

THAILAND : WHAT THE WORLD THINKS

Dave McCaughan

Storyteller@Bibliosexual

<https://bibliosexual.weebly.com>



ประเทศต่างๆ ล้วนมีชื่อเสียงของตนเองเหมือนผู้คนหรือแบรนด์ และเกือบทุกอย่างในชีวิตที่เราเผชิญอยู่ในชีวิตล้วนแต่มีมุมมองที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับว่าคุณตั้งคำถามกับใครและเมื่อไร ในขณะที่เราใกล้จะฉลองปีใหม่ไปทุกทีและหวังว่าปีหน้าจะเป็นปีที่ดี ตอนนี้อาจจะเป็นเวลาที่เหมาะสมจะย้ำเตือนตนเองถึงความสำคัญของการตรวจสอบการเล่าเรื่องของแบรนด์ต่างๆ ที่เราสนใจอย่างสม่ำเสมอ

แน่นอนว่าท่านผู้อ่านบทความนี้ต้องให้ความสนใจในประเทศไทย ไม่ว่าจะท่านจะเป็นคนไทยหรือชาวต่างชาติก็ตาม และผมเชื่อว่าหากเราทำการสำรวจ หรือจัดการสนทนากลุ่ม หรือระดมความคิดเห็นเชิงลึกว่าด้วยการเล่าเรื่องของประเทศไทยคืออะไร คงจะมีการโต้วาทีและความคิดเห็นที่แตกต่างกันมากมายเป็นแน่ แต่อย่างไรก็ตามหวังว่าพวกเราคงยอมรับได้ว่าเราทุกคนนั้นล้วนมีมุมมองเฉพาะบุคคลกันทั้งนั้น เราทั้งหลายล้วนแล้วแต่เป็นคนที่มีชีวิตอยู่ในประเทศไทย ไม่ว่าจะเราจะใช้เวลาท่องเที่ยวนอกประเทศมากเท่าใดและฟังความคิดเห็นของชาวต่างชาติมามากเพียงใดก็ตาม พวกเราจะยังคงมีมุมมองเฉพาะบุคคลเป็นแน่ บางทีอาจจะเป็นเพราะคุณรักประเทศนี้มากเกินไป หรือเพราะคุณคิดว่าปัญหาในประเทศไทยนี้ใหญ่มาก หรืออาจจะแค่เพราะวันนี้คุณมีวันแย่งก็ได้ แต่ในฐานะนักวิจัยการตลาด ผมไม่สามารถมีใจโน้มเอียงแบบนั้นได้ ดังนั้นผมจึงใช้เครื่องมือที่ช่วยให้ “มองเห็น” โลกใบนี้ตามความจริง

“

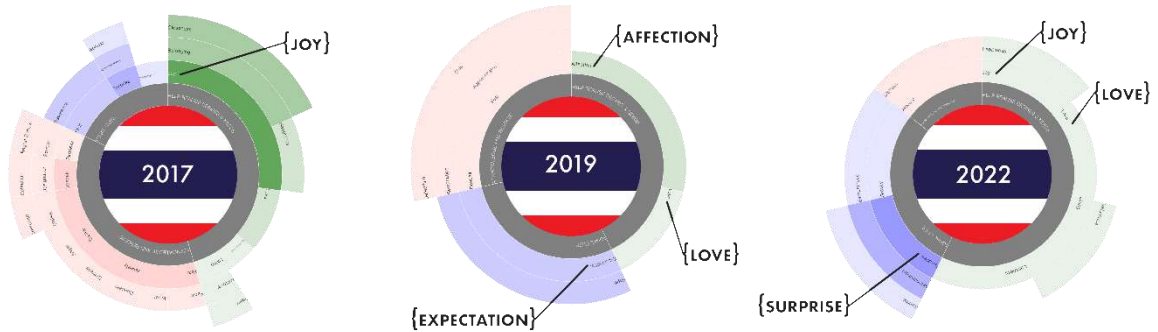
นี่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความสุข
ความรัก และความประหลาดใจ

นี่ไม่ใช่ความคิดเห็นของผม
ไม่ใช่สโลแกนของกรมการท่องเที่ยว
แต่เป็นสิ่งที่ผู้คนคิด

6 ปีที่ผ่านมา ผมได้ทำการเฝ้าดูความนิยมทั่วประเทศไทยและอารมณ์ที่เกิดจากการเล่าเรื่องเหล่านั้น โดยใช้ Machine Learning Based Platform ที่เรียกว่า SignificanceSystems

นี่คือวิธีการทำงานของมัน: ผมขอให้สำรวจการเล่าเรื่องของประเทศไทย มันเข้าไปดูทุกอย่างที่พูดถึงประเทศไทยในอินเทอร์เน็ต ไซ้ ทุกอย่างเลย เป็นบทความ คอนเทนต์บนเว็บไซต์ และโพสต์บนโซเชียลมีเดียขนาดหลายเทราไบต์ทีเดียว เมื่ออ่านทุกอย่างแล้ว มันจึงบอกเราว่าผู้คนคิดอย่างไร โดยใช้คอนเทนต์บนอินเทอร์เน็ตเป็นตัวแทนความรู้ของมนุษยชาติ หนึ่งในสิ่งที่มันทำก็คือการวัดอารมณ์ทั้งหมดที่เกิดจากคอนเทนต์ทั้งหมดนั้น

ในภาพประกอบด้านล่าง ผมได้แสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ประเทศไทยสร้างขึ้นทั่วโลกในช่วงปลายปี 2560 - 2562 และในสัปดาห์นี้ เดือนธันวาคม 2565 ภาพจะแสดงอารมณ์ทั้งหมดที่สร้างขึ้นด้วยแถบสีเขียวซึ่งหมายถึงอารมณ์เชิงบวก สีแดงหมายถึงอารมณ์เชิงลบ และสีน้ำเงิน/สีม่วงหมายถึงสาเหตุของอารมณ์นั้นๆ



2560

การเล่าเรื่องของประเทศไทยเป็นเรื่องของความสุขสบายใจ แม้จะมีอารมณ์ด้านลบเกี่ยวกับประสบการณ์การเดินทางที่ไม่ค่อยดีของนักท่องเที่ยว หรือความยากลำบากของบางกิจการที่ประกอบธุรกิจที่นี่ และความกังวลในความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองอยู่บ้าง แต่ไม่ใช่เรื่องที่ร้ายแรงจนเกินไป และเป็นอีกครั้งที่ประเทศไทยดำเนินไปตามคำโฆษณาที่ให้ไว้กับชาวโลก ซึ่งก็คือ สถานที่และประสบการณ์ที่สร้างความสุขสบายใจ ความใกล้ชิด และความสนิทสนมนั่นเอง

2562

2 ปีต่อมา เราได้เห็นแล้วว่าปฏิริยาตอบกลับของความสุขสบายใจกลายเป็นความรักใคร่กันมากขึ้น ปฏิริยาเชิงบวกยังคงมีอยู่แม้จะลดลงไปบ้าง เรายังเห็นได้ถึงความคาดหวังและความหวังมากมาย ทว่าจากการติดตามเรื่องเล่าในช่วงสองปีที่ผ่านมา พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านบางประเทศแล้ว ประเทศไทยกำลังสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของตนไป การช้อปปิ้งที่ไทยก็ดี แต่ไม่ได้ดีไปกว่าที่อินโดนีเซีย มาเลเซีย หรือเวียดนาม สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ประสบการณ์ที่ได้รับยังคงนับว่าดีเยี่ยม แต่ก็เหมือนกับตลาดของประเทศเพื่อนบ้าน โลกของธุรกิจมองประเทศไทยว่าเป็นตลาดที่ดีแต่ไม่มีการเติบโต ไม่มีเปลี่ยนแปลงเหมือนประเทศอื่น ทั้งยังมีแต่ความกังวลที่มีแต่จะเพิ่มมากขึ้นทุกทีในเรื่องของรัฐบาล และวิธีจัดการธุรกิจว่าจะเติบโตจากอะไรและที่ใด ในช่วงสิ้นปี 2561 สิ่งที่เราได้เห็นคือบรรยากาศที่ดีโดยทั่วไป แต่ก็คาดหวังว่าจะดีได้มากกว่านี้

และแน่นอน ยุคโควิด! เราติดตามการเล่าเรื่องของประเทศต่างๆ ในช่วงปีวิกฤตการณ์โควิด และพบว่าเช่นเดียวกับหลายประเทศ การเล่าเรื่องในประเทศยังคงมุ่งไปที่วิธีการรับมือ ปัญหาที่เผชิญและจะฟื้นตัวได้อย่างไร

2565

และแล้วข่าวดีก็มาถึง แม้จะเป็นเรื่องยากที่จะเชื่อว่าคุณอาศัยอยู่ในประเทศไทยตลอดช่วง 3 ปีที่ผ่านมา แต่ชาวโลกมองว่าประเทศไทยจัดการและฟื้นตัวจากวิกฤตการณ์ได้ดีทีเดียว ความสุขสบายใจกลับมา อาจจะไม่เท่าเมื่อ 5 ปีก่อนแต่ก็กำลังพัฒนา ยิ่งไปกว่านั้นยังมีเรื่องน่าประหลาดใจและน่าพิศวงอีกมาก ชาวโลกเห็นโอกาสมากมายในประเทศนี้ และคาดหวังกับความสำเร็จในการฟื้นฟูประเทศและธุรกิจว่าจะผ่านไปได้อย่างดี กล่าวอีกนัยหนึ่ง ถือเป็นเรื่องดีสำหรับทุกคนในประเทศไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือภาคธุรกิจ แม้จะมีเรื่องในแง่ลบ เช่น ความวิตกกังวล และความสับสนมากมายเกี่ยวกับกฎระเบียบของรัฐบาล การยื่นขอวีซ่า ที่ยังรอความกระจ่าง

การเล่าเรื่องของประเทศไทยอยู่ในจุดที่ดีการติดตามเรื่องเล่าของประเทศ เช่นเดียวกับการติดตามเรื่องเล่าของแบรนด์ต่างๆ ทั้งหมดล้วนเป็นของการทำความเข้าใจว่าสิ่งใดที่ได้ผล สิ่งใดที่ต้องใส่ใจเพิ่ม และสิ่งใดที่ต้องได้รับมุมมองที่เป็นกลาง หวังว่าในปี 2566 การติดตามเรื่องเล่าของประเทศไทยจะแสดงให้เห็นการพัฒนาที่ยิ่งขึ้น