

การรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติในการสื่อสารระหว่าง
ผู้ค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างชาติ

นางสาวเชมประพิณ ศิริเจียรนัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาพาณิชยศาสตร์ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์และสื่อสารการตลาด
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2549
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

STEREOTYPE AND INTERRACIAL ATTITUDE IN COMMUNICATION BETWEEN
THAI TRADERS AND FOREIGN CUSTOMERS

Miss Khemprapin Sirichiaranai

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Speech Communication

Department of Speech Communication and Performing Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

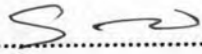
Academic Year 2006

Copyright of Chulalongkorn University

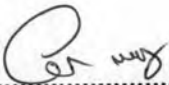
491447

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติในการสื่อสารระหว่าง
ผู้ค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างชาติ
โดย นางสาวเซมประพิณ ศิริเจียรนัย
สาขาวิชา วาทยวิทยา
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ เมตตา วิวัฒนานุกูล

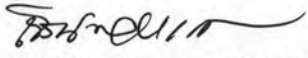
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขานิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจวงศ์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อวยพร พานิช)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ เมตตา วิวัฒนานุกูล)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ธีรนนท์ อนวัชศิริกุล)

เชมประพิน ศิริเจียรนัย : การรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติในการสื่อสารระหว่างผู้ค้าชาวไทยและลูกค้าชาวต่างชาติ (STEREOTYPE AND INTERRACIAL ATTITUDE IN COMMUNICATION BETWEEN THAI TRADERS AND FOREIGN CUSTOMERS) อ. ที่ปรึกษา : รศ. เมตตา วิวัฒนานุกูล, 119 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา การรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติ และผลต่อพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติ อีกทั้งยังศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อลูกค้าชาวต่างชาติด้วย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของผู้ค้าชาวไทย 150 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ค้าชาวไทย 15 คน ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ค้าชาวไทยมีการรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติทั้งเชิงบวกและเชิงลบ โดยมีแนวโน้มมีภาพเชิงบวกกับชาติตะวันตกและญี่ปุ่น และมีภาพเชิงลบกับชาวเอเชีย ยกเว้นญี่ปุ่น โดยรับรู้ "ความเป็นเชื้อชาติ" จากลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองลงมาคือฟังจากสำเนียงภาษา การถามโดยตรง และการแต่งกาย ตามลำดับ
2. การรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติของผู้ค้าชาวไทย มีในระดับหนึ่ง แต่ไม่รุนแรงถึงขั้นเกลียดชัง โดยสะท้อนผ่านการใช้ภาษา เช่น การตั้งสมญานาม การใช้สรรพนาม และสะท้อนผ่านการแสดงออกในการให้บริการ เช่น วิธีการตั้งราคา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพบการรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติของผู้ค้าชาวไทยบางส่วน มีลักษณะแบบฝังใจ และไม่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะกับคนบางกลุ่มเชื้อชาติ
3. ประสบการณ์การขายโดยตรงของผู้ค้าชาวไทย ถือเป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่อการรับรู้แบบเหมารวมและทัศนคติระหว่างกลุ่มเชื้อชาติที่มีต่อลูกค้าชาติต่าง ๆ รองลงมาคือการบอกเล่าจากคนใกล้ชิดและการเปิดรับสื่อมวลชน ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ค้าชาวไทยที่ใช้ภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศอื่น ๆ ในการพูดคุยกับลูกค้าชาวต่างชาติ มีแนวโน้มที่จะมีภาพเหมารวมและทัศนคติต่อคนต่างชาติในทางบวกมากกว่าคนที่ไม่ยอมเรียนรู้ภาษาต่างประเทศอื่น

ภาควิชา วาทยาศาสตร์และสื่อสารการแสดงลายมือชื่อนิลิต.....เชมประพิน ศิริเจียรนัย
 สาขาวิชา วาทยาศาสตร์ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
 ปีการศึกษา 2549ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม.....

4885064028: MAJOR SPEECH COMMUNICATION

KEYWORDS : STEREOTYPE / INTERRACIAL ATTITUDE / INTERCULTURAL COMMUNICATION / INTERRACIAL COMMUNICATION/RACE

KHEMPRAPIN SIRICHARANAI : STEREOTYPE AND INTERRACIAL ATTITUDE IN COMMUNICATION BETWEEN THAI TRADERS AND FOREIGN CUSTOMERS, THESIS
ADVISOR : ASSOC. PROF. METTA VIVATANANUKUL, 119 pp.

The purpose of this study is to find stereotype and interracial attitude in communication of Thai traders towards foreign customers and its effect on communication, including study factors influencing such stereotype and interracial attitude. This study was conducted by survey questionnaires to 150 Thai traders, in-depth interviews with 15 Thai traders and by non-participatory observation.

The results of the study show that

1) Thai traders have both positive and negative stereotype and interracial attitude towards foreign customers with a tendency of having positive stereotype and interracial attitude towards westerners and Japanese , and having negative stereotype and interracial attitude towards Asian except Japanese. Thai traders perceive "a customer' s race" by their physical appearance, by their accent, by direct inquiry , and by their dressing respectively.

2) Thai traders have a somewhat level of stereotype and interracial attitude towards some races, but at not so severe level. Their stereotype and interracial attitude is reflected through their use of language, such as a nickname and pronoun given to their customers, etc and through the ways they give service to each perceived racial group, such as the way they mark up the prices, etc.

3) The direct experience of Thai traders is the most important factor which influences their stereotype and interracial attitude towards foreign customers, and other factors are acquaintances' word of mouth, and media exposure respectively.

Besides, it is found that Thai traders who speak English or other foreign languages to their customers have a tendency to develop more positive stereotype and interracial attitude than those who do not use or refuse to learn any foreign language.

Department.....Speech Communication and Performing Arts.....Student's signature.....*Khemprapin Siricharanai*
Field of study.....Speech Communication.....Advisor's signature.....*Metta*
Academic year 2006.....Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ. เมตตา วิวัฒน์านุกูล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาให้คำแนะนำ และแก้ไขข้อผิดพลาดต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ แก่งานวิจัยอย่างยิ่ง รวมทั้งให้ความเมตตากรุณาและให้กำลังใจลูกศิษย์คนนี้อย่างดีเยี่ยม

ขอกราบขอบพระคุณ รศ. อวยพร พานิช ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ รศ. ภิรพันธ์ อนวัชศิริกุล กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับความเมตตากรุณาที่มีให้ลูกศิษย์คนนี้เสมอมาและคำแนะนำต่าง ๆ ที่ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ขึ้น และขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชา วาทยวิทยาและสื่อสารการแสดงทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ต่าง ๆ ให้กับลูกศิษย์คนนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณที่ ๆ ภาควิชาวาทยวิทยาและสื่อสารการแสดงทุกคน ที่ ๆ บรรณารักษ์ห้องสมุด และ พี่ห้องโสตที่อำนวยความสะดวกให้เป็นอย่างดี รวมทั้งขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิทยานิพนธ์เล่มนี้

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ วาทยวิทยารุ่นที่ 8 ทุกคน ในความเป็นที่ เพื่อน และน้องที่แสนดี น่ารัก ให้กำลังใจและช่วยเหลือกันและกันตลอดมา สัญญาว่าจะไม่ลืมมิตรภาพที่ดีของทุกคนเลย

และที่ขาดไม่ได้ ขอกราบขอบพระคุณป้าและแม่ ที่ให้ความรักอันยิ่งใหญ่ ความห่วงใย ความเอาใจใส่ และความเสียสละเพื่อลูกคนนี้เสมอมา ขอขอบคุณพี่เบิร์ดและพี่แนท ที่สาวแสนสวยที่เป็นกำลังใจให้เสมอมา ขอขอบคุณคุณเกียรติกับความช่วยเหลือมากมายที่มอบให้ รวมทั้งกำลังใจที่ดีเยี่ยม และสุดท้ายขอขอบคุณความอดทนและพยายามของตนเอง ที่ทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ได้ในที่สุด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม.....	7
2.2 แนวคิดการรับรู้แบบเหมารวม.....	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติระหว่างกลุ่ม.....	14
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	23
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	26
3.1 รูปแบบและวิธีวิจัย.....	26
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	28
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
4 ผลการวิจัย.....	32
4.1 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถาม.....	33
4.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	81
4.3 ข้อมูลจากการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม.....	91

บทที่	หน้า
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 93
	5.1 สรุปผลการวิจัย..... 94
	5.2 อภิปรายผลการวิจัย..... 100
	5.3 ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในอนาคต..... 104
	รายการอ้างอิง..... 106
	ภาคผนวก..... 109
	ภาคผนวก ก..... 110
	ภาคผนวก ข..... 114
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... 119

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ..... 33
2	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ..... 34
3	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา..... 35
4	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทสินค้าที่ขาย..... 35
5	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบอาชีพ..... 36
6	ตารางแสดงภาษาหรือวิธีการที่กลุ่มพ่อค้าส่งออกใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาติต่าง ๆ..... 37
7	ตารางแสดงภาษาหรือวิธีการที่กลุ่มพ่อค้าศูนย์การค้าใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาติต่าง ๆ.. 39
8	ตารางแสดงภาษาหรือวิธีการที่กลุ่มพ่อค้าสถานที่ท่องเที่ยวใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาติต่าง ๆ..... 41
9	ตารางแสดงภาษาหรือวิธีการที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าชาติต่าง ๆ..... 43
10	ตารางแสดงเชื้อชาติชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ จากการรับรู้ของผู้ค้าชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง..... 44
11	ตารางแสดงลักษณะหรือวิธีการที่ใช้ในการพิจารณาเชื้อชาติของลูกค้าชาติต่าง ๆ ของกลุ่มพ่อค้าส่งออก..... 44
12	ตารางแสดงลักษณะหรือวิธีการที่ใช้ในการพิจารณาเชื้อชาติของลูกค้าชาติต่าง ๆ ของกลุ่มพ่อค้าศูนย์การค้า..... 46
13	ตารางแสดงลักษณะหรือวิธีการที่ใช้ในการพิจารณาเชื้อชาติของลูกค้าชาติต่าง ๆ ของกลุ่มพ่อค้าสถานที่ท่องเที่ยว..... 47
14	ตารางแสดงลักษณะหรือวิธีการที่ใช้ในการพิจารณาเชื้อชาติของลูกค้าชาวต่างชาติของกลุ่มตัวอย่าง..... 49
15	ตารางแสดงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการระบุความแตกต่างทางเชื้อชาติจากวิธีการเลือกดูสินค้าและต่อราคาของลูกค้าชาติต่าง ๆ..... 49
16	ตารางแสดงความเห็นของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับบุคลิกลักษณะของลูกค้าชาติต่าง ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้เชื้อชาติ..... 50
17	ตารางแสดงการรับรู้บุคลิกลักษณะเฉพาะและทัศนคติของกลุ่มพ่อค้าส่งออกที่มีต่อชาติต่าง ๆ ก่อนการให้บริการ..... 51

18	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของกลุ่มพ่อค้าศูนย์การค้าที่มีต่อชาติต่าง ๆ ก่อนการให้บริการ.....	52
19	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของกลุ่มพ่อค้าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อชาติต่าง ๆ ก่อนการให้บริการ.....	53
20	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อชาติต่าง ๆ ก่อนการให้บริการ.....	56
21	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของกลุ่มพ่อค้าส่งออกที่มีต่อชาติต่าง ๆ หลังการให้บริการ.....	57
22	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของกลุ่มพ่อค้าศูนย์การค้าที่มีต่อชาติต่าง ๆ หลังการให้บริการ.....	58
23	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของกลุ่มพ่อค้าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีต่อชาติต่าง ๆ หลัง การให้บริการ.....	60
24	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อชาติต่าง ๆ หลัง การให้บริการ.....	63
25	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อชาติต่าง ๆ เปรียบเทียบก่อนและหลังการให้บริการ.....	64
26	ตารางแสดงการตั้งสรรพนามหรือสมญานามให้แก่ลูกค้าชาติต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	66
27	ตารางแสดงพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อลูกค้าชาติที่ไม่ชอบ.....	67
28	ตารางแสดงความรู้สึกของกลุ่มตัวอย่างเมื่อมีการคาดเดาชาติของลูกค้าชาติต่าง ๆ ผิด.....	68
29	ตารางแสดงการเลือกดูแลต้อนรับลูกค้าชาติต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	68
30	ตารางแสดงแหล่งหรือสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับชาติต่าง ๆ ของกลุ่มพ่อค้าส่งออก.....	69
31	ตารางแสดงแหล่งหรือสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับชาติต่าง ๆ ของกลุ่มพ่อค้าศูนย์การค้า.....	71
32	ตารางแสดงแหล่งหรือสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับชาติต่าง ๆ ของกลุ่มพ่อค้าสถานที่ท่องเที่ยว.....	74
33	ตารางแสดงแหล่งหรือสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับชาติต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	76
34	ตารางแสดงความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม..	77
35	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพูดภาษาจีนของกลุ่มตัวอย่างกับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อลูกค้าชาวจีน.....	79

36	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพูดภาษาญี่ปุ่นของกลุ่มตัวอย่าง กับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อลูกค้าชาวญี่ปุ่น.....	80
37	ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการพูดภาษารัสเซียของกลุ่มตัวอย่าง กับการรับรู้และทัศนคติที่มีต่อลูกค้าชาวรัสเซีย.....	80
38	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามเพศ.....	81
39	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามอายุ.....	82
40	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	83
41	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามประเภทสินค้า ที่ขาย.....	83
42	ตารางแสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์ จำแนกตามระยะเวลา ในการประกอบอาชีพ.....	84
43	ตารางแสดงการรับรู้คุณลักษณะเฉพาะและทัศนคติของผู้ค้าชาวไทยที่มีต่อชาติต่าง ๆ เปรียบเทียบกับก่อนและหลังการให้บริการ.....	96
44	ตารางแสดงการตั้งสรรพนามหรือสมญานามให้แก่ลูกค้าชาติต่าง ๆ ของกลุ่มตัวอย่าง.....	97