and positive reinforcement: EFL learners' confidence and linguistic identity. **International Journal of Language Studies**, 7(1), 113-116. Retrieved from: http://www.academia.edu/8130909/Power_distance_reduction_and_positive_reinforcement_EFL_learners_confidence_and_linguistic_identity. Available at: August 1, 2017.

Ilagan K, (2016) **Kids & violence on TV** Retrieved from: <http://pcij.org/stories/kids-violence-on-tv/> WEDNESDAY, SEPTEMBER 21ST, 2016

Tashakkori, A. and Teddlie, C. (1998). **Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches**. Thousand Oaks, CA: Sage.

Tashakkori, M. D. (1998) Practical Strategies for Combining Qualitative and Quantitative Methods: Applications to Health Research, **Qualitative Health Research**.8. 362-376.

Teddlie, C, and Tashakkori, A. (2009). **Foundations of Mixed Methods Research: Integrating Quantitative and Qualitative Approaches in the Social and Behavioral Sciences**. Thousand Oaks, CA: Sage.

The Chinese Culture Connection. (1987). Chinese values and the search for culture free dimensions of culture. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, 18(2).143-164.

Tjeldvoll, A. (2011). Change leadership in universities: the Confucian dimension. **Journal of Higher Education Policy and Management**. 33(3). 219-230.

Tobias, R. B. (1993). **20 Master Plots: And How to Build Them**. Retrieved from: <http://www.writersdigest.com/wp-content/uploads/Master-Plots-Exclusive.pdf>. Available at: August 2, 2017.

Thurestone, L.L (1946) **American Journal of Sociology**. 5, 39-40.

- Tran, Q.V (2008). Co So Van Hoa Vietnam (Fundamentals of Vietnamese culture). **Hanoi: The Education Publisher** (published in Vietnamese language).
- Triandis, H.C. (1971) **Attitudes and Attitude Change**. Wiley: NY
- Trochim, W.M.K. (1999). **Research Methods Knowledge Base**. (2nd ed). Retrieved from: <http://trochim.human.cornell.edu/kb/>. Available at: May 13, 2017.
- Trompenaars, F., and Hampden-Turner, C. (1998). **Riding the waves of culture**. New York: MacGraw-Hill.
- Trueba, H., Cheng, L., and Ima, K. (1993). **Myth or reality: Adaptive strategies of Asian Americans in California**. Washington, DC: Falmer.
- Tu, W.M., (1998). Confucius and Confucianism. In: W.H. Slote and G.A. DeVos, eds. **Confucian and the family**. NY, University of New York Press.
- Tung, R.L., and Verbeke, A., (2010). Beyond Hofstede and GLOBE: Improving the quality of cross cultural research. **Journal of International Business Studies**. 41, 1259-1274.
- Valenta, A.L. (1977). Q-methodology: Definition and Application in Health Care Informatics. **Journal of the American Medical Informatics Association**. 4(6). 501-510.
- Waldman, D.A., de Luque, M.S., Washburn, N., House, R.J., Adetoun, B., and Barrasa, A, (2006). Cultural and Leadership Predictors of Corporate Social Responsibility Values of Top Management: A GLOBE Study of 15 Countries. **Journal of International Business Studies**. 37, 823-837.
- Walizer, M. H. and Wienir, P. L. (1978). **Research methods and analysis: Searching for relationships**. New York: Harper & Row.
- Westerwick, S. K. (2015) Information Seeking in **The concise encyclopedia of Communication**. 1sted. John Wiley & Sons Inc.
- Wimmer, R. D., and Dominick, J. R. (1997). **Mass media research: An introduction**. Belmont Calif.: Wadsworth Pub.

Wimmer, R. D., and Dominick, J. R. (2006). **Mass media research: An introduction.** Belmont Calif.: Wadsworth Pub.

Wong, N.Y. and Ahuvia, A.C. (1998) Personal Taste and Family Face: Luxury Consumption in Confucian and Western Societies. **Psychology and Marketing.** 15. 423-441.

Yang, E., Burger, J., Peters, M., Cruz, B., and Steinberg, H. (2016, January). Customer service management & hofstede's cultural dimensions in Australia, Brazil, China, Germany, Japan, Norway, and the USA. In **Allied Academies International Conference. Academy of Organizational Culture, Communications and Conflict. Proceedings.** 21(1).62.

Yotyodying S and Wild E (2014) Antecedents of different qualities of home-based parental involvement: Findings from a cross-cultural study in Germany and Thailand. Department of Educational Psychology, Bielefeld University, Germany **Learning, Culture and Social Interaction.** 3, 98–110.

Yotyodying, S. (2012). **The quality of home-based parental involvement: antecedents and consequences in German and Thai families.** Bielefeld: Bielefeld University.

Zabala A, and Pascual U (2016) Bootstrapping Q Methodology to Improve the Understanding of Human Perspectives. **PLoS ONE** 11(2): e0148087. Retrieved from: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0148087>. Available at: August 1, 2017.

Zakour, A. B. (2004), "Cultural Differences and Information Technology Acceptance" **SAIS 2004 Proceedings.** 26. Retrieved from: <http://aisel.aisnet.org/sais2004/26>. Available at: August 1, 2017.

Zane N and Yeh M. (2002) Use of culturally-based variables in assessment: Studies on loss of face. In: Kurasaki K, Okazaki S, Sue S, editors. **Asian American mental health: Assessment, theories and methods.** Dordrecht, Netherlands: Kluwer Academic; 2002. 123–138.

บทสัมภาษณ์ในสื่อมวลชน

คำภาา รายการคิดเล่นเห็น, Voice TV ออกอากาศอาทิตย์ที่ ๒๒.๓๐ – ๒๓.๓๐ ๒๕๕๙

บทสัมภาษณ์ในสื่อมวลชน (ต่อ)

นิธิ สีแพร กล่าวในรายการ รู้จักอาเซียนผ่านโลกบนเทงอินโดนีเซีย อสมท. ออกอากาศ วันที่ ๓๐ กรกฎาคม ๒๕๕๗

Nation TV ช่อง ๒๒, ออกอากาศวันที่ ๒๙ กันยายน ๒๕๕๙

อิสรา นาดิ (๒๕๕๖) สัมภาษณ์รายการสยามสารพา กระแสหนังผีไทย..ไฉไลกว่าที่คิด สยามสารพา เนชั่นทีวี ออกอากาศวันที่ ๔ พฤศจิกายน ๒๕๕๖.

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์

Aven Lai ly นักศึกษาชาวสิงคโปร์ ให้ข้อมูลเรื่อง สถานการณ์ทั่วไปและการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ของคนสิงคโปร์: วันที่ ๑๕ กรกฎาคม ๒๕๖๐

Seneviratne, K. อาจารย์ชาวสิงคโปร์ ให้ข้อมูลเรื่อง สถานการณ์ทั่วไปและการเปิดรับชมละครโทรทัศน์ของคนสิงคโปร์ วันที่ ๕ เมษายน ๒๕๖๐

ธนสาร ใจทำดี. ประสานงานกองถ่ายทำละคร บริษัท BEC-TERO ENTERTRIANMENT. ให้ข้อมูลเรื่อง สถานการณ์ละครโทรทัศน์ในเมียนมา วันที่ ๑๒ สิงหาคม ๒๕๖๐

ที่ รก ๐๐๐๒/ ๔๔/๔



ราชบัณฑิตยสถาน

สนามเสือป่า เขตดุสิต กรุงเทพฯ ๑๐๓๐๐

๙ มิถุนายน ๒๕๕๔

เรื่อง แปลศัพท์คำภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทย

เรียน รศ. ดร.กาญจนา โชคเหริญสุขชัย

อ้างถึง หนังสือของท่าน ลงวันที่ ๒๙ มีนาคม ๒๕๕๔

ตามหนังสือที่อ้างถึง ขอความอนุเคราะห์ให้ราชบัณฑิตยสถานแปลศัพท์ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทย ความละเอียดดังทราบแล้ว นั้น

ราชบัณฑิตยสถานพิจารณาแล้วเห็นควรให้ใช้ศัพท์ดังกล่าวเป็นภาษาไทย ดังนี้

๑. Thai Cultural Universals	=	วัฒนธรรมไทยสากล
๒. Food taboos	=	อาหารต้องห้าม
๓. Funeral rites	=	พิธีศพ
๔. Gestures	=	อากัปกิริยา, สีนัยท่าทาง
๕. Incest taboos	=	การห้ามร่วมประเวณีกับญาติสนิท, การห้ามร่วมเพศกับญาติสนิท
๖. Inheritance rules	=	กฎการสืบทอดทางพันธุกรรม
๗. Kinship groups	=	กลุ่มญาติพี่น้อง
๘. Kinship	=	ความเป็นญาติ
๙. Nomenclature	=	การตั้งชื่อ
๑๐. Obstetrics	=	สูติศาสตร์
๑๑. Personal names	=	ชื่อบุคคล
๑๒. Age-grading	=	การจัดชั้นตามอายุ
๑๓. Bodily adornment	=	การประดับร่างกาย
๑๔. Ethnobotany	=	พฤกษศาสตร์พื้นฐาน

๑๕. Etiquette	= มารยาท, จรรยา
๑๖. Faith healing	= การรักษาด้วยพลังความเชื่อและการภาวนา
๑๗. Feasting	= งานเลี้ยงฉลอง, พิธีเฉลิมฉลองทางศาสนา

จึงเรียนมาเพื่อทราบ.

ขอแสดงความนับถือ



(นางสาวกนกวลี ชูชัยยะ)

เลขาธิการราชบัณฑิตยสถาน

กองธรรมศาสตร์และการเมือง

โทร. ๐ ๒๓๕๖ ๐๔๖๖-๗๐ ต่อ ๕๐๓๑, ๕๐๓๓

โทรสาร ๐ ๒๓๕๖ ๐๔๖๖-๗๐ ต่อ ๕๐๐๑, ๕๐๑๖

ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ ripub@royin.go.th

เลขที่ชุด.....

แบบสอบถาม

เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับและความต้องการละครโทรทัศน์ไทย

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ และเติมค่าลงในช่องว่าง

ส่วนที่ ๑ ข้อมูลส่วนบุคคล

๑. เพศ

☐ ๑. ชาย☐ ๒. หญิง

๒. อายุ

☐ ๑. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ ๒๐ ปี☐ ๒. ๒๑ – ๓๐ ปี☐ ๓. ๓๑ – ๔๐ ปี☐ ๔. ๔๑ – ๕๐ ปี☐ ๕. ๕๑ – ๖๐ ปี☐ ๖. มากกว่า ๖๐ ปี

๓. การศึกษา

☐ ๑. ต่ำกว่ามัธยมปลาย☐ ๒. มัธยมปลาย/ปวช.☐ ๓. อนุปริญญา/ปวส.☐ ๔. ปริญญาตรี☐ ๕. ปริญญาโท☐ ๖. ปริญญาเอก

๔. อาชีพ

☐ ๑. นักเรียน/ นิสิต/นักศึกษา☐ ๒. รับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชน☐ ๓. พนักงานรัฐวิสาหกิจ☐ ๔. ข้าราชการ☐ ๕. ธุรกิจส่วนตัว☐ ๖. อื่น(ระบุ).....

๕. รายได้ต่อเดือน

☐ ๑. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ ๑๐,๐๐๐ บาท☐ ๒. ๑๐,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท☐ ๓. ๒๐,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท☐ ๔. ๓๐,๐๐๑ – ๔๐,๐๐๐ บาท☐ ๕. ๔๐,๐๐๑ – ๕๐,๐๐๐ บาท☐ ๖. มากกว่า ๕๐,๐๐๐ บาท

๖. ท่านดูละครโทรทัศน์มากน้อยเพียงใด

☐ ๑. ดูทุกเรื่องที่น่าสนใจ☐ ๒. ดูทุกเรื่องที่กำลังเป็นที่นิยมในสังคม☐ ๓. เลือกดูเฉพาะเรื่องที่ชอบ☐ ๔. ไม่แน่นอนแล้วแต่โอกาส☐ ๕. อื่น(ระบุ).....

๗. ท่านนิยมดูละครโทรทัศน์ที่มีลักษณะการออกอากาศแบบใด

☐ ๑. ละครจบในตอน ๓๐ หรือ ๖๐ นาที☐ ๒. ละครเรื่องยาวหลายตอนจบ ออกอากาศทุกวัน☐ ๓. ออกอากาศ ๒-๓ วัน/สัปดาห์☐ ๔. แต่ละตอนมีตัวแสดงและประเด็นเรื่องแตกต่างกัน ภายใต้อิทธิพลเรื่องเดียวกัน☐ ๕. แล้วแต่เรื่องไม่จำกัด

๘. ท่านนิยมดูละครโทรทัศน์ต่างชาติต่อไปนี้มากที่สุด (เลือกเพียง ๑ ข้อ)

☐ ๑. เกาหลี☐ ๒. ไทย☐ ๓. จีน☐ ๔. ญี่ปุ่น☐ ๕. อินเดีย☐ ๖. ตะวันตก (อเมริกัน)☐ ๗. อื่น(ระบุ).....

๙. ท่านดูละครโทรทัศน์เรื่องดังกล่าวเพราะอะไร (เลือกตอบเพียง ๑ ข้อ)

- ☐ ๑. ดารานักแสดง ☐ ๒. เนื้อเรื่อง
- ☐ ๓. ภาพสวยงาม ☐ ๔. ความเหมาะสมของเวลาออกอากาศ
- ☐ ๕. อื่น ๆ (ระบุ) ต้องการเรียนรู้

๑๐. ท่านนิยมดูละครโทรทัศน์ผ่านทางช่องทางใด

- ☐ ๑. ทีวี่ ☐ ๒. ผ่านทางอินเทอร์เน็ต (Youtube)
- ☐ ๓. CD, DVD, BD หรือ File ☐ ๔. อื่นๆ (ระบุ).....

คำชี้แจง ใ้ ☒ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

๕ หมายถึง ทำหรือเห็นด้วย ๑๐๐% ๔ หมายถึง ทำหรือเห็นด้วย ๗๕%

๓ หมายถึง ทำหรือเห็นด้วย ๕๐% ๒ หมายถึง ทำหรือเห็นด้วย ๒๕%

๑ หมายถึง ทำหรือเห็นด้วย ๑% ถึงไม่เห็นด้วยหรือไม่ได้ทำ

ส่วนที่ ๒ พฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์

ท่านมีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์ ต่อไปนี้น้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๑๑.ท่านดูละครโทรทัศน์ต่างชาติควบคู่กับดูต้นฉบับทาง Youtube					
๑๒.ท่านดูละครโทรทัศน์ต่างชาติที่ไม่ได้ฉายในประเทศ					
๑๓.ท่านดูละครโทรทัศน์เรื่องที่ชอบหลายรอบ					
๑๔.ท่านดูละครโทรทัศน์เพราะอ่านรีวิวในอินเทอร์เน็ต					
๑๕.ท่านดูละครโทรทัศน์เพราะเพื่อนแนะนำ					
๑๖.ท่านดูละครโทรทัศน์เพราะเห็นตัวอย่างละคร (Teaser-Trailer)					
๑๗.ท่านดูละครโทรทัศน์และอ่านเรื่องย่อตามอินเทอร์เน็ต					
๑๘.ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีเนื้อเรื่องเข้าใจง่าย					
ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ นักแสดง และสิ่งแวดลอมต่อไปนี้น้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๑๙.มีนักแสดงหน้าตาดี					
๒๐.มีภาพสวยประณีต					
๒๑.มีการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าทันสมัย					
๒๒.มีสภาพแวดล้อม แสดงเทคโนโลยีทันสมัย					
๒๓.มีพระเอกนางเอกเป็นคนรวย					

ส่วนที่ ๓ ท่านชอบพล็อตละครต่อไปนี้น้อยเพียงไร

ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับศาสนา ต่อไปนี้น้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๒๔.เนื้อเรื่องตามหลักศาสนา					
๒๕.เนื้อเรื่องมีการสอนเรื่องการดำเนินชีวิต					
๒๖.เนื้อเรื่องความเชื่อที่เหลือเชื่อทางศาสนา					
๒๗.เนื้อเรื่องความเชื่ออำนาจพิเศษทางศาสนา					
ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องผี ต่อไปนี้น้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๒๘.ผีหักมุมไปมา					

๒๙.ผีไม่น่ากลัวแต่แฝงเรื่องวิญญาณ					
๓๐.ผีไม่น่ากลัวจับต้องได้เป็นมิตรช่วยเหลือคน					
๓๑.ผีไม่น่ากลัว ตลก					
๓๒.ผีทำจากเรื่องจริง					
๓๓.ผีมีเวทย์มนต์และคาถา					
๓๔.ผีแฝงแนวคิดศาสนา					
ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับวัยรุ่น ต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๓๕.ความรักวัยรุ่นตามครรลอง					
๓๖.การดำเนินชีวิตที่ผิดพลาดของวัยรุ่น					
๓๗.การแสดงความรักในวัยเรียน					
๓๘.ปัญหาระหว่างวัยรุ่นกับครอบครัว					
ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับสังคมคนรวย ต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๓๙.แสดงการใช้ชีวิต ความเป็นอยู่ ในสังคมที่หรูหราและรวย					
๔๐.แสดงความล้มเหลวในชีวิตครอบครัวของสังคมคนรวย					
๔๑.แสดงการรักษาภาพพจน์ของคนรวยหรือหลอกลวงว่าเป็นคนรวย					
๔๒.แสดงความพยายามและมุ่งมั่นจนประสบความสำเร็จของคนรวย					
ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับแนววิทยาศาสตร์ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๔๓.วิทยาศาสตร์การย้อนเวลาจากอนาคตมาสู่ปัจจุบันหรืออดีต					
๔๔.วิทยาศาสตร์หุ่นยนต์ หรือการทดลอง					
๔๕.วิทยาศาสตร์อวกาศหรือนอกโลก					
๔๖.วิทยาศาสตร์การหาสาเหตุการตายจากเหตุฆาตกรรม					
ท่านเลือกดูละครโทรทัศน์ที่มีโครงเรื่องเกี่ยวกับความขัดแย้ง ต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๔๗.ความขัดแย้งระหว่างคนกับความคิดเห็นภายในตัวเอง					
๔๘.ความขัดแย้งระหว่างคนทั่วไปในสังคม					
๔๙.ความขัดแย้งระหว่างคนกับธรรมชาติ					
๕๐.ความขัดแย้งระหว่างคนกับสิ่งที่มองไม่เห็น					
๕๑.ความขัดแย้งระหว่างชนชาติ					
๕๒.ความขัดแย้งระหว่างศาสนา					
ท่านยอมรับสิ่งเหล่านี้ในละครโทรทัศน์ ต่อไปนี้มากน้อยเพียงไร	๕	๔	๓	๒	๑
๕๓.มีนักแสดงที่เป็นกะเทย ทอม หรือ ดี เป็นนักแสดงหลัก					
๕๔.นักแสดงมีการแต่งกายโป๊เปลือย					
๕๕.นักแสดงมีการพูดที่มีคำหยาบ					
๕๖.มีการแสดงออกที่มีการกอดจูบ					

๕๗.เป็นการแสดงออกของความรักเพศเดียวกัน					
๕๘.เนื้อหาที่มีการฆ่า หรือภาพสยองขวัญ					
๕๙.เนื้อหาแสดงกลโกง สิ่งผิดกฎหมาย ยาเสพติด โสเภณี					
๖๐.เนื้อหาแสดงมุมมองที่แตกต่างทางศาสนา					

ส่วนที่ ๔ ท่านคิดว่าเนื้อหาวัฒนธรรมต่อไปนี้สามารถนำมาเป็นสิ่งเสริมในละครโทรทัศน์ เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมสนใจละครโทรทัศน์ไทย ได้มากน้อยเพียงไร

เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงความเชื่อแบบไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๖๑.มีตัวละครสักตามร่างกายเพื่อความสวยงาม					
๖๒.มีการแสดงถึงการสักเพื่อความเชื่อเรื่องความคงกระพัน					
๖๓.มีการบูชา กราบไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์แบบไทยเพื่อขอให้สมประสงค์					
๖๔.มีเรื่องความเชื่อ โชคลาง เสริมเสน่ห์ ความร่ำรวยแบบไทย					
๖๕.มีความเชื่อเรื่องลางสังหรณ์จากสัตว์ทัก ความฝันหรือเหตุการณ์พิเศษ					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสิ่งทอและเครื่องประดับของไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๖๖.นักแสดงแต่งกายด้วยผ้าไทย เครื่องประดับไทย					
๖๗.การประดับฉากด้วยเครื่องใช้แบบไทย					
๖๘.การมีฉากแสดงการทอผ้าหรือทำเครื่องประดับไทย					
๖๙.การใช้สิ่งทอหรือเครื่องประดับไทยเป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินเรื่อง เช่น การใช้ผ้าไหมเป็นสื่อเพื่อย้อนเวลาไปในอดีต					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับพืชพื้นบ้านของไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๗๐.มีฉากการใช้พืชสมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วย					
๗๑.มีฉากวิถีชีวิตที่ใช้พืชปรุงอาหาร					
๗๒.มีฉากวิถีชีวิตของไทยที่ใช้พืชสำหรับบำรุงผิวพรรณ					
๗๓.มีฉากการใช้พืชสำหรับการผ่อนคลาย เช่น สปา การประคบด้วยสมุนไพร					
๗๔.มีฉากการใช้พืชเพื่อแต่งสีอาหาร					
๗๕.มีฉากการจัดแสดงพืชสวนหรือต้นไม้ไทย					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการทำอาหารไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๗๖.แสดงอาหารไทยโบราณในฉากละคร เช่น อาหารชาววัง					
๗๗.แสดงอาหารไทยประยุกต์ในฉากละคร					
๗๘.แสดงอาหารไทยสวยงาม เช่น การแกะสลักผักผลไม้					
๗๙.แสดงอาหารไทยสูตรแปลกใหม่					
๘๐.แสดงด้านอาหารหรูหราในฉากละคร					
๘๑.แสดงอาหารไทยริมถนน (Street Food) เช่น ผัดไท ข้าวราดแกง					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงเกี่ยวกับการแสดงแบบไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๘๒.มีฉากการรำไทย					
๘๓.มีการเต้นรำที่สนุกสนาน เช่น รำวง					
๘๔.มีการแสดงโขน					

๘๕.มีการแสดงละครหุ่นเล็ก					
๘๖.มีการรำตามภาคต่างๆ เช่น มโนราห์ เซิ้ง ลิเก					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการพยากรณ์ของไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๘๗.โครงเรื่องเกี่ยวข้องกับการพยากรณ์					
๘๘.เนื้อหาแสดงการกระทำเพื่อแก้บน					
๘๙.กระบวนการตามพิธีทางศาสนา					
๙๐.การผูกดวงเพื่อพิธีกรรมต่าง ๆ					
๙๑.การแสดงพิธีกรรมตามความเชื่อต่าง ๆ					
๙๒.การแสดงพิธีแก้กรรม เพื่อเสริมความเชื่อแก้ร้ายให้กลายเป็นดี					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงคตินิยมบ้านของไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๙๓.พิธีกรรมในศาสนาพุทธแบบไทย					
๙๔.การละเล่นโบราณของไทย					
๙๕.การแสดงเพลงกล่อมเด็กเข้านอนของไทยโบราณ					
๙๖.การละเล่นพื้นบ้านของไทย					
๙๗.สถาปัตยกรรมเฉพาะท้องถิ่น เช่น บ้านเรือนไทยโบราณ					
๙๘.การประกอบการเกษตรแบบไทย เช่น การลงแขกเกี่ยวข้าว					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการศึกษาไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๙๙.การแสดงเนื้อเรื่องเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัยต่าง ๆ หรือโรงเรียน					
๑๐๐.การเข้าเรียนในโรงเรียนฝึกฝนต่างๆ รวมทั้งการฝึกอาชีพ					
๑๐๑.การแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับความขัดแย้งทางกระบวนการความคิดระหว่างครูกับนักเรียน					
๑๐๒.การแสดงเนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาของระบบการศึกษาไทย เช่น การขาดแคลนโอกาสทางการศึกษา					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการแต่งงานไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๑๐๓.บริการพิธีการแต่งงานแบบไทยสากล					
๑๐๔.แสดงพิธีการแต่งงานแบบไทยโบราณ					
๑๐๕.พิธีการแต่งงานเฉพาะท้องถิ่น					
๑๐๖.พิธีการแต่งงานแปลก เช่น ใต้สมุทรา บนฟ้า					
๑๐๗.พิธีการแต่งงานแบบเรียบง่าย เช่น การผูกข้อมือ					
เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงการบำบัดโรคแบบไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๑๐๘.สถานการณ์เกี่ยวกับการแพทย์แผนปัจจุบัน เช่น ตัวเอกเป็นหมอ					
๑๐๙.การใช้วิธีนวดเพื่อบำบัดโรค					
๑๑๐.การนั่งสมาธิเพื่อบำบัดโรค					
๑๑๑.การใช้พิธีทางศาสนาเพื่อบำบัดโรค เช่น ทำบุญต่ออายุ					
๑๑๒.การใช้พิธีทางความเชื่อเรื่องผีเพื่อบำบัดโรค เช่น การเข้าทรงเพื่อรักษาโรค					
๑๑๓.การใช้สมุนไพรเพื่อบำบัดโรค เช่น การอยู่ไฟหลังคลอด					

เนื้อหาละครโทรทัศน์ แสดงสถานที่ท่องเที่ยวไทย	๕	๔	๓	๒	๑
๑๑๔.วัดไทยและพระราชวังไทย เช่น วัดพระแก้ว พระที่นั่งวิมานเมฆ					
๑๑๕.แหล่งวัฒนธรรมตามแต่ละภาค เช่น เชียงใหม่ อยุธยา และสุโขทัย					
๑๑๖.สถานที่ติดชายทะเล เช่น พัทยา ภูเก็ต หรือหัวหิน					
๑๑๗.ห้างสรรพสินค้าใจกลางกรุงเทพ					
๑๑๘.ตลาดนัดต่างๆ เช่น จตุจักร ตลาดน้ำ					
๑๑๙.สถานบันเทิงเรีงรมย์ เช่น สีส้ม ถนนข้าวสาร พัทยา					

ละครโทรทัศน์ไทยน่ารับชม เพราะ

.....

.....

.....

.....

.....

ละครโทรทัศน์ไทยไม่น่าชม เพราะ

.....

.....

.....

.....

โปรดระบุที่อยู่หรือ email เพื่อการติดต่อกลับสำหรับการสุ่มจับให้ของที่ระลึก

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

Questionnaire No.....

Survey of The exposure and the need of Thai television Dramas**Explanation:** Please put ✓ in ☐ and fill in the gaps with your answers.**Part 1 Personal Information****1. Gender**☐ 1. Male☐ 2. Female**2. Age**☐ 1. Below or equal to 20 years old☐ 2. 21 – 30 years old☐ 3. 31 – 40 years old☐ 4. 41 – 50 years old☐ 5. 51 – 60 years old☐ 6. Over 60 years old**3. Education**☐ 1. Below high school☐ 2. High School /
Vocational Certificate☐ 3. Diploma / High Vocational Certificate☐ 4. Bachelor Degree☐ 5. Master Degree☐ 6. Doctorate Degree**4. Career**☐ 1. Student☐ 2. Freelancer /Private Sector☐ 3. State Enterprise Employee☐ 4. Government Official☐ 5. Business Owner☐ 6. Others (Please specify).....**5. Monthly Salary (equal to US Dollar)**☐ 1. Below 350☐ 2. 351 – 700☐ 3. 701-1,050☐ 4. 1,051-1,400☐ 5. 1,400-1,750☐ 6. Over 1,750**6. How do you watch TV dramas?**☐ 1. Watch all that show on TV☐ 2. Watch only popular ones☐ 3. Watch only Favorites☐ 4. Occasional☐ 5. Others (Please specify).....**7. What kind of TV dramas do you like?**☐ 1. Story compete in 30 or 60 minutes☐ 2. Series which same actors and story line☐ 3. Broadcast 2-3 days/week☐ 4. Series which different actors and story line☐ 5. Others (Please specify).....

8. What foreign TV dramas do you like the most? (select only 1 choice)

- ☐ 1. Korean
 ☐ 2. Thai
☐ 3. Chinese/Hong Kong
 ☐ 4. Japanese
☐ 5. Indian
 ☐ 6. Western (American)
☐ 7. Others (Please specify).....

9. What is the reason that make you like that TV drama from question 8.? (select more than 1 choices)

- ☐ 1. Actors
 ☐ 2. Story/content
☐ 3. Art elements
 ☐ 4. The suitability of airtime
☐ 5. Others (Please specify).....

10. Which ways do you like to watch TV drama?

- ☐ 1. TV
 ☐ 2. YouTube
☐ 3. CD, DVD, BD, File
 ☐ 4. Others (Please specify).....

Part 2: Explanation: Please put ✓ in ☐ and fill in the gaps with your answers.

5 = yes or agree with 100% 4 = yes or agree with 75%

3 = yes or agree with 50% 2 = yes or agree with 25%

1 = yes or agree with 1% to disagree.

Do you perform such a behavior when watching TV dramas?	5	4	3	2	1
11. Watch foreign TV dramas along/ ahead with the originals from Youtube.					
12. Watch foreign TV dramas which are not broadcast in your home country.					
13. Watch your favorite TV dramas several times.					
14. Decision of Watching based on negative/positive reviews from the internet.					
15. Decision of Watching based on friend recommendations.					
16. Decision of Watching based on teaser-trailer.					
17. Watching and reading synopsis on the internet.					
18. Watch only the stories which are easy to understand.					
What are your reasons to watch TV dramas?	5	4	3	2	1
19. Good-looking actors.					
20. Art elements are delicate.					

21.Modern costumes					
22.Modern technology					
23. Wealthy main characters or society.					

Part 3. Do you like following Plots?

Direction: Please use ✓ to mark your most favorite choice based on your opinion.

1. = basis or not 2. = Less 3. = Medium 4. = Very 5. = Most

Religious/ Fantasy	5	4	3	2	1
24.Religious principles					
25. Contents have an impact on the way of life.					
26.Contents involved with supernatural occasions					
27. Contents are not realistic; such as, women and men switch their soul, or human teleportation to different places.					
Mystery/Ghost	5	4	3	2	1
28.Ghost stories which contain Twisted ending/ Surprise endings					
29.Ghost stories which are not scary					
30.Ghost stories in which ghosts are friendly to humans					
31.Comedy ghost stories					
32.Ghost stories based on true stories					
33.Ghosts stories involving magic					
34.Ghost stories based on religious beliefs					
Teenage life	5	4	3	2	1
35.Love according to society's norm					
36.Failure of teenage life					
37.Love in studying age					
38.Problems between teenagers and their families					
Rich society	5	4	3	2	1
39. living of the rich in the luxurious places					
40. family problems of the rich					
41.The rich keep their images and how people pretend to be rich					
42. Rich reach their successful life					

Science Story	5	4	3	2	1
43. Travelling from past to future or vice versa					
44.Sciences about robotics and experiments					
45.Sciences about air spaces or extraterrestrials					
46.Sciences about forensics					
Conflict	5	4	3	2	1
47.Conflict between man and his own thoughts					
48.Conflict between people in the society					
49.Conflict between human and nature					
50.Conflict between man and invisible things					
51.Conflict between nations					
52.Conflict between religions					

Part 4: Do you agree that the following subject matter appear in TV dramas?

subject matter	5	4	3	2	1
53.Homosexual as main characters					
54.Nudity					
55.Rude language					
56.Sexual contents					
57.Showing Homosexual contents					
58.Thriller/horror contents					
59.Unlawful issues, such as drug addict, and prostitution					
60.Religious Offense					

Part 5. If you watched Thai TV Drama, what is the level of your interest to see the Thai culture in the following topics?

Contents in TV drama contain Thai belief.	5	4	3	2	1
61. Body Tattoos for decoration					
62. Body Tattoos for danger protection					
63. The beliefs about holiness for achieving of life goals.					
64. The Thai beliefs about wealth, alluring, and luck.					
65. The Thai beliefs about gut feeling.					

Contents in TV drama contain Thai tradition adornment					
66. Characters wear the authentic Thai costumes and decorations.					
67. Scenes are decorated with Thai furniture.					
68. There are scenes which show how Thai traditional clothing, and jewelry are made.					
69. The main content is about Thai ancient craft which can bring people back to the past period of Thai History.					
Contents in TV drama contain Thai Ethno-botany	5	4	3	2	1
70. Thai herbs are used to cure sickness.					
71. Thai herbs are used to cook.					
72. Thai herbs are used for beauty purposes.					
73. Thai herbs are used for relaxation like spa.					
74. Thai herbs are used for food coloring.					
75. Thai botanic exhibition.					
Contents in TV drama contain Thai Cooking	5	4	3	2	1
76. Thai ancient food cooking.					
77. Thai fusion food cooking.					
78. Thai fruits and vegetables carving.					
79. Thai food with bizarre recipe.					
80. Thai luxurious food.					
81. Thai street food.					
Contents in TV drama contain Thai Dancing	5	4	3	2	1
82. Thai dances.					
83. Thai dances for fun.					
84. Thai Mask Dance (Khon).					
85. Thai puppet plays.					
86. Thai unique dances from every part of Thailand.					
Contents in TV drama contain Thai Divination	5	4	3	2	1
87. Thai foretelling of future events					
88. Thai beliefs about redeeming a vow that promise to gods					
89. Rites according to religions					
90. Rites which help life to be better					

91. Event of rites which show people's beliefs					
92. Rites which protect people from bad luck					
Contents in TV drama contain Thai Folklore	5	4	3	2	1
93. Rites which involve Buddhism					
94. Thai ancient plays					
95. Thai traditional lullaby					
96. Thai traditional plays					
97. Thai ancient architecture					
98. Thai agricultural life					
Contents in TV drama contain Thai Education	5	4	3	2	1
99. Life in Thai universities or schools					
100. Thai Vocational schools or career training.					
101. Conflict between teachers and students					
102. Problems in Thai educational system such as lack of opportunity for higher education.					
Contents in TV drama contain Thai Marriage	5	4	3	2	1
103. Modern Thai wedding ceremony					
104. Thai traditional wedding ceremony					
105. Thai local wedding ceremony					
106. Thai strange wedding ceremony such as underwater wedding and sky wedding etc.					
107. Thai simple and modest wedding ceremony.					
Contents in TV drama contain Thai Medicine	5	4	3	2	1
108. Thai modern medicine; such as, the main character is a doctor.					
109. Thai massage therapy.					
110. Thai meditation therapy.					
111. Religious therapy, such as, making merit.					
112. Supernatural therapy, such as séances.					
113. Thai botanical treatment.					
Contents in TV drama contain Thai tourist attraction	5	4	3	2	1
114. Thai Temples and palaces such as The Grand Palace, and The Golden Teak Wood Royal Residence.					

115. Cultural tourist attractions such as Chiangmai, Ayuthaya and Sukhothai					
116. Beaches such as Pattaya, Phuket, and Huahin.					
117. Shopping centers in Bangkok city.					
118. Sunday Market or floating markets.					
119. Night-life places such as Silom road, Khoa San Road and Pattaya					

Thai TV drama is interesting

because.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Thai TV drama is not interesting

because.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Please write your name, address and e-mail to receive the awards from us.

.....

.....

.....

Thank you very much for your supports