ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ปริญญานิพนธ์

ของ

กฤตนุช ชูสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2556

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ปริญญานิพนธ์

ของ

กฤตนุช ชูสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2556

ลิขสิทธิ์เป็นของ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

บทคัดย่อ

ของ

กฤตนุช ชูสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
มีนาคม 2556

กฤตนุช ชูสกุล. (2556). *ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง*. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์: อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน.

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยอาศัยระเบียบวิธี 2 วิธี วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าสถิติร้อยละ และทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ ผลการทดสอบสมมติฐานที่ระดับความสำคัญ 0.05 พบว่า

1. ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

2. ลักษณะส่วนบุคคล ด้านสถานภาพ และ ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ และด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

3. ลักษณะส่วนบุคคล ด้านอาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลัก และด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

4. ลักษณะส่วนบุคคล ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยว ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลัก และด้านการเดินทางกลับไปเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

5. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี โดยรวมมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

6. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี โดยรวมมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

7. ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี โดยรวมมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ในส่วนงานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ผลจากวิจัยสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่วนใหญ่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับผลวิธี

วิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็น ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้คือ ทางผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทนำเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ควรให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ในการวางกลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาดของแพ็กเกจทัวร์ โปรแกรมการท่องเที่ยวต่างๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มผู้บริโภคหญิงกลุ่มนี้ เพื่อเป็นการกระตุ้นและจูงใจให้ผู้บริโภคหญิงได้เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพิ่มมากขึ้น

LIFESTYLES FACTORS RELATING TO KOREAN CULTURAL GOODS AFFECTING TRAVELLING BEHAVIORS TO SOUTH KOREA AMONG FEMALE CONSUMERS

AN ABSTRACT

BY

KRITANUCH CHUSAKUL

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Business Administrations Degree in Management
at Srinakharinwirot University
March 2013

Kritanuch Chusakul. (2013). *Lifestyles Factors Relating to Korean Cultural Goods Affecting Travelling Behaviors to South Korea among Female Consumers.* Master's thesis,M.B.A.(Management). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Dr.Thanapoom Ativetin.

The purpose of this research was aimed at studying the lifestyles factors relating to korean cultural goods affecting travelling behaviors to South Korea among female consumers. Mixed methodology was applied. For the quantitative method, questionnaires were gathered from 400 samples. The data was analyzed by percentage and chi square. The results of the hypothesis testing at statistical significance 0.05 found that

1. Age affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea.

2. Status and educational level affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea in terms of number of times travelling, kinds of travel, co-travellers, duration of travelling, preferred travelling time, and main objectives of travelling to South Korea.

3. Occupation affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea in terms of number of times travelling, kinds of travelling, co-travellers, duration of travelling, preferred travelling time, main objectives of travelling, and pleasurable activities in travelling to South Korea.

4. Monthly income affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea in terms of number of times travelling, kinds of travelling, co-travellers, duration of travelling, preferred travelling time, main objectives of travelling, and the time taken in returning to South Korea again.

5. Overall the lifestyles factors of activities relating to Korean cultural products affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea.

6. Overall the lifestyles factors of interests relating to Korean cultural products affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea.

7. Overall the lifestyles factors of opinions relating to Korean cultural products affected tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea.

For qualitative method with in-depth interviews with 20 samples could be summarized that a way of life relating to Korean cultural goods affected most tourism behavior of female consumers in travelling to South Korea. The findings confirmed the quantitative results that the lifestyles factors relating to cultural goods in terms of activities, interests and opinions affecting travelling behaviors to South Korea among female consumers.

This study suggested that tourism entrepreneurs to Korea should consider female consumers who had a way of life concerning Korean cultural products to create marketing support strategies to derive appropriate tour packages and programs to stimulate and draw more female customers to travel to Korea.

ประกาศคุณูปการ

จากสารนิพนธ์ตอนปริญญาตรีสู่การทำปริญญานิพนธ์ในการศึกษาปริญญาโท เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้วิจัยเป็นกังวลมากว่าจะผ่านไปได้ด้วยดีหรือไม่ แต่สุดท้ายแล้วปริญญานิพนธ์เล่มนี้ก็สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ซึ่งตลอดระยะเวลาในการทำปริญญานิพนธ์ผู้วิจัยได้รับการสนับสนุนทั้งกำลังกายและกำลังใจจากบุคคลรอบข้างมากมาย ซึ่งที่จะขาดไม่ได้เลยคือ ความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ ดร.ธนภูมิ อติเวทิน ประธานกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษา และได้ให้อิสระผู้วิจัยในการคิดตัดสินใจในการทำปริญญานิพนธ์ คอยรับฟังและช่วยแก้ปัญหา รวมถึงการให้ข้อเสนอแนะที่ดีในการทำปริญญานิพนธ์นี้มาโดยตลอด จนทำให้ปริญญานิพนธ์นี้ผ่านไปได้ด้วยดีผู้วิจัยกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอบพระคุณ รศ.สุพาดา สิริกุตตา และ รศ.ดร.ณักษ์ กุลิสร์ ที่ได้ให้ความกรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย และให้ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อปรับปรุงข้อบกพร่องอันเป็นประโยชน์ และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบปริญญานิพนธ์ทุกท่านที่เสียสละเวลาอันมีค่ายิ่งเพื่อให้คำปรึกษาและแนะนำในการจัดทำปริญญานิพนธ์นี้

และขอพระขอบคุณคณาจารย์โครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความรู้ทั้งทฤษฎีและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ รวมถึงขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ และบัณฑิตวิทยาลัยทุกท่าน ที่ช่วยอำนวยความสะดวก และประสานงานทุกอย่างตลอดระยะเวลาการศึกษาของผู้วิจัย

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลแก่ผู้วิจัย

ขอบคุณต่าย ที่คอยให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างมาตลอด

ขอบคุณเพื่อนสาว G7 กิ๊ฟท์ อุ้ม แก้ว ทราย โร ใหม่ สำหรับมิตรภาพที่ดีและอบอุ่นที่มีให้กันตลอด ทำให้ระยะเวลาการเรียนปริญญาโทเป็นช่วงเวลาที่ดีและมีความสุข

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณพ่อ แม่ ที่คอยสนับสนุนด้านการเรียนทั้งกำลังกายและกำลังใจที่ดีให้กับผู้วิจัยตลอดมา

กฤตนุช ชูสกุล

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	**บทนำ**	1
	ภูมิหลัง	1
	ความมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ความสำคัญของการวิจัย	4
	ขอบเขตของการวิจัย	4
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ	4
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ	5
	ตัวแปรที่ศึกษา	5
	นิยามศัพท์เฉพาะ	6
	กรอบแนวคิดในการวิจัย	8
	สมมติฐานในการวิจัย	9
2	**เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**	10
	แนวคิดสินค้าทางวัฒนธรรม	10
	แนวคิดทฤษฎีทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)	12
	แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	16
	ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้	18
	แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว	22
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	25
3	**วิธีการดำเนินการศึกษาและค้นคว้า**	30
	วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ	30
	การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง	30
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	31
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	34
	การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	35
	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	36
	วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ	37
	การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	37
	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	38
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	39
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	39
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	40
การเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพ	193
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	205
สรุปผลการศึกษาค้นคว้า	210
อภิปรายผล	218
ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	229
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	230
บรรณานุกรม	231
ภาคผนวก	234
ภาคผนวก ก	235
ภาคผนวก ข	243
ประวัติย่อผู้วิจัย	245

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	3
2	แสดงการจัดพวก AIO เพื่อศึกษาแบบการใช้ชีวิต…….....	15
3	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล…….....	40
4	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	42
5	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	43
6	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	43
7	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	44
8	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี……..	45
9	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	45
10	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี……...	46
11	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	47
12	แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี.....	47
13	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีกี่ครั้ง….....	48
14	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยส่วนใหญ่.....	48
15	แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่านโดยส่วนใหญ่.....	49

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 49

17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 50

18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 50

19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 51

20 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ท่านคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่..... 51

21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่..... 52

22 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน..... 53

23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 55

24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 56

25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 57

26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ที่..... 58

27 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 60

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
28	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้….....	61
29	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	62
30	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง.....	63
31	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	65
32	แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้……....	66
33	แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	67
34	แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	68
35	แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	69
36	แสดงทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	70

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลัก ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 71

38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้ง ที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 72

39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 73

40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 74

41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลา ที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 75

42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลา ที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 76

43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลัก ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 77

44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 78

45 แสดงความทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการ ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้..... 79

46 แสดงความทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทาง ท่องเที่ยวประเทศเกาหลี..... 80

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
47	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	82
48	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	83
49	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	84
50	แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	85
51	แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้.....	87
52	แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	88
53	แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	89
54	แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	90
55	ความความทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้.....	91

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

56 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 92

57 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 93

58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 94

59 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 95

60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 97

61 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 98

62 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 99

63 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 100

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

64 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 102

65 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 103

66 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 104

67 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 105

68 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี..... 107

69 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 108

70 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 109

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

71 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 110

72 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 112

73 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 113

74 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 114

75 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 115

76 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 117

77 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี..... 118

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

78 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 119

79 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 120

80 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลัก ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 121

81 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุด ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 123

82 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 124

83 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทาง ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 125

84 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 126

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

85 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 127

86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 128

87 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 130

88 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 131

89 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 132

90 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 133

91 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 135

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

92 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 136

93 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 137

94 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี..... 138

95 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 139

96 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 140

97 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 142

98 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 143

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

99 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 144

100 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 145

101 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 146

102 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 147

103 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี..... 148

104 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 150

105 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 151

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

106 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 152

107 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 153

108 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 154

109 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 156

110 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 157

111 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 158

112 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 159

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

113 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 161

114 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 162

115 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 163

116 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 165

117 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ 166

118 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 167

119 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 168

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

120 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี..... 170

121 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 171

122 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 173

123 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 174

124 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 175

125 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 177

126 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 178

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

127 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้..... 180

128 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 181

129 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 182

130 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 183

131 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 184

132 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 186

133 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 187

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง **หน้า**

134 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต
ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรม
การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไป
ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง..... 188
135 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิต
ด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรม
การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่น
เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้..... 190
136 แสดงสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิง 20 คน
จากการสัมภาษณ์เชิงลึก..... 191

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ **หน้า**

1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย..... 8

2 แสดงการจำแนกประเภทของวัฒนธรรม..... 11

3 แสดงแบบของการใช้ชีวิตกับอิทธิพลต่อพฤติกรรม..... 13

บทที่ 1
บทนำ

ภูมิหลัง

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่ากระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมอย่างท่วมท้นในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น ละครทีวี ภาพยนตร์ เพลงป๊อบ รวมทั้งดารานักร้องวัฒนธรรมเกาหลีสามารถครองใจและมีอิทธิพลต่อผู้คนในประเทศต่างๆแถบเอเชียตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้อย่างมหาศาล

ตั้งแต่หลังสงครามเกาหลีประเทศเกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมของตัวเอง เพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในชาติและป้องกันตัวเองไม่ให้เป็นตกเป็นเหยื่อของวัฒนธรรมของต่างชาติ รัฐบาลได้เพิ่มการส่งเสริมทางด้านศิลปะทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย พร้อมวางแนวนโยบายแผนหลักทางวัฒนธรรม 10 ปี โดยเน้นวัฒนธรรมเพื่อปวงชนทั้งมวล เมื่อเข้าสู่ปี ค.ศ. 1993 รัฐบาลเปลี่ยนบทบาทใหม่เป็นการส่งเสริมมากกว่าการควบคุม ด้วยเห็นว่าวัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. 2552: ออนไลน์)

จนถึงปี ค.ศ. 1998 รัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น โดยได้กำหนดแผนที่มีชื่อว่า Korean 2010: Culture. Creativity and Content ส่งเสริมให้เอกชนลงทุนด้านจัดการศึกษาวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อสร้างองค์ความรู้และบุคลากรรองรับความเติบโตของธุรกิจบันเทิงต่อมาในปี ค.ศ. 2002 เกาหลีก็ได้ตั้งสำนักงาน Korea Culture and Content Agncy เพื่อส่งเสริมการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม ทั้งภาพยนตร์ แอนิเมชั่น การ์ตูน เกมส์ ละครโทรทัศน์ ดนตรี การแสดง ฯลฯ (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. 2552: ออนไลน์)

กระแสเกาหลีที่เข้ามาสู่ประเทศไทยได้ คือ ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ หรือที่คนไทยรู้จักกันในชื่อ ซีรีย์เกาหลี ซึ่งซีรีย์เกาหลีนี้จัดได้ว่าเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง ที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบวิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรมของประเทศเกาหลีที่ถูกถ่ายทอดออกมาได้อย่างสวยงามผ่านตัวละครและสถานที่ต่างๆในประเทศ เนื้อหาอิงประวัติศาสตร์เกาหลี จนกลายเป็นจุดที่สร้างอิทธิพลต่อความชื่นชมต่อประเทศและวัฒนธรรมเกาหลี นอกจากซีรีย์เกาหลีแล้ว กระแสเกาหลียังสร้างสินค้าทางวัฒนธรรมอื่นๆอีก ทั้งในตัวดารา ศิลปิน เครื่องสำอาง เสื้อผ้า อาหาร ได้เข้ามาสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคหญิง

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

โดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้ทำการศึกษาเรื่องกระแสซีรี่ส์ละครเกาหลียอดฮิต : กระตุ้นทัวร์ตามรอยละคร พบว่า ประเทศเกาหลีประสบความสำเร็จอย่างมากในการใช้ภาพยนตร์โทรทัศน์ยอดนิยมในประเทศแถบเอเชีย อาทิ ซีรี่ส์ละครทีวีเรื่องรักนี้ชั่วนิรันดร์ (Autumn in My Heart),เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Love Song),สะดุดรัก..ที่พักใจ (Full House) และแดจังกึม ..จอมนางแห่งวังหลวง (Jewel in The Palace….Dae-Jang-Geum) ขยายตลาดแฟนละครเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่ซบเซาลงในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจให้กลับฟื้นขึ้นมาอีกครั้งได้ในปี 2004 นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติใน 4 ฤดูของเกาหลี และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ รวมทั้งย่านช็อปปิ้งที่มีชื่อเสียง ซึ่งเป็นแม่เหล็กสำคัญดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าประเทศเกาหลีใต้แล้ว ในปัจจุบันกระแสความนิยมละครเกาหลียอดฮิตในเอเชีย ประกอบกับการสนับสนุนขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ร่วมกับพันธมิตรในธุรกิจท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวเกาหลีใต้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยครอบคลุมตลาดแฟนละคร คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางไปสัมผัสฉากในละครดังที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวในเส้นทางตามรอยความประทับใจจากละคร (Drama Tour) ดังกล่าว ทำให้แพ็กเกจนำเที่ยวเกาหลีใต้ควบคู่กับรายการนำเที่ยวตามรอยละครเกาหลียอดฮิตเรื่องต่างๆได้รับความนิยมมากขึ้นในเอเชีย

Drama Tour ดังกล่าวมีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดท่องเที่ยวเกาหลีใต้ในแถบเอเชีย ซึ่งรวมทั้งตลาดนักท่องเที่ยวคนไทย โดยพิจารณาจากสถิติคนไทยเดินทางไปต่างประเทศ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า เกาหลีเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับ 8 ของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศ โดยมีคนไทยเดินทางไปยังประเทศเกาหลีใต้รวมทั้งสิ้น 68,402 คนในปี 2004 เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.2 สำหรับในปี 2005 ช่วงครึ่งปีแรกมีคนไทยเดินทางไปเที่ยวเกาหลีใต้สูงถึง 47,795 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.3 จากปี 2004 ช่วงเดียวกัน และคาดว่าโดยรวมตลอดทั้งปี 2005 จะมีคนไทยเดินทางไปเที่ยวเกาหลีใต้รวมทั้งสิ้นประมาณเกือบ 90,000 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 รวมถึงคาดว่าโดยรวมทั้งปี 2006 จะมีคนไทยเดินทางไปเที่ยวเกาหลีใต้รวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 110,000 คนเพิ่มขึ้นร้อยละ 24 จากปี 2005 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2549: ออนไลน์)

ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ จะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่านักท่องเที่ยวชายดูได้จากสถิตินักท่องเที่ยวที่เก็บรวบรวมโดย Korea Tourism Organization ซึ่งสามารถสรุปออกมาได้ดังต่อไปนี้ (Korea Tourism Organization. 2011: Online)

ตาราง 1 แสดงสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

	นักท่องเที่ยวชาย	นักท่องเที่ยวหญิง
ปี พ.ศ. 2554	101,613	158,942
ปี พ.ศ. 2553	86,146	131,131
ปี พ.ศ. 2552	65,694	88,742
ปี พ.ศ. 2551	55,415	61,796

จากตารางจะเห็นได้ว่าในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพิ่มมากขึ้นทุกๆปี โดยนักท่องเที่ยวหญิงจะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวชายในทุกปีเช่นกัน ดังนั้น กลุ่มผู้บริโภคหญิงจึงเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจในการทำวิจัยครั้งนี้

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้นั้น จะมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ที่อยู่ในซีรีย์เกาหลีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเน้นบรรยากาศของธรรมชาติที่แตกต่างกันไปในแต่ละฤดู รวมไปถึงวัฒนธรรมด้านต่างๆ เช่น อาหาร การแต่งกาย วัฒนธรรมประเพณี ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดึงดูดผู้ที่ชื่นชอบเกาหลีให้เกิดการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มากขึ้น จึงส่งผลให้เกิดธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้นธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลีเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ เพราะเป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจากกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่ถูกเปลี่ยนให้มาอยู่ในรูปแบบของสินค้าที่เข้ามาสู่รูปแบบการดำเนินของผู้บริโภคหญิง ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลีได้รับความนิยมและเกิดการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจนำเที่ยวไปประเทศเกาหลีใต้ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ของผู้บริโภคหญิงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วยด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ความสำคัญของการวิจัย

1. จากผลวิจัยทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการจะปรับปรุง พัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่สามารถนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการค้นคว้า และนำไปต่อยอดในการทำวิจัยเรื่องอื่นๆ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มุ่งถึงการวิจัยปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online survey) คือแบบสอบถามที่สามารถใช้งานบนอินเทอร์เน็ตได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้ามาตอบได้ด้วยตนเองผ่านหน้าเว็บไซต์ได้ ข้อมูลที่ผู้ตอบได้ตอบมานั้นจะถูกจัดเก็บโดยระบบเพื่อให้ผู้สร้างแบบสอบถามสามารถเข้ามาดูผลของการตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ได้เช่นกัน โดยที่การสร้างหรือการตอบนั้นผู้ใช้งานไม่ต้องมีการติดตั้งซอฟต์แวร์ใดๆ เพิ่มเติม (SurveyCan. 2555: ออนไลน์) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงได้ใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของกัลยา วานิชย์บัญชา (2550: 25) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีวิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

สูตร $n = Z^2/4E^2$

ในที่นี้ $Z_{1-a/2} = Z_{.975}$, $E = 0.05$

$n = \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} = 384.16$ นั่นคือควรเลือกตัวอย่างจำนวน 385 คน

ดังนั้น ตัวอย่างจากการคำนวณ 385 คน ผู้วิจัยได้เพิ่ม 5% ทำการสำรองไว้รวมเป็น 400 คน การเลือกตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างจากแหล่งต่อไปนี้ คือ

1.เลือกเว็บไซด์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสเกาหลีในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น www.pantip.com, www.pingbook.com, www.kimhyunjoonhthailand.com, www.bigbangthailand.com เป็นต้น

2.ผู้ที่เข้าร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี เช่น งานแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศไทย

โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคหญิงที่มีความสนใจในสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

ศึกษาจากการสัมภาษณ์โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลี จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยผู้วิจัยเป็นออกเป็น 2 กลุ่มๆละเท่าๆกัน กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้บริโภคหญิงที่มีความชื่นชอบในประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คนและอีกกลุ่มคือผู้บริโภคหญิงที่ไม่ชื่นชอบประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี เช่น งานแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศไทย เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการอภิปรายผล ให้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่
   - 1.1 ลักษณะส่วนบุคคล
     - 1.1.1 อายุ
       - 1.1.1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี
       - 1.1.1.2 21 – 30 ปี
       - 1.1.1.3 31 – 40 ปี
       - 1.1.1.4 41 – 50 ปี
       - 1.1.1.5 51 ปีขึ้นไป
     - 1.1.2 สถานภาพ
       - 1.1.2.1 โสด
       - 1.1.2.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน

1.1.2.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

1.1.3 ระดับการศึกษา

1.1.3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี

1.1.3.2 ปริญญาตรี

1.1.3.3 สูงกว่าปริญญาตรี

1.1.4 อาชีพ

1.1.4.1 นักเรียน/นักศึกษา

1.1.4.2 ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เป็นต้น

1.1.4.3 ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ

1.1.4.4 อื่นๆ โปรดระบุ...

1.1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.1.5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

1.1.5.2 10,001 – 20,000 บาท

1.1.5.3 20,001 – 30,000 บาท

1.1.5.4 30,001 บาทขึ้นไป

1.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม

1.2.1 หมวดสุขภาพและความงาม

1.2.2 หมวดบันเทิงและเทคโนโลยี

1.2.3 หมวดอาหารและการบริโภค

1.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ

1.3.1 หมวดสุขภาพและความงาม

1.3.2 หมวดบันเทิงและเทคโนโลยี

1.3.3 หมวดอาหารและการบริโภค

1.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น

1.4.1 หมวดสุขภาพและความงาม

1.4.2 หมวดบันเทิงและเทคโนโลยี

1.4.3 หมวดอาหารและการบริโภค

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง แบบแผนการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี ใน 3 ด้าน อันประกอบด้วย

1.1 กิจกรรม (Activities) คือ การกระทำที่แสดงออกที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีเช่น การซื้อเครื่องสำอางเกาหลี การเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี เป็นต้น

1.2 ความสนใจ (Interest) เป็นความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี อาทิ เช่น เครื่องสำอาง เสื้อผ้า ภาพยนตร์ ละคร อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ อาหาร เป็นต้น

1.3 ความคิดเห็น (Opinion) เป็นการแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภค เป็นต้น

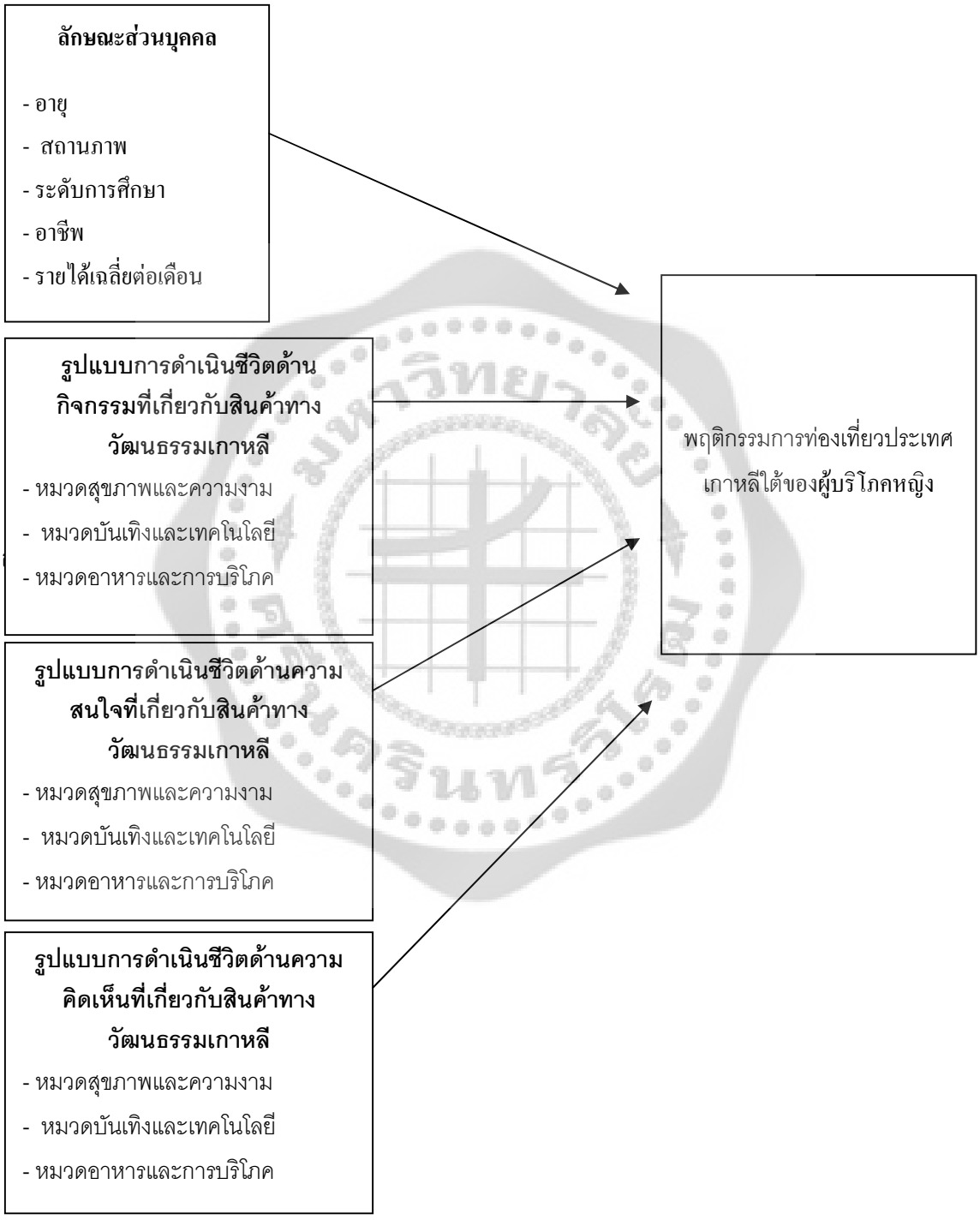
2. สินค้าวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ หมายถึง สินค้าเกาหลีใต้ในเชิงวัฒนธรรมที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก ในเรื่องคุณภาพ ราคา เช่น เพลง คอนเสิร์ต หนังใหญ่ ละครชุด หนังสือนิยาย ร้านอาหารสถานที่ท่องเที่ยว หรือสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องสำอาง

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ หมายถึง การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของผู้ที่ไปเยือน ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆในประเทศเกาหลีใต้เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจระดับหนึ่งในการเยือนยังสถานที่นั้น ๆ ประกอบด้วย จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยว ลักษณะการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง วัตถุประสงค์หลักที่สำคัญในการเดินทาง ความคิดที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง การแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

4. ผู้บริโภค คือ กลุ่มเพศหญิงที่มีกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง มีกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

2. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

3. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

4.รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลก่อนทำการวิจัย โดยศึกษาแนวคิดทฤษฎี วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดสินค้าทางวัฒนธรรม
2. แนวคิดทฤษฎีทางด้านวิถีชีวิต (Lifestyle)
3. แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้
5. แนวคิดพฤติกรรรมการท่องเที่ยว
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

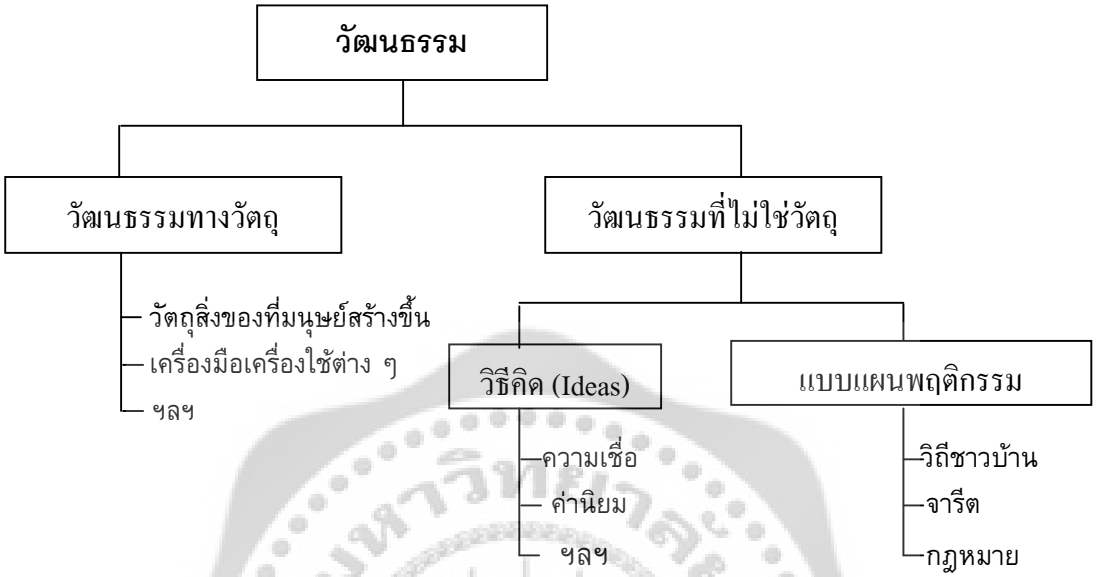
1. แนวคิดสินค้าทางวัฒนธรรม

เฌอมาลย์ ราชภัณฑารักษ์ (2545: 51) ได้อธิบายว่า ความหมายของคำว่า วัฒนธรรมตามพระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ พุทธศักราช 2485 "วัฒนธรรม" หมายถึง ลักษณะที่แสดงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบ ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีงามของประชาชน

ความหมายตามรูปศัพท์ คำว่า "วัฒนธรรม" ถอดศัพท์มาจาก "culture" ของภาษาอังกฤษ ซึ่งมี รากศัพท์มาจาก "cultura" ในภาษาละติน มีความหมายว่า การเพาะปลูกหรือการปลูกฝัง อธิบายได้ว่ามนุษย์เป็นผู้ปลูกฝังอบรมบ่มนิสัยให้เกิดความเจริญงอกงาม

ทางวิชาการสังคมศาสตร์ วัฒนธรรมมีความหมายกว้างมาก หมายความรวมถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อช่วยในการดำรงชีวิตอยู่ในโลก อาจเป็นวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นใช้สอยตลอดจนความรู้และเทคนิคต่าง ๆที่ช่วยให้มนุษย์สามารถทำเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม รวมทั้งกฎข้อบังคับความประพฤติต่าง ๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม จริยธรรม ศาสนา ความเชื่อ ศิลปหัตถกรรม เป็นต้น สิ่งที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้นมานี้ จะเป็นวัฒนธรรมได้ก็ต่อเมื่อคนส่วนใหญ่ในกลุ่มสังคมเดียวกันเห็นชอบและรับไปใช้ร่วมกัน วัฒนธรรมจึงเป็นแบบแผนชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมหนึ่ง ซึ่งคนในสังคมอื่นจะเห็นว่าดีหรือไม่ก็ตาม แต่ถ้าคนในสังคมนั้นยอมรับที่จะเป็นอยู่ด้วยชีวิตแบบนั้นแล้ว นั่นก็คือวัฒนธรรมของสังคมนั้น วัฒนธรรมในความหมายของทางวิชาการ จึงไม่เกี่ยวกับความเจริญงอกงามหรือสิ่งที่ดีงาม

ประเภทของวัฒนธรรม จำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) และ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture)



ภาพประกอบ 2 การจำแนกประเภทของวัฒนธรรม

ที่มา: เฌอมาลย์ ราชภัณฑารักษ์ . (2545). *มนุษย์กับวัฒนธรรม*. หน้า 59.

1. วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material Culture) ได้แก่ วิธีการต่าง ๆ ที่มนุษย์คิดขึ้นมาแล้วสามารถสร้างทำให้เห็นรูปร่างได้ เช่น อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค รถยนต์ เครื่องบิน เครื่องมือ เครื่องใช้ต่าง ๆ เป็นต้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมทางวัตถุเป็นการถ่ายทอดวิธีการทำอาหาร วิธีการตัดเย็บเสื้อผ้า วิธีการสร้างบ้าน วิธีการประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ ทั้งนี้เพราะวัตถุทั้งหลายย่อมเสื่อมสลายไป จะเหลืออยู่ก็แค่เพียงรูปแบบและวิธีการประดิษฐ์ ซึ่งจะถ่ายทอดไปสู่คนรุ่นต่อไป

2. วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Non-Material Culture) เป็นวิธีคิดและแบบแผนพฤติกรรมที่มนุษย์คิดขึ้นมาแล้ว ไม่สามารถสร้างทำให้เห็นเป็นรูปร่างได้ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา ความเชื่อ ค่านิยม จริยธรรม กฎหมาย เป็นต้น การถ่ายทอดวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุจึงเป็นการถ่ายทอดแนวทางแห่งความคิดและแบบอย่างการปฏิบัติ

สำหรับความหมายของสินค้า Jean Baudrillard ได้กล่าวถึงสินค้าใน 2 ลักษณะคือ สินค้าเป็นวัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดของวัฒนธรรม และได้แบ่งประเภทของสินค้าออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่

1. สินค้าแบบทั่วไป (Consumer Commodity) เป็นสินค้าที่นำมาบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้

สอยเป็นหลัก

2. สินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity) ซึ่งได้แก่ สินค้าที่เป็นผลผลิตจากงานสื่อมวลชน เป็นสินค้าที่มีผลกระทบในระดับจิตใจ/จิตวิญญาณ (Spiritual impact) เช่น สินค้าประเภท lifestyle drug (อาทิ ยาลดความอ้วน ยาเสริมสมรรถนะทางเพศ ฯลฯ) ที่กลยุทธ์การขายจะเร้าไปที่อารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคเป็นเป้าหมาย อาทิ ใช้โฆษณาสร้างและตอกย้ำความหมายว่า “อ้วนคืออุปสรรคของชีวิต” เป็นต้น ในขณะเดียวกัน สินค้าชนิดนี้ก็ไม่ใช่วัตถุที่เสพแล้วสิ้นสุดในตัวเอง หากแต่ยังเชื่อมโยงไปสู่การบริโภคสินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย เช่น การอ่านนิตยสาร แล้วโยงผู้บริโภคไปที่การเสพแฟชั่นและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่โฆษณาอยู่ในหน้านิตยสารฉบับนั้น

ยิ่งไปกว่านั้น โบดริยาร์ยังย้ำด้วยว่า สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่ขายสัญญะเป็นหลัก หรือเป็นสินค้าที่เน้นขายคุณค่า ความหมาย รสนิยม รูปแบบการดำเนินชีวิต ตัวอย่างเช่น กระเป๋าหลุยส์ วิคตอง ไม่ใช่แค่กระเป๋าถือธรรมดา แต่สำหรับคนในสังคมบริโภคกระเป๋าหลุยส์ วิคตอง ค้าเชิงสัญญะหรือสินค้าแห่งความหรูหราและความมีรสนิยมของผู้เป็นเจ้าของ (กาญจนาและสมสุข. 2551: 462-463)

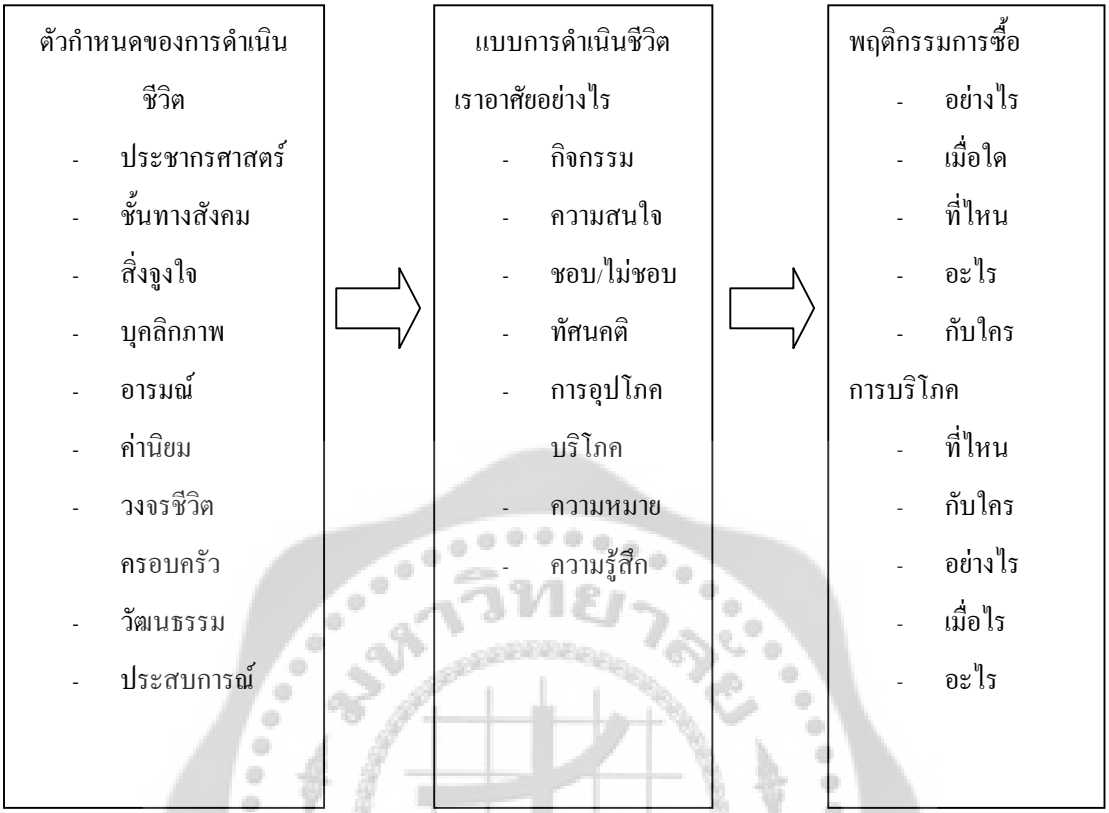
ดังนั้น สินค้าทางวัฒนธรรม จึงเป็นสินค้า ที่ผ่านการแสดงออกทางวัฒนธรรมของมนุษย์ เพราะสินค้าจะมีความสัมพันธ์กับผู้ใช้ เนื่องจากคนในแต่ละวัฒนธรรมที่มีคุณลักษณะทางเพศ อายุ ชนชั้น อาชีพ ฯลฯ จะนำเอาคุณลักษณะส่วนตัวของตนเองเข้าไปสัมพันธ์กับสินค้า

2. แนวคิดทฤษฎีทางด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

พลามเมอร์ (Plummer: 1974) แนวความคิดเรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyleconcepts) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 1963 โดย Willam Lazer ซึ่งได้ให้คำจำกัดความของรูปแบบการดำเนินชีวิตเอาไว้ว่า เป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมของวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน โดยการสร้างเป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากความต่อเนื่องของการดำเนินชีวิตในสังคม

องค์ประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต

วอล และ ไทเจร์ท (Wells; & Tigert: 1971) กล่าวถึงวิธีการศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ได้ใช้มาตรวัดลักษณะทางจิตวิทยา (Psychographics) ซึ่งเป็นวิธีการวัดเชิงปริมาณ (Quantitative) ในรูปแบบของกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น (ActivitiesInterests and Opinions: AIOs) William D. Wells and Douglas J. Tigert ได้อธิบายการวัดแบบ AIOs ไว้ว่า เป็นการวัดรูปแบบการดำเนินชีวิตในรูปของการจัดสรรเวลาต่อกิจกรรมต่างๆเรื่องที่ให้ความสนใจ หรือเอาใจใส่เป็นพิเศษ และความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล



ภาพประกอบ 3 แบบของการใช้ชีวิตกับอิทธิพลต่อพฤติกรรม

ที่มา: อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. 285.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539: 216) อธิบายว่า รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง แบบแผนการดำเนินชีวิต การใช้เวลา และการจับจ่ายในแต่ละวันของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย กิจกรรมต่างๆ(Activities) เรื่องที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ (Interest) รวมถึงความคิดเห็น (Opinion) ของกลุ่มเป้าหมายคนเราที่มาจากวัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม และอาชีพการงานเดียวกันอาจดำเนินชีวิตที่มีรูปแบบต่างกันได้ คือ แบบแผนของการดำรงชีวิตของบุคคลที่แสดงออกในทางกิจกรรม(วิธีการใช้เวลาของบุคคล) ความสนใจ (อะไรที่บุคคลรู้สึก “ชื่นใจ” ที่จะได้ทำ) และความคิดเห็น(บุคคลคิดถึงบุคคล สถานที่และสิ่งของอย่างไร) แบบของการใช้ชีวิตแสดงออกมาในรูป Psychographic หรือเทคนิคในการวัดแบบของการใช้ชีวิตและใช้จำแนกแบบของการใช้ชีวิตด้วย

1. กิจกรรม (Activities) ปฏิกิริยาที่แสดงออก จำแนกออกเป็น

1.1 การทำงาน

1.2 งานอดิเรก เช่น ปลูกต้นไม้/จัดสวน, เลี้ยงสัตว์, ทำอาหาร, สะสมสิ่งของต่างๆที่สนใจ, เล่นกล้อง ตกปลา ดำน้ำ ยิงปืน นวนิยาย/วรรณกรรม, วาดรูป, การเล่นดนตรี อื่นๆ

1.3 งานสังคม เช่น การออกสังคมในงานต่างๆ การมีส่วนร่วมในงานบริจาค หรืองาน

กาชาด

1.4 การพักผ่อน แบ่งออกเป็น

1.4.1 การพักผ่อนร่างกายได้หยุดพักหลังจากการออกกำลังกายจากการทำงาน โดยการพักหรือนอนหลับ เป็นต้น

1.4.2 การพักผ่อนจิตใจ หมายถึงการหยุดนึกคิดในเรื่องใด ๆ ที่ได้คิดเรื่องนั้นติดต่อกันมาเป็นเวลานาน เรื่องนั้นอาจเป็นการเรียนหรือเรื่องงานก็ได้ โดยการทำจิตใจให้ผ่อนคลายเพลิดเพลิน เช่น การฟังเพลง นั่งสมาธิ เล่นดนตรี หรือเล่นกีฬา การท่องเที่ยวในสถานที่ต่างประเทศและในประเทศ การดูละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การชมคอนเสิร์ต การเล่นอินเตอร์เน็ต

1.5 การทำงานในชุมชน เช่น การทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนและเพื่อนบ้านอย่างงาน

1.6 การจับจ่ายของ เช่น การซื้อสินค้าในสถานที่ต่างๆ อย่างร้านค้า ห้างสรรพสินค้า

1.7 การกีฬา

1.8 เหตุการณ์ทางสังคม

2. ความสนใจ (Interest) เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุโดยมีระดับของความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษ แบ่งออกเป็น

2.1 สนใจอาหาร

2.2 แฟชั่น

2.3 ครอบครัว

2.4 บ้าน

2.5 งานที่ทำชุมชน

2.6 สิ่งบันเทิงสื่อ

2.7ความสำเร็จจากการพักผ่อน

3. การพักผ่อนความคิดเห็น (Opinion) เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียนตอบ ที่บุคคลแสดงต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่า เช่น เชื่อในสิ่งที่บุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับจากการเลือกทางเลือกและโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก แบ่งเป็น

3.1 ความคิดเกี่ยวกับตัวเอง

3.2 เรื่องราวทางสังคมเศรษฐกิจ

3.3 สินค้า

3.4 ผลิตภัณฑ์

3.5 อนาคต

3.6 วัฒนธรรม

3.7 นวัตกรรม

นักวิจัยได้คิดค้นวิธีการวิจัย ใช้ Psychographics เป็นเทคนิคที่นักวิจัยผู้บริโภคใช้เพื่อวัดแบบของการใช้ชีวิต คำที่ใช้แทนกันคือ AIO หมายถึง การวัดกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinion) รายละเอียดมีดังนี้

A คือกิจกรรมซึ่งมีหมายถึงปฏิกริยาที่แสดงออก เช่น ดูโทรทัศน์ จ่ายของในร้านค้าหรือเล่าให้เพื่อนฟังเกี่ยวกับบริการซ่อมรถของอู่ประจำ แม้ว่าปฏิกริยานี้ใครๆ ก็เห็นอยู่แต่ก็ไม่สามารถจะเดาเหตุผลของการกระทำได้หมดและก็ไม่ใคร่จะมีใครทำการวัดเพื่อหาเหตุผลของปฏิกริยานี้

I คือ ความสนใจ เป็นความสนใจในเรื่องราว เหตุการณ์หรือวัตถุโดยมีระดับของความตื่นเต้นที่เกิดขึ้นเมื่อได้ตั้งใจติดต่อกันหรือมีความตั้งใจเป็นพิเศษกับมัน

O คือ ความคิดเห็น เป็นไปในรูปคำพูดหรือเขียน ตอบ ที่บุคคลตอบต่อสถานการณ์ที่กระตุ้นเร้าที่มีการถามคำถาม ความคิดเห็นเราใช้เพื่ออธิบายการแปลความหมาย การคาดคะเนและการประเมินค่า เช่น เชื่อในสิ่งที่บุคคลอื่นตั้งใจ ความเชื่อเกี่ยวกับเหตุการณ์ ในอนาคต ประเมินรางวัลที่จะได้รับจากการเลือกทางเลือกและโทษที่จะเป็นผลของการเลือกทางเลือก

ส่วนรูปแบบการดำรงชีวิต (Lifestyle) หมายถึง รูปแบบของการดำรงชีวิต โดยจะแสดงออกในรูปของกิจกรรม (Activity) ความสนใจ (Interest) ความคิดเห็น (Opinion) หรือ AIO

ตาราง 2 แสดงการจัดพวก AIO เพื่อศึกษาแบบการใช้ชีวิต

กิจกรรม (Activities)	ความสนใจ (Interests)	ความคิดเห็น (Opinions)
ทำงาน	ครอบครัว	คนอื่น
งานอดิเรก	บ้าน	เรื่องเกี่ยวกับสังคม
เหตุการณ์ทางสังคม	งานในอาชีพ	การเมือง
วันหยุดพักผ่อน	ชมรม	ธุรกิจ
ต้อนรับและรื่นเริง	พักผ่อน	เศรษฐศาสตร์
สมาชิกสโมสร	แฟชั่น	การศึกษา
ชมรม	อาหาร	สินค้า
จ่ายของ	สื่อต่างๆ	อนาคต
กีฬา	ความสำเร็จ	วัฒนธรรม

ที่มา : Philip Kotler.(2542) พฤติกรรมผู้บริโภค.P 232. อ้างอิงจาก Josep T.Plummer (1974)

การเปลี่ยนแปลงแบบของการใช้ชีวิต (Lifestyle Changes) เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงแบบของการใช้ชีวิต มักจะทำให้เกิดปัญหาซึ่งมีรากฐานมาจากการบริโภค และ/หรืออาจจะเกิดโอกาสที่จะทำการตัดสินใจใหม่ ปัญหานี้จะนำไปสู่กระบวนการที่มีความผันแปรและมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นแบบของการใช้ชีวิตค่อยๆเปลี่ยนแปลงและเป็นไปในรูปแบบที่บุคคลนั้นๆไม่รู้ตัว

การจำแนกผู้บริโภคลักษณะของแบบของการใช้ชีวิต สามารถจำแนกตามลักษณะได้ ดังนี้

1. ตื่นตัวกับไม่ตื่นตัว (Active V.S Passive) เช่น ผู้บริโภคเข้าร่วมในการเล่นกีฬาหรือเข้าดูคอนเสิร์ตรายการสด ส่วนแบบไม่ตื่นตัวนั้นผู้บริโภคดูโทรทัศน์หรือฟังเทปอยู่กับบ้าน

2. การโอ้อวดกับการส่วนตัว (Ostentation V.S Private) แบบแรกแสวงหาสัญลักษณ์แห่งความสำเร็จที่ปวงชนยอมรับ ซึ่งตรงข้ามกับแบบหลังแสวงหาสินค้าที่ใช้เฉพาะ

3. ครอบครัวกับอาชีพ (Family V.S Career) แบบแรกมีบุตรและใช้เวลากับกิจกรรมของครอบครัว แต่แบบหลังไม่มีบุตรและใช้เวลาเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ

4. ท้องถิ่นกับนครหลวง (Local V.S Cosmopolitan) แบบแรกเข้าร่วมกับชมรมท้องถิ่นกับแบบหลังเข้าร่วมกับโลกที่กว้างกว่า

แบบของการใช้ชีวิตบอกบางสิ่งบางอย่างมากกว่าชั้นทางสังคม หรือบุคลิกภาพของบุคคล แต่มันฉายให้เห็นภาพของการเกี่ยวกับแบบปฏิบัติของบุคคลหรือการปฏิบัติตอบต่อกันระหว่างบุคคลกับโลกที่ล้อมรอบตัวเขาการทำความเข้าใจวิธีที่ทำกิจกรรม ความสนใจร่วมกัน จะสร้างแบบของการใช้ชีวิตขึ้นและใช้เป็นหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งราคา การทำการส่งเสริมตลาดและวางกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายได้อย่างดีเลิศ ตัวอย่าง ถ้านาย ก. เลือกใช้แบบของการใช้ชีวิต “การมีส่วนร่วมด้วย Belonging” แบบของนายก สวมเสื้อผ้าที่แสดงถึงความเป็นนักอนุรักษนิยมไม่ใช้เวลาส่วนมากกับตนเองแต่ใช้เวลาส่วนใหญ่กับครอบครัวและช่วยเทศบาลรณรงค์เพื่อความสะอาดของบ้านเมือง

จากทฤษฎีรูปแบบการดำเนินชีวิต ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของอดุลย์ จาตุรงค์กุล (2539: 216) ที่ได้ถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตว่า เป็นแบบแผนการดำเนินชีวิต การใช้เวลา และการจับจ่ายในแต่ละวันของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย กิจกรรมต่างๆ(Activities) เรื่องที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจ (Interest) รวมถึงความคิดเห็น (Opinion) ของกลุ่มเป้าหมายคนเราที่มาจากวัฒนธรรมย่อย ชั้นทางสังคม และอาชีพการงานเดียวกันอาจดำเนินชีวิตที่มีรูปแบบต่างกันได้ เพื่อนำมาอธิบายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคหญิงที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น

3. แนวคิดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักในปัจจุบันที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมหาศาลซึ่ง

สินค้าทางการท่องเที่ยวนั้นโดยทั่วไปเรียกว่า สินค้าบริการ นักท่องเที่ยวนั้นไม่สามารถจับต้องตัวสินค้าได้ ความพึงพอใจ หรือไม่พึงพอใจในบริการนั้นขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจในการซื้อทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะตัวของผู้ซื้อที่เลือกซื้อบริการของการท่องเที่ยวด้วย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการซึ่งมีลักษณะของกระบวนการผลิตเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมทั่วไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529: 6) กล่าวคือ ประกอบด้วย

1. โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ไม่ยาก มีสถานที่พัก และบริการที่สะดวกพอสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว

2. วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม

3. การลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ มีการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

4. การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ

5. ผลิตผล ได้แก่ บริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงงาน ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

6. การส่งเสริมการขาย ได้แก่ มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ให้ผลิตผลเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีการรณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลิตผลเหล่านี้

เมื่อมองการท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็นกระบวนการเชิงอุตสาหกรรมเช่นนี้ จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ชี้ถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และเป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว มี 4 ประการ คือ

1. ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยว (Primary Attraction) รวมถึงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม และกิจกรรมมนุษย์

2. ปัจจัยประกอบ (Complementary Factors) คือ สภาพแวดล้อมภูมิอากาศ สภาพเศรษฐกิจสังคม เป็นต้น

3. ปัจจัยสนับสนุน (Supporting Factors) คือ สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านบริการ เช่น ร้านอาหาร ที่พัก ความบันเทิงเริงรมย์ มาตรการรักษาความปลอดภัย ระบบการจราจรระบบการสื่อสาร ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความหลากหลายของสินค้าของที่ระลึกต่าง ๆ นอกจากนี้ยังรวมถึงการบริการของบริษัทนำเที่ยวอีกด้วย

4. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) คือ สาธารณูปโภค และสาธารณูปการต่างๆ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การพัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะการท่องเที่ยวภายในประเทศหรือการท่องเที่ยวต่างประเทศ ย่อมต้องอาศัยการพัฒนาหลายด้านไปพร้อม ๆกัน ทั้งในแง่การพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการให้สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว การพัฒนาการสาธารณูปโภคพื้นฐาน อาทิ ถนนหนทาง น้ำประปา ไฟฟ้าในท้องถิ่นนั้น ๆ ตลอดจนการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านทางนิตยสาร / วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ

หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา และอินเตอร์เน็ต โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องกระทำอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ที่ดีและถูกต้องเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว หรือการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใด ๆ

วัตถุดิบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ แหล่งท่องเที่ยวหรือสิ่งดึงดูดในทางการท่องเที่ยวซึ่งเรียกว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” หากแบ่งโดยยึดความต้องการของนักท่องเที่ยวเป็นหลักแล้ว สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท (ปนัดดา ภักดีภูวดล. 2540: 11) คือ

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงาม หรือความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวไปเที่ยวชม ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก ทะเล เกาะแก่ง เป็นต้น

2. ทรัพยากรประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่มนุษย์เราได้สร้างสรรค์ขึ้นมาตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน แต่มีผลในทางดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ พระราชวัง ศาสนสถาน โบราณสถาน เป็นต้น

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือ และสืบทอดต่อกันมาตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพชีวิตไทยริมคลองตลาดน้ำ เรือนแพ หมู่บ้านชาวเขา งานเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

4. ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2552: ออนไลน์) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มีจุดเริ่มต้นมาจากกระแสวัฒนธรรมเกาหลี โดยมีจุดเริ่มต้นตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่ากระแสวัฒนธรรมเกาหลีมาแรงมาก และได้รับความนิยมอย่างท่วมทันในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็น ละครทีวี ภาพยนตร์ เพลงป๊อบ รวมทั้งเหล่าบรรดาคนดังชาวเกาหลีด้วย วัฒนธรรมเกาหลีสามารถครองใจและมีอิทธิพลต่อผู้คนในประเทศต่างๆแถบเอเชียตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้อย่างมหาศาล ทำให้ สื่อต่างๆ หนังสือพิมพ์และนิตยสาร ยอมรับกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่พุ่งสูงขึ้น ถึงกับขนานนามปรากฏการณ์นี้ว่า “คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี” (Hallyu ในภาษาเกาหลี)

คลื่นกระแสเกาหลีที่สามารถรุกเข้ามาสู่ประเทศไทยได้ คือ ภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ หรือที่คนไทยรู้จักกันเป็นอย่างดีในชื่อ ซีรีย์เกาหลี นับแต่ละครเกาหลีเรื่องแรก Wish Upon a Star หรือ ลิขิตแห่งดวงดาว, รักนี้ชั่วนิรันดร์ หรือ Autumn in my heart , เพลงรักในสายลมหนาว Winter Love Song , แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง มาจนถึง Full House สะดุดรักที่พักใจ และ Princess Hours เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา กลายเป็นจุดที่สร้างอิทธิพลต่อความชื่นชมกระแสเกาหลีทั้งในเนื้อเรื่อง วิวทิวทัศน์ และตัวพระเอก - นางเอก ที่เป็นคนเกาหลี ได้มากกว่าสื่ออื่นๆ ทั่วทั้งทวีปเอเชีย

ภาพยนตร์ชุด Winter Love Song ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มของแม่บ้านญี่ปุ่นช่วงอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป และทำให้ดารานำแสดงฝ่ายชาย เบ ยอง จุน แจ้งเกิดในประเทศญี่ปุ่น มีการจัดนำเที่ยวตามรอยภาพยนตร์กันอย่างแพร่หลาย ขณะที่ แดจังกึม เรื่องราวตามเกร็ดประวัติศาสตร์เกาหลีเกี่ยวกับความสำเร็จของสตรีในยุคโชซอนประมาณ 500 ปีก่อน ซึ่งผู้ชายเป็นใหญ่ เธอสามารถเป็นหมอหลวงที่เป็นผู้หญิงคนแรกในวังหลวงได้ สร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารเกาหลีและยาสมุนไพรไปทั่วเอเชีย นักท่องเที่ยวหลายคนอยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวเกาหลีเพื่อจะได้มาดูฉากพระราชวังเคียงบกกุงในภาพยนตร์ดังกล่าว ด้วยอิทธิพลของซีรีย์เกาหลีนี้เอง ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่ต้องการไปเห็นสถานที่ท่องเที่ยวเกาหลี โดยจำภาพจากที่เคยเห็นในหนังหรือในซีรีย์

นอกจากนี้ ดาราเกาหลียังสร้างกระแสรุนแรงต่อวัฒนธรรมของผู้บริโภค ตั้งแต่ อาหาร แฟชั่น แนวการแต่งหน้า และการศัลยกรรมเสริมสวย รวมไปถึงอุปกรณ์การเรียนและห้องของวัยรุ่นที่จะมีรูปดาราเกาหลีติดอยู่ด้วย จนมีข่าวว่าคนที่คลั่งไคล้อยากเหมือนดาราเหล่านี้ถึงกับขอให้หมอทำศัลยกรรมใบหน้าให้เหมือนดาราที่ตนชื่นชอบ และมีรายงานข่าวว่าดาราเกาหลีหลายคนทำศัลยกรรมตกแต่งใบหน้าแล้ว ทำให้พวกผู้หญิงจากจีน เวียดนาม และสิงคโปร์แห่กันไปเกาหลีเพื่อทำศัลยกรรมใบหน้ากับศัลยแพทย์เกาหลี ตอนนี้มีคนตั้งชื่อปรากฏการณ์นี้ว่า กระแสศัลยกรรมพลาสติกแบบเกาหลี

ความหลงรักวัฒนธรรมเกาหลี ทำให้แฟนต่างชาติกระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ภาษาเกาหลีและเดินทางไปประเทศเกาหลี ตัวอย่างเช่น จำนวนผู้เข้าสอบภาษาเกาหลี (TOPIK) ทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 2,692 คนในปี 1997 เป็น 183,320 คนในปี 2009 ซึ่งต้องยกประโยชน์ให้กับความสนใจและอิทธิพลของละครเกาหลีเป็นเบื้องต้น ส่วนบริษัทนำเที่ยวทั่วเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ต่างขายโปรแกรมทัวร์ให้ไปชมสถานที่ต่างๆตามที่ปรากฏในละคร ซึ่งทำให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเกาหลีใต้ดังต่อไปนี้

พระราชวังเคียงบก เป็นพระราชวังไม้โบราณที่เก่าแก่ที่สุด สร้างขึ้นในปีค.ศ.1394 เพื่อเป็นพระราชวังหลักของราชวงศ์โชซอน (1392-1910) อัน เป็นราชวงศ์ที่สถาปนาขึ้นโดยกษัตริย์แทโจ ในจำนวนพระราชวังทั้ง 5 ที่สร้างขึ้นในราชวงศ์นี้ พระราชวังเคียงบกถือเป็นพระราชวังที่สวยงามและยิ่งใหญ่ที่สุด เป็นศูนย์บัญชาการและที่ประทับของกษัตริย์ เมื่อสมัย 600 ปีก่อน ถือเป็นจุดที่ตั้งตามหลักฮวงจุ้ยที่ดีที่สุด พระราชวังแห่งนี้มีหมู่พระที่นั่งมากกว่า 200 หลัง พลับพลากลางน้ำเคียงเฮวรู ที่ซึ่งเคยเป็นท้องพระโรงออกงานสโมสรสันนิบาตต่างๆสำหรับต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง ห้องประทับของกษัตริย์และพระราชินี ห้องทรงพระอักษร ท้องพระโรง สวนกลางแจ้ง เป็นต้น ภายในพระราชวังยังมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน จัดแสดงในห้องต่าง ๆ เช่น ห้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เกาหลี ห้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตความ เป็นอยู่แลอาหารการกิน ห้องเกี่ยวกับวงจรชีวิตของชาวเกาหลี ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของชนชาติเกาหลี แต่ได้ถูกทำลายไปมากในสมัยที่ญี่ปุ่นเข้ามาบุกยึกครอง ทั้งยังเคยเป็นศูนย์บัญชาการทางการทหารและเป็นที่ประทับของกษัตริย์ปัจจุบันได้มีการก่อสร้างหมู่พระที่นั่งที่เคยถูกทำลายขึ้นมาใหม่ในตำแหน่งเดิม พลับพลากลางน้ำเคียงเฮวรู ที่ซึ่งเคยเป็นท้อง

พระโรงออกงานสโมสรสันนิบาตต่าง ๆ สำหรับต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง พระราชวังยังมีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน จัดแสดงในห้องต่าง ๆ เช่น ห้องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์เกาหลี ห้องเกี่ยวกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่แลอาหารการกิน ห้องเกี่ยวกับวงจรชีวิตของชาวเกาหลี ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของชนชาติเกาหลี

หมู่บ้านนัมซานกลฮันอก หมู่บ้านที่งดงามนี้มีเนื้อที่กว้างถึง 7,934 ตารางเมตรและประกอบด้วย 3 ส่วน นั่นคือ สวนแบบเกาหลี ศูนย์กระสวยเวลา และตัวหมู่บ้านเอง บ้านที่เป็นลักษณะเฉพาะของเกาหลี หรือฮันอก ในสมัยราชวงศ์โชซอน บ้านพวกนี้ถูกรื้อออกจากที่เดิมที่กระจายอยู่รอบ ๆ กรุงโซลและนำมาประกอบขึ้นใหม่

วัดว๊าวชงซา วัดแห่งนี้ก่อตั้งขึ้นในปี 1970โดยสังฆราชแฮเยอุน (Patriach Haegeun) และอุทิศให้แก่การเจริญรอยของการตรัสรู้และเหล่านักสวดสวดเพื่อการรวมของประเทศ วัดเพียงไม่กี่วัดในโลกที่รวมคุณค่า 3 ประการไว้ด้วยกันอย่างสมบูรณ์คือ พระพุทธ พระธรรม และพระสงฆ์ทางเข้าวัดท่านจะพบกับองค์พระครึ่งองค์หันพระพักตร์มาทางสระน้ำพุทธมนต์ใหญ่ และพระพุทธรูปแกะสลักหินน้อยใหญ่เรียงรายล้อมรอบ องค์เจดีย์หินแกรนิตทั้งใหญ่และเล็กต่าง ๆ กันไป และองค์พระนอนไม้แกะสลักถูกบันทึกในกินเนสบุคส์ประทับอยู่ในถ้ำ สูง 3 เมตร ยาว 12 เมตร ระฆังรวมชาติ นอกจากนี้ทางวัดยังได้รวบรวมองค์พระมาจากผู้มีจิตศรัทธาจากประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วยกว่า 3,000 องค์สะสม

ป้อมฮวาซอง (ป้อมดอกไม้) และกำแพงเมือง สร้างรายรอบตัวเมืองซูวอน ป้อมนี้สร้างด้วยสถาปัตยกรรมแห่งยุคของอาณาจักรโชซอน มีการเก็บรักษามาไว้อย่างดี ป้อมนี้สร้างขึ้นด้วยหินและอิฐเผาใช้เวลาสร้างถึง 2 ปี จาก ค.ศ.1794 นั่นคือช่วงการปกครองของกษัตริย์จองโจ ระยะทางยาวประมาณ 5,500 เมตร ประกอบด้วยเชิงเทิน 48 หลัง แต่บางส่วนถูกทำลายในสมัยสงครามเกาหลี ป้อมนี้ สร้างขึ้นโดยกษัตริย์ซอนโจ กษัตริย์องค์ที่ 22 แห่งราชวงศ์โชซอนเพื่อเป็นที่ระลึกแก่พระราชบิดา ซึ่งถูกใส่ร้ายจากราชสำนักและถูกขังจนสิ้นพระชนม์ ปัจจุบันป้อมนี้ได้รับการสถาปนาโดย UNESCO ให้เป็นมรดกโลกในปี ค.ศ.1997

เกาะนามิ สถานที่ถ่ายทำละครเกาหลี “เพลงรักในสายลมหนาว” เกาะนามิมีรูปร่างเหมือนใบไม้ที่ลอยอยู่ ทางตอนเหนือของแม่น้ำฮัน ชมสวนเกาหลี คาราวะสุสานนายพลนามิ เดินผ่านกลางแมกไม้แห่งสวนสนที่สูงเสียดฟ้าเพื่อสุขภาพ ผ่านดงต้นสน ดอกสน ต้นเกาลัด เลือกนั่งที่ม้านั่งข้างชายฝั่งเพื่อชมบรรยากาศโรแมนติกใต้เงาไม้ มองดูพันธุ์สัตว์ต่าง ๆ เช่น นกกระจอกเทศ กระต่าย กระรอก เป็ด กวาง

เกาะเชจู หรือ เชจูโด ในภาษาเกาหลีถือว่าเป็น เกาะแห่งองค์สาม กล่าวคือ หิน ลม และผู้หญิง เกาะหินรูปร่างลักษณะแปลก ๆ มีให้เห็นทั่วไป ทั้งริมฝั่งทะเล และบนภูเขา หินรูปหัวมังกร หรือ ยงทูอัม นับว่าเป็นสัญลักษณ์ของเกาะเชจู ตั้งอยู่ริมทะเลด้านตะวันตกของเมืองเชจูซิตี้ตำนานเก่าเล่าว่า นานมาแล้วราชามังกรสั่งให้ม้าใช้สายลับ (ซึ่งเป็นมังกรเหมือนพระราชา) ไปสืบหายาอายุวัฒนะบนภูเขา อัลลา (Mount Halla) หาไปหามาได้ยาหรือเปล่าไม่แน่ชัด แต่มังกรตัวนี้ไปขโมยลูกประคำหยกของเจ้าเขาฮัลลา เจ้าเขาเจ้าป่าพิโรธโกรธจัดแผลงศรไปถูกมังกรตอนกำลังหลบหนี

พร้อมของกลาง ปรากฏว่ามังกรตายแล้วกลายเป็นหินอยู่ริมทะเล นอนตัวจมน้ำแต่อุตส่าห์ชูหัวขึ้นสู่สวรรค์ ถึงเป็นหินก็ไม่อยากตกนรก สัญลักษณ์สำคัญของเกาะเชจูที่เห็นกันจนชินคือ รูปปั้นหรือรูปแกะสลักหินคุณปู่ฮารูบัง ซึ่งเรียกกันเป็นภาษาเกาหลีว่า “โทลฮารูบัง” เป็นผู้เฒ่าสวมหมวก

หอคอยโซล ชั้นบนสุดของหอคอยมีหอดูดาวและภัตตาคารหมุนได้รอบ มีพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านแห่งโลกอันเป็นที่เก็บวัตถุโบราณที่หายากและมีค่ามากกว่า 20,000 ชิ้น จาก 150 ประเทศ และมีโรงภาพยนตร์ 3 มิติ

ตึก 63 ชั้น มีชั้นใต้ดินถึง 3 ชั้นและชั้นที่เหนือพื้นดินขึ้นไป 60 ชั้น และเป็นอาคารที่สูงที่สุดในกรุงโซล ภายในอาคาร เราสามารถชมหอดูดาวที่ชั้นบนสุด พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ ซึ่งเรียกกันว่าโลกทะเล และโรงหนังไอแม็กซ์ ที่อลังการ ณ โลกทะเลเราจะเห็นสัตว์น้ำถึง 20,000 ชนิด 400 พันธุ์ นอกจากนี้ยังมีสถานที่ออกกำลังกาย ร้านขายของภัตตาคารชั้น 1 และร้านของกินเล่น และเป็นที่สำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากพักผ่อนริมน้ำ

เอเวอร์แลนด์ สวนสนุกนี้ถูกขนานนามว่า ดิสนีย์แลนด์เกาหลี เป็นสวนสนุกกลางแจ้งที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ โดยมีบริษัทซัมซุงเป็นเจ้าของ ตั้งอยู่ท่ามกลางหุบเขา เปรียบเหมือนสวนสนุกสามแห่งในที่เดียวกัน มีเครื่องเล่นต่าง ๆ ที่ตื่นเต้นเร้าใจ ป่าซาฟารี สวนสัตว์และเทศกาลดอกไม้ในฤดูกาลต่าง ๆ ส่วนที่คาริเบียน เบย์ เป็นสวนน้ำขนาดใหญ่ คุณจะได้สนุกกับสระว่ายน้ำซึ่งมีคลื่นเทียมและไม้ลื่น บนลานแข่งรถนั้น ท่านจะสามารถสนุกสนานกับการแข่งรถได้จริงๆ ในเอเวอร์แลนด์เป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ศิลปะโฮอัม ซึ่งแสดงผลงานทางศิลปะอันงดงามที่สุดในโลกของบุคคลต่าง ๆ มาแสดงไว้มาก

เมียงดง ได้ชื่อว่าเป็นศูนย์รวมแฟชั่นชั้นนำของเกาหลี ที่นี่มีทั้งห้างสรรพสินค้าล็อตเต้เมโทรมิโดป้า และห้างสรรพสินค้าชินเซแก และร้านมิกลิออร์ ซึ่งตั้งอยู่ทั้งใต้ดินและบนดิน เป็นสถานที่ที่มีนักช้อปปิ้งชาวต่างชาติแวะเวียนมาจับจ่ายซื้อของกันกว่า 5 หมื่น-1 แสนคนและคนเกาหลีก็เช่นกัน มีคนเข้ามาเลือกซื้อของกัน 1.5- 3 ล้านคน เป็นย่านที่เจริญที่สุดในโซล และเต็มไปด้วยกลิ่นอายของวัฒนธรรม นอกจากนี้ย่านนี้ยังมีทั้งร้านขายของแฟชั่น ร้านคาเฟ่ที่แสดงประวัติศาสตร์เก่าแก่ และมีแม้กระทั่งเวทีสำหรับแสดงดนตรีให้ฟังกันสดๆ รวมทั้งมีร้านอาหารมากมายให้เลือกชิม

ตลาดทงแดมุน ที่ตลาดนี้เราสามารถซื้อข้าวของและต่อราคาได้อย่างสนุกทีเดียว เพราะมีร้านรวงมากมาย มีห้างขายเสื้อผ้าที่ทันสมัยอยู่ด้วยนับ 10 ร้านหรือมากกว่านั้น ตั้งอยู่ท่ามกลางบรรยากาศแบบโบราณ บางร้านเปิด 24 ชั่วโมงและมีแสงสีและดนตรีตลอดคืน สินค้าที่มีมากที่สุดในตลาดนี้คือ ผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องหนัง ชุดสุภาพสตรีและเด็ก เครื่องนอน เครื่องใช้ในบ้านรองเท้า เครื่องกีฬา ตลาดทงแดมุนกลายมามีชื่อเสียงในเรื่องราคาสินค้าเสื้อผ้า ซึ่งเหมือนเสื้อผ้าในห้างแต่ราคาถูกกว่าและในปัจจุบัน ตลาดนี้ดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วย ร้านรวงต่าง ๆ เช่น Migliore, ตึก Doosan Tower, Uno Cor", Hye Yang Elicium, Freya Town และ Designer Club และเน้นลูกค้ากลุ่มวัยรุ่นเป็นหลัก

ด้วยกระแสวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านภาพยนตร์ ละคร เพลง ดารานักร้อง เป็นสิ่งสำคัญ

ที่ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มากขึ้น โดยเน้นการจัดสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ที่ปรากฏในภาพยนตร์/ละคร รวมไปถึงแฟชั่นการแต่งตัว/แต่งหน้า ผ่านดารานักร้องเกาหลี ทำให้เครื่องสำอางเกาหลีได้รับความนิยมในหมู่ผู้หญิง จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว

5. แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

นฤมล สมิตินันทน์. (2527 : 38-39) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตนเพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนการเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผลมาจากความต้องการที่จะหลีกหนีภารกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากมีประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆเท่าที่กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่ามนุษย์มีพฤติกรรมสัญชาติญาณที่คล้ายกันบ้างแตกต่างกันบ้าง แต่เมื่อใดก็ตามที่มนุษย์เริ่มเดินทางย่อมมีเหตุผลอธิบายได้เสมอ เหตุผลที่ใช้อธิบายพฤติกรรมในการเดินทางมนุษย์สรุปได้ดังนี้

1. ความสดชื่นของร่างกายและจิตใจ การที่ประเทศได้พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม บ้านเมืองเจริญขึ้นพร้อมกับวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีใหม่ ได้สร้างความกดดันให้กับชีวิตของประชาชนโดยทั่วไป สังคมในรูปแบบใหม่เต็มไปด้วยความรวดเร็ว ความกดดัน ความเคร่งเครียด ทำให้เกิดความจำเป็นอย่างมากในการที่จะหลุดพ้นจากภาวะความกดดันต่าง ๆ ซึ่งหาได้จากการพักผ่อนคลายอารมณ์ ความตึงเครียด และหาความสดชื่น

2. เพื่อสุขภาพ แรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางนั้นบางครั้งก็ทำเพื่อสุขภาพ แสวงหาอากาศบริสุทธิ์ แสงแดด ความอบอุ่นหรือไปตามคำแนะนำจากแพทย์

3. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมในด้านกีฬา สิ่งหนึ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็วนั้นเกิดจากกิจกรรมทางร่างกาย ได้แก่การเล่นกีฬา นักเล่นกีฬา และผู้สนใจติดตามการดูการแข่งขันกีฬา ทำให้เกิดการเดินทางนักกีฬาจำเป็นจะต้องเดินทางไปยังเมืองต่าง ๆ เพื่อเล่นกีฬาตามฤดูกาล นักดูกีฬาเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ เพื่อติดตามดูการแข่งขัน เช่น ในเมืองไทยกีฬาเทนนิสกำลังเป็นที่นิยมเมื่อมีการแข่งขันจะมีผู้ติดตามไปดูการแข่งขัน เป็นต้น

4. เพื่อความตื่นเต้น บางครั้งเหนือสิ่งอื่นใด คนเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการความสนุกสนานและมักกระทำไปเพราะมีแรงจูงใจและเพื่อสนองความต้องการความสนุกสนานของตนเอง อาทิเช่น การอาบแดด การไปทานอาหาร การไปดื่ม การฟังดนตรี การไปชายทะเล การไปต่างจังหวัดสิ่งเหล่านี้จะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ครอบครัวและกาลเวลาความสนุกสนานนี้เป็นความสุขของแต่ละคน จนมีคนกล่าวว่าความสุขนั้นมาจากความเพลิดเพลินสนุกสนาน ดังนั้นนักจัดรายการการท่องเที่ยวต่างเล็งเห็นเรื่องนี้ มักจะเน้นความสนุกสนานเพลิดเพลินของการไปพักผ่อนและท่องเที่ยว

5. เพื่อตอบสนองความสนใจด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สิ่งหนึ่งที่ทำให้คนไปท่องเที่ยวเกิดจากความอยากรู้อยากเห็นในสิ่งแปลกใหม่ดังที่ทราบกันว่ามนุษย์ปกติทั่วไปมีความอยากรู้อยากเห็นนี้ทำให้มีการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเห็นสถานที่แปลกใหม่ ผู้คน วัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละชาติ อาทิเช่น ศิลปะ สถาปัตยกรรม ดนตรี วรรณคดี ระบำพื้นเมือง โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ หรือการไปร่วมในงานพิธีหรือเทศกาลประจำปีต่าง ๆของแต่ละท้องถิ่น

6. เพื่อเสริมสร้างความสำคัญระหว่างบุคคล การเดินทางของแต่ละคนนั้นจะมีเหตุผลต่างกันไปบางคนเดินทางเป็นร้อยกิโลเมตรเพื่อเยี่ยมญาติ บางคนเดินทางเป็นพัน ๆ กิโลเมตรเพื่อกลับไปถิ่นฐานเดิม หรือกลับไปเยี่ยมถิ่นที่เคยศึกษา บางคนเดินทางเพราะเบื่อความจำเจซ้ำซากของการดำเนินชีวิตประจำวัน บางคนนั้นเป็นนักเดินทางเพราะการเดินทางแต่ละครั้งมักจะได้เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้นมาเสมอ

7. เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมด้านศาสนา การเดินทางท่องเที่ยวในบางครั้งนั้นมีความมุ่งหวังที่จะไปยังดินแดนศักดิ์สิทธิ์เพื่อความเป็นศิริมงคลและได้กุศลแรง อย่างเช่น ผู้นับถือศาสนาอิสลามทุกคนครั้งหนึ่งในชีวิต ถ้าเป็นไปได้เขาเหล่านั้นจะไปยังกรุงเมกกะ เพราะถือว่าเป็นดินแดนศักดิ์สิทธิ์ที่สุดในศาสนา หรือชาวพุทธมีความนิยมที่จะไปยังพุทธคยา และผู้นับถือคริสต์ศาสนาอยากที่จะไปยังนครเยรูซาเลม เป็นต้น

8. เพื่อการติดต่อด้านธุรกิจและด้านอาชีพมีผู้คนเป็นจำนวนมากที่เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจด้านการค้า ประชุม การเมือง การศึกษา เป็นต้น แต่การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ชนิดนี้นั้นส่วนใหญ่จะแฝงไปด้วยความสนุกสนานและเพลิดเพลิน

ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวปัจจัยภายในกำหนดการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล โดยแนวโน้มของการท่องเที่ยวมีการสัมพันธ์แนบแน่นกับการทำงาน ดังจะเห็นการท่องเที่ยวระยะสั้น ซึ่งเป็นการพักผ่อนเพื่อเติมกำลังในการกลับมาทำงาน มีให้เห็นมากขึ้น ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่อยู่ในความควบคุมของบุคคลมากกว่าปัจจัยภายนอก แต่ปัจจัยทั้งสองตัว มีความเกี่ยวข้องและส่งผลถึงกัน ปัจจัยภายนอกบางตัวมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ถึงขนาดเป็นตัวกำหนดการท่องเที่ยวได้หรือไม่ แม้ว่าปัจจัยส่วนตัวจะพร้อม ที่จะท่องเที่ยวแล้วก็ตาม เช่น การเมือง กฎหมาย กฎระเบียบ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้รับผลกระทบโดยตรง จากกฎระเบียบการเดินทางออกนอกประเทศ และการอนุญาตเข้าประเทศ

ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 2 ปัจจัยคือ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในปัจจัยภายนอกมีผลต่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่งไม่ว่าจะเป็น

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ เป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญจะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวมาก ในยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟู เกาหลีใต้ เป็นประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลีในปี ค.ศ. 1950 – 1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออก ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้และกลายเป็นประเทศในเอเชีย ที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศระดับต้น ในกลุ่มประเทศเอเชียสภาพเศรษฐกิจ ในช่วง

เศรษฐกิจไม่ดีนั่น รายได้ของประชาชนย่อมลดลงจึงต้องประหยัดค่าใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทำให้อัตราการท่องเที่ยวลดลง

ปัจจัยทางการเมือง เกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับคนเข้าเมือง การขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้ายนโยบายภาษี โดยเฉพาะภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยว ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่มีอิทธิพล กำหนดการเดินทางท่องเที่ยว อิทธิพลของปัจจัยการเมือง ต่อการท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจน ในเหตุการณ์ 11 กันยายน พ.ศ. 2544 การก่อการร้ายในประเทศสหรัฐอเมริกา ทำให้ WTO ลดการประมาณการณ์ การเจริญเติบโตการท่องเที่ยวลดลง สถานการณ์การเมืองและสังคม ถ้าสังคมนั้นอยู่ในสภาพเหตุการณ์ไม่สงบสุข มีการก่อการร้าย เกิดวินาศภัยต่าง ๆ ย่อมทำให้มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเนื่องจากความไม่ปลอดภัยในสวัสดิการของตนเอง

ปัจจัยทางด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นชนชั้นหรือแบบแผนชีวิต ในสังคมเมือง การท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นในชีวิต เปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยWTO (1990) กล่าวว่าแนวโน้มการให้ความสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวเป็นสิทธิที่พึงมีของมนุษย์ทุกคน มีให้เห็นมากขึ้น โดยเฉพาะโลกตะวันตก

ปัจจัยทางด้านกิจกรรมทางด้านการตลาด ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยว บริการอำนวยความสะดวกของตัวแทนจำหน่ายหรือธุรกิจจัดนำเที่ยว ถือเป็นส่วนสำคัญ ในการสร้างความต้องการการท่องเที่ยว หรือเปลี่ยนความต้องการภายใน ให้เกิดเป็นความต้องการที่แท้จริง

เทคโนโลยี เช่น พาหนะ เป็นสิ่งสำคัญมากในการท่องเที่ยวที่จะต้องควบคู่กันไปตลอดความสะดวกสบายของการเดินทางย่อมเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ

ฤดูกาล ในบางฤดูกาลสถานที่ท่องเที่ยวเกิดการซบเซา เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวตามฤดูกาลที่เหมาะสมเช่นในช่วงปลายปี ภาคใต้ของไทยจะเป็นช่วงที่มีพายุ มรสุมอยู่เสมอ ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยว

ปัจจัยภายในก็มีผลต่อการท่องเที่ยวเช่นกันไม่ว่าจะเป็นในด้านของสุขภาพ เมื่อบุคคลมีสภาพร่างกายไม่แข็งแรง เกิดการเจ็บป่วยต่าง ๆ ย่อมไม่ก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยว เช่น ขาหัก ป่วยไข้ต่าง ๆ ก็ไม่สามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวได้

จิตใจ เมื่อเกิดปัญหากระทบกระเทือนทางด้านจิตใจ เรื่องต่าง ๆ ที่ทำให้ไม่สบายใจ ทำให้นักท่องเที่ยวย่อมไม่เกิดความต้องการท่องเที่ยว หรือทำในสิ่งอื่น ๆ เลย

รายได้ เมื่อรายได้ไม่พอกับค่าใช้จ่าย แน่นอนว่ามนุษย์ย่อมไม่ท่องเที่ยวถึงแม้ว่าจะมีความต้องการท่องเที่ยวอยู่ก็ตามเพื่อให้มีเงินเพียงพอในการดำรงชีพต่อไป

เวลาว่าง เมื่อมีเวลาว่างเพียงเล็กน้อย จึงทำให้ไม่สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ไกล ๆ ได้ จึงเลือกที่จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้แทน

นอกจากปัจจัยที่กล่าวข้างต้นแล้วยังมีปัจจัยอื่น ๆ มากมายที่มิได้กล่าวมา เช่น ความเครียดจากการทำงาน ความวุ่นวายในชีวิต เป็นต้น เหล่านี้ย่อมทำให้มนุษย์ตัดสินใจท่องเที่ยวเพื่อหลีกหนีปัญหาต่าง ๆ เพื่อการพักผ่อนให้ร่างกายและจิตใจพร้อมในการที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ต่อไป

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัทธนันท์ เด็ดแก้ว (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและวัฒนธรรมประจำชาติเกาหลี ผ่านทางสื่อมวลชน กลุ่มตัวอย่างรับรู้เรื่องราวมากที่สุด ได้แก่ เรื่องเกี่ยวกับแฟชั่น/เสื้อผ้า/เครื่องประดับ/เครื่องสำอาง/รองเท้า และส่วนใหญ่รับรู้ผ่านอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ซึ่งส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงค่านิยมหลังจากการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนเกี่ยวกับประเทศเกาหลี โดยค่านิยมที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือความอยากสวยอยากงามและอยากผอม พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลี เมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อมวลชน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมบริโภคสินค้าซีรีย์เกาหลีทางโทรทัศน์มากที่สุด และประชาชนมีความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้คนไทยมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีมากที่สุด ได้แก่ ความทันสมัย(แฟชั่น)ของสินค้า

ฝนทิพย์ บารมีรัตนชัย (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาหลีของคนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า

1. ผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า เป็นนักเรียน / นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท ส่วนผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีเป็นเพศหญิง มีอายุ 31-40 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพรับจ้าง / พนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน10,001 - 20,000 บาท

2. พฤติกรรมการเลือกชมละครเกาหลี พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีมักจะชมละครเกาหลีจากรายการโทรทัศน์ปกติ มีระยะเวลาที่เริ่มดูละครเกาหลี 1 – 2 ปี โดยชมละครเกาหลีเฉลี่ย 4 – 10 ชม. /สัปดาห์ ดูเฉพาะเรื่องที่น่าสนใจ และมักจะดูละครเกาหลีเรื่อง จูมง มหาบุรุษกู้แผ่นดิน

3. ความประทับใจในละครที่มีผลต่อการตัดสินใจไปเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจจะเดินทางไปเกาหลีมีความประทับใจในละครเกาหลีเป็นอันดับแรก คือ ความสวยงามของภูมิทัศน์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ฉากในละคร / สถานที่ถ่ายทำละคร อยู่ในระดับมากที่สุด เพลง-ทำนองประกอบไพเราะ อยู่ในระดับมาก นักแสดง (พระเอก-นางเอก) อยู่ในระดับมาก บทละคร-เนื้อเรื่อง อยู่ในระดับมาก

ความสามารถของนักแสดง อยู่ในระดับมาก การดำเนินเรื่องของตัวประกอบ อยู่ในระดับมาก และผู้กำกับ อยู่ในระดับมาก

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลีมีเห็นด้วยกับเรื่องหลังจากดูละครเกาหลีแล้วทำให้ท่านอยากไปเที่ยวเกาหลี อยู่ในระดับมากที่สุด เรื่องถ้าท่านมีโอกาสได้ไปเที่ยวเกาหลี ท่านอยากดูสถานที่ถ่ายทำละคร อยู่ในระดับมากที่สุด เรื่องหลังจากดูละครเกาหลีแล้วทำให้ท่านอยากรู้จักวัฒนธรรมของเกาหลี อยู่ในระดับมากเรื่องหลังจากดูละครเกาหลีแล้วทำให้ท่านอยากทานอาหารเกาหลี อยู่ในระดับมาก ส่วนผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีเห็นด้วยกับเรื่องก่อนดูละครเกาหลีท่านเคยคิดจะไปเที่ยวเกาหลี อยู่ในระดับปานกลาง

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความประทับใจในละคร ได้แก่ ฉากในละคร/สถานที่ถ่ายทำละคร ความสวยงามของภูมิทัศน์ บทละคร-เนื้อเรื่อง นักแสดง (พระเอก-นางเอก) ความสามารถของนักแสดง การดำเนินเรื่องของตัวประกอบ เพลง-ทำนองประกอบไพเราะ และผู้กำกับ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครเกาหลี ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลี ยกเว้นเรื่องก่อนดูละครเกาหลีท่านเคยคิดจะไปเที่ยวเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปเกาหลี มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

สุธัญญา สุทธิศิริกุล (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่เคยไปประเทศเกาหลีใต้อย่างน้อย1 ครั้ง ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาก โดยเดินทางไปกับบริษัทนำเที่ยว หรือเดินทางไปท่องเที่ยวด้วยตนเอง

1. เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกันด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

2. อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกัน ด้านจำนวนวันโดยเฉลี่ยสำหรับการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

3. สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกันด้านการใช้เวลาต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

4. เพศ ต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกันด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกัน

5. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านสภาพทั่วไป

ของประเทศเกาหลี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไป ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ และด้านการใช้เวลาต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

6. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านสินค้าวัฒนธรรมของเกาหลี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ และด้านค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

7. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ และด้านการใช้เวลาต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

8. ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านฤดูกาลในการเดินทางไปท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านจำนวนวันโดยเฉลี่ยสำหรับการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ และด้านการใช้เวลาต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์ (2551: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยว" ผลการวิจัยสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ 5 ปัจจัยหลักๆ คือ ปัจจัยทางด้านสังคม ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านชีววิทยา และปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยเหล่านี้ได้ส่งผลอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตในหลายๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ต้องการบริการที่สะดวก รวดเร็ว ด้วยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ความต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ และมีความปลอดภัยมากขึ้น ความต้องการบริการพิเศษ และความคาดหวังจากบริการที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "กระบวนการเอเชียภิวัฒน์ของวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี (เคป๊อบ) : การผลิต การบริโภค และการสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นไทย" ผลการวิจัยพบว่า สินค้าวัฒนธรรมป๊อปเอเชีย ซึ่งประกอบด้วยสินค้าหลากหลายประเภท เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี ละครโทรทัศน์ หนังสือการ์ตูน นิตยสาร เว็บไซต์ เกมออนไลน์ เป็นต้น กำลังได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นตามมหานครของเอเชีย โดยยุคปัจจุบันสินค้าวัฒนธรรมป๊อบเกาหลีที่เข้ามาแพร่หลายอย่างรวดเร็วในไทย เป็นผลมาจากการที่เกาหลีได้ศึกษาวิจัยด้านการตลาดของภูมิภาคเอเชีย และวัฒนธรรมเฉพาะของแต่ละประเทศว่าสินค้าวัฒนธรรมประเภทใดที่เป็นที่นิยม สามารถเปิดตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้ ประกอบกับเกาหลีได้พัฒนาบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ไปยังประเทศต่างๆ ในเอเชีย จึงต้องการเนื้อหาความบันเทิงจากสินค้าทางวัฒนธรรมมารองรับ โดยมีการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาบุคคลากรฝ่ายสร้างสรรค์เนื้อหาสาระทางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่าน

ละครโทรทัศน์ และการนำสถานที่ที่ปรากฏในละครมาจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยว ผลจากการสนทนากลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลี พบว่า ผู้ร่วมสนทนาทั้งหมดรับรู้จดจำได้ และคุ้นเคยกับประเทศเกาหลี รวมทั้งมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศเกาหลี และการท่องเที่ยวเกาหลีด้วย แต่ในแง่ของความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวนั้น พบว่า ยังมีปัจจัยหลายด้านเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งในเรื่องงบประมาณ ระยะเวลา และความน่าสนใจของประเทศนั้นๆ ผู้ร่วมสนทนาส่วนใหญ่จึงยังไม่มีความตั้งใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

สุมณี พีรกิจ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในทวีปเอเชียมากที่สุด และประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวในทวีปเอเชียมากที่สุด คือ ประเทศจีน โดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีวิธีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยไปกับครอบครัว มีการตัดสินใจด้วยตัวเองในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วงเวลาวันลาพักร้อนประจำปี ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวต่างประเทศโดยรวม ทั้งนี้อันเนื่องมาจาก เมื่อนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศทำให้ได้รับความรู้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวช่วยให้ลดความตึงเครียดจากการทำงาน และในปัจจุบันบริษัทนำเที่ยวส่วนใหญ่มีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดและน่าสนใจมากขึ้น รวมทั้งการบริการของบริษัทนำเที่ยวที่มีคุณภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและมีความพึงพอใจ จึงเกิดทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยว

จิราจารีย์ ชัยมุสิก (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษา Korea Wave ปรากฏการณ์สินค้า “วัฒนธรรม” นำเทรนด์ กระแสใหม่สังคมไทยที่พ้นจากยุค “ J-(Japan) Wave ขับเคลื่อนสู่ยุคใหม่ “K-(Korea)-Wave กระแสนิยมสินค้าเกาหลีในเชิงวัฒนธรรม ที่กำลังไหล่บ่ามาในรูป “สินค้าวัฒนธรรม” หลากหลาย เช่น เพลง คอนเสิร์ต หนังใหญ่ ละครชุด หนังสือนิยาย ร้านอาหาร ทัวร์ท่องเที่ยว หรือสินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องสำอาง เหล่านี้เป็นปรากฏการณ์ “Korea Wave Fever” ที่ผู้บริโภคคนไทยกำลังตอบรับกระแสดังกล่าว กระแส “Korea Wave” ในหลากหลายมิติ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์ สะท้อนภาพเทรนด์ใหม่ของธุรกิจ วิเคราะห์กระแสเกาหลีฟีเวอร์ในสังคมไทยอย่างน่าสนใจว่า คนไทยยอมรับสินค้า “เกาหลี” มากขึ้น ไม่ว่าเป็นหนัง ละครชุด หนังสือ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะประเทศไทยและประเทศเกาหลีมีความคล้ายคลึงกันในลักษณะที่เป็นเอเชียนด้วยกัน ทั้งทางด้านวิธีคิด การดำรงชีวิต รวมถึงพื้นฐานหนัง ละครชุด หนังสือเกาหลีมักเน้นเรื่อง อารมณ์ความรู้สึกความเป็นธรรมชาติ “ติดดิน” เป็นเรื่องราวของคนจริงๆ ที่สามารถสัมผัสได้ และให้แง่คิดในการดำเนินชีวิตได้ ขณะที่เกาหลีรัฐบาลควบคุมดูแล เน้นการนำเสนอเรื่อง “อารมณ์ ประทับใจ” ขณะที่ในแง่โครงสร้างผู้นำเข้า “ราคา” สินค้าเกาหลี ถูกกว่า ญี่ปุ่น ดังนั้นภาพรวมสินค้าบันเทิงเกาหลี ซึ่งสนุกน่าติดตาม ซีดีก็หาซื้อง่าย มีราคาไม่แพง อีกทั้งนักร้อง ดารามีมาเยือนบ่อย ทำให้กระแสดังกล่าวช่วยเสริมให้สินค้าเกาหลี ซึ่งได้ทยอยเข้าในเมืองไทย ได้รับการตอบรับจากคนไทย

มากขึ้น ซึ่งกล่าวได้ว่าสินค้าเหล่านั้นเป็น “ สินค้าวัฒนธรรม” เพราะสินค้าวัฒนธรรมเป็นสิ่งเกี่ยวกับอารมณ์ความรู้สึกของคน ดังนั้นจึงทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยใช้เหตุผลในการซื้อหามากนัก

อลิสา วิทวัสกุล (2549: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ประเทศสาธารณรัฐ เกาหลี ภาพลักษณ์ของประเทศที่แฝงมาในเนื้อหาละคร และปัจจัยที่ก่อให้เกิดกระแสนิยมการบริโภคค่านิยมต่าง ๆ จากละครเกาหลีโทรทัศน์เรื่อง “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง”ผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอละครโทรทัศน์มาเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ประเทศได้รับความสำเร็จอย่างมาก ละครโทรทัศน์สามารถส่งเสริมหรือสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ของประเทศโดยการนำเสนอสินค้าเชิงภาพลักษณ์ (Cultural Products) ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรมคุณธรรม วิถีชีวิต และสถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ทำให้ผู้ชมละครเกิดความรู้สึกที่ดีและให้ความสนใจกับประเทศสาธารณรัฐเกาหลีมากขึ้น โดยปัจจัยที่ก่อให้เกิดกระแสนิยมการบริโภคค่านิยมต่าง ๆจากละครเรื่องแดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง คือ ความสามารถของนักแสดง ความเหมาะสมในบทบาทที่ได้รับ เนื้อเรื่องที่มีความสนุกสนาน สาระที่ให้แง่คิด และความบันเทิง รวมถึงการมีความใกล้ชิด ทางวัฒนธรรมระหว่าง ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีกับประเทศไทย ซึ่งผลจากกระแสที่เกิดขึ้นนี้ทำให้เกิดทัวร์รูปแบบใหม่ คือ ทัวร์ตามรอยละคร งานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประเทศเกาหลีใช้ละครโทรทัศน์ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศโดยการนำเสนอวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสถานที่ที่ท่องเที่ยวผ่านทางละครซึ่งทำให้ผู้ชมเกิดความรู้สึกที่ดีและสนใจในประเทศเกาหลี

บทที่ 3
วิธีการดำเนินการศึกษาและค้นคว้า

ในการทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง” ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผสมกัน ทำการศึกษาและค้นคว้าตามขั้นตอนดังนี้

วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online survey) คือแบบสอบถามที่สามารถใช้งานบนอินเทอร์เน็ตได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้ามาตอบได้ด้วยตนเองผ่านหน้าเว็บไซต์ได้ ข้อมูลที่ผู้ตอบได้ตอบมานั้นจะถูกจัดเก็บโดยระบบ เพื่อให้ผู้สร้างแบบสอบถามสามารถเข้ามาดูผลของการตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ได้เช่นกัน โดยที่การสร้างหรือการตอบนั้นผู้ใช้งานไม่ต้องมีการติดตั้งซอฟต์แวร์ใดๆ เพิ่มเติม (SurveyCan, 2555: ออนไลน์) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงได้ใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2550: 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีวิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

สูตร $n = Z^2/4E^2$

ในที่นี้ $Z_{1-a/2} = Z_{.975}$, $E = 0.05$

$n = \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} = 384.16$ นั่นคือควรเลือกตัวอย่างจำนวน 385 คน

ดังนั้น ตัวอย่างจากการคำนวณ 385 คน ผู้วิจัยได้เพิ่ม 5% ทำการสำรองไว้รวมเป็น 400 คน การเลือกตัวอย่างสำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างจากแหล่งต่อไปนี้ คือ

1. เลือกเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับกระแสเกาหลีในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น www.pantip.com, www.pingbook.com, www.kimhyunjoonhthailand.com, www.bigbangthailand.com เป็นต้น

2. ผู้ที่เข้าร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลี เช่น งานแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศไทย

โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคหญิงที่มีความสนใจในสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 อายุ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 2 สถานภาพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ระดับการศึกษา เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 4 อาชีพ เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งหมด 3 ด้าน ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับระดับความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ข้อใดตรงกับท่านมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 กิจกรรมที่เกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี ข้อใดตรงกับท่านมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 กิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารและการบริโภค ข้อใดตรงกับท่านมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งหมด 3 ด้าน ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับระดับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 ด้านสุขภาพและความงามที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ด้านอาหารและการบริโภค (ท่านมีความสนใจในอาหารเกาหลีประเภทใดมากที่สุด เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งหมด 3 ด้าน ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับระดับความเห็นด้วยของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 3 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 ด้านสุขภาพและความงาม ข้อใดตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 2 ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ข้อใดตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ด้านอาหารและการบริโภค ข้อใดตรงกับความคิดเห็นมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว) ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ซึ่งลักษณะคำถามจะเป็นแบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choice) และให้เลือกตอบข้อที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด จำนวน 9 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 1 ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีกี่ครั้ง ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 2 ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 3 ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่าน ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 4 ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 5 ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ข้อที่ 6 วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 7 กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 8 ท่านคิดว่าจะกลับเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีอีกหรือไม่ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ข้อที่ 9 ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่ ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด (Close-Ended Question) โดยใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลี รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ บทความ นิตยสาร ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมเนื้อหาในงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามจะมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

3. นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมของการวิจัยมากที่สุด

4. นำเสนอแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

5. นำเสนอแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษา

6. ทำการทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง โดยการทดลองใช้แบบสอบถามกับผู้ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยแต่มีลักษณะพื้นฐานที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

7. นำแบบสอบถามที่ได้ไปใช้กับผู้ตอบแบบสอบถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษา “ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง” ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมจากแจกแบบสอบถามออนไลน์แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวเกาหลีมาก่อน จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ หนังสือ เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS / PC (StatisticalPackage for social Sciences) For Windows เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ(Percentage)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีของผู้บริโภคหญิง วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

สมมติฐาน 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

สมมติฐาน 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

สมมติฐาน 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

สมมติฐาน 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

โดยใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนที่ 1-4 เพื่อแสดงถึงความแตกต่าง ความสัมพันธ์และพยากรณ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้ Chi-square Test

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ จะใช้สถิติในการวิเคราะห์ดังนี้ คือ

1. สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) บรรยายลักษณะข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างโดยการหา ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายข้อมูลทั่วไปของแบบสอบถาม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคนอื่นๆ . 2548 : 289)

$$p = \frac{f}{n}(100)$$

เมื่อ P แทน ค่าสถิติร้อยละ หรือเปอร์เซ็นต์

f แทน ความถี่ของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ซึ่งใช้ทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

2.1 การทดสอบสถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square Test) คือ การทดสอบเพื่อทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่ได้จากกลุ่มเดียวกัน ว่ามีผลความแตกต่างกันหรือไม่ โดยที่ข้อมูลอยู่ในรูปของความถี่ที่ตัวแปรอิสระมีลักษณะเชิงคุณภาพหรือมีการจัดแบ่งเป็นกลุ่ม และเพื่อทดสอบความเป็นอิสระระหว่างตัวแปร 2 ตัว ที่ได้จากการสุ่มตัวแปรเดียวกันว่ามีผลต่อกันหรือไม่ โดยใช้การทดสอบไค-สแควร์ (Chi-square Test) (พิชิต ฤทธิ์จรูญ. 2543 : 355) ใช้สูตรดังนี้

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^{r} \sum_{j=1}^{c} \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}, df = (r-1)(c-1)$$

โดยแทนค่า O_{ij} แทน ความถี่ที่ได้จากข้อมูลแถว i คอลัมน์ที่ j

E_{ij} แทน ความถี่ที่คาดหวังของข้อมูลแถว i คอลัมน์ที่ j

ซึ่ง E_{ij} = [(ผลรวมของความถี่แถวที่ i) x (ผลรวมของความถี่คอลัมน์ที่ j)] / ผลรวมของความถี่ทั้งหมด

df	แทน	ชั้นของความเป็นอิสระ
r	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านแถว
c	แทน	จำนวนกลุ่มของตัวแปรด้านคอลัมน์

หมายเหตุ: เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ χ^2 ผู้วิจัยจึงขอให้กำหนดตัวแปรทุกตัวเป็นตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview)

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยผู้วิจัยเป็นออกเป็น 2 กลุ่มๆละเท่าๆกัน กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้บริโภคหญิงที่มีความชื่นชอบในประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คนและอีกกลุ่มคือผู้บริโภคหญิงที่ไม่ชื่นชอบประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี เช่น งานแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศไทย เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการอภิปรายผล ให้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยที่มากขึ้น

การสัมภาษณ์หลังจากทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีเชิงปริมาณ การสัมภาษณ์หลังจากทราบผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีเชิงปริมาณ เป็นการทดสอบอีกครั้งเพื่อให้ได้คำตอบที่น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นแก่ผลการวิจัย และทำให้มีข้อสนับสนุนผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ และหากสมมติฐานของการวิจัยไม่เป็นไปตามผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยวิธีเชิง

ปริมาณ การสัมภาษณ์ขั้นตอนดังกล่าวจะสามารถช่วยให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายสาเหตุ หรือปัจจัยของความขัดแย้งของผลการวิจัยดังกล่าวได้ดียิ่งขึ้น

2. การสร้างเครื่องมือวิจัย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้ ศึกษาจากการสัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างคำถามที่แน่นอน (Unstructured Interview) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัว จึงสามารถปรับเปลี่ยนความยืดหยุ่นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยทำการจดบันทึกรายละเอียดและอาศัยแถบบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน หลังจากทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีเชิงปริมาณ ในช่วงเดือนธันวาคม ปี 2555 ถึง มกราคม ปี 2556

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และจะใช้วิธีการบันทึกและถอดเทประหว่างสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และผู้วิจัยจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาเท่านั้น

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

H_0 แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)

H_1 แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

X^2 แทน ค่าสถิติการทดสอบไคสแควร์

Sig. แทน ค่านัยสำคัญทางสถิติ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบาย เป็น 5 ส่วน โดยเรียงลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1. อายุ		
1.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21	5.3
1.2 21-30 ปี	224	56.0
1.3 31-40 ปี	84	21.0
1.4 41-50 ปี	42	10.5
1.5 51 ปีขึ้นไป	29	7.3
รวม	400	100.0
2. สถานภาพ		
2.1 โสด	309	77.3
2.2 สมรส/อยู่ด้วยกัน	81	20.3
2.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	10	2.5
รวม	400	100.0
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	36	9.0
3.2 ปริญญาตรี	294	73.5
3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	70	17.5
รวม	400	100.0
4. อาชีพ		
4.1 นักเรียน/นักศึกษา	90	22.5
4.2 ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน เป็นต้น	252	63.0
4.3 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	43	10.8
4.4 อื่นๆ โปรดระบุ....	15	3.8
รวม	400	100.0

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
5.1 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ10,000 บาท	73	18.3
5.2 10,001-20,000 บาท	192	48.0
5.3 20,001-30,000 บาท	73	18.3
5.4 30,001 บาทขึ้นไป	62	15.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคลเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อื่นๆ โปรดระบุ... จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ได้แก่ ท่านชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี ท่านเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี และท่านมักจะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลีเพื่อบำรุงร่างกาย ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ได้แก่ การเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี การสะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี และการสะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลี (โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี MP3 เป็นต้น) ด้านอาหารและการบริโภค ได้แก่ เมื่อมีร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่ท่านจะต้องไปลองรับประทานอาหารนั้นอย่างแน่นอน เมื่อมีเวลาว่างท่านจะลองทำอาหารเกาหลีที่บ้านและเมื่อไปห้างสรรพสินค้าท่านมักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ เป็นต้น โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละ ดังนี้

ตาราง 4 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม	จำนวน	ร้อยละ
ท่านชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	223	55.8
ท่านมักเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	115	28.8
ท่านมักจะการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลีเพื่อบำรุงร่างกาย	42	10.5
อื่นๆ โปรดระบุ.....	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพและความงามในซื้อเครื่องสำอางมากที่สุด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 การรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลีเพื่อบำรุงร่างกาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอื่นๆ โปรดระบุ... จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
การเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	104	26.0
การสะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	143	35.8
การสะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลี (โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี MP3 เป็นต้น)	97	24.3
อื่นๆ โปรดระบุ.....	56	14.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีในการสะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลีมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ การเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 การสะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลี (โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี MP3 เป็นต้น) จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และอื่นๆ โปรดระบุ.... จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อมีร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่ท่านจะต้องไปลองรับประทานอาหารนั้นอย่างแน่นอน	149	37.3
เมื่อมีเวลาว่างท่านจะลองทำอาหารเกาหลีที่บ้าน	26	6.5
เมื่อไปห้างสรรพสินค้าท่านมักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ เป็นต้น	170	42.5
อื่นๆ โปรดระบุ.....	55	13.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค เมื่อไปห้างสรรพสินค้าท่านจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ มากที่สุด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ เมื่อมีร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่ท่านจะต้องไปลองรับประทานอาหารนั้นอย่างแน่นอน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 อื่น ๆ โปรดระบุ... จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และเมื่อมีเวลาว่างท่านจะลองทำอาหารเกาหลีที่บ้าน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี และด้านอาหารและการบริโภค โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละดังนี้

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องสำอางเกาหลี	198	49.5
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	162	40.5
การทำศัลยกรรมแบบเกาหลี	20	5.0
อื่นๆโปรดระบุ.....	20	5.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนในเกี่ยวกับสุขภาพและความงามในเครื่องสำอางเกาหลีมากที่สุด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา คือ เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และการทำศัลยกรรมแบบเกาหลี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 อื่นๆ โปรดระบุ.....จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
ภาพยนตร์ ซีรีย์ และนักแสดงเกาหลี	206	51.5
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	114	28.5
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์สื่อสาร	72	18.0
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีในภาพยนตร์ ซีรีย์ และนักแสดงเกาหลีมากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์สื่อสาร จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และอื่นๆ โปรดระบุ.... จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
นิตยสารที่เกี่ยวกับอาหารเกาหลี	51	12.8
รายการโทรทัศน์ที่นำเสนอเกี่ยวกับอาหารเกาหลี	205	51.3
เว็บไซต์ที่มีการนำเสนอร้านอาหารเกาหลี	119	29.8
อื่นๆ โปรดระบุ.....	25	6.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคเกี่ยวกับสื่อที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่อาหารเกาหลีทางรายการโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา เว็บไซต์ จำนวน 119 คน คิดเป็น

ร้อยละ 19.8 นิตยสาร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 และอื่นๆ โปรดระบุ....จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี และด้านอาหารและการบริโภค โดยแจกแจงจำนวนและค่าร้อยละดังนี้

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม	จำนวน	ร้อยละ
ท่านมีความเห็นว่าเครื่องสำอางเกาหลีเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและราคายุติธรรม	203	50.8
ท่านเห็นว่าการทำศัลยกรรมเกาหลีมีความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัย	53	13.3
ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากประเทศเกาหลีมีคุณภาพดี ใช้แล้วเห็นผลจริง	114	28.5
อื่นๆ โปรดระบุ.....	30	7.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพและความงามที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม คือ เครื่องสำอางเกาหลีเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและราคายุติธรรม จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากประเทศเกาหลีมีคุณภาพดี ใช้แล้วเห็นผลจริง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 การทำศัลยกรรมเกาหลีมีความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และอื่นๆ โปรดระบุ...จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ตาราง 11 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อดูซีรีย์เกาหลีท่านเห็นว่าเนื้อหาของซีรีย์และนักแสดงนั้นมีความสนุกน่าสนใจ ชวนให้ติดตาม	213	53.3
ท่านเห็นว่าเพลงเกาหลีมีดนตรีที่ไพเราะ จังหวะสนุกสนาน	51	12.8
ท่านคิดว่าศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีและมีความสามารถ	98	24.5
ท่านคิดว่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตจากประเทศเกาหลีมีรูปแบบที่ทันสมัย ทนทานและราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	37	93.3
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1	0.03
รวม	400	100.0

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี คือ เมื่อดูซีรีย์เกาหลีท่านเห็นว่าเนื้อหาของซีรีย์และนักแสดงนั้นมีความสนุก น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีและมีความสามารถ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 เพลงเกาหลีมีดนตรีที่ไพเราะ จังหวะสนุกสนาน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อุปการณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตจากประเทศเกาหลีมีรูปแบบที่ทันสมัยทนทานและราคาเหมาะสมกับคุณภาพ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 และอื่นๆ โปรดระบุ...จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.03 ตามลำดับ

ตาราง 12 แสดงจำนวนและร้อยละของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค	จำนวน	ร้อยละ
ท่านคิดว่าอาหารเกาหลีหากไปรับประทานที่เกาหลีจะได้รสต้นตำรับ	106	26.5
ท่านเห็นว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้นเพื่อให้ได้สุขภาพที่ดี	59	14.8
ท่านคิดว่าธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตมากขึ้น	214	53.5
อื่นๆ โปรดระบุ.....	21	5.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 12 ผลการวิเคราะห์ รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับอาหารและการบริโภค คือ ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโต จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา คือ อาหารเกาหลีหากไปรับประทานที่เกาหลีจะได้รสต้นตำรับ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้นเพื่อให้ได้สุขภาพที่ดี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอื่นๆ โปรดระบุ...จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยแจกแจงจำนวน และค่าร้อยละดังนี้

ตาราง 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีกี่ครั้ง

ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีกี่ครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
ครั้งเดียว	336	84.0
2-3 ครั้ง	51	12.8
4-5 ครั้ง	4	1.0
6 ครั้งขึ้นไป	9	2.3
รวม	400	100.0

จากตาราง 13 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีกี่ครั้ง คือ ครั้งเดียว จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมา 2-3 ครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 6 ครั้งขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ4-5 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตาราง 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยส่วนใหญ่

ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยส่วนใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	74	18.5
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	326	81.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยส่วนใหญ่ คือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมา คือ วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ตาราง 15 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่านโดยส่วนใหญ่

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่านโดยส่วนใหญ่	จำนวน	ร้อยละ
ครอบครัว/ญาติ	141	35.3
เพื่อน	175	43.8
เพื่อนร่วมงาน	69	17.3
คนเดียว	15	3.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 15 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่านโดยส่วนใหญ่ คือ เพื่อน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 เพื่อนร่วมงาน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อย17.8 และคนเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ตาราง 16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 สัปดาห์	315	78.8
1 สัปดาห์	75	18.8
มากกว่า 1 สัปดาห์	10	2.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 16 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมา 1 สัปดาห์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ตาราง 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้	จำนวน	ร้อยละ
ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	63	15.8
ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน	97	24.3
ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม	240	60.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 17 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

ตาราง 18 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้	จำนวน	ร้อยละ
ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	329	82.3
ทัศนศึกษา/ดูงาน	40	10.0
ติดต่อธุรกิจ / ประชุม / สัมมนา	11	2.8
เยี่ยมครอบครัว / ญาติ / เพื่อน	12	3.0
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	8	2.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 18 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมา ทัศนศึกษา/ดูงาน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ติดต่อธุรกิจ/

ประชุม/สัมมนา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตาราง 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้	จำนวน	ร้อยละ
เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	231	57.8
เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้	146	36.5
ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	23	5.8
รวม	400	100.0

จากตาราง 19 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมา เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ตาราง 20 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ท่านคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่

ท่านคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
ไป	374	93.5
ไม่ไป	26	6.5
รวม	400	100.0

จากตาราง 20 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ท่านคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่ คือ ไป จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมา ไม่ไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตาราง 21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ จำแนกตามคำถาม ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่

ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำ	388	97.0
ไม่แนะนำ	12	3.0
รวม	400	100.00

จากตาราง 21 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ข้อคำถาม ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่ คือ แนะนำ จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมา ไม่แนะนำ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานทางการวิจัย

สมมติฐานทางการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ตาราง 22 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ	จำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้	ลักษณะการท่องเที่ยว	ผู้ร่วมเดินทาง	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	กิจกรรมที่ชื่นชอบ	ท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่	แนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวหรือไม่
1.ลักษณะส่วนบุคคล									
อายุ	√	√	√	√	√	√	√	√	√
สถานภาพ	√	√	√	√	√	√	X	X	X
ระดับการศึกษา	√	√	√	√	√	√	X	X	X
อาชีพ	√	√	√	√	√	√	√	X	X
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	√	√	√	√	√	√	X	√	X
2.รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม									
ด้านสุขภาพและความงาม	√	√	√	√	√	√	X	√	√
ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	√	√	√	√	√	√	√	√	√
ด้านอาหารและการบริโภค	√	√	√	√	√	√	√	√	√
3.รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ									
ด้านสุขภาพและความงาม	√	√	√	√	√	√	√	√	√
ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	√	X	√	√	√	√	√	√	√
ด้านอาหารและการบริโภค	√	√	√	√	X	√	√	√	√

ตาราง 22 (ต่อ)

ตัวแปรอิสระ	จำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้	ลักษณะการท่องเที่ยว	ผู้ร่วมเดินทาง	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	กิจกรรมที่ชื่นชอบ	ท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่	แนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวหรือไม่
4.รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น									
ด้านสุขภาพและความงาม	√	√	√	√	√	√	√	√	√
ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	√	√	√	√	√	√	√	√	√
ด้านอาหารและการบริโภค	√	√	√	√	√	√	√	√	√

√ = เป็นไปตามสมมติฐาน

X = ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ในการวิจัยนี้ผู้วิจัยขออธิบายเฉพาะตัวแปรที่เป็นไปตามสมมติฐานเท่านั้น

สมมติฐานทางการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 23 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

อายุ	จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครั้งเดียว	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	6 ครั้งขึ้นไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 (5.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	187 (46.8%)	33 (8.3%)	4 (1.0%)	0 0%	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	60 (15.0%)	15 (3.8%)	0 (0%)	9 (2.3%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	40 (10.0%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	28 (7.0%)	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	29 (7.3%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 49.559 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 24 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	13 (3.3%)	8 (2.0%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	30 (7.5%)	194 (48.5%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	25 (6.3%)	59 (14.8%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	3 (0.8%)	39 (9.8%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	3 (0.8%)	26 (6.5%)	29 (7.3%)
รวม	74 (18.5%)	326 81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 42.053 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 24 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 25 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	12 (3.0%)	9 (2.3%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	79 (19.8%)	112 (28.0%)	31 (7.8%)	2 (0.5%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	23 (5.8%)	38 (9.5%)	10 (2.5%)	13 (3.3%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	15 (3.8%)	10 (2.5%)	17 (4.3%)	0 (0%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	12 (3.0%)	6 (1.5%)	11 (2.8%)	0 (0%)	29 (7.3%)
รวม	141 (35.3%)	175 (43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 80.007 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 25 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.4 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 26 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	1 สัปดาห์	มากกว่า 1 สัปดาห์	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 (5.3%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	195 (48.8%)	29 (7.3%)	0 (0%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	49 (12.3%)	25 (6.3%)	10 (2.5%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	25 (6.3%)	17 (4.3%)	0 (0%)	42 (10.5%)

ตาราง 26 (ต่อ)

อายุ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	1 สัปดาห์	มากกว่า 1 สัปดาห์	
51 ปีขึ้นไป	25 (6.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	29 (7.3%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 71.754 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 26 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.5 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 27 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน	ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	6 (1.5%)	10 (2.5%)	5 (1.3%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	31 (7.8%)	57 (14.3%)	136 (34.0%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	11 (2.8%)	11 (2.8%)	62 (15.5%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	13 (3.3%)	4 (1.0%)	25 (6.3%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	2 (0.5%)	15 (3.8%)	12 (3.0%)	29 (7.3%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 41.598 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 27 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.6 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 28 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	21 (5.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	200 (50.0%)	16 (4.0%)	5 (1.3%)	0 (0%)	3 (0.8%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	54 (13.5%)	13 (3.3%)	0 (0%)	12 (3.0%)	5 (1.3%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	30 (7.5%)	8 (2.0%)	4 (1.0%)	0 (0%)	0 (0%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	24 (6.0%)	3 (0.8%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	29 (7.3%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 81.896 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 28 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติ

ฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.7 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	8 (2.0%)	12 (3.0%)	1 (0.3%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	147 (36.8%)	63 (15.8%)	14 (3.5%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	42 (10.5%)	38 (9.5%)	4 (1.0%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	22 (5.5%)	20 (5.0%)	0 (0%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	12 (3.0%)	13 (3.3%)	4 (1.0%)	29 (7.3%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 22.680 Asymp. Sig = 0.004

จากตาราง 29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.8 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิงด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 30 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

อายุ	ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง		รวม
	ไป	ไม่ไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	16 (4.0%)	5 (1.3%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	215 (53.8%)	9 (2.3%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	79 (19.8%)	5 (1.3%)	84 (21.0%)

ตาราง 30 (ต่อ)

อายุ	ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง		รวม
	ไป	ไม่ไป	
41 – 50 ปี	37 (9.3%)	5 (1.3%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	27 (6.8%)	2 (0.5%)	29 (7.3%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 14.691 Asymp. Sig = 0.005

จากตาราง 30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.9 อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อายุ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิงด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 31 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อายุ	ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	แนะนำ	ไม่แนะนำ	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	19 (4.8%)	2 (0.5%)	21 (5.3%)
21— 30 ปี	223 (55.8%)	1 (0.3%)	224 (56.0%)
31 – 40 ปี	81 (20.3%)	3 (0.8%)	84 (21.0%)
41 – 50 ปี	39 (9.8%)	3 (0.8%)	42 (10.5%)
51 ปีขึ้นไป	26 (6.5%)	3 (0.8%)	29 (7.3%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 16.038 Asymp. Sig = 0.003

จากตาราง31 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอายุมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.003 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.10 สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 32 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

สถานภาพ	จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครั้งเดียว	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	6 ครั้งขึ้นไป	
โสด	264 (66.0%)	41 (10.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	309 (77.3%)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	72 (18.0%)	9 (2.3%)	0 (0%)	0 (0%)	81 (20.3%)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0 (0%)	1 (0.3%)	0 (0%)	9 (2.3%)	10 (2.3%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 361.180 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 32 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.11 สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 33 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

สถานภาพ	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
โสด	47 (11.8%)	262 (65.5%)	309 (77.3%)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	17 (4.3%)	64 (16.0%)	81 (20.3%)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	10 (2.3%)	0 (0%)	10 (2.3%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 46.604 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 33 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.12 สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 34 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

สถานภาพ	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
โสด	119	139	49	2	309
	(29.8%)	(34.8%)	(12.3%)	(0.5%)	(77.3%)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	22	36	19	4	81
	(5.5%)	(9.0%)	(4.8%)	(1.0%)	(20.3%)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0	0	1	9	10
	(0%)	(0%)	(0.3%)	(2.3%)	(2.3%)
รวม	141	175	69	15	400
	(35.3%)	(43.8%)	(17.3%)	(3.8%)	(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 219.526 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 34 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.13 สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 35 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

สถานภาพ	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
โสด	264	44	1	309
	(66.0%)	(11.0%)	(0.3%)	(77.3%)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	50	31	0	81
	(12.5%)	(7.8%)	(0%)	(20.3%)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	1	0	9	10
	(0.3%)	(0%)	(2.3%)	(2.3%)
รวม	315	75	10	400
	(78.8%)	(18.8%)	(2.5%)	(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 346.557 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 35 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และ

ยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.14 สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 36 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

สถานภาพ	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือน เมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือน สิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือน ธันวาคม – มีนาคม**	
โสด	38	83	188	309
	(9.5%)	(20.8%)	(47.0%)	(77.3%)
สมรส/อยู่	25	13	43	81
ด้วยกัน	(6.3%)	(3.3%)	(10.8%)	(20.3%)
หม้าย/หย่าร้าง/	0	1	9	10
แยกกันอยู่	(0%)	(0.3%)	(2.3%)	(2.3%)
รวม	63	97	240	400
	(15.8%)	(24.3%)	(60.0%)	(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 21.795 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 36 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยว

ประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.15 สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 37 แสดงการทดสอบความแตกต่างของสถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

สถานภาพ	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
โสด	282 (70.5%)	22 (5.5%)	5 (1.3%)	0 (0%)	0 (0%)	309 (77.3%)
สมรส/อยู่ด้วยกัน	47 (11.8%)	18 (4.5%)	5 (1.3%)	3 (0.8%)	8 (2.0%)	81 (20.3%)
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.3%)	9 (2.3%)	0 (0%)	10 (2.3%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 332.731 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 37 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของสถานภาพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.16 ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 38 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ระดับการศึกษา	จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครั้งเดียว	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	6 ครั้งขึ้นไป	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	21 (5.3%)	6 (1.5%)	0 (0%)	9 (2.3%)	36 (9.0%)
ปริญญาตรี	249 (62.3%)	41 (10.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	294 (73.5%)
สูงว่าปริญญาตรี	66 (16.5%)	4 (1.0%)	0 (0%)	0 (0%)	70 (17.5%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 99.644 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 38 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.17 ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 39 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ระดับการศึกษา	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	14 (3.5%)	22 (5.5%)	36 (9.0%)
ปริญญาตรี	45 (11.3%)	249 (62.3%)	294 (73.5%)
สูงว่าปริญญาตรี	15 (3.8%)	55 (13.8%)	70 (17.5%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 =12.313 Asymp. Sig = 0.002

จากตาราง 39 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.18 ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 40 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ระดับการศึกษา	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16 (4.0%)	7 (1.8%)	0 (0%)	13 (3.3%)	36 (9.0%)
ปริญญาตรี	101 (25.3%)	136 (34.0%)	55 (13.8%)	2 (0.5%)	294 (73.5%)
สูงว่าปริญญาตรี	24 (6.0%)	32 (8.0%)	14 (3.5%)	0 (0%)	70 (17.5%)
รวม	141 (35.3%)	175 (43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 123.721 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 40 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษาที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.19 ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 41 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ระดับการศึกษา	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	1 สัปดาห์	มากกว่า 1 สัปดาห์	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	23 (5.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	36 (9.0%)
ปริญญาตรี	230 (57.5%)	63 (15.8%)	1 (0.3%)	294 (73.5%)
สูงว่าปริญญาตรี	62 (15.5%)	8 (2.0%)	0 (0%)	70 (17.5%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 86.260 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 41 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.20 ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 42 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ระดับการศึกษา	ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน	ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18 (4.5%)	0 (0%)	18 (4.5%)	36 (9.0%)
ปริญญาตรี	29 (7.3%)	84 (21.0%)	181 (45.3%)	294 (73.5%)
สูงว่าปริญญาตรี	16 (4.0%)	13 (3.3%)	41 (10.3%)	70 (17.5%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 48.194 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 42 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ที่แตกต่างกันพบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.21 ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 43 แสดงการทดสอบความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ระดับการศึกษา	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
ต่ำกว่าปริญญาตรี	19(4.8%)	8(2.0%)	0(0%)	9(2.3%)	0(0%)	36 9.0%)
ปริญญาตรี	257(64.3%)	23(5.8%)	11(2.8%)	3(0.8%)	0(0%)	294(73.5%)
สูงว่าปริญญาตรี	53(13.3%)	9(2.3%)	0(0%)	0(0%)	8(2.0%)	70 (17.5%)
รวม	329(82.3%)	40(10.0%)	11 (2.8%)	12(3.0%)	8(2.0%)	400 100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 118.162 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 43 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า ระดับการศึกษามีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.22 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 44 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

อาชีพ	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
นักเรียน/นักศึกษา	70 (17.5%)	20 (5.0%)	0 (0%)	0 (0%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	221 55.3%)	27 (6.8%)	4 (1.0%)	0 (0%)	252 (63.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	39 (9.8%)	4 (1.0%)	0 (0%)	0 (0%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	6 (1.5%)	0 (0%)	0 (0%)	9 (2.3%)	15 (3.8%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 247.327 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 44 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.23 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 45 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อาชีพ	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
นักเรียน/นักศึกษา	15 (3.8%)	75 (18.8%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	32 (8.0%)	220 (55.0%)	252 (63.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	18 (4.5%)	25 (6.3%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	9 (2.3%)	6 (1.5%)	15 (3.8%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 38.523 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 45 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.24 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 46 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

อาชีพ	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
นักเรียน/นักศึกษา	44 (11.0%)	46 (11.5%)	0 (0%)	0 (0%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	91 (22.8%)	96 (24.0%)	59 (14.8%)	6 (1.5%)	252 (63.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	6 (1.5%)	33 (8.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	0 (0%)	6 (1.5%)	9 (2.3%)	15 (3.8%)

ตาราง 46 (ต่อ)

อาชีพ	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
รวม	141 (35.3%)	175 (43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 195.799 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 46 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.25 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 47 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อาชีพ	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	1 สัปดาห์	มากกว่า 1 สัปดาห์	
นักเรียน/นักศึกษา	89 (26.3%)	1 (0.3%)	0 (0%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	185 (46.3%)	66 (16.5%)	1 (0.3%)	252 (63.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	36 (9.0%)	7 (1.8%)	0 (0%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	1 (0.3%)	9 (2.3%)	15 (3.8%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 239.452 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 47 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.26 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 48 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อาชีพ	ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน	ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม	
นักเรียน/นักศึกษา	14 (3.5%)	23 (5.8%)	53 (13.3%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	45 (11.3%)	51 (12.8%)	156 (39.0%)	252 (63.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	4 (1.0%)	23 (5.8%)	16 (4.0%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	0 (0%)	15 (3.8%)	15 (3.8%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 32.636 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 48 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.27 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 49 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อาชีพ	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
นักเรียน/นักศึกษา	90 (22.5%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	197 (47.3%)	40 (10.0%)	7 (1.8%)	0 (0%)	8 (2.0%)	252 (63.0%)
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	36 (9.0%)	0 (0%)	4 (1.0%)	3 (0.8%)	0 (0%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	6 (1.5%)	0 (0%)	0 (0%)	9 (2.3%)	0 (0%)	15 (3.8%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 219.992 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 49 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.28 อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 50 แสดงการทดสอบความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อาชีพ	ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	
นักเรียน/นักศึกษา	52 (13.0%)	37 (9.3%)	1 (0.3%)	90 (22.5%)
ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท เป็นต้น	143 (35.8%)	99 (24.8%)	10 (2.5%)	252 (63.0%)

ตาราง 50 (ต่อ)

อาชีพ	ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	25 (6.3%)	6 (1.5%)	12 (3.0%)	43 (10.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	11 (2.8%)	4 (1.0%)	0 (0%)	15 (3.8%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 50.457 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 50 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของอาชีพมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.29 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 51 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครั้งเดียว	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	6 ครั้งขึ้นไป	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	63 (15.8%)	10 (2.5%)	0 (0%)	0 (0%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	164 (41.0%)	28 (7.0%)	0 (0%)	0 (0%)	192 (48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	57 (14.3%)	7 (1.8%)	0 (0%)	9 (2.3%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	52 (13.0%)	6 (1.5%)	4 (1.0%)	0 (0%)	62 (15.5%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 64.107 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 51 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 52 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	8 (2.0%)	65 (16.3%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	25 (6.3%)	167 (41.8%)	192 (48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	16 (4.0%)	57 (14.3%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	25 (6.3%)	37 (9.3%)	62 (15.5%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 26.725 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 52 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.31 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 53 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	37 (9.3%)	21 (5.3%)	11 (2.8%)	4 (1.0%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	70 (17.5%)	97 (24.3%)	23 (5.8%)	2 (0.5%)	192 (48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	10 (2.5%)	36 (9.0%)	18 (4.5%)	9 (2.3%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	24 (6.0%)	21 (5.3%)	17 (4.3%)	0 (0%)	62 (15.5%)
รวม	141 (35.3%)	175 (43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 52.822 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 53 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.32 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 54 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	62 (15.5%)	11 (2.8%)	0 (0%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	154 (38.5%)	37 (9.3%)	1 (0.3%)	192 48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	42 (10.5%)	22 (5.5%)	9 (2.3%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	57 (14.3%)	5 (1.3%)	0 (0%)	62 (15.5%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 49.918 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 54 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 55 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	6 (1.5%)	25 (6.3%)	42 (10.5%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	28 (7.0%)	43 (10.8%)	121 (30.3%)	192 (48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	9 (2.3%)	13 (3.3%)	51 (12.8%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	20 (5.0%)	16 (4.0%)	26 (6.5%)	62 (15.5%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 23.578 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 55 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.34 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 56 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	63 (15.8%)	8 (2.0%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	174 (43.5%)	13 (3.3%)	5 (1.3%)	0 (0%)	0 (0%)	192 (48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	46 (11.5%)	15 (3.8%)	0 (0%)	12 (3.0%)	0 (0%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	46 (11.5%)	4 (1.0%)	4 (1.0%)	0 (0%)	8 (2.0%)	62 (15.5%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 119.006 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 56 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.35 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 57 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	60 (15.0%)	13 (3.3%)	73 (18.3%)
10,001 – 20,000 บาท	187 (46.8%)	5 (1.3%)	192 (48.0%)
20,001 – 30,000 บาท	67 (16.8%)	6 (1.5%)	73 (18.3%)
30,001 บาทขึ้นไป	60 (15.0%)	2 (0.5%)	62 (15.5%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 21.603 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 57 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งพบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก(H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง(H_1) หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 2.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 58 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	181 (45.3%)	42 (10.5%)	0 (0%)	0 (0%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	106 (26.5%)	5 (1.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	115 (28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	29 (7.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	9 (2.3%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	20 (5.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 105.217 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 58 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 59 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	27 (6.8%)	196 (49.0%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	28 (7.0%)	87 (21.8%)	115 (28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	17 (4.3%)	25 (6.3%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	2 (0.5%)	18 (4.5%)	20 (5.0%)

ตาราง 59 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 23.064 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 59 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 60 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	92 (23.0%)	89 (22.3%)	40 (10.0%)	2 (0.5%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	41 (10.3%)	61 (15.3%)	13 (3.3%)	0 (0%)	115 (28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	5 (1.3%)	13 (3.3%)	11 (2.8%)	13 (3.3%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	3 (0.8%)	12 (3.0%)	5 (1.3%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	141 (35.3%)	175 43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 114.749 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 60 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการ

ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 61 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	182 (45.5%)	40 (10.0%)	1 (0.3%)	223 55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	88 (22.0%)	27 (6.8%)	0 (0%)	115 28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	29 (7.3%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	16 (4.0%)	4 (1.0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 71.506 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 61 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 62 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	26 (6.5%)	38 (9.5%)	159 (39.8%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	22 (5.5%)	43 (10.8%)	50 (12.5%)	115 (28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	13 (3.3%)	9 (2.3%)	20 (5.0%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	2 (0.5%)	7 (1.8%)	11 (2.8%)	20 (5.0%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 34.982 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 62 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 63 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	192 (48.0%)	25 (6.3%)	6 (1.5%)	0 (0%)	0 (0%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	102 (25.5%)	7 (1.8%)	3 (0.8%)	3 (0.8%)	0 (0%)	115 (28.8%)

ตาราง 63 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	18 (4.5%)	7 (1.8%)	0 (0%)	9 (2.3%)	8 (2.0%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	17 (4.3%)	1 (0.3%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 141.453 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 63 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.7 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 64 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	214 (53.5%)	9 (2.3%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	113 (28.3%)	2 (0.5%)	115 (28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	41 (10.3%)	1 (0.3%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	6 (1.5%)	14 (3.5%)	20 (5.0%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 140.384 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 64 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของ

ผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.8 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 65 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี	221 (55.3%)	2 (0.5%)	223 (55.8%)
เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	113 (28.3%)	2 (0.5%)	115 (28.8%)
รับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลี	42 (10.5%)	0 (0%)	42 (10.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	12 (3.0%)	8 (2.0%)	20 (5.0%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 99.406 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 65 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.9 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 66 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	75 (18.8%)	29 (7.3%)	0 (0%)	0 (0%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	128 (32.0%)	15 (3.8%)	0 (0%)	0 (0%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	80 (20.0%)	4 (1.0%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	53 (13.3%)	3 (0.8%)	0 (0%)	0 (0%)	56 (14.0%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 70.975 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 66 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.10 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 67 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	21 (5.3%)	83 (20.8%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	16 (4.0%)	127 (31.8%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	27 (6.8%)	70 (17.5%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	10 (2.5%)	46 (11.5%)	56 (14.0%)

ตาราง 67 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 10.889 Asymp. Sig = 0.012

จากตาราง 67 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.012 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.11 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ตาราง 68 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	37 (9.3%)	64 (16.0%)	3 (0.8%)	0 (0%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์รูปดารา-นักร้องเกาหลี	50 (12.5%)	56 (14.0%)	37 (9.3%)	0 (0%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	39 (9.8%)	31 (7.8%)	12 (3.0%)	15 (3.8%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	15 (3.8%)	24 (6.0%)	17 (4.3%)	0 (0%)	56 (14.0%)
รวม	141 (35.3%)	175(43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 85.502 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 68 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.12 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 69 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	87 (21.8%)	17 (4.3%)	0 (0%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์รูปดารา-นักร้องเกาหลี	123 (30.8%)	19 (4.8%)	1 (0.3%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	63 (15.8%)	25 (6.3%)	9 (2.3%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	42 (10.5%)	14 (3.5%)	0 (0%)	56 (14.0%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 33.719 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 69 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.13 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 70 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	20 (5.0%)	16 (4.0%)	68 (17.0%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	20 (5.0%)	15 (3.8%)	108 (27.0%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	15 (3.8%)	50 (12.5%)	32 (8.0%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8 (2.0%)	16 (4.0%)	32 (8.0%)	56 (14.0%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 64.053 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 70 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.14 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 71 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	92 (23.0%)	2 (0.5%)	2 (0.5%)	0 (0%)	8 (2.0%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์รูปดารา-นักร้องเกาหลี	122 (30.5%)	19 (4.8%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	143 (35.8%)

ตาราง 71 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	77 (19.3%)	8 (2.0%)	0 (0%)	12 (3.0%)	0 (0%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	38 (9.5%)	11 (2.8%)	7 (1.8%)	0 (0%)	0 (0%)	56 (14.0%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 99.481 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 71 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.15 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 72 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	62 (15.5%)	33 (8.3%)	9 (2.3%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	77 (19.3%)	63 (15.8%)	3 (0.8%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	66 (16.5%)	27 (6.8%)	4 (1.0%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	26 (6.5%)	23 (5.8%)	7 (1.8%)	56 (14.0%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 18.388 Asymp. Sig = 0.005

จากตาราง 72 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.16 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 73 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	103 (25.8%)	1 (0.3%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	138 (34.5%)	5 (1.3%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	96 (24.0%)	1 (0.3%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	37 (9.3%)	19 (4.8%)	56 (14.0%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 81.467 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 73 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.17 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 74 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	**รวม**
เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	103 (25.8%)	1 (0.3%)	104 (26.0%)
สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี	143 (35.8%)	0 (0%)	143 (35.8%)
สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	96 (24.0%)	1 (0.3%)	97 (24.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	46 (11.5%)	10 (2.5%)	56 (14.0%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 49.678 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 74 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.18 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 75 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	128 (32.0%)	21 (5.3%)	0 (0%)	0 (0%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	16 (4.0%)	1 (0.3%)	0 (0%)	9 (2.3%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	143 (35.8%)	23 (5.8%)	4 (1.0%)	0 (0%)	170 (42.5%)

ตาราง 75 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครั้งเดียว	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	6 ครั้งขึ้นไป	
อื่นๆ โปรดระบุ.....	49 (12.3%)	6 (1.5%)	0 (0%)	0 (0%)	55 (13.8%)
รวม	336 (84.0%)	51 12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 138.724 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 75 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.19 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 76 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	19 (4.8%)	130 (32.5%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	16 (4.0%)	10 (2.5%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	31 (7.8%)	139 (34.8%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8 (2.0%)	47 (85.5%)	55 (13.8%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 35.785 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 76 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.20 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ตาราง 77 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	67 (16.8%)	70 (17.5%)	10 (2.5%)	2 (0.5%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	9 (2.3%)	6 (1.5%)	2 (0.5%)	9 (2.3%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	55 (13.8%)	78 (19.5%)	33 (8.3%)	4 (1.0%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	10 (2.5%)	21 (5.3%)	24 (6.0%)	0 (0%)	55 (13.8%)
รวม	141 (35.3%)	175 43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 117.338 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 77 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.21 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 78 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	123 (30.8%)	25 (6.3%)	1 (0.3%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	10 (2.5%)	7 (1.8%)	9 (2.3%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	143 (35.8%)	27 (6.8%)	0 (0%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	39 (9.8%)	16 (4.0%)	0 (0%)	55 (13.8%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 126.685 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 78 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.22 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 79 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	26 (6.5%)	53 (13.3%)	70 (17.5%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	6 (1.5%)	3 (0.8%)	17 (4.3%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	26 (6.5%)	31 (7.8%)	113 (28.3%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	10 (2.5%)	40 (10.0%)	55 (13.8%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 22.715 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 79 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้าน

ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.23 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 80 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	138(34.5%)	4(1.0%)	4(1.0%)	3(0.8%)	0(0%)	149(37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	9(2.3%)	5(1.3%)	3(0.8%)	9(2.3%)	0(0%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	141(35.3%)	21(5.3%)	0(0%)	0(0%)	8(2.0%)	170(42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	41(10.3%)	10(2.5%)	4(1.0%)	0(0%)	0(0%)	55 (13.8%)

ตาราง 80 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
รวม	329(82.3%)	40(10.0%)	11(2.8%)	12(3.0%)	8(2.0%)	400(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 145.095 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 80 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.24 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 81 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	83 (20.8%)	57 (14.3%)	9 (2.3%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	19 (4.8%)	7 (1.8%)	0 (0%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	111 (27.8%)	50 (12.5%)	9 (2.3%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	18 (4.5%)	32 (8.0%)	5 (1.3%)	55 (13.8%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 21.653 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 81 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.25 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 82 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	144 (36.0%)	5 (1.3%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	25 (6.3%)	1 (0.3%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	168 (42.0%)	2 (0.5%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	37 (9.3%)	18 (4.5%)	55 (13.8%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 72.903 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 82 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2.26 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 83 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
ลองไปร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่	149 (37.3%)	0 (0%)	149 (37.3%)
ทำอาหารเกาหลี	25 (6.3%)	1 (0.3%)	26 (6.5%)
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี	168 (42.0%)	2 (0.5%)	170 (42.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	46 (11.5%)	9 (2.3%)	55 (13.8%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 40.368 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง83 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของ

ผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 3.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 84 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ –ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
เครื่องสำอางเกาหลี	160 (40.0%)	38 (9.5%)	0 (0%)	0 (0%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	136 (34.0%)	13 (3.3%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	20 (5.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	20 (5.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 34.939 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 84 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 85 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ –ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
เครื่องสำอางเกาหลี	21 (5.3%)	177 (44.3%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	52 (13.0%)	110 (27.5%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	1 (0.3%)	19 (6.3%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	20 (5.0%)	20 (5.0%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 35.010 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 85 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 86 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ –ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
เครื่องสำอางเกาหลี	85 (21.3%)	70 (17.5%)	43 (10.8%)	0 (0%)	198 49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	48 (12.0%)	78 (19.5%)	23 (5.8%)	13 (3.3%)	162 40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	3 (0.8%)	15 (3.8%)	0 (0%)	2 (0.5%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	12 (3.0%)	3 (0.8%)	0 (0%)	20 (5.0%)

ตาราง 86 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
รวม	141 (35.3%)	175(43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 42.092 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 86 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 87 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ –ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	1 สัปดาห์	มากกว่า 1 สัปดาห์	
เครื่องสำอางเกาหลี	160 (40.0%)	38 (9.5%)	0 (0%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	128 (32.0%)	25 (6.3%)	9 (2.3%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	11 (2.8%)	8 (2.0%)	1 (0.3%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	16 (4.0%)	4 (1.0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 19.350 Asymp. Sig = 0.004

จากตาราง 87 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.004 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 88 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
เครื่องสำอางเกาหลี	31 (7.8%)	28 (7.0%)	139 (34.8%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	30 (7.5%)	47 (11.8%)	85 (21.3%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	0 (0%)	13 (3.3%)	7 (1.8%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	2 (0.5%)	9 (2.3%)	9 (2.3%)	20 (5.0%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 39.263 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง88 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 89 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
เครื่องสำอางเกาหลี	169 (42.3%)	24 (4.0%)	5 (1.3%)	0 (0%)	0 (0%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	128 (32.0%)	10 (2.5%)	4 (1.0%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	17 (4.3%)	3 (0.8%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	15 (3.8%)	3 (0.8%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 38.687 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 89 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.7 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงามไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 90 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
เครื่องสำอางเกาหลี	120 (30.0%)	70 (17.5%)	8 (2.0%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	87 (21.8%)	62 (15.5%)	13 (3.3%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	19 (4.8%)	1 (0.3%)	0 (0%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	13 (3.3%)	2 (0.5%)	20 (5.0%)

ตาราง 90 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 23.600 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 90 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.8 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 91 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
เครื่องสำอางเกาหลี	191 (47.8%)	7 (1.8%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	158 (39.5%)	4 (1.0%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	20 (5.0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	15 (3.8%)	20 (5.0%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 162.999 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 91 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.9 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 92 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
เครื่องสำอางเกาหลี	197 (49.3%)	1 (0.3%)	198 (49.5%)
เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี	159 (39.8%)	3 (0.8%)	162 (40.5%)
การทำศัลยกรรมเกาหลี	20 (5.0%)	0 (0%)	20 (5.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	12 (3.0%)	8 (2.0%)	20 (5.0%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 99.677 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 92 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.10 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 93 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์ นักแสดงเกาหลี	187 (46.8%)	15 (3.8%)	4 (1.0%)	0 (0%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	87 (21.8%)	27 (6.8%)	0 (0%)	0 (0%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	54 (13.5%)	9 (2.3%)	0 (0%)	9 (2.3%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8 (2.0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	8 (2.0%)
รวม	336 (84.0%)	51 12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 64.178 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 93 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.11 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อ

พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ตาราง94 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์ นักแสดงเกาหลี	89 (22.3%)	70 (17.5%)	47 (11.8%)	0 (0%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	34 (8.5%)	69 (17.3%)	11 (2.8%)	0 (0%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	13 (3.3%)	34 (8.5%)	10 (2.5%)	15 (3.8%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	2 (0.5%)	1 (0.3%)	0 (0%)	8 (2.0%)
รวม	141 (35.3%)	175 43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 101.469 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 94 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.12 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง95 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์ นักแสดงเกาหลี	152 (38.0%)	53 (13.3%)	1 (0.3%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	105 (26.3%)	9 (2.3%)	0 (0%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	50 (12.5%)	13 (3.3%)	9 (2.3%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8 (2.0%)	0 (0%)	0 (0%)	8 (2.0%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 53.704 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 95 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อย

กว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.13 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 96 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์นักแสดงเกาหลี	33 (8.3%)	45 (11.3%)	128 (32.0%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	15 (3.8%)	22 (5.5%)	77 (19.3%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	15 (3.8%)	24 (6.0%)	33 (8.3%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	6 (1.5%)	2 (0.5%)	8 (2.0%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 20.807 Asymp. Sig = 0.002

จากตาราง 96 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.14 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 97 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้					รวม
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	ทัศนศึกษา/ดูงาน	ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา	เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน	เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	
ภาพยนตร์ ซีรีย์	180	19	7	0	0	206
นักแสดงเกาหลี	(45.0%)	(4.8%)	(1.8%)	(0%)	(0%)	(51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	103	6	2	3	0	114
	(25.8%)	(1.5%)	(0.5%)	(0.8%)	(0%)	(28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	38	15	2	9	8	72
	(9.5%)	(3.8%)	(0.5%)	(2.3%)	(2.0%)	(18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8	0	0	0	0	8
	(2.0%)	(0%)	(0%)	(0%)	(0%)	(2.0%)
รวม	329	40	11	12	8	400
	(82.3%)	(10.0%)	(2.8%)	(3.0%)	(2.0%)	(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 86.932 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 97 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.15 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 98 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์ นักแสดงเกาหลี	106 (26.5%)	91 (22.8%)	9 (2.3%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	72 (18.0%)	32 (8.0%)	10 (2.5%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	50 (12.5%)	18 (4.5%)	4 (1.0%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	3 (0.8%)	5 (1.3%)	0 (0%)	8 (2.0%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 16.856 Asymp. Sig = 0.010

จากตาราง 98 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้าน

กิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.16 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง99 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์ นักแสดงเกาหลี	192 (48.0%)	14 (3.5%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	111 (27.8%)	3 (0.8%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	67 (16.8%)	5 (1.3%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	4 (1.0%)	4 (1.0%)	8 (2.0%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 27.768 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 99 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-

ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.17 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 100 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
ภาพยนตร์ ซีรีย์ นักแสดงเกาหลี	201 (50.3%)	5 (1.3%)	206 (51.5%)
เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี	112 (28.0%)	2 (0.5%)	114 (28.5%)
สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	70 (17.5%)	2 (0.5%)	72 (18.0%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	5 (1.3%)	3 (0.8%)	8 (2.0%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 33.574 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 100 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.18 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 101 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
นิตยสาร	39 (9.8%)	3 (0.8%)	0 (0%)	9 (2.3%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	173 (43.3%)	32 (8.0%)	0 (0%)	0 (0%)	205(51.3%)
เว็บไซด์	99 (24.8%)	16 (4.0%)	4 (1.0%)	0 (0%)	119(29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	25 (6.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	25 (6.3%)
รวม	336 (84.0%)	51(12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 78.587 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 101 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.19 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 102 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
นิตยสาร	17 (4.3%)	34 (8.5%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	33 (8.3%)	172 (43.0%)	205 (51.3%)
เว็บไซต์	22 (5.5%)	97 (24.3%)	119 (29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	2 (0.5%)	23 (5.8%)	25 (6.3%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 10.055Asymp. Sig = 0.018

จากตาราง 102 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.018 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.20 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ตาราง 103 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
นิตยสาร	13 (3.3%)	25 (6.3%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	76 (19.0%)	98 (24.5%)	25 (6.3%)	6 (1.5%)	205 (51.3%)
เว็บไซด์	44 (11.0%)	43 (10.8%)	32 (8.0%)	0 (0%)	119 (29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8 (2.0%)	9 (2.3%)	8 (2.0%)	0 (0%)	25 (6.3%)

ตาราง 103 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	เพื่อนร่วมงาน	คนเดียว	
รวม	141 (35.3%)	175(43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 52.015 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 103 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.21 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 104 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
นิตยสาร	25 (6.3%)	17 (4.3%)	9 (2.3%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	162 (40.5%)	42 (10.5%)	1 (0.3%)	205 (51.3%)
เว็บไซต์	111 (27.8%)	8 (2.0%)	0 (0%)	119 (29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	17 (4.3%)	8 (2.0%)	0 (0%)	25 (6.3%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 80.643 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 104 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.21 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 105 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
นิตยสาร	37	2	0	12	0	51
	(9.3%)	(0.5%)	(0%)	(3.0%)	(0%)	(12.8%)
รายการโทรทัศน์	167	24	6	0	8	205
	(41.8%)	(6.0%)	(1.5%)	(0%	(2.0%)	(51.3%)
เว็บไซต์	104	10	5	0	0	119
	(26.0%)	(2.5%)	(1.3%)	(0%)	(0%	(29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	21	4	0	0	0	25
	(5.3%)	(1.0%)	(0%)	(0%)	(0%)	(6.3%)
รวม	329	40	11	12	8	400
	(82.3%)	(10.0%)	(2.8%)	(3.0%)	(2.0%)	(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 97.429 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง105 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่ง

น้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.22 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 106 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
นิตยสาร	42 (10.5%)	9 (2.3%)	0 (0%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	116 (29.0%)	82 (20.5%)	7 (1.8%)	205 (51.3%)
เว็บไซด์	63 (15.8%)	40 (10.0%)	16 (4.0%)	119 (29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	10 (2.5%)	15 (3.8%)	0 (0%)	25 (6.3%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 35.513 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง106 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.23 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 107 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
นิตยสาร	51 (12.8%)	0 (0%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	193 (48.3%)	12 (3.0%)	205 (51.3%)
เว็บไซด์	119 (29.8%)	0 (0%)	119 (29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	11 (2.8%)	14 (3.5%)	25 (6.3%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 112.751 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 107 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3.24 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 108 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
นิตยสาร	51 (12.8%)	0 (0%)	51 (12.8%)
รายการโทรทัศน์	199 (49.8%)	6 (1.5%)	205 (51.3%)
เว็บไซต์	119 (29.8%)	0 (0%)	119 (29.8%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	19 (4.8%)	6 (1.5%)	25 (6.3%)

ตาราง 108 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค (ประเภทสื่อในการนำเสนอ)	ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	แนะนำ	ไม่แนะนำ	
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 43.148 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง108 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4.1 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 109 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น –ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	169 (42.3%)	30 (7.5%)	4 (1.0%)	0 (0%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	49 (12.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	0 (0%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	90 (22.5%)	15 (3.8%)	0 (0%)	9 (2.3%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	28 (7.0%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	30 (7.5%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 30.249 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 109 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น -ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 110 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น –ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	31 (7.8%)	172 (43.0%)	203(50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	5 (1.3%)	48 (12.0%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	37 (9.3%)	77 (19.3%)	114 28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1 (0.3%)	29 (7.3%)	30 (7.5%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 23.597 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 110 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของ

ผู้บริโภคหญิง ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 111 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	72 (18.0%)	95 (23.8%)	36 (9.0%)	0 (0%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	16 (4.0%)	26 (6.5%)	5 (1.3%)	6 (1.5%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	39 (9.8%)	43 (10.8%)	23 (5.8%)	9 (2.3%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	14 (3.5%)	11 (2.8%)	5 (1.3%)	0 (0%)	30 (7.5%)
รวม	141 (35.3%)	175(43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 28.133 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 111 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตความคิดเห็นด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 112 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	164 (41.0%)	38 (9.5%)	1 (0.3%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	37 (9.3%)	16 (4.0%)	0 (0%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	91 (22.8%)	14 (3.5%)	9 (2.3%)	114 (28.5%)

ตาราง 112 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	1 สัปดาห์	มากกว่า 1 สัปดาห์	
อื่นๆ โปรดระบุ.....	23 (5.8%)	7 (1.8%)	0 (0%)	30 (7.5%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 25.875 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง112 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.5 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 113 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	25 (6.3%)	46 (11.5%)	132 (33.0%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	9 (2.3%)	29 (7.3%)	15 (3.8%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	19 (4.8%)	15 (3.8%)	80 (20.0%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	10 (2.5%)	7 (1.8%)	13 (3.3%)	30 (7.5%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 46.900 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 113 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.6 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 114 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	180 (45.0%)	18 (4.5%)	5 (1.3%)	0 (0%)	0 (0%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	43 (10.8%)	8 (2.0%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	78 (19.5%)	13 (3.3%)	3 (0.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	28 (7.0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	30 (7.5%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 57.799 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 114 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.7 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 115 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	121 (30.3%)	70 (17.5%)	12 (3.0%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	37 (9.3%)	13 (3.3%)	3 (0.8%)	53 (13.3%)

ตาราง 115 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	66 (16.5%)	43 (10.8%)	5 (1.3%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	7 (1.8%)	20 (5.0%)	3 (0.8%)	30 (7.5%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 18.765 Asymp. Sig = 0.005

จากตาราง 115 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.8 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงามมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 116 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	195 (50.5%)	8 (2.0%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	51 (12.8%)	2 (0.5%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	112 (28.0%)	2 (0.5%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	16 (4.0%)	14 (3.5%)	30 (7.5%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 86.700 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 116 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.9 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 117 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
เครื่องสำอางเกาหลีมีคุณภาพราคายุติธรรม	202 (50.5%)	1 (0.3%)	203 (50.8%)
ศัลยกรรมเกาหลีน่าเชื่อและปลอดภัย	51 (12.8%)	2 (0.5%)	53 (13.3%)
ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวมีคุณภาพดีเห็นผลจริง	114 (28.5%)	0 (0%)	114 (28.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	21 (5.3%)	9 (2.3%)	30 (7.5%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 83.175 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 117 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่ง

น้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.10 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 118 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครั้งเดียว	**2-3 ครั้ง**	**4-5 ครั้ง**	**6 ครั้งขึ้นไป**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุก น่าติดตาม	185 (46.3%)	15 (3.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	213(53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะจังหวะสนุก	45 (11.3%)	6 (1.5%)	0 (0%)	0 (0%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	72 (18.0%)	26 (6.5%)	0 (0%)	0 (0%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน ราคาเหมาะกับคุณภาพ	33 (8.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	0 (0%)	37 (9.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.3%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 33.486 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 118 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.11 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 119 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	**ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุกน่าติดตาม	46 (11.5%)	167 (41.8%)	213 (53.3%)

ตาราง 119 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะจังหวะสนุก	16 (4.0%)	35 (8.8%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	12 (3.0%)	86 (21.5%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน ราคาเหมาะกับคุณภาพ	0 (0%)	37 (9.3%)	37 (9.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 18.128 Asymp. Sig = 0.001

จากตาราง 119 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.12 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ตาราง 120 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุกน่าติดตาม	81 (20.3%)	78 (19.5%)	43 (10.8%)	11 (2.8%)	213(53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะ จังหวะสนุก	20 (5.0%)	24 (6.0%)	7 (1.8%)	0 (0%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	32 (8.0%)	52 (13.0%)	14 (3.5%)	0 (0%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน	7 (1.8%)	21 (5.3%)	5 (1.3%)	4 (1.0%)	37 (9.3%)
ราคาเหมาะกับคุณภาพ					
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.3%)
รวม	141 (35.3%)	175(43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 25.368 Asymp. Sig = 0.013

จากตาราง 120 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.013ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.13 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 121 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุกน่าติดตาม	159 (39.8%)	44 (11.0%)	10 (2.5%)	213 (53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะ จังหวะสนุก	37 (9.3%)	14 (3.5%)	0 (0%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	89 (22.3%)	9 (2.3%)	0 (0%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน	29 (7.3%)	8 (2.0%)	0 (0%)	37 (9.3%)
ราคาเหมาะกับคุณภาพ				
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.3%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 18.959 Asymp. Sig = 0.015

จากตาราง 121 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.14 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 122 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุกน่าติดตาม	32 (8.0%)	47 (11.8%)	134 (33.5%)	213 (53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะ จังหวะสนุก	17 (4.3%)	19 (4.8%)	15 (3.8%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	7 (1.8%)	9 (2.3%)	82 (20.5%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน	7 (1.8%)	22 (5.5%)	8 (2.0%)	37 (9.3%)
ราคาเหมาะกับคุณภาพ				
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 74.150 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง122 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.15 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง123 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุกน่าติดตาม	173 (43.3%)	28 (7.0%)	3 (0.8%)	9 (2.3%)	0 (0%)	213 (53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะ จังหวะสนุก	38 (9.5%)	3 (0.8%)	2 (0.5%)	0 (0%)	8 (2.0%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	87 (21.8%)	2 (0.5%)	6 (1.5%)	3 (0.8%)	0 (0%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน ราคาเหมาะกับคุณภาพ	30 (7.5%)	7 (1.8%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	37 (9.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (0.3%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 78.403 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 123 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.16 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 124 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุก	119 (29.8%)	88 (22.0%)	6 (1.5%)	213 (53.3%)

ตาราง 124 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง	ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง	
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะจังหวะสนุก	31 (7.8%)	17 (4.3%)	3 (0.8%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	59 (14.8%)	25 (6.3%)	14 (3.5%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน ราคาเหมาะกับคุณภาพ	22 (5.5%)	15 (3.8%)	0 (0%)	37 (9.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	1 (0.3%)	0 (0%)	1 (0.3%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 24.707 Asymp. Sig = 0.002

จากตาราง 124 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.002 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.17 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง 125 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุก น่าติดตาม	199 (49.8%)	14 (3.5%)	213 (53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะจังหวะสนุก	49 (12.3%)	2 (0.5%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	90 (22.5%)	8 (2.0%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน ราคาเหมาะกับคุณภาพ	36 (9.0%)	1 (0.3%)	37 (9.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 16.268 Asymp. Sig = 0.003

จากตาราง 125 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.003

ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.18 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 126 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	**รวม**
ซีรีย์เกาหลีมีเนื้อหาสนุก น่าติดตาม	209 (52.3%)	4 (1.0%)	213 (53.3%)
เพลงเกาหลีมีดนตรีไพเราะจังหวะสนุก	49 (12.3%)	2 (0.5%)	51 (12.8%)
ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีมีความสามารถ	95 (23.8%)	3 (0.8%)	98 (24.5%)
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความทันสมัย ทนทาน ราคาเหมาะกับคุณภาพ	35 (8.8%)	2 (0.5%)	37 (9.3%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	0 (0%)	1 (0.3%)	1 (0.3%)

ตาราง 126 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี	ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	แนะนำ	ไม่แนะนำ	
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 34.141 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 126 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.19 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 127 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	จำนวนครั้งที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้				รวม
	ครั้งเดียว	2-3 ครั้ง	4-5 ครั้ง	6 ครั้งขึ้นไป	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	89 (22.3%)	17 (4.3%)	0 (0%)	0 (0%)	106(26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	42 (10.5%)	8 (2.0%)	0 (0%)	9 (2.3%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	186 (46.5%)	24 (6.0%)	4 (1.0%)	0 (0%)	214(53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	19 (4.8%)	2 (0.5%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
รวม	336 (84.0%)	51 (12.8%)	4 (1.0%)	9 (2.3%)	400(100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 58.464 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 127 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.20 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 128 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้		รวม
	วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	5 (1.3%)	101 (25.3%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	26 (6.5%)	33 (8.3%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	40 (10.0%)	174 (43.5%)	214 (53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	3 (0.8%)	18 (4.5%)	21 (5.3%)
รวม	74 (18.5%)	326 (81.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 39.189 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 128 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.21 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

ตาราง 129 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**				**รวม**
	ครอบครัว/ญาติ	**เพื่อน**	**เพื่อนร่วมงาน**	**คนเดียว**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	37 (9.3%)	38 (9.5%)	29 (7.3%)	2 (0.5%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	10 (2.5%)	31 (7.8%)	9 (2.3%)	9 (2.3%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	90 (22.5%)	97 (24.3%)	23 (5.8%)	4 (1.0%)	214 (53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	4 (1.0%)	9 (2.3%)	8 (2.0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
รวม	141 (35.3%)	175(43.8%)	69 (17.3%)	15 (3.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 54.226 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง 129 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.22 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 130 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	น้อยกว่า 1 สัปดาห์	**1 สัปดาห์**	**มากกว่า 1 สัปดาห์**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	95 (23.8%)	11 (2.8%)	0 (0%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	29 (7.3%)	21 (5.3%)	9 (2.3%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	174 (43.5%)	39 (9.8%)	1 (0.3%)	214 (53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	17 (4.3%)	4 (1.0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
รวม	315 (78.8%)	75 (18.8%)	10 (2.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 66.370 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง130 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค

หญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.23 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 131 แสดงความทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	**ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน**	**ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	16 (4.0%)	27 (6.8%)	63 (15.8%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	14 (3.5%)	4 (1.0%)	41 (10.3%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	32 (8.0%)	61 (15.3%)	121 (30.3%)	214 (53.5%)

ตาราง 131 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้			รวม
	ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม	ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน	ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม	
อื่นๆ โปรดระบุ.....	1 (0.3%)	5 (1.3%)	15 (3.8%)	21 (5.3%)
รวม	63 (15.8%)	97 (24.3%)	240 (60.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 14.975 Asymp. Sig = 0.020

จากตาราง 131 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.020 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.24 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง132 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**					**รวม**
	ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ	**ทัศนศึกษา/ดูงาน**	**ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา**	**เยี่ยมครอบครัว / ญาติ/เพื่อน**	**เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	86 (21.5%)	17 (4.3%)	3 (0.8%)	0 (0%)	0 (0%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	35 (8.8%)	4 (1.0%)	0 (0%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	192 (48.0%)	15 (3.8%)	7 (1.8%)	0 (0%)	0 (0%)	214 (53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	16 (4.0%)	4 (1.0%)	1 (0.3%)	0 (0%)	0 (0%)	21 (5.3%)
รวม	329 (82.3%)	40 (10.0%)	11 (2.8%)	12 (3.0%)	8 (2.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 131.180 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง132 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.25 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 133 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**			**รวม**
	เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ	**เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง**	**ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	65 (16.3%)	32 (8.0%)	9 (2.3%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	44 (11.0%)	15 (3.8%)	0 (0%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	114 (28.5%)	87 (21.8%)	13 (3.3%)	214 (53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	8 (2.0%)	12 (3.0%)	1 (0.3%)	21 (5.3%)
รวม	231 (57.8)	146 (36.5%)	23 (5.8%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 16.730 Asymp. Sig = 0.010

จากตาราง 133 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.010 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.26 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

ตาราง134 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง**		**รวม**
	ไป	**ไม่ไป**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	101 (25.3%)	5 (1.3%)	106 (26.5%)
รับประทานอาหารเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	58 (14.5%)	1 (0.3%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	206 (51.5%)	8 (2.0%)	214 (53.5%)

ตาราง 134 (ต่อ)

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง		รวม
	ไป	ไม่ไป	
อื่นๆ โปรดระบุ.....	9 (2.3%)	12 (3.0%)	21 (5.3%)
รวม	374 (93.5%)	26 (6.5%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 94.101 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง134 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4.27 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภค ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_o: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

H_1: รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ตาราง 135 แสดงการทดสอบความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค	**ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้**		**รวม**
	แนะนำ	**ไม่แนะนำ**	
อาหารเกาหลีต้องไปรับประทานที่เกาหลี	105 (26.3%)	1 (0.3%)	106 (26.5%)
รับประทานเกาหลีเพื่อสุขภาพดี	59 (14.8%)	0 (0%)	59 (14.8%)
ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีกำลังเติบโตมากขึ้น	209 (52.3%)	5 (1.3%)	214 (53.5%)
อื่นๆ โปรดระบุ.....	15 (3.8%)	6 (1.5%)	21 (5.3%)
รวม	388 (97.0%)	12 (3.0%)	400 (100%)

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

χ^2 = 50.878 Asymp. Sig = 0.000

จากตาราง135 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ พบว่า Asymp. Sig เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_1) หมายความว่า รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ตาราง 136 แสดงสรุปพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิง 20 คนจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับที่	อายุ	จำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้	ลักษณะการท่องเที่ยว	ผู้ร่วมเดินทาง	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	กิจกรรมที่ชื่นชอบ	ท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่	แนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวหรือไม่
1	19	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อน	6 วัน	ตุลาคม	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
2	20	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว	6 วัน	เมษายน	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
3	22	ครั้งเดียว	วางแผนเอง	เพื่อน	6 วัน	เม.ย - ก.ค	เข้าร่วมคอนเสิร์ต	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไป	แนะนำ
4	24	2 ครั้ง	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว,เพื่อน	6 วัน	เม.ย - ก.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
5	24	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว	6 วัน	ธ.ค – มี.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
6	24	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อน	6 วัน	ธันวาคม	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
7	25	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อน	6 วัน	ธ.ค – มี.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
8	25	2 ครั้ง	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว,เพื่อน	6 วัน	เม.ย - ก.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
9	25	2 ครั้ง	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว,เพื่อน	5 วัน	ส,ค – พ.ย	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
10	26	2 ครั้ง	วางแผนเอง ,บริษัทนำเที่ยว	เพื่อน	3 วัน , 5 วัน	ธ.ค – มี.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	แนะนำ
11	27	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อนร่วมงาน	6 วัน	ธ.ค – มี.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
12	30	2 ครั้ง	บริษัทนำเที่ยว, วางแผนเอง	ครอบครัว,เพื่อน	6 วัน , 5 วัน	ธ.ค – มี.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน,เข้าร่วมคอนเสิร์ต	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
13	30	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว	6 วัน	พฤศจิกายน	ท่องเที่ยวพักผ่อน	ตระเวนหาร้านอร่อย	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
14	34	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อนร่วมงาน	1 สัปดาห์	พฤษภาคม	ดูงาน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	แนะนำ
15	40	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อนร่วมงาน	1 สัปดาห์	สิงหาคม	ดูงาน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	ไม่แนะนำ

ตาราง 136 (ต่อ)

ลำดับที่	อายุ	จำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้	ลักษณะการท่องเที่ยว	ผู้ร่วมเดินทาง	ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง	ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ	วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง	กิจกรรมที่ชื่นชอบ	ท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่	แนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวหรือไม่
16	42	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อน	1 สัปดาห์	มีนาคม	สัมมนา	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
17	50	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว	6 วัน	ธันวาคม	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
18	53	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	ครอบครัว	6 วัน	ส.ค – พ.ย	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เลือกซื้อสิ้นค้า	ไป	แนะนำ
19	55	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อน	6 วัน	ตุลาคม	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไม่ไป	ไม่แนะนำ
20	59	ครั้งเดียว	บริษัทนำเที่ยว	เพื่อนร่วมงาน	5 วัน	ธ.ค – มี.ค	ท่องเที่ยวพักผ่อน	เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว	ไป	แนะนำ

การเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกในด้านของพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง จากกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงจำนวน 20 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มเท่าๆกันคือ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีความชื่นชอบประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คน และผู้บริโภคหญิงที่ไม่ชื่นชอบประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คน

1. อายุ 19 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 8,000 บาท

ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ ซีรีย์เกาหลี รู้สึกว่ามีเนื้อหาที่น่าติดตามภาพสวย ส่วนในด้านอื่นๆไม่ค่อยจะสนใจเท่าไหร่นัก พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ อยากไปตามรอยซีรีย์เกาหลี การเดินทางใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับเพื่อน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง 6 วัน ในช่วงเดือนตุลาคม วัตถุประสงค์หลักสำคัญที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน โดยกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลี ซึ่งไม่คิดจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีก เพราะไม่ชอบอาหารเกาหลีเลย เคยลองกินแล้วกินไม่ได้จริง อาหารไทยอร่อยกว่าเยอะ แล้วสถานที่ท่องเที่ยวพอไปจริงๆแล้วรู้สึกว่าที่เห็นในซีรีย์สวยกว่าเยอะ ไปดูสถานที่จริงแล้วไม่เห็นสวยเหมือนในซีรีย์เลย ทำให้รู้สึกไม่ประทับใจแบบว่า ดูซีรีย์อยู่ที่บ้านก็ได้ไม่ต้องเสียเงินมาถึงเกาหลี และไม่แนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ ไม่ค่อยมีอะไรน่าสนใจเท่าไหร่

2. อายุ 20 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 7,000 บาท

มีความสนใจในซีรีย์ ภาพยนตร์เกาหลี ดูแล้วคิดว่าเนื้อหาของซีรีย์สนุกน่าติดตาม นักแสดงก็แสดงให้สมบทบาทและมีหน้าตาดี แต่ไม่ชอบอาหารเกาหลีเลยเคยกินแล้วรู้สึกไม่อร่อยไม่ชอบรสชาติจริงๆ ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ดูซีรีย์เกาหลีแล้วอยากลองไปตามรอยซีรีย์เกาหลีบ้าง ลักษณะการเดินทางคือ การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือ ครอบครัว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ 6 วัน ในช่วงเดือน เมษายน โดย

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบคือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ แต่เมื่อไปยังสถานที่ต่างๆแล้วรู้สึกว่าไม่เห็นจะเหมือนกับที่เห็นในซีรีย์เลย อย่างเกาะนามิที่ใช้ที่ใช้ถ่ายซีรีส์บอกได้เลยว่า เฉยๆมาก ไกลก็ไกล ของจริงไม่เห็นมีอะไรเลย ต่างจากตอนดูละครที่ดูสวย อลังการมาก จึงไม่อยากที่จะไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ และไม่แนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวเพราะ ประเทศเกาหลีสถานที่ท่องเที่ยวก็ไม่ค่อยจะมีอะไรมากเท่าไหร่และยังไม่ค่อยสวยด้วย

3. อายุ 22 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 บาท

ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ แฟชั่นเครื่องแต่งกาย ศิลปินนักร้องเกาหลี โดยมีความสนใจในศิลปินนักร้องเกาหลีมากเป็นพิเศษ และมักจะซื้อซีดีเพลง เข้าร่วมคอนเสิร์ตของศิลปินที่ชื่นชอบอีกด้วย โดยให้ความเห็นว่าศิลปินเกาหลีนั้นนอกจากจะหน้าตาดีแต่ยังมีความสามารถ ทำให้รู้สึกดึงดูดและทำให้ติดตามผลงานเรื่อยมา ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวเคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งแรก สาเหตุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะชื่นชอบศิลปินเกาหลีและอยากจะไปท่องเที่ยวสถานที่ดังๆ อย่างเมียงดง และก็ไปร้านอาหารของศิลปินด้วย โดยวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เดินทางไปกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 6 วัน ในช่วงเดือนมิถุนายน สำหรับช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม เพราะอากาศดีเดินทางท่องเที่ยวได้สะดวก วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เข้าร่วมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีและตามศิลปินเกาหลี กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ได้ไปตามสถานที่ต่างๆ ทั้งที่ช้อปปิ้งและร้านอาหาร คิดว่าจะกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีอีกครั้ง เพราะ ยังมีอีกหลายสถานที่ที่ยังไม่ได้ไป และจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเพราะเป็นประเทศที่ปลอดภัย เดินทางไปสถานที่ต่าง ๆ ได้สะดวก และของก็มีราคาถูก

4. อายุ 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ ศิลปินนักร้องและเครื่องสำอางเกาหลี โดยเริ่มสนใจจากศิลปินนักร้องที่มีหน้าตาดี และเครื่องสำอางก็มีบรรจุภัณฑ์ที่น่ารักทำให้รู้สึกน่าใช้เหมาะสมกับวัย แต่ก็ไม่ค่อยจะชื่นชอบอาหารเกาหลีเท่าไหร่นัก แต่ก็คิดว่าธุรกิจอาหารเกาหลีกำลังเติบโตขึ้นในปัจจุบัน ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ อยากจะไป

สัมผัสอากาศเย็นและสถานที่ท่องเที่ยวที่เห็นในซีรีย์ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 6 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ช่วงสิงหาคม – พฤศจิกายน เพราะเป็นช่วงฤดูใบไม้เปลี่ยนสี อยากจะลองไปช่วงนี้เวลาเพราะคงจะสวยไม่แพ้ช่วงที่มีหิมะตก วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีคือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีคือ เลือกซื้อสินค้าต่างๆ โดยมากจะเป็นเครื่องสำอางเพราะมีราคาถูกและมีคุณภาพดี แพ็กเกจก็น่ารักได้ของแถมก็เยอะ ในอนาคตอยากจะกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีอีกครั้ง เพราะอยากจะลองไปกับเพื่อนๆ และอยากจะไปในช่วงฤดูใบไม้เปลี่ยนสีเพราะช่วงธันวาคมได้เห็นหิมะก็จริงแต่อากาศหนาวเกินไป ช๊อปปิ้งไม่สนุก และจะแนะนำให้ผู้อื่นลองไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะ สำหรับใครที่ไม่เคยไปก็อยากให้ลองไปประเทศเกาหลีใต้ดู อากาศก็ดีมีสถานที่สวยๆ ลองไปซักครั้งก็ดี

5. อายุ 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี คือ เครื่องสำอาง เพลงและศิลปินนักร้องเกาหลี สนใจในประเทศเกาหลีใต้จากการฟังเพลงเกาหลีแล้วรู้สึกว่ามีจังหวะที่สนุกสนานและนักร้องหน้าตาดี และทำให้เริ่มหันมาใช้เครื่องสำอางเกาหลีแล้วก็คิดว่ามีคุณภาพ ราคาไม่แพง อาหารเกาหลีที่ชอบส่วนใหญ่จะเป็นพวกเนื้อย่างเกาหลีมากกว่า ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ที่ทำงานแม่จัดไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ก็อยากจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศดูเพราะประเทศเกาหลีใต้ก็เป็นประเทศที่ชื่นชอบอยู่แล้ว โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 6 วัน ในช่วงเดือนกรกฎาคม ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวคือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม เพราะอยากจะลองไปช่วงที่มีหิมะตก อยากจะเห็นหิมะ อากาศหนาวๆ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวคือ ท่องเที่ยวพักผ่อนในต่างประเทศ กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เลือกซื้อสินค้าต่างๆ โดยเฉพาะเครื่องสำอางเกาหลี มีราคาถูก แพ็กเกจก็น่ารัก และคิดว่าจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีอีกครั้ง เพราะ อยากจะลองไปท่องเที่ยวในช่วงฤดูหนาวบ้าง อยากไปเห็นหิมะ และจะแนะนำให้ผู้อื่นลองไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะเป็นประเทศที่น่าสนใจ ไปท่องเที่ยวได้หลายฤดู ของก็ราคาไม่แพง

6. อายุ 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีคือ ทางด้านเทคโนโลยี สนใจโทรศัพท์มือถือของประเทศเกาหลีใต้ เพราะคิดว่าทันสมัย มีคุณภาพ เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ เห็นแต่คนไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ก็เลยอยากจะลองไปท่องเที่ยวดูซักครั้ง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือ เพื่อน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ 6 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม โดยวัตถุประสงค์หลักที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ เมื่อไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แล้วคิดว่าไม่อยากจะกลับไปท่องเที่ยวอีก เพราะไม่ชอบวัฒนธรรมในการดำเนินชีวิตของคนเกาหลี อย่างเช่น ตอนไปที่เมียงดง จะเจอคนคนเกาหลีเดินชนตลอด และยังไม่ขอโทษอีก ก็รู้ว่าเป็นวิถีชีวิตของเขาแต่มันขัดกับของคนไทย ซึ่งรับตรงนี้ไม่ได้ ไม่ชอบเลยทำให้ไม่อยากจะไปอีก และก็ไม่แนะนำให้คนอื่นไปท่องเที่ยวเพราะ ถ้าจะให้แนะนำจริงแล้วคิดว่าไปฮ่องกง สิงคโปร์ ไต้หวัน ยังรู้สึกว่าน่าเที่ยวกว่าเกาหลี

7. อายุ 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

เริ่มมีความสนใจในประเทศเกาหลีตอนดูซีรีย์เกาหลี แล้วรู้สึกชอบเพราะว่ามีเนื้อเรื่องสนุก ภาพสวย ทำให้เริ่มติดตามดูและซื้อซีรีย์เกาหลีมาดู อีกทั้งยังสนใจในเครื่องสำอางเกาหลีเพราะรู้สึกว่ามีคุณภาพดี ราคาถูก และรูปแบบน่ารัก รวมถึงก็ยังชอบที่จะไปลองร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่ เพราะรู้สึกอยากจะลองกินอาหารที่แปลกใหม่ที่เคยเห็นในรายการโทรทัศน์และซีรีย์เกาหลี ในทางด้านพฤติกรรมเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะชอบดูซีรีย์เกาหลี แล้วเห็นสถานที่ท่องเที่ยวในซีรีย์ว่าสวยดี อากาศก็ดี ก็เลยเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และเดินทางไปกับเพื่อนใช้ระยะเวลา 6 วัน ในช่วงเดือนมีนาคม ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดือนทางคือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม เพราะเป็นช่วงที่อากาศไม่หนาวมากเท่าไหร่และราคาทัวร์ก็ไม่แพงมาก วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือ ต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนในต่างประเทศบ้าง ซึ่งกิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ การเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ อย่างพวกเครื่องสำอาง ซีดีเพลงศิลปินเกาหลี ในอนาคตคิดว่าจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีอีกครั้ง เพราะอยากจะลองไปท่องเที่ยวแบบวางแผนท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และจะแนะนำให้คนอื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะ อากาศดี สถานที่ท่องเที่ยวก็สวย

8. อายุ 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาโท อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 12,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับเครื่องสำอางเกาหลีคือ เครื่องสำอาง ซีรีย์และเพลงเกาหลี โดยมีเริ่มมีความสนใจในประเทศเกาหลีจากซีรีย์เกาหลี จากนั้นจึงเริ่มมาติดตามฟังเพลงเกาหลี เพราะคิดว่านักร้องศิลปินมีหน้าตาดี และเพลงก็มีจังหวะที่สนุก ติดหู สำหรับเครื่องสำอางนั้นก็มีการใช้อยู่เป็นประจำเพราะรู้สึกว่าเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา อีกทั้งยังชื่นชอบในการลองรับประทานอาหารเกาหลีอีกด้วย ทางด้านการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีนั้นเคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ 2 ครั้ง ครั้งแรกเดินทางโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับ ครอบครัว ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 6 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม วัตถุประสงค์ในการเดินทางคือ ท่องเที่ยวพักผ่อนในช่วงปีใหม่กับครอบครัว การเดินทางท่องเที่ยวครั้งที่ 2 เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว แต่เดินทางไปกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 6 วัน ในช่วงเดือนมีนาคม สำหรับช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางคือ ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม เพราะเป็นช่วงที่ยังไม่เคยไปและอากาศไม่หนาวสามารถเดินช็อปปิ้งเลือกซื้อของได้สบายๆ วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวคือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยว คือ การเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ เช่น เครื่องสำอางเกาหลี เพราะมีราคาถูกว่าที่เมืองไทยมากและที่สำคัญจะได้ของแถมเยอะ คิดว่าจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง เพราะ อยากจะลองเดินทางท่องเที่ยวแบบวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองกับเพื่อนๆ จะได้ไปสถานที่ที่อยากไปและมีเวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละที่ได้โดยไม่ต้องจำกัดเวลาเหมือนเวลาไปกับทัวร์ และจะแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆในราคาไม่แพงมากนัก

9. อายุ 25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาโท อาชีพนักเรียน/นักศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 13,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ เครื่องสำอาง ซีรีย์ เพลงและศิลปินเกาหลี โดยมีความชื่นชอบในเพลงและนักร้องเกาหลีมากที่สุด เพราะนักร้องหน้าตาดีและเพลงมีจังหวะที่สนุก ติดหู ท่าเต้นน่ารัก ทำให้รู้สึกเพลิดเพลินรู้สึกเพลิดเพลิน เครื่องสำอางเกาหลีก็เคยใช้บ้าง คิดว่าคุณภาพก็ดีและราคาถูก อาหารเกาหลีนั้นเคยลองรับประทานบ้างและชื่นชอบดูรายการเกี่ยวกับอาหารเกาหลีจากโทรทัศน์ ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ 2 ครั้ง โดยครั้งแรกเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับครอบครัว ระยะเวลาในการเดินทาง 5 วัน ในช่วงเดือนเมษายน วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัว ครั้งที่ 2 เดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับเพื่อน ระยะเวลาในการเดินท่องเที่ยว 5 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางคือ ช่วงสิงหาคม – พฤศจิกายน เพราะเป็นช่วงที่อากาศเย็นแต่ไม่หนาวเท่ากับช่วงธันวาคมที่เคยไป อากาศจะหนาวมากเกินไปไม่เคยได้ทำ

อะไรมาก วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ เช่น สินค้าต่างๆของศิลปินเกาหลี เช่น ซีดีเพลง นิตยสาร ปฏิทิน เป็นต้น และจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง เพราะอยากจะไปท่องเที่ยวด้วยตัวเอง และอยากจะไปดูคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีในประเทศเกาหลีซักครั้ง ถ้าหากใครไม่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีก็อยากจะลองแนะนำให้ไปดู เพราะเป็นประเทศที่มีบรรยากาศดี สถานที่ท่องเที่ยวก็สวยงาม และราคาก็ไม่แพงเท่าไหร่

10. อายุ 26 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เริ่มชื่นชอบเกาหลีจากศิลปินเกาหลีเพราะหน้าตาดี ทำให้ติดตามผลงานเรื่อยมา แต่ทางด้านเครื่องสำอางนั้นเคยลองใช้แล้วแพ้ จึงใช้ได้แค่ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอย่างโลชั่นมากกว่า แต่ไม่ชื่นชอบในอาหารเกาหลี เพราะไม่ชอบทานผัก ซึ่งชอบอย่างเดียวคือ เนื้อย่างเกาหลี ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ 2 ครั้ง โดยครั้งแรกวางแผนท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ใช้ระยะเวลาท่องเที่ยว 3 วัน เดินทางไปกับเพื่อน ในช่วงเดือนพฤษภาคม โดยวัตถุประสงค์หลักที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ก็เพื่อไปตามศิลปินเกาหลีที่ชอบ ส่วนครั้งที่ 2 เดินทางโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อนใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 5 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม ซึ่งช่วงเวลาเดินทางที่ชื่นชอบในการเดินทางคือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม เพราะอยากเห็นหิมะและได้สัมผัสอากาศหนาว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางครั้งนี้คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางคือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ และคิดว่าจะไม่เดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แล้วเพราะก็ไปในสถานที่เที่ยวหมดแล้ว ก็ไม่รู้จะไปไหนแล้ว ที่สำคัญอาหารเกาหลีก็ไม่ค่อยอร่อย ไม่ชอบ แต่จะแนะนำให้คนอื่นไปท่องเที่ยวเพราะ ถ้าหากใครไม่เคยไปก็จะแนะนำเพราะ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจได้เห็นอะไรแปลกใหม่

11. อายุ 27 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 16,000 บาท

รู้จักประเทศเกาหลีจากการฟังเพลงเกาหลีและมีความชื่นชอบในศิลปินเกาหลีที่มีหน้าตาดีและมีความสามารถ สำหรับเครื่องสำอางเกาหลีนั้น ผู้บริโภคหญิงคนนี้คิดว่า เป็นเครื่องสำอางที่ดีมีคุณภาพและราคาถูก อีกทั้งมีบรรจุภัณฑ์ที่สวย แต่ในทางด้านอาหารนั้นก็ไม่ค่อยที่จะชื่นชอบเท่าไหร่ที่ชอบก็จะเป็นพวกไอศกรีมของเกาหลีมากกว่าอาหาร ทางด้านพฤติกรรมเคยเดินทางไป

ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะที่ทำงานจัดเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และเดินทางไปกับเพื่อนร่วมงาน ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 6 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม เพราะบรรยากาศดีทำให้สถานที่ท่องเที่ยวก็สวยเพราะจะปกคลุมไปด้วยหิมะ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนในช่วงสิ้นปี โดยกิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลใต้ คือ เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ สินค้าที่เลือกซื้อก็จะเป็นพวกเครื่องสำอาง ซีดีเพลงของศิลปินนิตยสารที่มีศิลปินที่ชอบขึ้นปก เป็นต้น และคิดว่าจะกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งเพราะ อยากจะไปท่องเที่ยวกับเพื่อนๆ ที่มีความชื่นชอบเกาหลีเหมือนกัน คงจะสนุกไปอีกแบบ และจะแนะนำให้คนอื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะเป็นประเทศที่สวย ผู้คนก็อัธยาศัยดี สินค้าก็มีราคาไม่แพง

12. อายุ 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 28,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ เครื่องสำอาง เพลงและศิลปินเกาหลี รวมไปถึงอาหารเกาหลี โดยเริ่มมาจากการสนใจในศิลปินนักร้องเกาหลี เนื่องจากศิลปินหน้าตาและมีความสามารถ ซึ่งผู้บริโภคเคยเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีที่มาจัดงานที่ประเทศไทย รวมถึงมักจะเลือกซื้ออาหารเกาหลีอย่าง บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลีเวลาไปห้างสรรพสินค้าอีกด้วย ซึ่งเหล่านั้นล้วนมาจากการได้ดูและติดตามศิลปินที่ชื่นชอบไปออกตามรายการต่าง ๆ ในโทรทัศน์ ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ไปเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้ง 2 ครั้ง โดยครั้งแรกเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางกับครอบครัว ใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยว 6 วัน ในช่วงเดือนสิงหาคม วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวคือท่องเที่ยวพักผ่อน ครั้งที่ 2 เดินทางโดยวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเอง เดินทางกับเพื่อนใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 5 วัน ในช่วงเดือนมิถุนายน วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว คือเข้าร่วมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี สำหรับช่วงเวลาที่ชื่นชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม เพราะอยากจะไปช่วงอากาศหนาวและมีหิมะตก กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีคือ เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ อย่างเครื่องสำอางและ ของสะสมของศิลปินเกาหลี ซีดีเพลง คอนเสิร์ต อัลบั้มภาพ เป็นต้น ถ้ามีโอกาสจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง เพราะอยากจะเดินทางไปท่องเที่ยวอีกหลายๆสถานที่ที่ยังไม่เคย

ไปและอยากไปในช่วงฤดูหนาว และอยากจะแนะนำให้ผู้อื่นได้ลองไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะ เป็นประเทศที่สามารถท่องเที่ยวได้หลายฤดู ปลอดภัย และบรรยากาศดี

13. อายุ 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 27,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีส่วนใหญ่จะเป็นพวกอาหาร มากกว่า อย่างเนื้อย่างเกาหลี บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป คิดว่าแปลกใหม่ดีและคิดว่าธุรกิจร้านอาหารเกาหลี ค่อยๆเติบโตขึ้น แต่ไม่ค่อยชอบเครื่องสำอางเท่าไหร่จะชอบใช้ของแบรนด์จากยุโรปมากกว่า ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ ยังไม่เคยไปประเทศนี้ก็อยากจะลองไปดูบ้าง ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวคือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือ ครอบครัว ใช้เวลาเดินทาง 6 วันในช่วงเดือน พฤศจิกายน วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ตระเวนหาร้านอาหารอร่อย เมื่อไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีที่ชอบจริงก็แค่เนื้อย่างเกาหลี ที่เหลือก็คิดว่าไม่ชอบ เครื่องสำอางก็ไม่ได้ใช้เพราะเคยใช้แล้วแพ้ สถานที่เที่ยวก็เฉยๆเมืองไทยสวยกว่าอย่างวัดที่เกาหลี เมื่อเทียบกับวัดในไทยศิลปะไทยนี่ละเอียดกว่าเยอะ ก็ไม่คิดที่จะเดินทางกลับไปเที่ยวอีก ไปประเทศอื่นๆจะดีกว่า และไม่แนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ รู้สึกว่าจะ โปรโมทสถานที่เกินจริงไปมาก เหมือนจะหลอกให้ไป พอไปจริงก็เฉยๆ

14. อายุ 34 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท

ส่วนใหญ่จะซื้อเสื้อผ้าสไตล์เกาหลีและก็สนใจในแฟชั่นการแต่งกายเกาหลี มักจะดูตามซีรีย์เกาหลีเห็นแล้วก็ชอบดี เสื้อผ้าสวยใส่สบายๆ น่ารัก ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือ เพื่อนร่วมงาน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีคือ 1 สัปดาห์ ช่วงเดือนพฤษภาคม โดยวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ดูงาน ซึ่งกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ โดยก็ไม่คิดที่จะกลับไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้อีกเพราะ ค่าใช้จ่ายสูง เป็นคนที่ไม่ชอบเครื่องสำอางเกาหลีก็เลยไม่ได้สนใจ พอมาดูเสื้อผ้าที่ขายก็แพงกว่าของไทยเยอะมาก ซื้อที่เมืองไทยได้สวยๆตั้งหลายตัว จึงไม่แนะนำให้เดินทางไป

ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หากใครยังไม่เคยมีประสบการณ์เดินทางไปเที่ยวเกาหลีใต้ก็อาจจะลองไปดูซักครั้งหนึ่งก็ได้ อาจได้ประสบการณ์อีกรูปแบบหนึ่ง

15. อายุ 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 บาท

ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ ชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลีและมักจะซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลีบ้างอย่างบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป กิมจิ และมีความสนใจในภาพยนตร์ซีรีย์และนักแสดงเกาหลี และมีความคิดเห็นว่าศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีและมีความสามารถทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว การเดินทางโดยการใช้บริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับเพื่อนร่วมงาน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ 1 สัปดาห์ ในช่วงเดือนสิงหาคม วัตถุประสงค์หลักที่สำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ไปดูงาน กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ ไม่คิดจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ จากที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีมาแล้วครั้งหนึ่ง ก็รู้สึกว่าประเทศเกาหลีใต้ก็ไม่ต่างอะไรกับประเทศไทย แต่แค่ประเทศเกาหลีมีหิมะตกก็เท่านั้น จึงไม่แนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะ ท่องเที่ยวภายในประเทศไทยจะดีกว่า เนื่องจากอาหารก็อร่อย พูดคุยกันรู้เรื่อง ค่าใช้จ่ายก็ไม่แพง

16. อายุ 42 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,000 บาท

มีความสนใจในเสื้อผ้าและแฟชั่นเกาหลีและมักจะเลือกซื้อเสื้อผ้าสไตล์เกาหลี และมีความคิดเห็นว่าเพลงเกาหลีมีดนตรีที่ไพเราะและจังหวะสนุกสนาน ส่วนเครื่องสำอางและอาหารเกาหลีจะไม่ค่อยสนใจเท่าไหร่ เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว เดินทางโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคือ เพื่อน ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางคือ 1 สัปดาห์ ในช่วงเดือนมีนาคม โดยวัตถุประสงค์หลักสำคัญที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ไปสัมมนา ซึ่งกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ โดยไม่คิดจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะค่าใช้จ่ายสูง อย่างทัวร์ที่จะไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีหากไปช่วงไฮซีซั่นก็แพงเกินไป และไม่ชอบอาหารเกาหลีด้วย รสชาติไม่อร่อยสู้อาหารไทยก็ไม่ได้ และไม่แนะนำผู้อื่นให้ไปท่องเที่ยวประเทศ

เกาหลีใต้ เพราะ ถ้าเทียบกับการท่องเที่ยวเมืองไทยคิดว่า ค่าใช้จ่ายก็ถูกกว่าเยอะและที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยก็ยังสวยกว่าเยอะถ้าเทียบกับสถานที่เกาหลีจริงๆ เมืองไทยสวยกว่ามากเลย

17. อายุ 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 32,000 บาท

สิ่งที่สนใจในสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีจะเป็นด้านอาหารเป็นส่วนใหญ่กับทางด้านซีรีย์เกาหลีที่ดูจากช่องฟรีทีวี อย่างพวกอาหารคิดว่าเนื้อย่างเกาหลีอร่อยมีคุณภาพ และยิ่งไปกินที่ประเทศเกาหลีใต้จะได้รสชาติต้นตำรับ และในซีรีย์เกาหลีคิดว่ามีเนื้อหาสนุก ภาพที่ถ่ายทอดออกมาก็สวย ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ อยากลองไปประเทศที่ยังไม่เคยไปและเห็นว่าช่วงนี้คนไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้เยอะ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางคือครอบครัว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ 6 วันในช่วงเดือนธันวาคม วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัว กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เลือกซื้อสินค้าต่างๆ แต่ก็รู้สึกไม่ค่อยประทับใจเพราะสถานที่ช๊อปปิ้งอย่างเมียงดงคนเยอะมาก แถมคนเกาหลียังเดินชนอีกด้วย รู้สึกไม่มีมารยาท รับไม่ค่อยได้ สถานที่ท่องเที่ยวที่ดูสวยก็เพราะบรรยากาศพอดีเป็นช่วงที่มีหิมะตกก็เลยทำให้ดูสวยน่าสนใจ แต่เพื่อนๆเคยเล่าให้ฟังว่าถ้าไปช่วงฤดูอื่นก็ธรรมดา เฉยๆ ไม่ค่อยมีอะไรมาก จึงไม่อยากที่เดินทางกลับไปท่องเที่ยวอีก สำหรับผู้อื่นที่ไม่เคยไปก็ไม่แนะนำให้ไปประเทศเกาหลีใต้ หากจะเดินทางไปแนะนำให้ไปประเทศญี่ปุ่นจะดีกว่า ถึงราคาจะสูงกว่าแต่บรรยากาศ อาหาร และผู้คนดีกว่าประเทศเกาหลีมาก

18. อายุ 53 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท

ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ เครื่องสำอาง อาหารเกาหลี โดยจะให้ความสนใจในเครื่องสำอาง ซึ่งมักจะซื้อเครื่องสำอางเกาหลีมาใช้เป็นประจำเพราะ รู้สึกว่าคุณภาพดี บรรจุภัณฑ์น่ารัก และที่สำคัญคือ ราคาไม่แพง สำหรับทางด้านอาหารเกาหลีนั้น จะชื่นชอบกิมจิเป็นพิเศษ เพราะอร่อยถูกปาก รวมไปถึงเนื้อย่างเกาหลี และมักจะซื้อพวกอาหารเกาหลีเวลาไปเดินตามห้างสรรพสินค้า ทางด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ อยากเดินทางไปพักผ่อนกับครอบครัวที่ต่างประเทศซักครั้งและประเทศเกาหลีใต้ก็มีค่าใช้จ่ายไม่แพงมากนัก ก็เลยตัดสินใจเลือก

ประเทศเกาหลีใต้ โดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับครอบครัว ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 6 วัน ในช่วงเดือนธันวาคม ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ช่วง สิงหาคม – พฤศจิกายน เพราะเป็นช่วงที่ไปในเดือนธันวาคมอากาศเย็นเกินไป ช๊อปปิ้งไม่สนุก เลย อยากจะลองไปช่วงนี้เพราะเป็นช่วงฤดูใบไม้เปลี่ยนสี เห็นเค้าว่าก็สวยเหมือนกัน วัตถุประสงค์หลัก ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัว กิจกรรมที่ชื่นชอบมาก ที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้คือ เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ พวกเครื่องสำอางเกาหลี ราคาถูกและได้ของแถมเยอะ ถ้ามีโอกาสอยากจะกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งเพราะ อยากจะท่องเที่ยวในฤดูอื่น ๆ ดูบ้าง และอยากจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ ได้สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่ ในต่างประเทศที่จะไม่ได้เห็นในประเทศไทยอย่างหิมะ

19. อายุ 55 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาโท อาชีพพนักงานข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 33,000 บาท

สำหรับชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องข้องกับวัฒนธรรมเกาหลี คือ เคยลองซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ บ้าง และคิดว่าธุรกิจอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตมากขึ้น ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะเห็นว่าช่วงหลังๆคนเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้เยอะ ก็เลยอยากลองไปบ้าง โดยเดินทางใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางไปกับเพื่อน ใช้ระยะเวลาเดินทาง 6 วัน ในช่วงเดือนตุลาคม วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ พักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางคือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลี ไม่คิดจะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้ เพราะไม่ชอบอาหารเกาหลี เคยลองทานครั้งหนึ่งแล้วรู้สึกไม่ชอบไม่อร่อย อีกทั้งสินค้าเกาหลีอย่างเครื่องสำอางก็ไม่เคยใช้เพราะไม่เชื่อถือในคุณภาพ และไม่แนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ คิดว่าเมืองไทยสวยกว่า อย่างทางใต้ก็มีทะเลที่สวย ถ้าอยากได้อากาศหนาวก็เที่ยวทางเหนือได้เช่นกัน

20. อายุ 59 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพรับราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,000 บาท

ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีคือ เครื่องสำอาง ซีรีย์เกาหลี อาหารเกาหลีรู้สึกประทับใจในซีรีย์เกาหลีเพราะรู้สึกว่ามีเนื้อเรื่องที่สนุก ชวนให้ติดตาม นักแสดงมีความสามารถ จากการดูซีรีย์เกาหลีทำให้อยากจะลองรับประทานอาหารเกาหลีที่เคยดูในซีรีย์ และคิดว่าธุรกิจอาหารเกาหลีนั้นกำลังเติบโตขึ้นในปัจจุบัน เคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

ครั้งแรก สาเหตุที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ ชื่นชอบซีรีย์เกาหลีและเห็นสถานที่ในซีรีย์แล้วทำให้อยากจะลองไปดู การเดินทางใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ใช้ระยะเวลาในการเดินทาง 5 วันในช่วงเดือนธันวาคม โดยช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางคือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม เพราะเป็นคนชอบอากาศเย็นแล้วแถมยังได้เห็นหิมะที่เมืองไทยไม่มี บรรยากาศก็ดีทำให้สถานที่ท่องเที่ยวสวยมากขึ้นเหมือนที่เห็นในซีรีย์ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อน กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดคือ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ ถ้ามีโอกาสก็อยากกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งเพราะ อยากไปเองจะได้มีเวลาเดินชมเลือกซื้อสินค้ามากขึ้นและไปในสถานที่ใหม่ๆ และก็จะแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ สินค้าราคาก็ไม่แพงสถานที่ก็สวย อากาศเย็นสบายๆ

สรุปผลจากการสัมภาษณ์

สรุปผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง 20 คน พบว่า ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี รองลงมาคือ 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และ 31-40 ปี ตามลำดับ สถานภาพโสด รองลงมาสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน รองลงมา นักเรียน/นักศึกษา และธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ ตามลำดับ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท รองลงมาคือ 20,001-30,000 บาท ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และ 30,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ จำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ครั้งเดียว รองลงมาคือ 2 ครั้ง โดยลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว รองลงมา วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้ คือ ครอบครัว เพื่อน และเพื่อนร่วมงาน ตามลำดับ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ และ 1 สัปดาห์ ช่วงเวลาที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน และ ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม ตามลำดับ วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา และเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี ตามลำดับ กิจกรรมที่ชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เลือกซื้อสินค้าต่างๆ เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ และตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง ตามลำดับ

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มุ่งถึงการวิจัยปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้บริโภคหญิงที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
2. เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วย ด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ความสำคัญของการวิจัย

1. จากผลวิจัยทำให้ทราบถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
2. เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่ต้องการจะปรับปรุง พัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่สามารถนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์
4. เพื่อเป็นประโยชน์ในการค้นคว้า และนำไปต่อยอดในการทำวิจัยเรื่องอื่นๆ

สมมติฐานในการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
2. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง
3. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

4. รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online survey) คือแบบสอบถามที่สามารถใช้งานบนอินเทอร์เน็ตได้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้ามาตอบได้ด้วยตนเองผ่านหน้าเว็บไซต์ได้ ข้อมูลที่ผู้ตอบได้ตอบมานั้นจะถูกจัดเก็บโดยระบบ เพื่อให้ผู้สร้างแบบสอบถามสามารถเข้ามาดูผลของการตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ได้เช่นกัน โดยที่การสร้างหรือการตอบนั้นผู้ใช้งานไม่ต้องมีการติดตั้งซอฟต์แวร์ใดๆ เพิ่มเติม (SurveyCan, 2555: ออนไลน์) ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงได้ใช้สูตรการกำหนดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ กัลยา วานิชย์บัญชา (2550: 26) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยมีวิธีการคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างดังต่อไปนี้

สูตร $n = Z^2/4E^2$

ในที่นี้ $Z_{1-a/2} = Z_{.975}$, $E = 0.05$

$n = \frac{(1.96)^2}{4(.05)^2} = 384.16$ นั่นคือควรเลือกตัวอย่างจำนวน 385 คน

ดังนั้น ตัวอย่างจากการคำนวณ 385 คน ผู้วิจัยได้เพิ่ม 5% ทำการสำรองไว้รวมเป็น 400 คน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องหรือแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนซึ่งแต่ละส่วนเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended response question) แบบให้เลือกตอบหลายข้อ (Multiple Choice)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเกาหลี รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ บทความ นิตยสาร ทฤษฎีหลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขตให้ครอบคลุมเนื้อหาในงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ นิยามศัพท์ และกลุ่มตัวอย่าง โดยแบบสอบถามจะมีทั้งหมด 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

3. นำเสนอแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาปริญญานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์และครอบคลุมของการวิจัยมากที่สุด
4. นำเสนอแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา
5. นำเสนอแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วเสนอผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และตรวจสอบความถูกต้องของภาษา
6. ทำการทดสอบแบบสอบถามก่อนนำไปใช้จริง โดยการทดลองใช้แบบสอบถามกับผู้ที่ไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยแต่มีลักษณะพื้นฐานที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน

7. นำแบบสอบถามที่ได้ไปใช้กับผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษา “ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง” ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่งดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมจากแจกแบบสอบถามออนไลน์แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีวิถีชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มาก่อน จากนั้นนำแบบสอบถามมาลงรหัสเพื่อนำไปวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติ

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลข่าว บทความ หนังสือ เอกสารทางวิชาการ งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

การจัดทำข้อมูล

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามโดยแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า

3. การประมวลผลข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วมาบันทึกและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป SPSS / PC (StatisticalPackage for social Sciences) For Windows เพื่อวิเคราะห์เชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ(Percentage)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีของผู้บริโภคหญิง วิเคราะห์โดยการใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic)

โดยใช้ทดสอบสมมติฐานส่วนที่ 1-4 เพื่อแสดงถึงความแตกต่าง ความสัมพันธ์และพยากรณ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยใช้ Chi-square Test

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีและเคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยผู้วิจัยเป็นออกเป็น 2 กลุ่มๆละเท่าๆกัน กลุ่มแรกเป็นกลุ่มผู้บริโภคหญิงที่มีความชื่นชอบในประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คนและอีกกลุ่มคือผู้บริโภคหญิงที่ไม่ชื่นชอบประเทศเกาหลีใต้จำนวน 10 คน ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากงานกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี เช่น งานแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศไทย เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการอภิปรายผล ให้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยที่มากขึ้น

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้ ศึกษาจากการ

สัมภาษณ์ โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ศึกษาทำการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างคำถามที่แน่นอน (Unstructured Interview) ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่ได้กำหนดคำตอบไว้ตายตัว จึงสามารถปรับเปลี่ยนความยืดหยุ่นเพื่อให้ได้ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ และในการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาจะทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยทำการจดบันทึกรายละเอียดและอาศัยแถบบันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและความคิดเห็นจากผู้ให้ข้อมูลเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน หลังจากทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีเชิงปริมาณ ในช่วงเดือนธันวาคม ปี 2555 ถึง มกราคม ปี 2556

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลด้วยตนเอง และจะใช้วิธีการบันทึกและถอดเทประหว่างสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และผู้วิจัยจะได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นต่างๆในลักษณะการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) และจะเลือกนำเสนอข้อมูลเฉพาะเรื่องที่ทำการศึกษาเท่านั้น

สรุปผลการศึกษาค้นคว้า

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายได้ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะส่วนบุคคล

อายุ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.0 อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 อายุระหว่าง 51 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

สถานภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 77.3 รองลงมาคือ สมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ

อาชีพ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.8 อื่นๆ โปรดระบุ... จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0 รองลงมา คือ รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 รายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 รายได้ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพและความงามในซื้อเครื่องสำอางมากที่สุด จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.8 รองลงมาคือ เลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.8 การรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลีเพื่อบำรุงร่างกาย จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และอื่นๆ โปรดระบุ... จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีในการสะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลีมากที่สุด จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รองลงมา คือ การเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.0 การสะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลี (โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี MP3 เป็นต้น) จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และอื่นๆ โปรดระบุ.... จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 ตามลำดับ

ด้านกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค เมื่อไปห้างสรรพสินค้าท่านจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ มากที่สุด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ เมื่อมีร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่ท่านจะต้องไปลองรับประทานอาหารนั้นอย่างแน่นอน จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 อื่น ๆ โปรดระบุ... จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 และเมื่อมีเวลาว่างท่านจะลองทำอาหารเกาหลีที่บ้าน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี และด้านอาหารและการบริโภค

ด้านความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามในเครื่องสำอางเกาหลีมากที่สุด จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 รองลงมา คือ เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 และการทำศัลยกรรมแบบเกาหลี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 อื่นๆ โปรดระบุ.....จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 ตามลำดับ

ด้านความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีในภาพยนตร์ ซีรีย์ และนักแสดงเกาหลีมากที่สุด จำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 รองลงมา คือ เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์สื่อสาร จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 และอื่นๆ โปรดระบุ.... จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ด้านความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจเกี่ยวกับอาหารและการบริโภคเกี่ยวกับสื่อที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่อาหารเกาหลีทางรายการโทรทัศน์มากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา เว็บไซต์ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8 นิตยสาร จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12,8 และอื่นๆ โปรดระบุ....จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี และด้านอาหารและการบริโภค

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม คือ เครื่องสำอางเกาหลีเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและราคายุติธรรม จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากประเทศเกาหลีมีคุณภาพดี ใช้แล้วเห็นผลจริง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 การทำศัลยกรรมเกาหลีมีความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และอื่นๆ โปรดระบุ...จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี คือ เมื่อดูซีรีย์เกาหลีท่านเห็นว่าเนื้อหาของซีรีย์และนักแสดงนั้นมีความสนุก น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ ศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีและมีความสามารถ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 24.5 เพลงเกาหลีมีดนตรีที่ไพเราะ จังหวะสนุกสนาน จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตจากประเทศเกหลีมีรูปแบบที่ทันสมัยทนทานและราคาเหมาะสมกับคุณภาพ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 และอื่นๆ โปรดระบุ...จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.03 ตามลำดับ

ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและการบริโภค พบว่า ความคิดเห็นส่วนใหญ่เกี่ยวกับอาหารและการบริโภค คือ ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโต จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา คือ อาหารเกาหลีหากไปรับประทานที่เกาหลีจะได้รสต้นตำรับ จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้นเพื่อให้ได้สุขภาพที่ดี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 และอื่นๆ โปรดระบุ...จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีกี่ครั้ง คือ ครั้งเดียว จำนวน 336 คน คิดเป็นร้อยละ 84.0 รองลงมา 2-3 ครั้ง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 6 ครั้งขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 และ4-5 ครั้ง จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยส่วนใหญ่ คือ ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 รองลงมา คือ วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ตามลำดับ

ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่านโดยส่วนใหญ่ คือ เพื่อน จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 เพื่อนร่วมงาน จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อย17.8 และคนเดียว จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ

ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ น้อยกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.8 รองลงมา 1 สัปดาห์ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และมากกว่า 1 สัปดาห์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมา ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.3 และช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.8 ตามลำดับ

วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 82.3 รองลงมา ทัศนศึกษา/ดูงาน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/เพื่อน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ติดต่อธุรกิจ/ประชุม/สัมมนา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และเข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ คือ เลือกซื้อ

สินค้าต่าง ๆ จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 รองลงมา เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 และตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 ตามลำดับ

ท่านคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่ คือ ไป จำนวน 374 คน คิดเป็นร้อยละ 93.5 รองลงมา ไม่ไป เพราะ...จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่ คือ แนะนำ จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมา ไม่แนะนำ เพราะ...จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อย ดังนี้

ด้านอายุ

อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านสถานภาพ

สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สถานภาพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านอาชีพ

อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

ด้านสุขภาพและความงาม

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านสุขภาพและความงาม ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านอาหารและการบริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

ด้านสุขภาพและความงาม

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการ

เดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านอาหารและการบริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจ-ด้านอาหารและการบริโภค ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น ประกอบด้วย ด้านสุขภาพและความงาม ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ด้านอาหารและการบริโภคที่เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง แบ่งเป็นสมมติฐานย่อยดังนี้

ด้านสุขภาพและความงาม

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านสุขภาพและความงาม มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้

อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ด้านอาหารและการบริโภค

รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็น-ด้านอาหารและการบริโภค มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

จากการศึกษาพบว่า อายุ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมนั้น พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเข้าสู่วัยทำงาน โดยมีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวคือ เพื่อนและช่วงเดือนที่ชื่นชอบในการเดินทางคือช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม ซึ่งกิจกรรมที่ชื่นชอบคือ การเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีและ 51 ปีขึ้นไป ที่มีการเดินทางไปกับครอบครัวในช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน และชอบเยี่ยมชมสถานที่ที่มีชื่อเสียง

แสดงให้เห็นว่าในช่วงวัยทำงานยังมีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวที่มากกว่าช่วงวัยอื่น ทั้งเรื่องทุน ที่สามารถเก็บเงินเดินทางท่องเที่ยวได้ หรือเรื่องสุขภาพที่ยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าวัยอื่น ๆ และยังเป็นช่วงวัยที่เปิดรับข่าวสารใหม่ และแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆให้กับชีวิต ซึ่งทำให้เกิดความสนุกและประทับใจในสถานที่ที่แปลกใหม่ ทำให้อยากที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีก ซึ่งทำให้ระดับอายุที่แตกต่างกันนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ ปรมะ สตะเวทิน (2533:112) กล่าวว่า อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม คนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถือ

อุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติ ระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับแนวคิดของ นฤมล สมิตินันทน์. (2527 : 38-39) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมในการเดินทางมนุษย์เพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากมีประสบการณ์แปลกใหม่

สถานภาพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง จาการศึกษาพบว่าผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่จะมีสถานภาพโสด เนื่องจากผู้บริโภคหญิงที่มีสถานภาพโสด ไม่มีภาระหน้าที่ในการดูแลครอบครัวอย่างเช่น ลูก สามี จึงไม่ต้องแบ่งเวลาในการดูแลครอบครัวเหมือนอย่างผู้บริโภคหญิงที่มีครอบครัวแล้ว จึงทำให้มีอิสระในด้านเวลาทั้งระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวรวมถึงช่วงเวลาที่เดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของ สุธัญญา สุทธิศิริกุล (2551 : 143) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพโสด มีการใช้เวลาต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้มากว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่าผู้บริโภคหญิงที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่นั้นมีจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวตั้งแต่ 6 ครั้งขึ้นไปและวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองซึ่งเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว และใช้เวลาเดินทางมากกว่า 1 สัปดาห์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคหญิงที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่นั้น ก็มีอิสระในการเดินทางได้มากกว่าผู้บริโภคหญิงที่สมรสเช่นกัน

ระดับการศึกษา มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี เนื่องจากผู้บริโภคหญิงที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีการพิจารณาหรือเหตุผลในการตัดสินใจในการเดินทางและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน เนื่องจากมีการรับรู้ข้อมูลและการพิจารณาข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยผู้บริโภคหญิงที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีจะมีการหาข้อมูลการท่องเที่ยว การเลือกช่วงเวลาในการท่องเที่ยวอย่างละเอียดรอบครอบมากกว่าผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จึงทำให้มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอดุลย์ ตันประยูร (2526 : 23) กล่าวว่า การศึกษาเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้คนมีการเรียนรู้เข้าใจในเรื่องต่างๆ ได้ดี และเมื่อบุคคลนั้นมีความรู้ย่อมจะเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ โดยมีผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้บริการแตกต่างกันไปตามระดับความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ

อาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการ

เดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบ โดยผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่เป็นผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ/พนักงานบริษัทเอกชน เคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว ลักษณะการเดินทางจะใช้บริการบริษัทนำเที่ยว เดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อน โดยใช้ระยะเวลาท่องเที่ยวน้อยกว่า 1 สัปดาห์ ช่วงเวลาที่ชื่นชอบจะเป็นช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม ซึ่งวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางคือ การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ เนื่องจากผู้บริโภคหญิงกลุ่มนี้จะมีความเครียดจากการทำงานหนักมาตลอดทั้งปี จึงต้องการที่จะพักผ่อน คลายเครียดจากการทำงาน อีกทั้งการเดินทางท่องเที่ยวจะเลือกในช่วงสิ้นปีซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีจำนวนวันหยุดยาว ซึ่งจะแตกต่างจากอาชีพนักเรียน/นักศึกษาหรืออาชีพอิสระ ที่จะมีวันปิดเทอมและวันที่หยุดได้เองโดยไม่ต้องคำนึงถึงวันหยุดราชการหรือการมีวันหยุดที่จำกัด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538 : 41) กล่าวว่า อาชีพ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของ สุมณี พีรกิจ (2549 : บทคัดย่อ) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ศุภลักษณ์ อัครางกูร. (2547) ได้กล่าวว่า แนวโน้มของการท่องเที่ยวมีการสัมพันธ์แนบแน่นกับการทำงาน ดังจะเห็นการท่องเที่ยวระยะสั้น ซึ่งเป็นการพักผ่อนเพื่อเติมกำลังในการกลับมาทำงาน มีให้เห็นมากขึ้น

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านจำนวนครั้งที่ไปประเทศเกาหลีใต้ ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ด้านผู้ร่วมเดินทาง ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ด้านช่วงเวลาที่ชื่นชอบ ด้านวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้อีกหรือไม่ พบว่าผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,001-20,000 บาท มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ซึ่งปัจจุบันแพ็คเก็จทัวร์ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้จะมีราคาเฉลี่ยประมาณ 17,000 – 30,000 บาทขึ้นไป โดยจะขึ้นอยู่กับฤดูกาลและสายการบินที่เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนับได้ว่าเป็นราคาที่ไม่สูงมากจนเกินไป ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยที่แตกต่างกันจึงสามารถเลือกเดินทางท่องเที่ยวประทศเกาหลีใต้แตกต่างกันไปตามรายได้เฉลี่ยของตน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของ สุธัญญา สุทธิศิริกุล (2551 : 155) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของศุภลักษณ์ ปลอดโปร่ง (2550 : 108) พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการไปเที่ยวประเทศเยอรมนีของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

นอกจากนี้ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากพฤติกรรมในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในแต่ละครั้งอาจ

มีกิจกรรมที่ชื่นชอบไม่เหมือนกันในทุกครั้ง ซึ่งขึ้นอยู่กับความตั้งใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในแต่ละครั้งว่าต้องการเน้นทำกิจกรรมอะไรบ้าง เช่น ต้องการจะไปเลือกซื้อเฉพาะสินค้าเกาหลีอย่างเดียว เน้นการกินร้านอาหารเกาหลีชื่อดัง จะเห็นได้ว่าปัจจุบันได้มีแพ็กเกจทัวร์ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มากมาย โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวจะรวมค่าเครื่องบิน ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวที่โด่งดัง อาหารขึ้นชื่อของประเทศเกาหลีใต้ และให้เวลาเลือกซื้อสินค้าในแหล่งช็อปปิ้ง ซึ่งผู้บริโภคสามารถจ่ายแค่ราคาแพ็กเกจทัวร์ก็สามารถทำกิจกรรมทั้งหมดได้เหมือนกัน จะเห็นได้ว่ากิจกรรมหลักส่วนใหญ่ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้นั้น คือ การเลือกซื้อสินค้า การเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ การตระเวนชิมอาหารตามร้านดังต่างๆ ซึ่งหากเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยวนั้น ผู้บริโภคก็สามารถทำกิจกรรมได้ครอบคลุมทุกอย่างไม่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นสถานภาพ ระดับการศึกษา หรือรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ก็สามารถทำกิจกรรมที่ชื่นชอบได้เหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) พบว่า ผู้บริโภคหญิงสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 บาท เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ 2 ครั้ง โดยครั้งแรกเดินทางโดยวางแผนท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ซึ่งไปเพื่อตามศิลปินเกาหลี และอีกหนึ่งครั้งเป็นการท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ซึ่งได้ทำกิจกรรมทั้งเลือกซื้อสินค้า เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวและได้กินอาหารขึ้นชื่อ จึงแสดงให้เห็นว่า ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แต่ในละครั้งก็จะมีกิจกรรมที่ตั้งใจทำไม่เหมือนกัน จึงทำให้ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จึงไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ในด้านกิจกรรมที่ชื่นชอบในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

อีกทั้งสถานภาพ ระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิงทางด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งและด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากขึ้นอยู่กับทัศนคติและความคิดส่วนบุคคลขึ้นในการท่องเที่ยวว่าจะมีความประทับใจมากน้อยแค่ไหน ซึ่งจากงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ภายหลังการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติแล้ว พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีบางคน ก็มีทั้งที่แนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ด้วยความประทับใจที่ได้รับจากประสบการณ์ที่เคยเดินทางท่องเที่ยว โดยให้เหตุผลว่าเป็นประเทศที่น่าสนใจ สินค้าราคาไม่แพง รวมไปถึงผู้บริโภคหญิงที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แล้วไม่ประทับแต่ก็ยังแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งให้เหตุผลว่า หากยังไม่เคยไปก็อาจลองไปดูก็ได้ จึงทำให้สถานภาพและระดับการศึกษาไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้และด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีใต้

รวมถึงรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากในการแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้นั้นเป็นความรู้สึกและทัศนคติของแต่ละบุคคลที่จะเสนอแนะให้กับผู้อื่นจากประสบการณ์ท่องเที่ยวของตัว เพื่อให้ผู้อื่นได้ลองมีประสบการณ์ใหม่ที่ยังไม่เคยลองไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งจะมีทั้งการแนะนำผู้อื่นในแง่บวกและแง่ลบ ซึ่งจากเหตุผลของผู้บริโภคหญิงในงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย 10,001 – 20,000 บาท นั้นมีทั้งที่แนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยให้เหตุผลว่า เป็นประเทศที่น่าสนใจ สินค้าถูก บรรยากาศดี และการไม่แนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ โดยให้เหตุผลว่า ไม่แตกต่างอะไรจากประเทศไทย ประเทศไทยสวยกว่า เป็นต้น จึงแสดงให้เห็นถึง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนนั้นไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ในด้านการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

2. ด้านสุขภาพและความงาม ในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ทางด้านสุขภาพและความงามในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็น ในภาพรวมมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ทางด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ กิจกรรมที่ชื่นชอบ การเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง การแนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ (ในภาพรวม) จากงานวิจัยพบว่า ทางด้านสุขภาพและความงาม ผู้บริโภคหญิงจะมีกิจกรรม ความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความงามคือ เครื่องสำอาง ซึ่งผู้บริโภคหญิงจะชอบซื้อเครื่องสำอาง อีกทั้งยังมีความคิดเห็นต่อเครื่องสำอางเกาหลีว่า เป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและราคายุติธรรม ซึ่งเป็นความคิดเห็นไปในทิศทางบวก ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่นี้ยังกล่าวได้ว่า ด้านสุขภาพและความงามได้เข้ามาสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตทั้ง 3 ด้านของผู้บริโภคหญิง ได้โดยการผ่านดาราเกาหลีที่ปรากฏอยู่ในซีรีย์ ทำให้ผู้บริโภคหญิงอยากที่จะสวยเหมือนดาราเกาหลี ที่สำคัญเครื่องสำอางเกาหลีมีบรรจุภัณฑ์ที่น่ารัก สวยงามทำให้รู้จักอยากจะซื้อมาใช้ อีกทั้งเครื่องสำอางเกาหลีก็มีราคาที่ไม่แพงเมื่อเทียบกับเครื่องสำอางของแบรนด์ยุโรป และยิ่งหากได้ไปซื้อเครื่องสำอางที่ประเทศเกาหลีก็จะยิ่งได้ราคาที่ถูกกว่าและยังได้ของแถมอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยบางส่วนของ สุธัญญา สุทธิศิริกุล (2551 : 140) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ด้านสินค้าวัฒนธรรมของเกาหลีมาก จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาให้

ความสนใจกับสินค้าอุปโภคบริโภค ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการใช้สินค้าที่เป็นตราของเกาหลี และมีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2552: ออนไลน์) ที่กล่าวว่า ดาราเกาหลียังสร้างกระแสรุนแรงต่อวัฒนธรรมของผู้บริโภค ตั้งแต่ อาหาร แฟชั่น แนวการแต่งหน้า และการศัลยกรรมเสริมสวย ทำให้พวกผู้หญิงจากจีน เวียดนาม และสิงคโปร์แห่กันไปเกาหลีเพื่อทำศัลยกรรมใบหน้ากับศัลยแพทย์เกาหลี

3. ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ทางด้านบันเทิงและเทคโนโลยีในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ทางด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ กิจกรรมที่ชื่นชอบ การเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง การแนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ (ในภาพรวม) งานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยีคือ การสะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี ส่วนทางด้านความสนใจ คือ ผู้บริโภคหญิงมีความสนใจในภาพยนตร์ ซีรีย์ และนักแสดง รวมถึงความคิดเห็นในด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ผู้บริโภคเห็นว่าเมื่อดูซีรีย์เกาหลีแล้วเนื้อหาของซีรีย์ นักแสดงมีความสนุก น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม ซึ่งทำให้เห็นได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งทางกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นของผู้บริโภคหญิงในด้านบันเทิงและเทคโนโลยี คือ ซีรีย์เกาหลี เป็นส่วนใหญ่ ที่เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ซึ่งซีรีย์เกาหลีนั้นกล่าวได้ว่าเป็นผลสำเร็จของรัฐบาลเกาหลี

โดย วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2551: ออนไลน์) ได้พูดถึงประเด็นนี้ว่า รัฐบาลเกาหลีได้วางแนวนโยบายทางด้านวัฒนธรรมในช่วงปี 2488 – 2523 และนับตั้งแต่ปี 2541รัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นโดยรวมเรียกว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ประกอบด้วย อุตสาหกรรมย่อย อาทิ ภาพยนตร์ เพลง วีดีโอ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ ตัวการ์ตูน ความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) จากนโยบายของรัฐบาลส่งผลให้เรื่องของวัฒนธรรมกลายเป็น รูปธรรมสินค้า ที่มีมูลค่ามหาศาลที่อยู่ในรูปแบบของภาพยนตร์ ทำให้กระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้แพร่ไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ในแถบเอเชียซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศแถบเอเชียที่ได้เปิดรับวัฒนธรรมเกาหลี ผ่านภาพยนตร์ ซีรีย์ จากงานวิจัยได้พบว่า ในด้านบันเทิงและเทคโนโลยีส่วนใหญ่คือ ภาพยนตร์ ซีรีย์เกาหลี ได้เข้ามาสู่รูปแบบการดำเนินชีวิตชีวิตของผู้บริโภคหญิง ทั้งทางด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ รวมถึงด้านความคิดเห็นที่มองเห็นว่า เนื้อหาของซีรีย์ นักแสดงมี

ความสนุก น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับงานของ วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์ (2551: ออนไลน์) ที่อธิบายว่า ภาพยนตร์โทรทัศน์เกาหลี มีเนื้อเรื่องถูกใจคนดูชาวเอเชียเพราะเน้นความผูกพันในครอบครัว มิตรภาพ ความซื่อสัตย์ คุณธรรม และรักแท้ นักแสดงแสดงได้เก่งและหน้าตาดี ติดตามเรื่องได้ง่าย การเขียนบททำได้ดีเป็นการเล่าเรื่อง คุณภาพการถ่ายทำภาพยนตร์สูง มุมกล้องดี สถานที่ถ่ายทำสวยงาม ชุดนักแสดงสวย ความยาวของเรื่องไม่ยืดเยื้อ เมื่อถึงตอนกลางเรื่องผู้ชมอยากดูต่อจนจบ ที่สำคัญคือเพลงประกอบภาพยนตร์คล้อยตามอารมณ์ของผู้แสดง ซีรีส์เกาหลีเปิดประเทศเกาหลีเข้าสู่ใจคนดูทั่วเอเชีย ได้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฝนทิพย์ บารมีรัตนชัย (2551 : บทคัดย่อ) พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลีมีเห็นด้วยกับเรื่องหลังจากดูละครเกาหลีแล้วทำให้ท่านอยากไปเที่ยวเกาหลี อยู่ในระดับมากที่สุด และความประทับใจในละครที่มีผลต่อการตัดสินใจไปเกาหลีของผู้ที่สนใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีและผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปเกาหลีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

จึงสามารถสรุปได้ว่า ทางด้านบันเทิงและเทคโนโลยีในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งทางด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

4. ด้านอาหารและการบริโภค ในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ทางด้านอาหารและการบริโภคในรูปแบบการดำเนินชีวิตทั้งด้านกิจกรรม ความสนใจและความคิดเห็นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ทางด้านจำนวนครั้งที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ด้านลักษณะการท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ชื่นชอบ กิจกรรมที่ชื่นชอบ การเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง การแนะนำให้ผู้อื่นท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ (ในภาพรวม) งานวิจัยพบว่า ด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตทางด้านกิจกรรม ผู้บริโภคหญิงมักจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ ทางด้านความสนใจนั้นผู้บริโภคจะได้ดูสื่อที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่อาหารเกาหลีทางรายการโทรทัศน์ และทางด้านความคิดเห็นผู้บริโภคหญิงมีความเห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโต ซึ่งจุดเริ่มต้นของความนิยมในอาหารเกาหลีของผู้บริโภคหญิงนั้นมาจากซีรีย์เกาหลีเรื่อง แดจังกึม ที่เป็นเรื่องราวที่สร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารเกาหลีและยาสมุนไพร ทำให้อาหารเกาหลีเป็นที่รู้จักมากขึ้นและธุรกิจร้านอาหารเกาหลีก็เริ่มเติบโตขึ้นในประเทศไทย ซึ่งตรงกับบทความของ วรภัทร โตธนะเกษม

(2555: ออนไลน์) ได้พูดถึงกระแสเกาหลีในด้านอาหารว่า จากกระแส “แดจังกึม” ซึ่งทำให้คนไทยเห่ออาหารเกาหลี และธุรกิจอาหารเกาหลีในไทยเติบโตขึ้น อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ที่ดีของประเทศเกาหลีที่ใช้สื่อบันเทิงในเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศซึ่งออกมาทั้งรูปแบบภาพยนตร์ ซีรีย์ รายการวาไรตี้ ตามรายการโทรทัศน์ทำให้วัฒนธรรมเกาหลีค่อย ๆเข้าการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคหญิงที่มีความชื่นชอบเกาหลี ซึ่งเป็นส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2529: 6) ว่าปัจจัยที่ชี้ถึงศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง และเป็นเหตุจูงใจที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวการพัฒนา การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านทางนิตยสาร / วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ สิ่งพิมพ์อื่น ๆ เช่น แผ่นพับ ใบปลิว ป้ายโฆษณา และอินเตอร์เน็ต โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์นั้น จะต้องกระทำอย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในด้านวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีทำให้อาหารเกาหลีเป็นจุดขายในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกอย่างหนึ่ง ซึ่งเป็นผลให้ผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

กล่าวได้ว่ารูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นนั้นของผู้บริโภคหญิง ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากสินค้าทางวัฒนธรรมนั้น เป็นสินค้าที่มีผลกระทบต่อจิตใจและเป็นสินค้าที่ก่อให้เกิดการบริโภคที่ไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการบริโภคอย่างต่อเนื่อง สินค้าทางวัฒนธรรมนี้จึงส่งผลให้ผู้บริโภคหญิงเกิดความต้องการไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Jean Baudrillard กล่าวว่า สินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity) ซึ่งได้แก่ สินค้าที่เป็นผลผลิตจากงานสื่อมวลชน เป็นสินค้าที่มีผลกระทบในระดับจิตใจ/จิตวิญญาณ (Spiritual impact) กลยุทธ์การขายจะเร้าไปที่อารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคสินค้าชนิดนี้ก็ไม่ใช่วัตถุที่เสพแล้วสิ้นสุดในตัวเอง หากแต่ยังเชื่อมโยงไปสู่การบริโภคสินค้าอื่น ๆ อีกมากมาย (กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. 2551: 462-463)

ทั้งนี้ภายหลังการทดสอบวิธีทางสถิติโดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาเชิงลึกด้วยวิธีการสัมภาษณ์เพื่อคุณภาพและความน่าเชื่อถือของงานวิจัย ซึ่งได้ผลดังต่อไปนี้

ลักษณะส่วนบุคคลจากการทำการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ในภาพรวมมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยเชิงปริมาณที่พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นผู้มีรายได้ประจำ ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท

รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วย ด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็นในภาพรวมมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง จากการศึกษา พบว่า ก่อนการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในครั้งแรกนั้น ผู้บริโภคมีความสนใจในประเทศเกาหลีใต้จากการดูซีรีย์เกาหลีและจากศิลปินเกาหลีได้เข้ามาสู่ประเทศไทย กล่าวได้ว่าช่วงนั้นเป็นช่วงเกาหลีฟีเวอร์ กระแสวัฒนธรรมเกาหลีได้รับความนิยมจากผู้คนในประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะบริโภคหญิง ที่มีความสนใจกับกระแสวัฒนธรรมเกาหลีเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความสนใจจากกลุ่มศิลปินเกาหลี นักแสดงเกาหลีจากในซีรีย์เนื่องจากกลุ่มศิลปินมีรูปลักษณ์หน้าตาที่ดี เป็นที่ดึงดูดผู้บริโภคหญิงเป็นอย่างมาก

“เริ่มมีความสนใจในประเทศเกาหลีใต้ตอนดูซีรีย์เกาหลี แล้วรู้สึกชอบเพราะมีเนื้อหาสนุกทภาพสวย ทำให้เริ่มติดตามดูและซื้อซีรีย์เกาหลีมาดูอีก และยังสนใจเครื่องสำอางเกาหลีเพราะคุณภาพดี ราคาถูก รูปแบบน่ารัก” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 25 ปี)

“รู้จักประเทศเกาหลีจากการฟังเพลงเกาหลีและชื่นชอบศิลปินเกาหลีเพราะหน้าตาดีและมีความสามารถ” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 27 ปี)

โดยทางด้านซีรีย์เกาหลีก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดความนิยมในประเทศเกาหลีใต้จากผู้บริโภคหญิง ด้วยความสนุก ความน่าติดตามของเนื้อเรื่อง การทำเสนอสถานที่สำคัญต่าง ๆ ที่มีความสวยงามของธรรมชาติ และอากาศที่หนาวเย็น รวมถึงตัวละครที่มีบุคลิกหน้าตาดี การแต่งกายที่ทันสมัย เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ผู้บริโภคมีความสนใจในประเทศเกาหลีใต้มากยิ่งขึ้น ความสนใจดังกล่าวได้เข้ามา จนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคหญิง ที่อยู่ในรูปแบบของสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ไม่ว่าจะเป็น เครื่องสำอาง ซีดีเพลง นิตยสารต่าง ๆ อาหารเกาหลี รวมไปถึงการเข้าร่วมชมการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีที่เข้ามาจัดการแสดงในประเทศไทยมากขึ้นในทุก ๆ ปี รวมไปถึงพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

“ที่เลือกเดินทางไปประเทศเกาหลีใต้เพราะชอบดูซีรีย์เกาหลี แล้วเห็นสถานที่ท่องเที่ยวในซีรีย์ว่าสวยดี อากาศก็ดีด้วย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 25 ปี)

“เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะอยากไปตามรอยซีรีย์เกาหลี” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 19 ปี)

ในด้านความคิดเห็น เกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่เห็นว่าสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีเกี่ยวกับเครื่องสำอางนั้น มีราคาถูก คุณภาพดี บรรจุภัณฑ์น่ารัก ทำให้รู้สึกอยากใช้ ด้านซีรีย์เกาหลี เห็นว่า มีเนื้อเรื่องที่สนุก ภาพสวย รวมถึงด้านอาหารและการบริโภค ความคิดเห็นของผู้บริโภคหญิงที่มีต่อสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีล้วนเป็นไปในแง่บวก

“มักจะซื้อเครื่องสำอางเกาหลีมาใช้ประจำเพราะรู้สึกว่าคุณภาพดี บรรจุภัณฑ์น่ารัก และที่

สำคัญราคาไม่แพง” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 53 ปี)

“ประทับใจซีรีย์เกาหลีเพราะรู้สึกว่ามีเนื้อเรื่องที่สนุก ชวนให้ติดตาม นักแสดงมีความสามารถ” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 59 ปี)

“เคยลองซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลีและคิดว่าธุรกิจอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตมากขึ้น”(สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 55 ปี)

สำหรับทางด้านการเดินทางท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิงนั้น ผู้ให้สัมภาษณ์จะเคยเดินทางท่องเที่ยวเกาหลีมาแล้ว 1 ครั้ง ซึ่งในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้จะมาจากความชื่นชอบประเทศเกาหลีจากตัวศิลปิน การดูซีรีส์เกาหลี รวมไปถึงการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ผู้บริโภคอยากจะลองไปท่องเที่ยวด้วยตัวเองดูบ้าง

“เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพราะชื่นชอบศิลปินเกาหลีและอยากจะไปท่องเที่ยวสถานที่ดังๆ อย่างเมียงดงและร้านอาหารของศิลปินด้วย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 22 ปี)

“เลือกไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพราะ เห็นแต่คนไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ก็เลยอยากจะลองไปท่องเที่ยวดูซักครั้ง” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอาย 24 ปี)

ในด้านการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งและการแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงที่มีความชื่นชอบในสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีและมีความประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ส่วนใหญ่จะมีความต้องการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง ซึ่งผู้บริโภคอยากจะเดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้โดยวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง อยากจะท่องเที่ยวในสถานที่อื่น ๆ

“อยากจะลองไปท่องเที่ยวแบบวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองกับเพื่อนๆ จะได้ไปสถานที่ที่อยากไปและมีเวลาในการท่องเที่ยวในแต่ละที่ได้โดยไม่ต้องจำกัดเวลา” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 25 ปี)

“จะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้งเพราะยังมีหลายสถานที่ที่ยังไม่ได้ไป” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 22 ปี)

นอกจากนี้ผู้บริโภคหญิงอยากแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกด้วย

“อยากจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวเพราะเป็นประเทศที่สามารถท่องเที่ยวได้หลายฤดู ปลอดภัยและบรรยากาศดี” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 30 ปี)

“สำหรับใครที่ไม่เคยไปก็อยากให้ลองไปประเทศเกาหลีใต้ดู อากาศก็ดี มีสถานที่สวยๆ ลองไปซักครั้งก็ดี” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 24 ปี)

ทางด้านความคิดเห็นของผู้บริโภคหญิงที่ไม่ประทับใจและไม่ชื่นชอบในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ก็ไม่อยากที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง โดยมีเหตุผลหลักๆคือ สถานที่ท่องเที่ยวไม่เหมือนกับที่ดูในซีรีย์เกาหลี ไม่ชอบวัฒนธรรมและผู้คนเกาหลี

“จากที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มาแล้วครั้งหนึ่ง ก็รู้สึกว่าประเทศเกาหลีใต้ไม่ต่างอะไรกับประเทศไทย แต่แค่ประเทศเกาหลีใต้มีหิมะตกก็เท่านั้น” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 40 ปี)

“สถานที่ท่องเที่ยวพอไปจริงๆแล้วรู้สึกว่าที่เห็นในซีรีย์สวยกว่าเยอะ ไปดูสถานที่จริงแล้วไม่เห็นสวยเหมือนในซีรีย์เลย ทำให้รู้สึกไม่ประทับใจแบบว่า ดูซีรีย์อยู่ที่บ้านก็ได้ไม่ต้องเสียเงินมาถึงเกาหลี” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 19 ปี)

“รู้สึกไม่ค่อยประทับใจเพราะสถานที่ช๊อปปิ้งอย่างเมียงดงคนเยอะมาก แถมคนเกาหลียังเดินชนอีกด้วย รู้สึกไม่มีมารยาท รับไม่ค่อยได้ สถานที่ท่องเที่ยวที่ดูสวยก็เพราะบรรยากาศ” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 50 ปี)

จึงทำให้ผู้บริโภคเหล่านี้จึงไม่อยากแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

“หากจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศแนะนำให้ไปประเทศญี่ปุ่นจะดีกว่า ถึงราคาจะสูงกว่าแต่บรรยากาศ อาหาร และผู้คนดีกว่าประเทศเกาหลีใต้มาก” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 50 ปี)

“ถ้าเทียบกับการท่องเที่ยวเมืองไทยคิดว่า ค่าใช้จ่ายก็ถูกกว่าเยอะและที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยก็ยังสวยกว่าเยอะถ้าเทียบกับสถานที่เกาหลีจริงๆเมืองไทยสวยกว่ามากเลย” (สัมภาษณ์ผู้บริโภคหญิงอายุ 42 ปี)

จากการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกหลังจากทราบผลการทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีเชิงปริมาณ ผลจากการสัมภาษณ์นั้นสอดคล้องกับผลวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีทั้งทางด้านกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นนั้นมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยมีผู้ที่ต้องการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง ดังนั้นการวิจัยเชิงคุณภาพสามารถสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณได้ว่า ปัจจัยด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมทั้งทางด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็น ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ทราบถึงมุมมองของผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ได้ชื่นชอบในสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีและไม่ประทับใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ จึงทำให้ผู้บริโภคหญิงกลุ่มนี้มีทัศนคติที่แตกต่างออกไปซึ่งเป็นในแง่มุมที่ตรงกันข้าม ซึ่งสามารถช่วยให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายสาเหตุ หรือปัจจัยของความขัดแย้งของผลการวิจัยดังกล่าวที่เกิดขึ้นได้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ครั้งเดียว และเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้นผู้บริโภคจะนิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ รวมถึงผู้ร่วมเดินทางนั้นในช่วงอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี และ 51 ปีขึ้นไปนั้นจะนิยมเดินทางไปกับครอบครัว โดยเดินทางในช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน ซึ่งมีกิจกรรมที่ชื่นชอบคือการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และช่วงวัย 21-30 ปี,31-40 ปี และ 41-50 ปีจะเดินทางไปกับเพื่อน โดยเดินทางในช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม และมีกิจกรรมที่ชื่นชอบคือ การเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคหญิงที่อยู่ในวัยเรียนและกลุ่มผู้สูงอายุมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมือนกันและกลุ่มช่วงวัยทำงานก็มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวอีกแบบหนึ่ง จึงมีข้อเสนอแนะว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวประเทศเกาหลีใต้สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปวางแผนกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนลงไป โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคหญิงที่มีลักษณะข้างต้น เพื่อนำข้อมูลนี้ไปวางกลยุทธ์ทั้งทางด้านราคา กลยุทธ์ในการส่งเสริมทางการตลาดของแพ็กเกจทัวร์เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยผู้ประกอบการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ได้วางกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากขึ้นในการกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้เพิ่มมากขึ้น

2. จากผลการวิจัยพบว่า ในด้านสุขภาพและความงาม ในรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคหญิงในด้านสุขภาพและความงามนั้นคือ เครื่องสำอางเกาหลี จึงมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวประเทศเกาหลีนั้น ควรจัดวางโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นไปยังแหล่งช๊อปปิ้งมากขึ้นหรือการให้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าให้มากขึ้นเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มผู้บริโภคหญิงกลุ่มนี้ ในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

3. จากผลการวิจัยพบว่า ในด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ในรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ซึ่งในด้านบันเทิงและเทคโนโลยีในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคหญิงนั้นคือ ซีรีย์เกาหลี กล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมาต่อการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ดังนั้น จึงมีข้อเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ควรจัดโปรแกรมเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวในซีรีย์เกาหลีชื่อดังให้มากขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดผู้บริโภคหญิงอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ให้กับประเทศเกาหลีใต้อีกด้วย

4. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถนำเอาข้อมูลจากงานวิจัยไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งพบการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคหญิงที่มีรูปแบบ

การดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีในด้านบันเทิงและเทคโนโลยี นั่นคือ ซีรีย์เกาหลีมีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทย ควรจะใช้ละครทางทีวีในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น การถ่ายทอดภาพความสวยงามของธรรมชาติในละครก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงสามารถนำข้อมูลไปปรับเปลี่ยนวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

5. จากผลงานวิจัยพบว่า ในด้านอาหารและการบริโภค ในรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมด้านความสนใจ และด้านความคิดเห็น มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง โดยรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรม ด้านความสนใจ และความคิดเห็นทางด้านอาหารและการบริโภคของผู้บริโภคหญิงส่วนใหญ่ คือ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ เป็นต้น และจะมีความสนใจสื่อที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่อาหารเกาหลีทางรายการโทรทัศน์ รวมถึงผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่า ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโต ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทนำเที่ยวสามารถนำข้อมูลมาปรับใช้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้

6. จากการศึกษาข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง ส่วนใหญ่จะมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และต้องการเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกครั้ง โดยต้องการจะเดินทางเป็นวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทนำเที่ยวควรเพิ่มและปรับเปลี่ยนโปรแกรมการเดินทางให้มีความน่าสนใจอาจจะเป็นการเพิ่มสถานที่ท่องเที่ยวใหม่หรือการที่ให้ผู้บริโภคสามารถเลือกสถานที่เดินทางได้ตามที่ตัวเองต้องการ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคชายเพื่อเป็นการเปรียบเทียบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคชายกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้บริโภคหญิงว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ด้วย เพื่อที่จะได้นำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงในการให้บริการในธุรกิจนำเที่ยวของประเทศอื่น ๆ

3. ควรทำการศึกษาถึงทัศนคติและความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เพื่อให้ได้มุมมองเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคได้เพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบธุรกิจบริษัทนำเที่ยว

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). *การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์เชิงข้อมูล.* พิมพ์ครั้งที่ กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

----------. (2550). *การวิเคราะห์สถิติ, สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา แก้วเทพ; และ สมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา.* พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2529). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.* กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

คณะกรรมการบริหารวิชาบูรณาการหมวดวิชาศึกษาทั่วไป; พวงเพชร สุรัตนกวีกุล; และ เฌอมาลย์ ราชภัณฑารักษ์. (2545). *มนุษย์กับสังคม.* พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นฤมล สมิตินันทน์. (2527). *การท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน:กระบวนการและทฤษฎี* กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ฝนทิพย์ บารมีรัตนชัย. (2551*). อิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาหลีของคนในเขตกรุงเทพมหานคร.* สารนิพนธ์ ศศ.ม. (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว). พิษณุโลก: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร. ถ่ายเอกสาร.

พัทธนันท์ เด็ดแก้ว. (2552). การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2555,จาก http://www.mis.nu.ac.th/research/readnews.php?id=273

วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. (2552). *จุดกำเนิดกระแสเกาหลี.* สืบค้นเมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2555, จาก http://www.kodhit.com/~korea/จุดกำเนิดกระแสเกาหลี

วรภัทร โตธนะเกษม. (2555). *เกาหลีฟีเวอร์: เห่ออย่างเดียวไม่พอ.* สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มกราคม 2556, จาก http://www.bangkokbiznews.com

ศุภลักษณ์ อัครางกรู. (2547). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.* ขอนแก่น: หจก.โรงพิมพ์คลังนานาวิทยา.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2549). *กระแสซีรีส์ละครเกาหลียอดฮิต: กระตุ้นทัวร์ตามรอยละคร.* สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2555, จาก http://www.gotomanager.com/

สุธัญญา สุทธิศิริกุล. (2551). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร.* สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2555, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Sutanya_S.pdf

สุมณี พีรกิจ. (2549). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย.*สารนิพนธ์บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2555, จาก http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Sumanee_P.pdf

อลิสา วิทวัสกุล. (2549). *การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์แดจังกึมจอมนางแห่งวังหลัง.* วิทยานิพนธ์ นศ.ม. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.

อดุลย์ จาตุรงคกุล. (2545). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation.* Michigan: The University of Michigan

Korea Tourism Organization. (2011). *Tourism statistics.* Retrieved December 14, 2012, from http://kto.visitkorea.or.kr/

Pess.William D. Wells; & Douglas J. Tigert, (1971) Activities, Interests and Opinions. *Journal of Advertising Research*. 1971: 27-35.

William Lazer; & Joseph T. (1974) . *Plummer. Lifestyle Concepts*. Prentice-Halls : 107.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัย

แบบคำถามสัมภาษณ์

แบบสอบถาม

เรื่อง รูปแบบการดำเนินชีวิตเกี่ยวกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้ถือเป็นส่วนสำคัญที่ในการทำโครงการวิจัยเพื่อประกอบการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้วิจัยจึงขอใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

โดยแบบสอบถามชุดนี้มี 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวประเทศเกาลีใต้ของผู้บริโภคหญิง

ในการตอบแบบสอบถามนี้ ท่านจะไม่ได้รับผลกระทบจากการตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด โดยข้อมูลทั้งหมดจะถือเป็นความลับ และผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมและสละเวลาในการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

<u>ส่วนที่ 1</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. อายุ

( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี ( ) 21 – 30 ปี ( ) 31 – 40 ปี

( ) 41 – 50 ปี ( ) 51 ปีขึ้นไป

2. สถานภาพ

( ) โสด ( ) สมรส/อยู่ด้วยกัน ( ) หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

3. ระดับการศึกษา

( ) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ( ) ปริญญาตรี ( ) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

( ) นักเรียน / นักศึกษา

( ) ผู้มีรายได้ประจำ เช่น ข้าราชการ, พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัทเอกชน เป็นต้น

( ) ธุรกิจส่วนตัว / อาชีพอิสระ

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

( ) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท

( ) 10,001 – 20,000 บาท

( ) 20,001 – 30,000 บาท

( ) 30,001 บาทขึ้นไป

<u>ส่วนที่ 2 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี</u>

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในข้อที่ตรงกับระดับความสำคัญในด้านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลีของท่านมากที่สุด

2.1 กิจกรรมที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ข้อใดตรงกับท่านมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) ท่านชอบซื้อเครื่องสำอางเกาหลี

( ) ท่านมักเลือกซื้อเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี

( ) ท่านมักจะรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมจากประเทศเกาหลีเพื่อบำรุงร่างกาย

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.2 กิจกรรมที่เกี่ยวกับบันเทิงและเทคโนโลยี ข้อใดตรงกับท่านมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี

( ) สะสมซีดีเพลง ซีรีย์ รูปดารา-นักร้องเกาหลี

( ) สะสมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศเกาหลี (โทรศัพท์มือถือ เครื่องเล่นดีวีดี MP3 เป็นต้น)

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.3 กิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารและการบริโภค ข้อใดตรงกับท่านมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) เมื่อมีร้านอาหารเกาหลีเปิดใหม่ท่านจะต้องไปลองรับประทานอาหารนั้นอย่างแน่นอน

( ) เมื่อมีเวลาว่างท่านมักหาลองทำอาหารเกาหลีที่บ้าน

( ) เมื่อไปห้างสรรพสินค้าท่านมักเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเกาหลี อาทิ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปเกาหลี กิมจิ เป็นต้น

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

<u>ส่วนที่ 3 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความสนใจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี</u>

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในข้อที่ตรงกับระดับสนใจของท่านมากที่สุด

3.1 ด้านสุขภาพและความงามที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) เครื่องสำอางเกาหลี

( ) เสื้อผ้าและแฟชั่นสไตล์เกาหลี

( ) การทำศัลยกรรมแบบเกาหลี

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3.2 ด้านบันเทิงและเทคโนโลยีที่ท่านให้ความสนใจมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) ภาพยนตร์ ซีรีย์ และนักแสดงเกาหลี

( ) เพลง วงดนตรี นักร้องเกาหลี

( ) สินค้าอิเล็กทรอนิกส์และอุปกรณ์สื่อสาร

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3.3 ด้านอาหารและการบริโภค ท่านมีความสนใจสื่อที่มีการนำเสนอหรือเผยแพร่อาหารเกาหลีประเภทใดมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) นิตยสารที่เกี่ยวกับอาหารเกาหลี

( ) รายโทรทัศน์ที่นำเสนอเกี่ยวกับอาหารเกาหลี

( ) เว็บไซต์ที่มีการนำเสนอร้านอาหารเกาหลี

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

<u>ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิตด้านความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี</u>

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

4.1 ด้านสุขภาพและความงาม ข้อใดตรงมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) ท่านมีความเห็นว่าเครื่องสำอางเกาหลีเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและราคายุติธรรม

( ) ท่านเห็นว่าการทำศัลยกรรมเกาหลีมีความน่าเชื่อถือและมีความปลอดภัย

( ) ท่านคิดว่าการผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากประเทศเกาหลีมีคุณภาพดี ใช้แล้วเห็นผลจริง

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.2 ด้านบันเทิงและเทคโนโลยี ข้อใดตรงมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) เมื่อดูซีรีย์เกาหลีท่านเห็นว่าเนื้อหาของซีรีย์และนักแสดงนั้นมีความสนุกน่าสนใจ ชวนให้ติดตาม

( ) ท่านคิดว่าเพลงเกาหลีมีดนตรีที่ไพเราะ จังหวะสนุกสนาน

( ) ท่านคิดว่าศิลปินนักร้องเกาหลีหน้าตาดีและมีความสามารถ

( ) ท่านคิดว่าอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ผลิตจากประเทศเกาหลีมีรูปแบบที่ทันสมัย ทนทาน และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4.3 ด้านอาหารและการบริโภค ข้อใดตรงมากที่สุด (เลือกเพียงข้อเดียว)

( ) ท่านคิดว่าอาหารเกาหลีหากไปรับประทานที่เกาหลีจะได้รสต้นตำรับ

( ) ท่านเห็นว่าผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้นเพื่อให้ได้สุขภาพที่ดี

( ) ท่านคิดว่า ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตมากขึ้น

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

<u>ส่วน 5 พฤติกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ของผู้บริโภคหญิง</u>

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย (/) ลงในช่องว่างหน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. ท่านเคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กี่ครั้ง

( ) ครั้งเดียว ( ) 2-3 ครั้ง ( ) 4-5 ครั้ง ( ) 6 ครั้งขึ้นไป

2. ลักษณะการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้โดยส่วนใหญ่

( ) วางแผนการท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

( ) ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กับท่าน

( ) ครอบครัว/ญาติ ( ) เพื่อน ( ) เพื่อนร่วมงาน

( ) คนเดียว ( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

( ) น้อยกว่า 1 สัปดาห์

( ) 1 สัปดาห์

( ) มากกว่า 1 สัปดาห์

5. ช่วงเวลาที่ท่านชื่นชอบในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

( ) ช่วงเดือนเมษายน – กรกฎาคม

( ) ช่วงเดือนสิงหาคม – พฤศจิกายน

( ) ช่วงเดือนธันวาคม – มีนาคม

6. วัตถุประสงค์หลักสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

( ) ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ

( ) ทัศนศึกษา / ดูงาน

( ) ติดต่อธุรกิจ / ประชุม / สัมมนา

( ) เยี่ยมครอบครัว / ญาติ / เพื่อน

( ) เข้าร่วมชมคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี

( ) อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. กิจกรรมที่ท่านชื่นชอบมากที่สุดในการเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

( ) เลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ

( ) เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศเกาหลีใต้

( ) ตระเวนหาร้านอาหารอร่อยที่โด่งดัง

( ) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ท่านคิดว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่

( ) ไป ( ) ไม่ไป เพราะ.....

9. ท่านจะแนะนำให้ผู้อื่นไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่

( ) แนะนำ ( ) ไม่แนะนำ เพราะ……..

คำถามที่ใช้ในงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีดังต่อไปนี้

1. ในชีวิตประจำวันคุณมีกิจกรรมใดบ้างที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกาหลี

.....

2. คุณเริ่มมีความสนใจในสินค้าเกาหลีเมื่อใด

.....

3. คุณคิดว่าสินค้าเกาหลีมีความแตกต่างและโดดเด่นจากสินค้าแบรนด์อื่นๆอย่างไรบ้าง

.....

4. สิ่งที่ทำให้คุณสนใจในประเทศเกาหลีมีอะไรบ้าง เพราะอะไร

.....

5. สาเหตุที่เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

.....

6. คุณเคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้กี่ครั้ง มีลักษณะการเดินทางอย่างไร และไปกับใคร

.....

7. คุณประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้หรือไม่ เพราะอะไร

.....

8. คุณคิดที่จะเดินทางกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีกหรือไม่ เพราะอะไร

.....

9. คุณจะแนะนำผู้อื่นให้เดินทางไปท่องเที่ยวเกาหลีใต้หรือไม่ เพราะอะไร

.....

ภาคผนวก ข

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
1. รองศาสตราจารย์สุพาดา สิริกุตตา	หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2. รองศาสตราจารย์ ดร. ณักษ์ กุลิสร์	ประธานกรรมการ บริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวกฤตนุช ชูสกุล
วันเดือนปีเกิด	15 ธันวาคม 2530
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	80/81 หมู่บ้านเพ็ญพร ซ.พุทธบูชา 44 ถ.พุทธบูชา แขวงบางมด เขตทุ่งครุ จ.กรุงเทพฯ 10140
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2552	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) มานุษยวิทยา จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ.2552	ศิลปศาสตรบัณฑิต (ศศ.บ.) สื่อสารมวลชน จาก มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ.2556	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (บธ.ม.) การจัดการ จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ