

รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

Lifestyles Factors Relating to Korean Cultural Goods Affecting Travelling Behaviors to South Korea among Female Consumers.

กฤตณัฐ ชูสกุล

นิสิต ปริญญาโทมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น เป็นสินค้าที่มีผลกระทบต่อจิตใจและเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคที่ไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการบริโภคอย่างต่อเนื่อง สินค้าทางวัฒนธรรมนี้จึงส่งผลให้ผู้บริโภคหญิงเกิดความต้องการไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

คำสำคัญ: รูปแบบการดำเนินชีวิต, สินค้าทางวัฒนธรรม, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, ประเทศเกาหลีใต้, ผู้บริโภคหญิง

Abstract

This research aimed to study the lifestyle factors relating to Korean cultural goods affecting travelling behaviors to South Korea among female consumers. This research was used consisting of qualitative research by in-depth interview of 20 samples. The results could be explained that lifestyles factors relating to Korean cultural goods including activities, interests and opinions of female consumers affect travelling behaviors to South Korea because cultural goods affect to mind and consumption endless. As a result, cultural goods have contributed lots of social impacts stimulating female consumers' needs for travelling to South Korea.

Keywords: Lifestyle, Cultural goods, Travelling behaviors, South Korea, Female consumers

บทนำ

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ากระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมอย่างท่วมท้นในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นละครทีวี ภาพยนตร์ เพลงป๊อปรวมทั้งดารานักร้องวัฒนธรรมเกาหลี สามารถครองใจและมีอิทธิพลต่อผู้คนในประเทศต่างๆแถบเอเชีย ตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้อย่างมหาศาล

กระแสเกาหลีที่เข้ามาสู่ประเทศไทยได้ คือ ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ หรือที่คนไทยรู้จักกันในชื่อ ซีรีส์เกาหลี ซึ่งซีรีส์เกาหลีนี้จัดได้ว่าเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรมของประเทศเกาหลีที่ถูกถ่ายทอดออกมาได้อย่างสวยงามผ่านตัวละครและสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศเนื้อหาอิงประวัติศาสตร์เกาหลี จนกลายเป็นจุดที่สร้างอิทธิพลต่อความชื่นชมต่อประเทศและวัฒนธรรมเกาหลี นอกจากซีรีส์เกาหลีแล้ว กระแสเกาฬียังสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมอื่น ๆ อีก ทั้งในตุ๊กตา ฟิลิปิน เครื่องสำอาง เสื้อผ้า อาหาร ได้เข้ามาสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มี

ความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคหญิงกระแสเกาหลีได้นำไปสู่ความนิยมเกาหลี ทั้งตัวผู้คนชาวเกาหลี สินค้าประเภทต่าง ๆ แฟชั่นการแต่งกาย อาหาร ภาษา รวมทั้งความสนใจในวัฒนธรรม และกลายเป็นค่านิยมของคนรุ่นใหม่ทั่วโลกและก่อให้เกิดสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคหญิงทั้งทางด้านกิจกรรม ความสนใจ และทัศนคติ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเกาหลี อาทิ ธุรกิจด้านอาหาร ธุรกิจบันเทิง ธุรกิจเกี่ยวกับความสวยความงาม เกิดขึ้นอย่างมากมาย รวมไปถึงธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลี

ธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลีเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ เพราะเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่ถูกเปลี่ยนให้มาอยู่ในรูปแบบของสินค้าที่เข้ามาสู่รูปแบบการดำเนินของผู้บริโภคหญิง ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลีได้รับความนิยมและเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็วผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจนำเที่ยวไปประเทศเกาหลีให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคหญิงที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ของผู้บริโภคหญิง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ของผู้บริโภคหญิง
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ของผู้บริโภคหญิง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี และเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี และเคยไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลี จำนวน 20 คน โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี เช่น งานคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศไทย เป็นต้น

วิธีวิจัย การวิจัยนี้เป็นวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้เท่านั้น

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้ ศึกษาจากการสัมภาษณ์ หรือ interview guide โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) และทำการจดบันทึกรายละเอียดและอาศัยแถบบันทึกเสียงในขณะที่สัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไปโดยมีตัวอย่างคำถามในการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1. ในชีวิตประจำวันคุณมีกิจกรรมใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกาหลี
2. คุณเริ่มมีความสนใจในสินค้าเกาหลีเมื่อใด
3. สิ่งที่ทำให้คุณสนใจในประเทศเกาหลีมีอะไรบ้าง เพราะอะไร
4. คุณคิดว่าสินค้าเกาหลีมีความแตกต่างและโดดเด่นจากสินค้าแบรนด์อื่น ๆ อย่างไรบ้าง
5. สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้
6. คุณประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้หรือไม่ เพราะอะไร
7. คุณคิดที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้อีกหรือไม่ เพราะอะไร เป็นต้น

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนตุลาคมและผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ ในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาเท่านั้น

ผลจากการวิจัย

1. ผลการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคหญิงที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิงพบว่าผู้บริโภคหญิงที่ทำการสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี และ โดยผู้บริโภคมีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี และส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ประจำ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มาแล้ว 1 ครั้ง โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพื่อต้องการพักผ่อนหย่อนใจ

“ไปเกาหลีตอนช่วงเดือนมีนาคม อยากไปพักผ่อนเพราะช่วงปีใหม่ก็ไม่ได้ไปเที่ยวที่ไหนคนก็เยอะ เลยขอลาหยุดช่วงมีนาคมแทน อยากลองไปเกาหลีซักครั้ง ราคาทัวร์ก็ไม่แพงนะประมาณหมื่นแก้ว ก็โอเคนะไม่แพงมาก” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 26 ปี)

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ประกอบด้วย ด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิงซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้านหลักคือ

2.1 ด้านความสนใจ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงเริ่มรู้จักและสนใจในประเทศเกาหลีประมาณ 3-4 ปีที่แล้ว จากซีรีส์เกาหลีที่ฉายทางช่องฟรีทีวีและจากกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลี โดยสิ่งที่ดึงดูดผู้บริโภคให้ติดตามและสนใจในประเทศเกาหลี คือ ความสนุกของซีรีส์ และรูปลักษณ์ของศิลปินที่มีหน้าตาและบุคลิกดี ซึ่งเป็นช่วงที่กระแสวัฒนธรรมเกาหลีกำลังได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในประเทศไทย

“เริ่มรู้จักประเทศเกาหลีประมาณช่วงที่เรียนปริญญาตรี ประมาณปี 3 ได้ ก็เริ่มติดตามดูซีรีส์เกาหลีแล้ว พอดูแล้วก็ติด รู้สึก” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 25 ปี)

“เมื่อประมาณ 3 ปีได้ เห็นนักร้องเกาหลีแล้วชอบอะ หล่อ หน้าตาดี” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 24 ปี)

2.2 ด้านกิจกรรม

เมื่อผู้บริโภคหญิงได้เริ่มมีความสนใจในประเทศเกาหลีผ่านการดูซีรีส์ และผ่านทางกลุ่มศิลปินนักร้องที่เข้ามาสู่ประเทศไทย ทำให้ผู้บริโภคหญิงกลุ่มนี้เกิดความชื่นชอบสิ่งที่เกี่ยวข้องกับประเทศเกาหลีมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการติดตามซีรีส์เกาหลีเรื่องอื่น ๆ การติดตามกลุ่มศิลปินนักร้อง ทำให้หันมาฟังเพลงเกาหลีมากยิ่งขึ้น จนทำให้กลายมาเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกาหลีมากยิ่งขึ้น เช่น การเริ่มสะสมเครื่องสำอางเกาหลี การซื้อซีดี ดีวีดีเพลง คอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี การเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีที่ปัจจุบันได้เข้ามาจัดแสดงในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนความสนใจในอาหารเกาหลีมากยิ่งขึ้นที่เป็นสิ่งแปลกใหม่และอยากที่จะลองรับประทานอาหารเกาหลี

“พอเริ่มดูซีรีส์เกาหลีก็เริ่มติด มันสนุกมาก พอดูตอนแรกแล้วมีตัวอย่างตอนตอนไปก็อยากดูอีก คราวนี้เลยกลายเป็นติดซีรีส์เกาหลีไปเลย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 32 ปี)

“ดาราเกาหลีเขาเล่นเก่งจริง ๆ นะ ดูแล้วก็อินบางทีดูแล้วก็ร้องไห้ตามเลย ที่สำคัญพระเอกหล่อมาก นางเอกก็น่ารัก ป้ายอนบินมาก ติดตามดูแทบทุกเรื่องเลย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 38 ปี)

“รายการวาไรตี้เกาหลีหรือซีรีส์เกาหลี จะชอบมีฉากทำอาหารไม่มีอาหารที่ดูน่ากินๆ มาให้ดูตลอดเลย พอดูแล้วก็อยากจะทำดูอะ เห็นในทีวีดูน่ากินมากเลยอะ เราชอบตอกโบกกับข้าวยำเกาหลีนะ เคยไปกินที่เกาหลีก็อร่อยดีนะ” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 27 ปี)

“เราชอบซูเปอร์จูเนียร์และตามมาตั้งแต่ปี 2009 เวลาที่มีคอนเสิร์ตที่ไทยเราก็จะไปดูทุกครั้งไม่พลาดเลย รู้สึกว่าเค้ามีความเป็นธรรมชาติไม่เหมือนใคร และมีความสามารถรอบตัว” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 22 ปี)

2.3 ด้านความคิดเห็น

เมื่อถามความคิดเห็นที่มีต่อสินค้าเกาหลีแล้ว ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้บริโภคน้องจะมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าเกาหลีไม่ว่าจะเป็นด้านสุขภาพและความงาม อย่างเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ด้านบันเทิง เช่น การแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี คุณภาพของซีดีเพลงเกาหลี และอาหารเกาหลี

“เราก็ใช้อายไลน์เนอร์ของ ETUDE อยู่นะ มันก็ใช้ดีนะ ราคาถูกด้วย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 26 ปี)

“Packaging ของเครื่องสำอางเกาหลีน่ารัก น่าใช้มาก เหมาะกับเราที่ยังเป็นวัยรุ่นอยู่ แล้วหยิบขึ้นมาใช้แล้วเหมาะกับเราดี ลองคิดถึงหยิบเครื่องสำอางอย่างพวกของ Chanel ขึ้นมาใช้แล้วดูแบบอู๊ยย! เก๋อะ” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 20 ปี)

“อย่างพวกอัลบั้มเพลง นิตยสารถ้าเราชอบก็จะซื้อนะ แต่จะสั่งที่มาจากประเทศเกาหลีมากกว่าซื้อของลิขสิทธิ์ในประเทศไทย มันแตกต่างกันจริง ๆ นะ ถ้าเป็นของเกาหลีจะดีไซ์โอเคสวยเลย ดูแล้วมันมีคุณภาพมากกว่า แม้จะแพงกว่าแต่ก็คุ้มกับเงินที่เราเสียไป” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 28 ปี)

“เราก็ไม่ค่อยชอบอาหารเกาหลีนะแต่ถ้าเป็นพวกปิ้งย่างก็โอเค เนื้อเกาหลีอร่อยจริง ๆ รสชาติใช้ได้เลย เนื้อก็ให้เยอะ ไม่ได้มาเป็นแบบแผ่นบาง ๆ” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 25 ปี)

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคน้องสำหรับทางด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้บริโภคน้องนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์จะเคยเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีมาแล้ว 1 ครั้ง ซึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้จะมาจาก การดูซีรีส์เกาหลีเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเนื้อหาที่น่าติดตามของซีรีส์ การนำเสนอภาพความสวยงามของธรรมชาติที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์เกาหลี ทั้งภูมิประเทศ ภูมิอากาศที่มีหนาวเย็นและมีหิมะปกคลุมในช่วงฤดูหนาว

“ซีรีส์เกาหลีมีความแตกต่างจากละครทั่วไปที่เคยดู ในด้านวิธีการทำเสนอมันจะมีเนื้อเรื่องที่เข้มข้นน่าติดตาม ดูแล้วไม่เบื่อ ภาพสวย แสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ ดูแล้วอยากจะไปสัมผัสด้วยตัวเองซักครั้ง” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 25 ปี)

“พระเอกหล่อ นางเอกก็สวย ชอบเนื้อเรื่องกับเครื่องแต่งกายที่เป็นชุดวัฒนธรรมของเกาหลีมาก วิวก็สวย อยากจะลองไปสถานที่ที่อยู่ในซีรีส์ดูว่าจะสวยเหมือนที่เห็นหรือเปล่า” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 24 ปี)

เมื่อถามถึงความประทับใจจากการไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แล้ว พบว่า ผู้บริโภคน้องส่วนใหญ่จะประทับใจในสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์ รวมถึงภูมิอากาศที่หนาวเย็น ซึ่งผู้บริโภคน้องมักจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีในช่วงปลายปี ซึ่งเป็นช่วงที่มีหิมะตก

“อากาศดีมาก เย็นสบาย ป้าชอบอากาศเย็น แล้วได้ไปสกีรีสอร์ทที่มีหิมะเต็มไปหมด สวยมากเลย ซึ่งถ้าอยู่ที่ไทยก็คงจะไม่ได้เห็นอะไรแบบนี้” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 60 ปี)

“ได้ซื้อปิ้งซื้อเครื่องสำอาง ของแถมก็ได้เยอะด้วย อากาศก็เย็น วิวก็สวย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 25 ปี)

จากการสัมภาษณ์แสดงให้เห็นผู้บริโภคน้องที่เคยไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้ล้วนมีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้บริโภคน้องส่วนใหญ่ต้องการที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง โดยให้เหตุผลที่ว่า

“อยากไปเที่ยวด้วยตัวเองกับเพื่อน ๆ ที่ชอบเกาหลีเหมือนกัน คงจะได้สนุกไปอีกแบบ ที่สำคัญอยากจะไปดูคอนเสิร์ตที่ประเทศเกาหลีกับเพื่อน ๆ ด้วยกัน” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 26 ปี)

“ถ้ามีโอกาสก็อยากจะไปเองดู ที่ไม่ใช่ช่วงหน้าหนาว จะได้เดินช้อปปิ้งได้ทั่วไม่หนาวมากและมีเวลาเรื่อย ๆ ไม่ต้องจำกัดเวลาเดินช้อปปิ้งเหมือนเวลาไปทัวร์” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคน้องอายุ 30 ปี)

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคหญิงที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีช่วงอายุ 21-30 ปี จะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นช่วงที่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่ เปิดรับสื่อต่าง ๆ ได้รวดเร็ว โดยสื่อที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีคือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ธันส์ เกษมไชยานันท์, 2544) กล่าวว่า บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อย และบุคคลที่มีอายุน้อยจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารเปลี่ยนไปเมื่อตนเองมีอายุมากขึ้น ในประเด็นนี้ ปริมาณและแบบแผนการใช้สื่อจะสัมพันธ์กับช่วงชีวิตที่เปลี่ยนไป เนื่องจากในแต่ละช่วงชีวิต คนเราจะเปลี่ยนสถานที่ที่ใช้เวลาอยู่เป็นส่วนใหญ่ เช่น เด็กเล็กต้องอยู่ในบ้าน วัยรุ่นอยู่กับกลุ่มเพื่อน หรือในโรงเรียน ผู้ใหญ่อยู่นอกบ้านหรือที่ทำงาน เป็นต้น แบบแผนการใช้เวลาเปลี่ยนไป เช่น เด็กเล็กจะเล่นและว่างเป็นหลัก ในขณะที่ผู้ใหญ่จะทำงานและมีเวลว่างเป็นส่วนน้อย

ซึ่งสำหรับวัยผู้ใหญ่แล้วจะได้มีเวลาไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้กับเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่จะมีการรวมกลุ่มจัดการท่องเที่ยวในช่วงปลายที่ซึ่งเป็นช่วงหยุดยาว เพื่อเป็นรางวัลให้กับชีวิตในการทำงานหนักมาตลอดปี

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงนั้นจะมีสถานภาพโสด ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้มีการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ได้อย่างอิสระ ไม่มีสิ่งที่จะต้องคอยห่วงและเป็นกังวลหากต้องเดินทางไปต่างประเทศเป็นเวลาหลายวัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของผู้ (สุธัญญาสุทธิศิริกุล, 2551) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงมีสถานภาพโสดอีกทั้งด้านระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคหญิงจะมีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จะมีการศึกษาพิจารณาในการตัดสินใจเลือกแพคเกจทัวร์ โดยจะมีการศึกษาให้ละเอียดและรอบคอบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (อดุลย์ ต้นประยูร, 2526) กล่าวว่า การศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้คนมีการเรียนรู้เข้าใจในเรื่องต่าง ๆ ได้ดี และเมื่อบุคคลนั้นมีความรู้ย่อมจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ โดยมีผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมเลือกซื้อและใช้บริการแตกต่างกันไปตามระดับความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ

จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงประกอบอาชีพ อาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน ส่วนใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยวคือ ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากการเหนื่อยล้าในการทำงานมาตลอด และต้องการมีเวลาหยุดติดต่อกัน จึงทำให้ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเพราะไม่ต้องเหนื่อยในการจองที่พัก หาเส้นทางการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งผู้บริโภคนั้นมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท ซึ่งปัจจุบันการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวก็จะมีราคาไม่แพงมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นที่มีลักษณะภูมิอากาศที่คล้ายคลึงกับประเทศเกาหลี ที่มีอากาศหนาวเย็นและมีหิมะตก ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคอยากจะเห็นและได้ไปสัมผัส ซึ่งราคาทัวร์นั้นจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลที่ประเทศเกาหลี สายการบิน โดยราคาทัวร์มีเริ่มตั้งแต่หมื่นต้น ๆ ไปถึง 3 หมื่นกว่า จึงทำให้ผู้บริโภคสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ได้มากขึ้น

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วย ด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

จากการศึกษา พบว่า ก่อนการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในครั้งแรกนั้น ผู้บริโภคมีความสนใจในประเทศเกาหลีใต้จากการดูซีรีส์เกาหลีและจากศิลปินเกาหลีได้เข้ามาสู่ประเทศไทย กล่าวได้ว่าช่วงนั้นเป็นช่วงเกาหลีฟีเวอร์ กระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมจากผู้คนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะบริโภคหญิง ที่มีความสนใจกับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความสนใจจากกลุ่มศิลปินเกาหลี นักแสดงเกาหลีจากในซีรีส์ เนื่องจาก

กลุ่มศิลปินมีรูปลักษณ์หน้าตาที่ดี เป็นที่ดึงดูดผู้บริโภครวมถึงเป็นอย่างมากอีกทั้งทางด้านซีรียเกาหลีก้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความนิยมในประเทศเกาหลีได้จากผู้บริโภครวม ด้วยความสนุก ความน่าติดตามของเนื้อเรื่อง การทำเสนอสถานที่สำคัญต่าง ๆ ที่มีความสวยงามของธรรมชาติ และอากาศที่หนาวเย็น รวมถึงตัวละครที่มีบุคลิกหน้าตาดี การแต่งกายที่ทันสมัย เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคมีความสนใจในประเทศเกาหลีได้มากยิ่งขึ้น ความสนใจดังกล่าวได้เข้ามา จนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้บริโภครวม ที่อยู่ในรูปแบบของสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ไม่ว่าจะเป็น เครื่องสำอาง ซีดี เพลง นิตยสารต่าง ๆ อาหารเกาหลี รวมไปถึงการเข้าร่วมชมการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีที่เข้ามาจัดการแสดงในประเทศไทยมากขึ้นในทุก ๆ ปี รวมไปถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ผนทิพย์ บารมีรัตนชัย (2551: บทคัดย่อ) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลีมีเห็นด้วยกับเรื่องหลังจากดูละครเกาหลีแล้วทำให้ท่านอยากไปเที่ยวเกาหลี อยู่ในระดับมากที่สุด และความประทับใจในละครที่มีผลต่อการตัดสินใจไปเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ยังไม่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ในด้านความคิดเห็น เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ผู้บริโภครวมส่วนใหญ่เห็นว่า สินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีในเกี่ยวกับเครื่องสำอางนั้น มีราคาถูก คุณภาพดี บรรจุภัณฑ์น่ารัก ทำให้รู้สึกอยากใช้ ด้านซีรียเกาหลีก้ เห็นว่า มีเนื้อเรื่องที่สนุก ภาพสวย และด้านอาหารผู้บริโภครวมส่วนใหญ่เห็นว่า อาหารปิ้งย่างเกาหลีที่เคยได้มีประสบการณ์ไปลองกินที่ประเทศเกาหลีมีรสชาติอร่อย จากความคิดเห็นของผู้บริโภครวมที่มีต่อสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีล้วนเป็นไปในแง่บวก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2550) พบว่า ผู้ร่วมสนทนาทั้งหมดรับรู้จดจำได้ และคุ้นเคยกับประเทศเกาหลี รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศเกาหลี และการท่องเที่ยวเกาหลีด้วยรวมถึงสอดคล้องกับบทความของ ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์, 2552) ที่ได้พูดถึงกระแสเกาหลีว่า คลื่นกระแสเกาหลีที่สามารถรุกเข้ามาสู่ประเทศไทยได้ คือ ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ หรือที่คนไทยรู้จักกันเป็นอย่างดีในชื่อ ซีรียเกาหลีก้ นับแต่ละครเกาหลีเรื่องแรก Wish Upon a Star หรือ ลิขิตแห่งดวงดาว, รักนี้ชั่ววันรินดร์ หรือ Autumn in my heart, เพลงรักในสายลมหนาว Winter Love Song, แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง มาจนถึง Full House สะดุดรักที่פקใจ และ Princess Hours เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา กลายเป็นจุดที่สร้างอิทธิพลต่อความชื่นชมกระแสเกาหลี ทั้งในเนื้อเรื่อง วิถีชีวิต และตัวละคร - นางเอก ที่เป็นคนเกาหลี ได้มากกว่าสื่ออื่นๆ ทั้งทั้งทวีปเอเชียด้วยกระแสวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านภาพยนตร์ ละคร เพลง ดารานักร้อง เป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้มากขึ้น โดยเน้นการจัดสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ที่ปรากฏในภาพยนตร์/ละคร รวมไปถึงแฟชั่นการแต่งตัว/แต่งหน้า ผ่านดารานักร้องเกาหลี ทำให้เครื่องสำอางเกาหลีได้รับความนิยมในหมู่ผู้หญิง จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นนั้นของผู้บริโภครวม มีพฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น เป็นสินค้าที่มีผลกระทบต่อจิตใจและเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคที่ไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการบริโภคอย่างต่อเนื่อง สินค้าทางวัฒนธรรมนี้จึงส่งผลให้ผู้บริโภครวมเกิดความจำเป็นต้องไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jean Baudrillard กล่าวว่า สินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity) ซึ่งได้แก่ สินค้าที่เป็นผลผลิตจากงานสื่อมวลชน เป็นสินค้าที่มีผลกระทบต่อระดับจิตใจ/จิตวิญญาณ (Spiritual impact) กลยุทธ์การขายจะเข้าไปที่อารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภค สินค้าชนิดนี้ก็ไม่ใช่วัตถุที่เสพแล้วสิ้นสุดในตัวเอง หากแต่ยังเชื่อมโยงไปสู่การบริโภคสินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย (กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. 2551: 462-463)

3. ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีมาแล้ว 1 ครั้ง โดยเป็นการท่องเที่ยวลักษณะใช้บริการบริษัทนำเที่ยว มีผู้ร่วมทางคือครอบครัว และใช้ระยะเวลาในการเดินทางประมาณ 5 วัน ซึ่งสาเหตุหลักที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งแรกเนื่องจาก มีความสนใจในตัวศิลปินซีรีย์ มาก่อนจึงทำให้สนใจและอยากเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุเมณี พิรกิจ, 2549) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในทวีปเอเชียมากที่สุด โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนหย่อนใจไม่มีวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไปกับครอบครัว นอกจากนี้ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีความคิดที่อยากจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง โดยจะเลือกเดินทางจากการวางแผนด้วยตัวเอง เพราะได้ไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ตัวเองต้องการไป รวมถึงการเดินทางไปกับเพื่อนที่มีความชื่นชอบเกี่ยวกับประเทศเกาหลีเหมือนกัน

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ส่วนใหญ่เคยไปมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเกาหลีใต้ ครั้งเดียว ซึ่งส่วนใหญ่มีลักษณะการเดินทางโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง โดยจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในลักษณะวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จึงมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ควรจะนำข้อมูลไปพัฒนาปรับปรุงการวางแผนการท่องเที่ยวให้ในสถานที่ใหม่ ๆ เพื่อที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคกลับมาใช้บริการบริษัทนำเที่ยวอีกครั้ง

2. จากผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเที่ยวของผู้บริโภคหญิงเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้ประกอบการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อาจจัดวางโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น และให้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าเหล่านี้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพและ สมสุข หินวิมาน.(2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสาร
ศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ธนส์ถ์ เกษมไชยานันท์. (2544). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้อินเตอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ วส.ม (สื่อสารมวลชน). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ฝนทิพย์ บารมีรัตน์ชัย. (2551). อิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาหลีของคนในเขตกรุงเทพมหานคร.
สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2552). จุดกำเนิดกระแสเกาหลี. สืบค้นเมื่อวันที่ 9 ตุลาคม 2555, จาก
<http://www.kodhit.com/~korea/จุดกำเนิดกระแสเกาหลี>
- สุธัญญาสุทธิศิริกุล. (2551). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุเมณีพิรกิจ. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
สารนิพนธ์บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อดุลย์ ต้นประยูร. (2526). ประชากรศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์.(2550). กระบวนการเอเชียภวัตน์ของวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี (เคป๊อป): การผลิต การบริโภค
และการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย. Inter-Asia Cultural Studies, 8 (พฤศจิกายน),50.