



ภาคินพนธ์

เรื่อง ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้

โดย

นางสาว รุติภา เพชรอาวุธ

รหัสนักศึกษา 05540616

เสนอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ

ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2557

กิตติกรรมประกาศ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้ สำเร็จลุล่วงด้วยดีได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ ที่คอยดูแลเอาใจใส่ ให้คำปรึกษา และคำแนะนำตลอดจนตรวจสอบแก้ไขให้แก่ผู้ศึกษาตั้งแต่เริ่มดำเนินการศึกษาจนสำเร็จการศึกษาผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณทุกคนในครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ ให้คำชี้แนะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแก่ผู้วิจัย และคำอวยพรเป็นกำลังใจอันล้ำค่าต่อผู้ศึกษา จนดำเนินการมาจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณพี่ๆสำหรับการแบ่งปันข้อมูลงานวิจัย ให้ความรู้ต่อการทำงานวิจัย และเพื่อนๆที่ให้คำปรึกษาและกำลังใจที่ดี ทำให้ผู้ศึกษาผ่านพ้นอุปสรรคมาได้ด้วยดี งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วง

ฐิตาภา เพชรอาวุธ

30 เมษายน 2558

หัวข้องานวิจัย	ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้
ชื่อนักศึกษา	จิตาภา เพชรอาวุธ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิเศก ปั่นสุวรรณ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2557

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่คนไทยนิยมไปท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก จึงก่อให้เกิดผลกระทบการเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรมต่อวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้จึงมีจุดประสงค์เพื่อ ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะ พฤติกรรม การเปลี่ยนแปลง และผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้ ในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี จำนวนทั้งหมด 30 ชุด ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ร่วมกับ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ ผลจากการศึกษาพบว่า องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (KTO) ได้ประกาศนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ในปี พ.ศ. 2547 เป็นปีแห่งกระแสเกาหลี “The Year of Korean Wave” เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ แผนการตลาดจะเน้นทางสื่อบันเทิงต่างๆ และประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ในส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว พบว่ามีวัตถุประสงค์เพื่อชมคอนเสิร์ต ท่องเที่ยว และพักผ่อน โดยส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อนในย่านฮงแด มยองดง อพกุงจอง และมีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูกและมีคุณภาพ ซึ่งหลังจากกลับมาจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดผลกระทบทางวัฒนธรรมต่อมาก็คือ การบริโภคอาหารเกาหลีเพิ่มมากขึ้น มีความสนใจเกี่ยวกับเครื่องสำอางเกาหลี ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวต่าง ๆ รวมทั้งการซื้อและแต่งกายตามแฟชั่นเกาหลีเพิ่มสูงขึ้นด้วย

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, ผลกระทบทางวัฒนธรรม, พฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัยรุ่นไทย, เกาหลีใต้

สารบัญ

บทที่	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญ (ต่อ).....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
สารบัญรูปภาพ (ต่อ).....	ซ
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของงานวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	1
1.3 นิยามการศึกษา.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	
2.1 ความรู้พื้นฐานของประเด็น.....	3
2.2 แนวคิดและทฤษฎี.....	4
2.3 นโยบาย/มาตรการในประเด็นที่ศึกษา.....	10
2.4 ข้อมูลพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้.....	11
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	20

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
บทที่ 3 วิธีการศึกษาและดำเนินงาน	
3.1 แหล่งข้อมูล.....	22
3.2 วิธีการศึกษา.....	22
3.3 ขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์.....	23
3.4 เทคนิคและเครื่องมือ.....	23
บทที่ 4 ผลการศึกษา	
4.1 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้.....	24
4.2 แหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้.....	26
4.3 ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้.....	31
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล	
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	32
5.2 อภิปรายผล.....	33
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	34
บรรณานุกรม.....	35
ภาคผนวก.....	38
ประวัติผู้ศึกษา.....	39

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ ลักษณะการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนครั้งที่เดินทาง.....	27
ตารางที่ 4.2.2 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 1 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	28
ตารางที่ 4.2.3 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 2 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	29
ตารางที่ 4.2.4 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 3 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	30

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเกาหลี.....	10
ภาพที่ 2 สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม.....	11
ภาพที่ 3 สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.....	11
ภาพที่ 4 ละคร แดจังกึม.....	11
ภาพที่ 5 แผนที่กรุง โซล.....	12
ภาพที่ 6 Population Pyramid.....	13
ภาพที่ 7 Hongik Map.....	15
ภาพที่ 8 กำแพงแสดงภาพศิลปะ.....	15
ภาพที่ 9 ย่านการค้าในบริเวณซองแด.....	16
ภาพที่ 10 การแสดงออกทางดนตรี.....	16
ภาพที่ 11 Myeong Dong Map.....	17
ภาพที่ 12 ร้านค้าย่านมยองดง.....	17
ภาพที่ 13 ร้านเครื่องสำอางย่านมยองดง.....	17
ภาพที่ 14 Rodeo Street Map.....	18
ภาพที่ 15 Cheongdamdong Street Map.....	19
ภาพที่ 16 ห้างสรรพสินค้าย่านฮัพกูจอง.....	19
ภาพที่ 17 ร้านค้าแบรนด์เนมย่านฮัพกูจอง.....	19
ภาพที่ 18 ถนนโรดิโอ.....	20
ภาพที่ 19 โฆษณาร้านสตัลยกรรม.....	20
ภาพที่ 20 ค่ายเพลง.....	20

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 21 บรรยากาศศูนย์กลางกรุงโซล.....	25
ภาพที่ 22 ศิลปินเกาหลี.....	25
ภาพที่ 24 ร้านอาหารเกาหลีในไทย.....	31
ภาพที่ 25 ร้านเสื้อผ้าเกาหลีในไทย.....	31
ภาพที่ 26 ร้านเครื่องสำอางเกาหลีในไทย.....	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและความเป็นมาของงานวิจัย

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้นับได้ว่าเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมาก โดยรายได้หลักของประเทศเกาหลีได้นั้นได้มาจากการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงการนำรายได้เข้าสู่ประเทศเกาหลีได้เท่านั้น แต่ยังเป็นการเผยแพร่ประเพณี วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ต่าง ๆ ให้แก่ชาวต่างชาติได้รับรู้ ในปี พ.ศ. 2550 กระแสการท่องเที่ยวเกาหลีมีเพิ่มมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551) ซึ่งเริ่มจากความนิยมในสื่อบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ ของเกาหลีที่เข้าสู่สังคมไทย เกาหลีได้ได้ส่งออกอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงต่าง ๆ อาทิละคร และดนตรี ไปยังประเทศต่าง ๆ จนประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จึงเกิดกระแส “Korean Wave” หรือ “Hallyu” ในไทย

ทำให้ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศเกาหลีได้เพิ่มมากขึ้นในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 395,984 คน เป็นตัวเลขที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 28 จากปี พ.ศ. 2554 และมากเป็นอันดับที่ 5 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเกาหลีทั้งหมด ทั้งนี้นักท่องเที่ยวไทยยังมีจำนวนสูงสุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเกาหลี (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล, 2556)

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปประเทศเกาหลีได้โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น ส่งผลให้เกิดผลกระทบเชิงวัฒนธรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบต่อการท่องเที่ยว การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาผลกระทบในเชิงวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยว อันเนื่องจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีโดยเฉพาะในกลุ่มของวัยรุ่น (<http://touristbehaviour.wordpress.com>)

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีได้

1.2.2 เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีได้

1.2.3 เพื่อศึกษาผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีได้

1.3 นิยามการศึกษา

1.3.1 วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต (The way of life) ของคนในสังคม นับตั้งแต่วิถีกิน วิถีอยู่ วิถี แต่งกาย วิถีทำงาน วิถีพักผ่อน วิถีแสดงอารมณ์ วิถีสื่อความ วิถีจรรยาและขนบส่ง วิถีอยู่ร่วมกันเป็นหมู่คณะ วิถี แสดงความสุขทางใจ และหลักเกณฑ์การดำเนินชีวิต โดยแนวทางการแสดงออกถึงวิถีชีวิตนั้นอาจเริ่มมาจาก เอกชนหรือคณะบุคคลทำเป็นตัวอย่าง แล้วต่อมากคนส่วนใหญ่ก็ปฏิบัติสืบต่อกันมา วัฒนธรรมย่อมเปลี่ยนแปลง ไปตามเงื่อนไขและกาลเวลาเมื่อมีการประดิษฐ์หรือค้นพบสิ่งใหม่ วิถีใหม่ที่ใช้แก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของสังคมได้ดีกว่า ซึ่งอาจทำให้สมาชิกของสังคมเกิดความนิยม และในที่สุดอาจเลิกใช้วัฒนธรรมเดิม ดังนั้นการรักษาหรือธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิมจึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาวัฒนธรรมให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามยุคสมัย (<http://blog.eduzones.com>)

1.3.2 การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวหรือไม่เกิน 1 ปี เดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจ และวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ (องค์การท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization : W.T.O)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทำให้ทราบถึงนโยบายและกลยุทธ์ของประเทศเกาหลีใต้ในแง่ของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทย

1.4.2 ทำให้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมส่วนใหญ่ของวัยรุ่นไทยที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

1.4.3 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นไทยที่ไปท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

1.4.4 ทำให้ทราบถึงผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากการไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

2.1 ความรู้พื้นฐานผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้

2.1.1 นิยาม/ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม ของนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการในการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก หรือ การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัว หรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้น ได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใด สิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส โดยพฤติกรรมภายใน (Tourist's Covert Behavior) จะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่ (touristbehaviour.wordpress.com)

2.1.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

2.1.2.1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อม ในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2.1.2.2 ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะ และความสามารถในการทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมได้เขา ปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

2.1.2.3 สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

2.1.2.4 การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆเพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาเที่ยงนักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

2.1.2.5 การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

2.1.2.6 ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

2.1.2.7 ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการจึงต้องกลับมาแปลความหมาย ใตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆมาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมูมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ. 2551 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าว จะต้องเกิดความผิดหวังเพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า (touristbehaviour.wordpress.com)

2.2 แนวคิดและทฤษฎี (Concept/Theory)

เลวิตท์ (Levitt) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร่งเร้าจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการ และจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการ เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) (พิบูล ทีปะปาล, 2543 : 109 อ้างจาก Levitt. n.d.)

2.2.1 กระบวนการของพฤติกรรม 3 ประการ

2.2.1.1 พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) ซึ่งหมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา นั้น จะต้องมีส่วนทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2.2.1.2 พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) คือเมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

2.2.1.3 พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed) หมายถึง การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมา นั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมาย หรือ ไร้ทิศทาง ตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แตกต่างกันในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคมและจิตวิทยา ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน

เนาวรัตน์ พลาชัย และคณะ (2538 : 4) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกันจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดของแต่ละบุคคลมีอยู่ กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่ตั้งใจที่จะท่องเที่ยวจะสามารถท่องเที่ยวได้ใกล้ และในเวลาสั้นเท่านั้น แต่ในขณะที่คนที่มีรายได้สูง มีเวลามากและมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ที่ทันสมัย และมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สรชัย พิศาลบุตร และ นฤมล สมิตินันท์ (2526 : 38-39) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่งการแสดงออกอาจมีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ส่วนหนึ่งมาจากความพอใจส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งเพื่อต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง สำหรับคนบางคนที่การเดินทางท่องเที่ยวมีเหตุผล

มาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภาระกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ก็มีการเดินทางเพื่อตอบสนองความอยากรู้ อยากมีประสบการณ์แปลก ๆ ใหม่ ๆ

2.2.2 รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การกำหนดรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวรูปแบบพื้นฐานที่สุด คือ การแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม ตามลักษณะของพฤติกรรมของการเดินทาง กล่าวคือ การแบ่งว่าบุคคลนั้นเป็นนักท่องเที่ยว (Tourists) หรือ นักเดินทาง (travelers) นักท่องเที่ยว นั่นคือ บุคคลซึ่งซื้อรายการนำเที่ยวเหมาจ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่นักเดินทางคือบุคคลซึ่งจัดการการเดินทางด้วยตนเอง เช่น ซื้อตั๋วเครื่องบินเอง จองที่พักเอง กำหนดสถานที่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง เป็นต้น

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

2.2.2.1 นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2.2.2.2 นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลี้ภัยจากความจำเจในชีวิตประจำวัน

2.2.2.3 นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้นั้นท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

2.2.2.4 นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

2.2.2.5 นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการพึ่งตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

2.2.3 การพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุควัย

สหรัฐอเมริกาและโลกตะวันตก ได้จัดแบ่งกลุ่มคนออกเป็นรุ่นต่างๆ 8 เจเนอเรชันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกณฑ์การจัดแบ่งเป็นที่นิยมใช้กันไปทั่วโลก

2.2.3.1 Lost Generation

ประชากรยุคแรกที่เกิดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2426-2443 หรือในช่วงทศวรรษที่ 80 ปัจจุบันคนกลุ่มนี้เสียชีวิตไปหมดแล้ว จึงถูกตั้งชื่อว่า "Lost Generation" เหตุการณ์ที่สำคัญที่เกิดขึ้นในชีวิตของคนยุคนี้ก็คือ การเข้าร่วมสงครามโลกครั้งที่ 1

2.2.3.2 Greatest Generation

Greatest Generation หรือที่รู้จักกันว่า G.I. Generation คนกลุ่มนี้เกิดในช่วงปี พ.ศ. 2444-2467 คือยุคก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 พวกเขาจึงกลายมาเป็นกำลังหลักของการต่อสู้ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อสงครามสงบได้เกิดสภาพเศรษฐกิจตกต่ำไปทั่วโลก คนรุ่นนี้จึงเป็นกำลังสำคัญในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจให้กลับมาดีขึ้นอีกครั้ง ผู้คนในยุคนี้จะมีความเป็นทางการสูง ผู้ชายจะใส่สูทผูกเนคไทเมื่อออกจากบ้าน คนในสังคมจะมีแบบแผนปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน คือ มีความคิด ความเห็น ความเชื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เชื่อมันรัฐบาล อำนาจอรัฐ มีจิตสำนึกความเป็นพลเมืองร่วมกัน

2.2.3.3 Silent Generation

หมายถึงคนที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2468-2488 ประชากรรุ่นนี้จะมีไม่มากเท่ารุ่นอื่น ๆ เพราะเป็นช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 พอดิ และหลังจากนั้นก็เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจตกต่ำ ดังนั้นผู้คนจึงมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ยากลำบาก ต้องทำงานหนักในโรงงาน หามรุ่งหามค่ำ คนรุ่นนี้จึงมีความเคร่งครัดต่อระเบียบแบบแผนมาก มีความจงรักภักดีต่อนายจ้างและประเทศชาติสูง เคารพกฎหมาย เป็นยุคที่ผู้หญิงเริ่มออกมาทำงานนอกบ้านกันมากขึ้น กระทั่งเวลาผ่านไปเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัว คนในรุ่นนี้จึงได้รับโอกาสมากขึ้น มีช่องทางการสร้างกิจการของตัวเอง รวมทั้งมีบทบาทในการพัฒนาเทคโนโลยีต่าง ๆ เป็นรากฐานจนถึงปัจจุบันนี้

2.2.3.4 เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer)

เบบี้บูมเมอร์ (Baby Boomer) หรือ Gen-B หมายถึงคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 -2507 หรือในยุคสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 สาเหตุที่เรียกว่า "เบบี้บูมเมอร์" ก็เพราะว่าหลังจากสงครามสงบลง บ้านเมืองได้รับความเสียหายอย่างหนัก ประชากรที่เหลืออยู่ในแต่ละประเทศจึงต้องเร่ง

ฟื้นฟูประเทศให้กลับมามั่นคงอีกครั้ง แต่สงครามโลกครั้งที่ 2 ก็ทำให้สูญเสียประชาชนและแรงงานไปเป็นจำนวนมาก ประเทศเหล่านี้จึงขาดแรงงานในการขับเคลื่อนประเทศ คนในยุคนั้นจึงมีค่านิยมที่จะต้องมียุทหลาย ๆ คน เพื่อสร้างแรงงานขึ้นมาพัฒนาประเทศชาติ จึงเป็นที่มาของคำว่า "เบบี้บูมเมอร์"

ปัจจุบันนี้ คนยุคเบบี้บูมเมอร์คือคนที่มียุตั้งแต่ 49 ปีขึ้นไป และเริ่มเข้าสู่วัยชราแล้ว คนกลุ่มนี้จึงเป็นคนที่ใช้ชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพกฎเกณฑ์ กติกา มีความอดทนสูง ทุ่มเทให้กับการทำงานและองค์กรมาก สู้งาน พยายามคิดและทำอะไรด้วยตัวเอง เป็นเจ้านายคน ถูกครอบครัวสั่งสอนมาให้เป็นคนประหยัด อคออม จึงมีการใช้จ่ายอย่างรอบคอบและระมัดระวัง คนในยุคอื่น ๆ อาจจะมองคนยุคเบบี้บูมเมอร์ว่าเป็นพวก "อนุรักษ์นิยม" เป็นคนที่เคร่งครัดในขนบธรรมเนียมประเพณี แต่คนกลุ่มนี้ถือว่ามีจำนวนมากที่สุดในสังคมปัจจุบัน

2.2.3.5 เจเนอเรชัน เอ็กซ์ (Generation X)

ยุค "เจเนอเรชัน เอ็กซ์" (Generation X) หรือเรียกสั้น ๆ ว่า "Gen-X" ที่เป็นกระแสตีกลับจากยุคเบบี้บูมเมอร์ มีการควบคุมอัตราการเกิดของประชากร คนยุคนี้อาจเกิดอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 อาจเรียกอีกชื่อว่า "ยัปปี้" (Yuppie) ที่ย่อมาจาก Young Urban Professionals เพราะเกิดมาพร้อมในยุคที่โลกมั่งคั่งแล้วจึงใช้ชีวิตอย่างสุขสบาย เติบโตมากับการพัฒนาของวิดีโอเกม, คอมพิวเตอร์, สไตส์เพลงแบบฮิปฮอป และอาจหันดูทีวีจอขาวดำด้วย ปัจจุบัน คนยุค Gen-X เป็นคนวัยทำงาน มียุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไปแล้ว พฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ที่เด่นชัดมากที่สุดก็คือ ชอบอะไรง่าย ๆ ไม่ต้องเป็นทางการ ให้ความสำคัญกับเรื่องความสมดุลระหว่างงานกับครอบครัว (Work life balance) มีแนวคิดและการทำงานในลักษณะรู้ทุกอย่างทำทุกอย่างได้เพียงลำพังไม่พึ่งพาใคร เป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดเปิดกว้าง มีความคิดสร้างสรรค์ หลายคนใน Gen-X มีแนวโน้มที่จะต่อต้านสังคม ไม่ได้เชื่อเรื่องศาสนา และ ไม่ได้ยึดขนบธรรมเนียมประเพณีมากนัก เป็นคนที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวกับวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างเช่นมองว่าการอยู่ก่อนแต่ง หรือการหย่าร้างก็เป็นเรื่องปกติ เช่นเดียวกับเรื่องเพศที่ 3 ซึ่งต่างจากกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่มองเรื่องพวกนี้เป็นเรื่องผิดจารีตประเพณีเป็นอย่างยิ่ง

2.2.3.6 เจเนอเรชัน วาย (Generation Y)

ถัดจากยุค Gen-X ก็คือ ยุคเจเนอเรชันวาย (Generation Y) หรือ ยุค Millennials ซึ่งก็คือคนที่เกิดอยู่ในช่วงปี พ.ศ. 2523-2540 คนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง และค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายาย กับ รุ่นพ่อแม่ แต่ก็รับเอาความเจริญรุดหน้าของเทคโนโลยี และ

อินเทอร์เน็ตเข้ามาแทรกอยู่ในการดำรงชีวิตประจำวันด้วย ยุคนี้จะเป็นยุคที่เศรษฐกิจกำลังเติบโตเป็นอย่างมาก ทำให้พ่อแม่ที่ค่อนข้างจะประสบความสำเร็จในชีวิตแล้วจะดูแลเอาใจใส่ลูกๆ เป็นอย่างดี เด็กยุคนี้จึงมักจะถูกตามใจตั้งแต่เด็ก ได้ในสิ่งที่คนรุ่นพ่อแม่ไม่ค่อยได้ มีการศึกษาดี มีลักษณะนิสัยชอบการแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบถูกบังคับให้อยู่กรอบ ไม่ชอบอยู่ในเงื่อนไข ชอบแสวงหาสารผ่านช่องทางต่างๆ ที่หลากหลาย มีอิสระในความคิด กล้าซัก กล้าถาม ในทุกเรื่องที่ตัวเองสนใจ ไม่หวั่นกับคำวิจารณ์ มีความเป็นสากลมาก มองว่าการนิยมชมชอบวัฒนธรรม หรือศิลปินต่างชาติเป็นเรื่องธรรมดา

ปัจจุบัน คนกลุ่มนี้อยู่ในทั้งช่วงวัยเรียนและวัยทำงาน และจากการที่ยุคนี้เป็นยุคที่มีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง คนกลุ่มนี้จึงมีความสามารถในการทำงานที่เกี่ยวกับการติดต่อสื่อสาร ขอบงานด้านไอที ใช้ความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งสามารถทำอะไรหลาย ๆ อย่างได้ในเวลาเดียวกัน

ในเรื่องการทำงาน คนกลุ่มนี้ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าสิ่งที่ทำมีผลต่อตนเอง และต่อหน่วยงานอย่างไร และชอบทำงานเป็นทีม ต่างจากกลุ่ม Gen-X ที่ชอบวันแมนโชว์มากกว่า เพราะคนในวัย Gen-X จะถูกฝึกมาแบบนั้น ต่างจากวัย Gen-Y ที่เติบโตมาพร้อมกับการประชุม การระดมความคิดเห็น แต่คนกลุ่มนี้จะไม่ค่อยอดทนเหมือนรุ่นพ่อรุ่นแม่ หวังที่จะทำงานได้เงินเดือนสูงๆ แต่ไม่ยอมไต่เต้าจากการทำงานข้างล่างขึ้นไป คาดหวังในการทำงานสูง ต้องการคำชม กลุ่ม Gen-Y มักจะจัดสรรเวลาให้งานและชีวิตส่วนตัวในจุดที่สมดุลกัน พอหลังเลิกงานอาจไปทำกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างความสุขให้กับตัวเอง เช่น ไปเล่นฟิตเนส ไปพบปะสังสรรค์กับเพื่อนฝูง จะไม่ค่อยหมกมุ่นอยู่กับงานเหมือนกับคนรุ่นก่อน นอกจากนี้ กลุ่ม Gen-Y จะเป็นคนมองโลกในแง่ดี มีใจช่วยเหลือสังคม รักษาสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์ที่ดีและแน่นแฟ้นกับพ่อแม่

2.2.3.7 เจเนอเรชัน ซี (Generation Z)

Gen-Z คือ คำนิยามล่าสุดของคนรุ่นใหม่ในยุคปัจจุบัน หมายถึงคนที่เกิดหลัง พ.ศ. 2540 ขึ้นไป เทียบ อายุแล้วก็คือวัยของเด็ก ๆ กลุ่ม Gen-Z นี้จะเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่อยู่แวดล้อม มีความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยีต่าง ๆ และเรียนรู้ได้เร็ว เพราะพ่อแม่ใช้สิ่งเหล่านี้ในชีวิตประจำวัน แต่สิ่งที่เด็กรุ่น Gen-Z แตกต่างจากรุ่นอื่นๆ คือ เด็กรุ่นนี้จะเห็นภาพที่พ่อแม่และแม่ต้องออกไปทำงานทั้งคู่ ต่างจากรุ่นก่อนๆ ที่อาจจะมีย่าออกไปทำงานคนเดียว ด้วยเหตุผลนี้ เด็ก Gen-Z หลาย ๆ คนจึงได้รับการเลี้ยงดูจากคนอื่นมากกว่าพ่อแม่ของตัวเอง (<http://hilight.kapook.com>)

2.3 นโยบาย/มาตรการในประเด็นที่ศึกษา

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (KTO) ประกาศให้ปี พ.ศ. 2547 เป็นปีแห่งกระแสเกาหลี “The Year of Korean Wave” เพื่อเร่งเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มตลาดจีน ญี่ปุ่น และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แผนการตลาดจะเน้นทางสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทั้งทางภาพยนตร์และดนตรี นำภาพวีดีโอคลิปบางฉากของภาพยนตร์มาใช้เป็นสื่อโฆษณา แต่งตั้งคาราเป็นทูตทางการท่องเที่ยว ซึ่ง “Korean Wave” ก็คือ ปรากฏการณ์ความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีที่มาจากอิทธิพลของสินค้าวัฒนธรรม K-pop ซึ่งได้แก่ เพลง ละคร หนังสือ เกม นิยาย การ์ตูน แอนิเมชัน ฯลฯ โดยเริ่มมาจากกิจกรรมของภาคเอกชนในการค้าขายทางวัฒนธรรมไปยังประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะหนัง ละคร และเพลงเกาหลี และสร้างความต้องการสูงอยู่ในตลาดโลก



ภาพที่ 1 สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในประเทศเกาหลี

ที่มา : จุลสารวิชาการท่องเที่ยว, (2551)

กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมีหน้าที่สนับสนุนการดำเนินการด้านวัฒนธรรม โดยมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมวัฒนธรรม ศิลปศึกษา อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม กิจกรรมศาสนา กิจกรรมเยาวชน การท่องเที่ยว กีฬา ภาษา และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ และให้มีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 5 สถาบัน ดังนี้ 1. มูลนิธิศิลปวัฒนธรรมแห่งเกาหลี 2. สถาบันศิลปะแห่งชาติ (National Academy of Art) 3. กองทุนส่งเสริมวัฒนธรรมถิ่น (Provincial cultural promotion funds) 4. คณะกรรมการศิลปธุรกิจแห่งเกาหลี (Korea Business Council for the Arts : KBCA) 5. สำนักงานอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry Bureau) และ 6. บริษัทส่งเสริมการทำภาพยนตร์แห่งเกาหลี (The Korea Motion Picture Promotion Corporation : KMPPC)

หลังยุคฟองสบู่แตกในเอเชีย รัฐบาลเกาหลีได้ชุดปัจจุบันได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการพัฒนาให้วัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ จึงจัดตั้ง องค์กรวัฒนธรรมและสื่อบันเทิงเกาหลี (Korea Culture and Content Agency – KOCCA) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี (Korea Content) ภารกิจหลักของ KOCCA คือ สนับสนุนและส่งเสริมให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติเกาหลี หรือ Korea Content สอดแทรกลงไป

ในสื่อบันเทิงต่างๆ ทั้งภาพยนตร์ เกม ศิลปะ ดนตรี และ แอนิเมชัน โดยพยายามพัฒนาให้กลายเป็นธุรกิจที่สามารถเลี้ยงประเทศเกาหลีได้ ที่สำคัญ มีการสร้างและพัฒนาคน เทคโนโลยี การส่งออก และผลักดันนโยบายต่าง ๆ ด้วย



ภาพที่ 2 สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม

ที่มา : จุลสารวิชาการท่องเที่ยว, (2551)

แนวคิดในการจัดตั้ง KOCCA เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 โดยเห็นความสำคัญของการสนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมประเพณีของเกาหลีให้เผยแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น เพื่อนำรายได้เข้าประเทศ โดยใช้จุดแข็งของวัฒนธรรมที่ขายได้โดยไม่ต้องใช้ต้นทุนมาก ภายในช่วงไม่กี่ปี KOCCA ทำให้พลังแห่งสื่อทางวัฒนธรรมของเกาหลีแผ่ขยายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วเอเชีย ภาพยนตร์เรื่องยาวชื่อ แดจังกึมเป็นตัวอย่างหนึ่งของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนภายใต้กรอบของกลยุทธ์ Korea Content ที่ประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น (<http://twssg.blogspot.com>)



ภาพที่ 3 สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ที่มา : จุลสารวิชาการท่องเที่ยว, (2551)



ภาพที่ 4 ละคร แดจังกึม

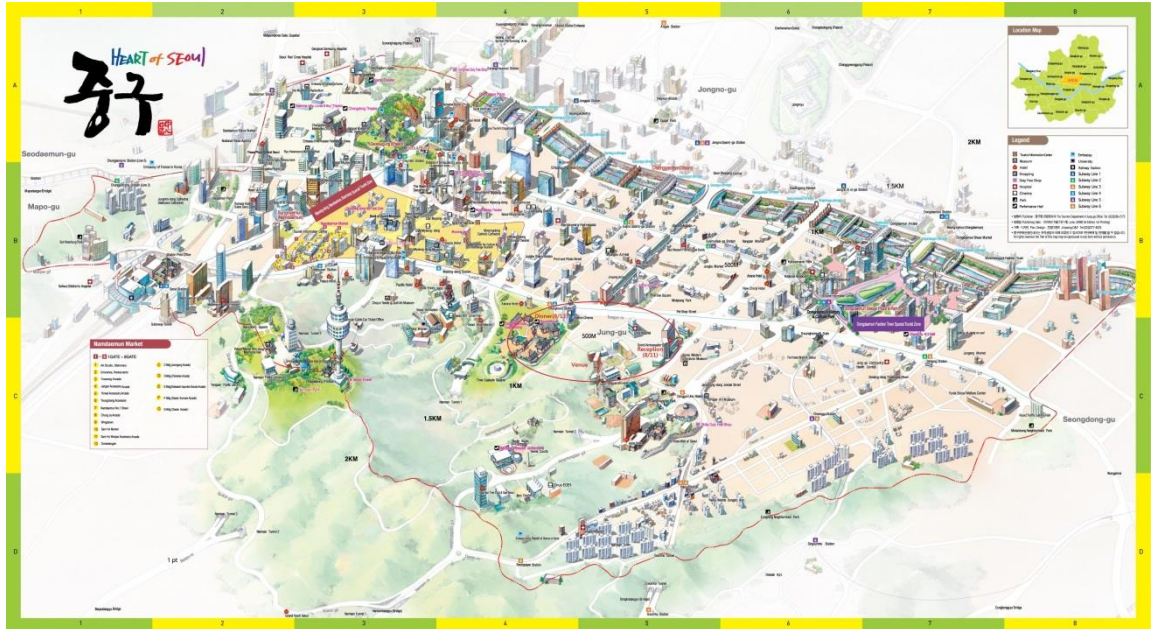
ที่มา : จุลสารวิชาการท่องเที่ยว, (2551)

2.4 ข้อมูลพื้นฐานทางภูมิศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้

2.4.1 ข้อมูลทางกายภาพ

2.4.1.1 ที่ตั้ง ประเทศเกาหลีใต้ตั้งอยู่บนคาบสมุทรเกาหลี ทอดตัวไปทางทิศใต้สู่มหาสมุทรแปซิฟิก ซึ่งอยู่ทางฝั่งตะวันออกของทวีปเอเชีย มีความยาวประมาณ 1,000 กิโลเมตร และกว้างประมาณ 200 กว่ากิโลเมตร ด้านบนติดกับเกาหลีเหนือ บนคาบสมุทร

เกาหลีจะแบ่งออกเป็นเกาหลีเหนือ (ปกครองระบอบคอมมิวนิสต์) และเกาหลีใต้ (ปกครองระบอบประชาธิปไตย) มีเส้นขนานที่ 38 กั้นระหว่าง 2 ประเทศด้วยเขตปลอดทหาร



ภาพที่ 5 แผนที่กรุงโซล

ที่มา : <http://www.acdde2013.org>, (ม.ป.ป.)

2.4.1.2 ลักษณะภูมิประเทศ สภาพภูมิประเทศของเกาหลีใต้ ราว 70% เป็นเทือกเขา ทำให้เกาหลี ถือเป็นประเทศที่มีเทือกเขามากที่สุดประเทศหนึ่งที่มีความสวยงามทางธรรมชาติอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากสถานที่ที่วิวต่าง ๆ โดยตลอดชายฝั่งด้านตะวันออกจะอยู่ติดกับทะเลจีนตะวันออก หรือทะเลญี่ปุ่น แนวตะวันออกจะเป็นเทือกเขาสูงชันลาดตัวลงสู่ทะเล ทางด้านซ้ายติดกับทะเลเหลือง (Yellow sea) พื้นที่ค่อย ๆ ลาดลงสู่ฝั่ง ทำให้ฝั่งตะวันตกและทางด้านใต้ จะเป็นพื้นที่ทำเกษตรกรรมหลักของประเทศ ประกอบด้วย 9 จังหวัด (โด) มีเมืองหลวงคือ กรุงโซล และมีเมืองทั้งหมด 77 เมือง (ซี) 88 มณฑล (กุน) ประกอบด้วยเมืองสำคัญ 6 เมือง คือ พูซาน แทกู อินชอน ควางจู แทจอน และอุลซาน

2.4.1.3 ภูมิอากาศ ภูมิอากาศของประเทศเกาหลีใต้ จะแบ่งออกเป็น 4 ฤดู แต่ละฤดูจะมีความยาวนานประมาณ 3 เดือน คือ

2.4.1.3.1 ฤดูหนาว Winter (ช่วงเดือนธันวาคม – กุมภาพันธ์) เป็นช่วงที่หิมะตก โดยส่วนใหญ่จะตกหนักในช่วงเดือนมกราคม และเป็นช่วงที่หนาวที่สุดเช่นกัน อุณหภูมิอาจจะลดลงต่ำ

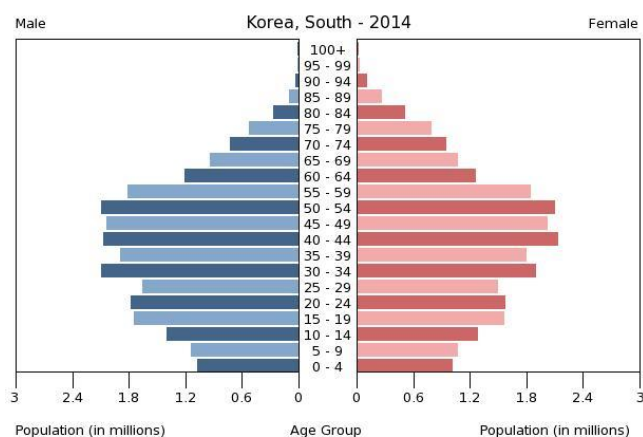
-10 ถึง -20 องศาได้เลยสำหรับบางวัน ช่วงนี้จะเป็นช่วงเหมาะกับการเล่นสกี โดยสกีรีสอร์ทที่เกาหลีหลายแห่งจะเปิดให้บริการ

2.4.1.3.2 ฤดูใบไม้ผลิ Spring (ช่วงเดือนมีนาคม – พฤษภาคม) อุณหภูมิประมาณ 5-20 องศา เป็นช่วงที่ดอกไม้ ไม้ ไม้เริ่มผลิบาน ชาวเกาหลีถือว่าเป็นฤดูแห่งการเริ่มต้นและสดใสทุกที่จะเต็มไปด้วยสีสันสดใสของดอกไม้ โดยจะเริ่มได้เห็นดอกทิวลิปในช่วงปลายเดือนมีนาคม ถึง ต้น พฤษภาคม และเทศกาลดอกซากุระเกาหลี (Cherry Blossom) โดยปกติจะจัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนเมษายน ซึ่งจะบานไม่เกิน 2 สัปดาห์ก็จะร่วงหมด โดยดอกซากุระจะเริ่มบานจากทางใต้ของประเทศขึ้นมาทางเหนือ

2.4.1.3.3 ฤดูร้อน Summer (ช่วงเดือนมิถุนายน – สิงหาคม) เป็นฤดูที่อากาศจะร้อนสุดในเกาหลี อุณหภูมิอาจสูงถึง 30 องศา และเป็นช่วงที่เหมาะกับการทำเกษตร เพราะมีความชุ่มชื้นของฝนตกเป็นระยะ ๆ

2.4.1.3.4 ฤดูใบไม้ร่วง Autumn (ช่วงเดือนกันยายน – พฤศจิกายน) อากาศช่วงนี้จะเย็นสบาย อุณหภูมิประมาณ 10-20 องศา เป็นฤดูที่ถือได้ว่าสวยงามที่สุดของเกาหลี ฤดูกาลท่องเที่ยวที่สำคัญนักท่องเที่ยวทั้งในเกาหลีและต่างชาติจะตั้งตาคอยชมปรากฏการณ์ธรรมชาติ คือใบไม้เปลี่ยนสี โดยใบเมเปิ้ลจะเปลี่ยนเป็นสีแดง และใบแปะก๊วยจะเปลี่ยนเป็นสีเหลือง ก่อนจะร่วงหมด ปกติแล้วช่วงที่ใบไม้เปลี่ยนสีจะเริ่มประมาณวันที่ 15 ตุลาคม – 15 พฤศจิกายน แล้วแต่สภาพอากาศ จะมีสีสันสดใส ประมาณ 2-3 สัปดาห์ (www.letgokorea.com)

2.4.2 ข้อมูลทางประชากรและเศรษฐกิจ



ภาพที่ 6 Population Pyramid

ที่มา : CIA, (2014)

2.4.2.1 ประชากร จำนวนประชากรในเกาหลีใต้ เดือนพฤษภาคม ปี พ.ศ. 2556 มี 51,034,494 คน ในแง่ความหนาแน่นของประชากร มีประชากรอาศัยอยู่ในประเทศ 511 คน ต่อตารางกิโลเมตร เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2555 เกาหลีใต้ทำลายสถิติมีประชากรถึง 50 ล้านคนเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ จากจำนวนประชากรในเกาหลีใต้ทั้งหมด มี 10,181,807 คน หรือประมาณร้อยละ 20 อาศัยอยู่ในกรุงโซลนอกนั้นกระจายอาศัยในเมืองใหญ่ เช่น ปูซาน 3,536,426 คน อินชอน 2,859,335 คน แดกู 2,505,083 คน แดจอน 1,529,085 คน กวางจู 1,471,801 คน และอูลซาน 1,151,340 คน

2.4.2.2 การเมืองการปกครอง เกาหลีใต้ปกครองแบบประชาธิปไตยระบบรัฐสภา (สภาเดียว) มีระบอบการปกครองแบบสาธารณรัฐ มีประธานาธิบดีเป็นผู้นำสูงสุด ดำรงตำแหน่งประมุขของรัฐ หัวหน้ารัฐบาล และผู้บัญชาการทหารสูงสุด โดยเกาหลีใต้แบ่งเขตการปกครองท้องถิ่นออกเป็น 9 จังหวัด (ได้แก่ คยองกีคังวอน ชุงชองเหนือ ชุงชองใต้ ชอลลาเหนือ ชอลลาใต้ คยองชังเหนือ คยองชังใต้ และ 1 เขตการปกครองพิเศษคือเกาะเชจู) และ 6 เมืองมหานคร (ได้แก่ ปูซาน แดกู อินชอน แดจอน กวางจูและอูลซาน) 1 นครพิเศษคือกรุงโซล และ 1 นครปกครองตนเองพิเศษคือเซจง

2.4.2.3 ภาษา ภาษาเกาหลี เป็นภาษาราชการ

2.4.2.4 ศาสนา ชาวเกาหลีใต้นับถือศาสนาคริสต์ร้อยละ 52 (โปรเตสแตนต์ ร้อยละ 46 โรมันคาทอลิก ร้อยละ 39) ศาสนาพุทธ ร้อยละ 46 ขงจื้อ ร้อยละ 1 และอื่นๆ ร้อยละ 1

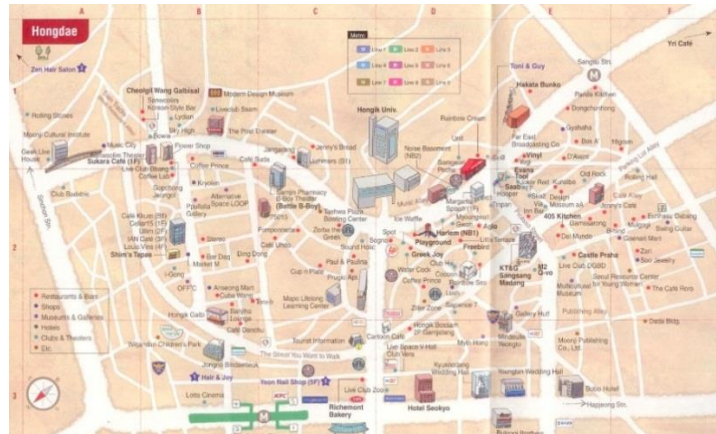
2.4.2.5 เศรษฐกิจ ในปี พ.ศ. 2555 เกาหลีใต้มีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GDP) 1,538,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับ 4 ในทวีปเอเชีย และอันดับ 15 ของโลก มีรายได้ประชากรต่อหัวอยู่ที่ 29,833 ดอลลาร์สหรัฐ เศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ 2 ลดลงจากร้อยละ 3.6 ในปี พ.ศ. 2554 โดยมีปัจจัยสำคัญมาจากวิกฤติเศรษฐกิจเขตยูโร สถานการณ์เศรษฐกิจในสหรัฐฯ และเงิน การอ่อนตัวของค่าเงินเยนที่ส่งผลกระทบต่อสินค้าส่งออกของเกาหลีใต้และการชะลอตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ จากปัญหาหนี้ในครัวเรือนและการออมที่ลดลง ทั้งนี้ ภาคการส่งออกของเกาหลีใต้ซึ่งมีส่วนคิดเป็นร้อยละ 57 ของ GDP ถือเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ในปี พ.ศ. 2556 เศรษฐกิจเกาหลีใต้คาดว่าจะฟื้นตัวอย่างช้า ๆ และขยายตัวร้อยละ 2.8 ในช่วงครึ่งปีแรกจะขยายตัวร้อยละ 1.9 ก่อนจะกลับสู่ภาวะปกติและขยายตัวร้อยละ 3.5 ในช่วงครึ่งปีหลัง ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญมาจากภาคการส่งออก (มากกว่าอุปสงค์ภายในประเทศ) โดยยังคงมีปัจจัยเสี่ยงจากผลกระทบจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจในยุโรป สหรัฐฯ จีนและ

ค่าเงินเยนที่อ่อนตัวลงของญี่ปุ่น ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2557 เศรษฐกิจเกาหลีใต้คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 3.8 (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล, 2556)

2.4.3 พื้นที่ศึกษา

2.4.3.1 ฮงแด

ฮงแด (Hongdae) เป็นชื่อย่อของย่าน มหาวิทยาลัยฮงอิก (Hongik University) หรือ Hongik Daehakgyo ซึ่งเป็นย่านที่มีชื่อเสียงในเรื่องของบรรยากาศความโรแมนติกและความเป็นอิสระของวัฒนธรรมใต้ดิน และเสรีภาพในการแสดงออก



ภาพที่ 7 Hongik Map

ที่มา : <http://korea-guides.blogspot.com>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 8 กำแพงแสดงภาพศิลปะ

ที่มา : <http://www.fininkorea.com>, (2556)

ย่านนี้มีร้านค้าเสื้อผ้ารูปแบบต่างๆให้เลือกหลากหลาย มีร้านอาหารรสชาติดีหลายร้าน และยังมีร้าน
หมวย่างให้เลือกรับประทานหลายร้าน อีกทั้งยังเป็นสถานที่แสดงของนักร้องใต้ดิน อินดี้ มาร้องเพลง
โชว์ผลงานของตนเองให้ผู้คนที่เดินผ่านไปมาแถวนั้นได้ชม



ภาพที่ 9 ย่านการค้าในบริเวณชงแด

ที่มา : <http://www.fininkorea.com>, (2556)

จุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของย่านนี้ สำหรับคนที่ชอบท่องเที่ยวราตรี ชงแดก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่ง เพราะเป็น
แหล่งรวมผับ หลากหลายรูปแบบ โดยย่านชงแดจะเปิดทุกวัน แต่วันศุกร์และเสาร์แถวนั้นจะคึกคัก
เป็นพิเศษ จึงทำให้ที่นี่เป็นย่านดังสำหรับวัยรุ่นทั้งหลาย และเป็นศูนย์รวมของวัยรุ่นหนุ่มสาวเกาหลี
อีกหนึ่งสถานที่ (www.fininkorea.com)



ภาพที่ 10 การแสดงออกทางดนตรี

ที่มา : <http://www.fininkorea.com>, (2556)

2.4.3.2 มยองดง

มยองดง (Myeong Dong) หรือที่คนไทยเรียกว่า เมียงดง เป็นศูนย์รวมแฟชั่น
ล่าสุดของเกาหลี สามารถเลือกซื้อได้จากที่นี่ ตามถนน ตรอก ซอยในย่านนี้เต็มไปด้วยร้านจำหน่าย

เสื้อผ้าทั้งโลคอลแบรนด์ และแบรนด์เนมชื่อดัง รวมทั้งร้านขายเครื่องสำอาง เครื่องประดับ กระเป๋า
วัยรุ่นที่มาเดินแถวนี้ จะแต่งตัวดูดี มีสีสันกว่าย่านอื่นๆ



ภาพที่ 11 Myeong Dong Map

ที่มา : <http://4.bp.blogspot.com>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 12 ร้านค้าย่านมยองดง

ที่มา : <http://www.oceansmile.com>, (ม.ป.ป.)

ร้านค้าในเมียงดงจะมีทั้งเป็นร้านที่อยู่ในตึก ร้านรถเข็นข้างถนน และมี
ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่หลายแห่ง ร้านรวงรอบ ๆ ตกแต่งอย่างดูดี สลับกับร้านอาหาร ร้านกาแฟ
ภัตตาคาร ที่ตกแต่งได้สวยงามน่ารักเอาใจวัยรุ่นกัน



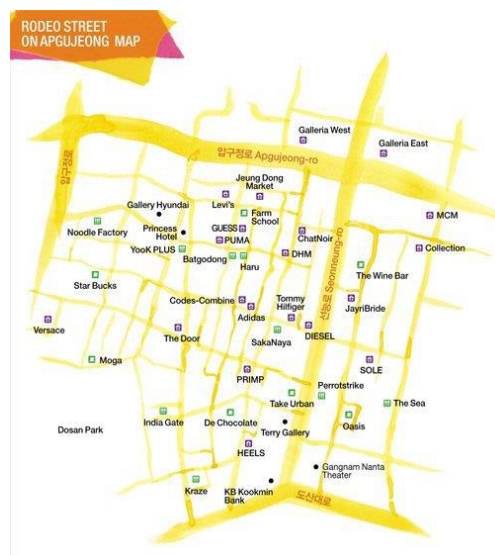
ภาพที่ 13 ร้านเครื่องสำอางย่านมยองดง

ที่มา : <http://www.oceansmile.com>, (ม.ป.ป.)

นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์กลางของสถาบันการเงิน ธนาคาร บริษัทเงินทุนต่าง ๆ ก็ตั้งอยู่แถบนี้ รวมทั้งสำนักงานใหญ่ของ Bank of Korea และสาขาของธนาคารต่าง ๆ ที่มีในเกาหลีเมียงดงเปิดทุกวันไม่มีวันหยุด แต่ช่วงวันเสาร์และวันอาทิตย์คนจะเยอะเป็นพิเศษ ร้านค้าส่วนใหญ่เปิด 07.00-21.00 น.ห้างเปิด 10.00-21.00 น. แต่เวลาที่ควรมาเดินแถบนี้ต้องเป็นช่วงเย็นจนถึงช่วงกลางคืน (www.oceansmile.com)

2.4.3.3 อพกูจอง

อพกูจอง (Apgujeong) ย่านนี้เป็นแหล่งรวมห้างหรู สินค้าแบรนด์เนม แฟชั่น กีฬา เครื่องหนัง เครื่องประดับ ฯลฯ มีตึกสวยๆมากมาย และได้ฉายาว่าเป็น “Beverly Hills of Korea” โดยเฉพาะเส้น Rodeo นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งศัลยกรรมที่หรูหราซึ่งมีอยู่มากมาย (www.in1guide.com)



ภาพที่ 14 Rodeo Street Map

ที่มา : <http://www.korea.net>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 15 Cheongdamdong Street Map

ที่มา : <http://www.korea.net>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 16 ห้างสรรพสินค้าย่านอพัทลุง

ที่มา : <http://www.in1guide.com>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 17 ร้านค้าแบรนด์เนมย่านอพัทลุง

ที่มา : <http://www.in1guide.com>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 18 ถนนโรดิโอ

ที่มา : <http://www.in1guide.com>, (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 19 โฆษณาร้านศัลยกรรม

ที่มา : <http://www.in1guide.com>, (ม.ป.ป.)

รวมถึงถนนเส้นของดัมดง ที่เป็นแห่งรวมค่ายเพลงดังมากมาย เช่น SM JYP FNC และ CUBE เป็นต้น ถนนเส้นนี้จึงเต็มไปด้วยวัยรุ่นที่เป็นแฟนคลับของดารา นักร้อง แต่ละค่ายเพลงมารวมตัวกัน เพื่อพบศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ แม้ว่าเป็นย่านที่มีราคาค่าครองชีพสูง แต่ยังมีร้านอาหารราคาย่อมเยาอยู่มากมายเช่นกัน



ภาพที่ 20 ค่ายเพลง

ที่มา : <http://www.in1guide.com>, (ม.ป.ป.)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัทธนันท์ เด็ดแก้ว (2554) ศึกษาเกี่ยวกับประชาชนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ประชาชนที่มีเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีแตกต่างกัน การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีของประชาชนที่มีความสัมพันธ์กับค่านิยมอยู่ในระดับต่ำ นั่นคือมีผลไม่มากนักต่อค่านิยม อาจเนื่องจากค่านิยมของคนไทยจะมีการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างขึ้นได้ด้วยมีปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการเปิดรับสื่อมวลชน และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีของประชาชนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภค

สินค้าเกาหลีอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากความทันสมัยของสินค้าเกาหลี ซึ่งเกิดจากนโยบาย แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ creative economy ของประเทศเกาหลีนั่นเอง

วัลย์พร วีระตระกูล ไพบูลย์ (2551) ได้สรุปแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคตไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะค้นหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และเดินทางด้วยตัวเองมากขึ้น เนื่องจากต้องการความอิสระในการเดินทางและความเจริญก้าวหน้าของการสื่อสาร อีกทั้งนักท่องเที่ยวจะมองหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพชีวิตความเป็นอยู่ใกล้เคียงกับตน รวมทั้งต้องเป็นที่ที่ปลอดภัยและสะดวกสบาย ในขณะที่เวลานักท่องเที่ยวจะมีความคาดหวังในการได้รับบริการที่สูงขึ้น และยังคงต้องการใช้คนในการให้บริการ เพื่อให้เกิดความเอาใจใส่ ที่เทคโนโลยีไม่สามารถทำแทนได้

Jessica Chen (2008) ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวในโลกรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจแต่ยังช่วยลดมลพิษด้วย ในปีที่ผ่านมา "Korean Wave" ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่แพร่กระจายเป็นวงกว้างในแถบเอเชีย รัฐบาลเกาหลีส่งออกผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ เพลง และละครโทรทัศน์ สู่อื่น ๆ โดยบทความวิจัยนี้จะมุ่งเน้นไปที่บทบาทของรัฐบาล โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลกลาง รัฐบาลเกาหลีจึงได้สร้างนโยบายโดยรวมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สร้างวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ออกกฎหมายทางวัฒนธรรม สร้างความสัมพันธ์ร่วมกับองค์กรอื่น ๆ รัฐวิสาหกิจ และบุคคลอื่น ๆ รวมถึงเพิ่มงบประมาณแก่องค์กรทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

Billy Bai (2009) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมในญี่ปุ่น กรณีศึกษากระแสเกาหลีจากแฟน ๆ ชาวญี่ปุ่น โดยผลการวิจัยพบว่าวัฒนธรรมที่โดดเด่นนั้นเป็นตัวแสดง ความหมายถึงภาพลักษณ์ของเกาหลีในปัจจุบัน และยังพบอีกว่าเป็นที่สนใจอย่างมากสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความชื่นชอบในตัวดารานักร้อง จึงเป็นเหตุผลสำคัญในการไปท่องเที่ยวตามจุดหมายปลายทางต่าง ๆ และเปลี่ยนทัศนคติของตนเอง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การวิจัยต้องพิจารณาองค์ประกอบทางอารมณ์และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น ซึ่งเป็นวิธีการพื้นฐานในการทำความเข้าใจทัศนคติของแฟนคลับที่มีต่อดารานักร้อง และจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีการศึกษาและดำเนินงาน

การศึกษาผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้ครั้งนี้ จะแบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 แหล่งข้อมูล
- 3.2 วิธีการศึกษา
- 3.3 ขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์
- 3.4 เทคนิคและเครื่องมือ

3.1 แหล่งข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลโดยการจัดทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ในประเด็นเรื่อง ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เคยเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว และผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

3.1.2 ใช้ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ข้อมูลธุรกิจนำเที่ยวจากการสำรวจจากเว็บไซต์ของบริษัทนำเที่ยวของไทย ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบด้านวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากงานวิจัย สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และสื่อออนไลน์

3.2 วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมมาเป็นฐานการสร้างแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด โดยจะสอบถามถึง อายุ, เพศ, ระดับการศึกษา, รายได้, ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว, จำนวนครั้งที่เคยเดินทาง, จุดประสงค์ในการเดินทาง, ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่ชื่นชอบ และผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ เป็นต้น หลังจากที่ได้ข้อมูลจาก

แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ จะนำเสมอข้อมูลในรูปแบบแผนภูมิ และสถิติเชิงพรรณนาต่อไป

3.3 ขั้นตอนการศึกษาและวิเคราะห์

วิธีการศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลได้แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

3.3.1 ศึกษานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ โดยการทบทวนนโยบายการส่งเสริมเรื่องการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2558 และคุณสมบัติ ผลตอบรับของการใช้นโยบาย จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว เช่น สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล และองค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ เป็นต้น

3.3.2 ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิ จากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่น อายุระหว่าง 17-33 ปี ที่เดินทางไปท่องเที่ยวด้วยบริษัททัวร์และด้วยตนเองจำนวน 30 ชุด ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 และข้อมูลเชิงทุติยภูมิ จากองค์กรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้

3.3.3 ศึกษาผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปฐมภูมิจากการการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยววัยรุ่น จำนวน 24 คน และทำการวิเคราะห์โดยการเขียนเชิงพรรณนา

3.4 เทคนิคและเครื่องมือ

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1.1 แบบสอบถาม

3.4.1.2 การสัมภาษณ์

3.4.1.3 แผนที่โซลและพื้นที่ศึกษา สงแด มยองดง และอพัจุง

3.4.1.4 Microsoft Excel

3.4.2 เทคนิคที่ใช้ในการวิจัย

3.4.2.1 ตารางเปรียบเทียบ (Content Analysis)

3.4.2.2 สถิติเชิงพรรณนา

3.4.3 การนำเสนอ

3.4.3.1 ตาราง

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวเคราะห์ เรื่อง ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย แหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ รวมถึงผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศไทยเกาหลีใต้ ดังนี้

4.1 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกาหลีใต้

ภาครัฐของเกาหลีใต้เป็นผู้กำหนดนโยบายและสนับสนุนกระแสเกาหลีในเบื้องต้น และขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน รัฐบาลเกาหลีใต้ได้วางนโยบายทางด้านวัฒนธรรมของปี พ.ศ. 2488 – 2523 ให้เป็นการสร้างวัฒนธรรมของตนเองโดยปกป้องการแทรกซึมจากวัฒนธรรมอเมริกัน ส่งเสริมทางศิลปะทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย วางแผนนโยบายแผนหลักทางวัฒนธรรมระยะยาว 10 ปี หลังจากนั้น ในปี พ.ศ. 2536 เปลี่ยนบทบาทเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมคือสินค้าทางการท่องเที่ยว นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 รัฐบาลเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น โดยเรียกว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อย อาทิ ภาพยนตร์ เพลง ทีวีโอ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ ตัวการ์ตูน ความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) และวางวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Vision 21 for Cultural Industries in a Digital Societies) วัฒนธรรมในบริบทนี้จึงเป็นวัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นวัฒนธรรมในเชิงโลกาภิวัตน์ ส่งเสริมให้วัฒนธรรมเกาหลีสามารถแข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ โดยเชื่อว่าวัฒนธรรมเกาหลีที่มีเอกลักษณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในขณะนี้ ในปี พ.ศ. 2542 รัฐบาลได้ออก พ.ร.บ.การส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทำให้เกิดมีองค์กรมหาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ เช่น สถาบันส่งเสริมและพัฒนาเกมส์เกาหลี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยทางวัฒนธรรมสถาบันการศึกษาเทคโนโลยีทางวัฒนธรรม

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้กำหนดให้ เนื้อหาทางด้านวัฒนธรรม (Culture Content) เป็น 1 ใน 7 สาขา ที่มีศักยภาพในการเติบโตในอีกสิบปีข้างหน้าโดยอยู่ในวิสัยทัศน์อุตสาหกรรมเกาหลี ปี พ.ศ. 2563 และ ประเมินว่าในปี พ.ศ. 2573 ประเทศเกาหลีใต้จะสามารถส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นมูลค่ากว่า 13,761 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเกิดการจ้างงานประมาณ 1,604,888 คน



ภาพที่ 21 บรรยากาศศูนย์กลางกรุงโซล

ที่มา : ศชาภรณ์ เปลินศิริ, (ม.ป.ป.)

4.1.1 กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวตามกระแสเกาหลี

ในปี พ.ศ. 2546 การท่องเที่ยวทั่วเอเชียประสบภาวะวิกฤตเนื่องจากการระบาดของโรคซาร์ส ทำให้นักท่องเที่ยวลดลงไปเป็นจำนวนมาก องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (KTO) จึงได้ประกาศให้ปี พ.ศ. 2547 เป็นปีแห่งกระแสเกาหลี “The Year of Korean Wave” เพื่อเร่งเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มตลาดจีน ญี่ปุ่น และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แผนการตลาดจะเน้นทางสื่อบันเทิงต่างๆ ทั้งทางภาพยนตร์และดนตรี นำภาพวีดีโอคลิปบางฉากของภาพยนตร์มาใช้เป็นสื่อโฆษณา แต่งตั้งคาราเป็นทูตทางการท่องเที่ยว ลงโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์กว่า 4,000 ครั้ง รวมทั้งสื่อออนไลน์ เป็นต้น



ภาพที่ 22 ศิลปินเกาหลี

ที่มา : ศชาภรณ์ เปลินศิริ, (ม.ป.ป.)

4.2 แหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้

4.2.1 แหล่งท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีใต้มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกรุงโซล 3 ย่านซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ และโปรแกรมจากบริษัททัวร์ต่าง ๆ นิยมมาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ย่านสงแด มยองดง และอพจุง

4.2.1.1 สงแด ย่านนี้เป็นย่านการค้าที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่นเกาหลี ซึ่งเต็มไปด้วยร้านเสื้อผ้า ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี และยังเป็นสถานที่แสดงของนักร้องใต้ดินอินดี้ มาร้องเพลง

4.2.1.2 มยองดง หรือที่คนไทยเรียกว่า เมียงดง เป็นศูนย์รวมแฟชั่นของเกาหลี ย่านนี้เต็มไปด้วยร้านเสื้อผ้าทั้ง โลคอลแบรนด์ และแบรนด์เนมชื่อดัง รวมทั้งร้านขายเครื่องสำอาง เครื่องประดับ กระเป๋า วัยรุ่นที่มาเดินแถวนี้จะแต่งตัวดูดี มีสีสันกว่าย่านอื่น ๆ

4.2.1.3 อพจุง ย่านนี้เป็นแหล่งรวมห้างหรู สินค้าแบรนด์เนม แฟชั่น กีฬา เครื่องหนัง เครื่องประดับ ฯลฯ มีตึกสวย ๆ จำนวนมาก โดยเฉพาะเส้น Rodeo นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมคลินิกศัลยกรรม และค่ายเพลงดังมากมาย จึงเต็มไปด้วยแฟนคลับของดารา นักร้อง แต่ละค่ายเพลง

4.2.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว พิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอายุที่อยู่ใน เจเนอเรชั่น วาย (Generation Y) คืออายุระหว่าง 17-33 ปี คนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาท่ามกลางความเปลี่ยนแปลง และค่านิยมที่แตกต่างระหว่างรุ่นปู่ย่าตายาย กับ รุ่นพ่อแม่ ยุคนี้จะเป็นยุคที่เศรษฐกิจกำลังเติบโตเป็นอย่างมาก ทำให้พ่อแม่ที่ค่อนข้างจะประสบความสำเร็จในชีวิตแล้วจะดูแลเอาใจใส่ลูก ๆ เป็นอย่างดี เด็กยุคนี้จึงมักจะถูกตามใจตั้งแต่เด็ก ชอบการแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ชอบถูกบังคับให้อยู่กรอบ ชอบเสพข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย มีอิสระในความคิด ไม่หวั่นกับคำวิจารณ์ มีความเป็นสากลมาก มองว่าการนิยมชมชอบวัฒนธรรม หรือศิลปินต่างชาติเป็นเรื่องธรรมดา ปัจจุบัน คนกลุ่มนี้อยู่ในช่วงวัยเรียนและวัยทำงาน

จากการศึกษาพบว่า วัยรุ่นไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อยู่ในช่วงอายุ ระหว่าง 19-29 ปี มีรายได้ต่อเดือนแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ กลุ่มที่ 1 ประมาณ 24,001-30,000 บาท จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 2 ประมาณ 16,001-24,000 บาท จำนวน 1 คน และกลุ่มที่ 3 ประมาณ 8,000-16,000 บาท จำนวน 12 คน รวมทั้ง 3 กลุ่มเป็นจำนวนทั้งหมด 15 คน

ตารางที่ 4.2.1 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจุดประสงค์ ลักษณะการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนครั้งที่เดินทาง

ประเด็น	1		2		3		รวม	
	F	%	F	%	F	%	F	%
จุดประสงค์ในการเดินทาง								
ท่องเที่ยว	18	64.29	9	32.14	1	3.57	28	100.00
ชมคอนเสิร์ต	12	85.71	1	7.14	1	7.14	14	100.00
พักผ่อน	11	61.11	5	27.78	2	11.11	18	100.00
ช้อปปิ้ง	15	62.50	7	29.17	2	8.33	24	100.00
ศิษย์กรรม	0	0.00	0	0.00	2	100.00	2	100.00
เยี่ยมญาติ/บุคคลรู้จัก	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00
อื่นๆ	4	66.67	2	33.33	0	0.00	6	100.00
ลักษณะการเดินทาง								
ทัวร์	18	69.23	5	19.23	3	11.54	26	100.00
ตนเอง	18	69.23	5	19.23	3	11.54	26	100.00
เดินทางไปท่องเที่ยวกับใคร								
ครอบครัว	2	50.00	2	50.00	0	0.00	4	100.00
เพื่อน	17	80.95	7	33.33	3	14.29	21	100.00
อื่นๆ	2	40.00	3	60.00	0	0.00	5	100.00
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง								
1	2	100.00	0	0.00	0	0.00	2	100.00
2	4	50.00	2	25.00	2	25.00	8	100.00
3	2	66.67	0	0.00	1	33.33	3	100.00
4	6	75.00	2	25.00	0	0.00	8	100.00
5	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00
6	1	50.00	1	50.00	0	0.00	2	100.00
10	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00
30	1	50.00	1	50.00	0	0.00	2	100.00
60	1	33.33	3	100.00	0	0.00	3	100.00
จำนวนครั้งที่เดินทาง								
1	6	54.55	5	45.45	0	0.00	11	100.00
2	6	54.55	4	36.36	1	9.09	11	100.00
3	4	80.00	0	0.00	1	20.00	5	100.00
4	1	50.00	0	0.00	1	50.00	2	100.00
5	1	100.00	0	0.00	0	0.00	1	100.00

หมายเหตุ : 1 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 24,001-30,000 บาท, 2 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 16,001-24,000 บาท, 3 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 8,000-16,000 บาท

ที่มา : ผู้วิจัย, (2558)

จากตารางที่ 4.2.1 แสดงให้เห็นว่าจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปประเทศเกาหลีได้นั้น นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ในกลุ่มที่ 1 มีจำนวนมากที่สุดคือเพื่อชมคอนเสิร์ต นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ในกลุ่มที่ 2 มีจำนวนมากที่สุดคือท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ในกลุ่มที่ 3 จำนวนมากที่สุดคือพักผ่อน โดยลักษณะการเดินทางทั้งแบบทัวร์ และเดินทางด้วยตนเอง รวมถึงผู้ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนครั้งที่เดินทาง นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ในกลุ่มที่ 1 มีการเดินทางมากที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ในกลุ่มที่ 2 และ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.2 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 1 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ประเด็น	1					
	5	4	3	2	1	รวม
	%	%	%	%	%	%
ด้านพฤติกรรม						
1.ละครเกาหลีส่งผลให้ท่านอยากมาเที่ยวเกาหลี	22.22	44.44	27.78	5.56	0.00	100.00
2.ท่านหันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น	16.67	77.78	5.56	0.00	0.00	100.00
3.ท่านชื่นชอบภาษาเกาหลีมากขึ้น	22.22	55.56	22.22	0.00	0.00	100.00
4.ท่านมีความสนใจในสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น	27.78	50.00	22.22	0.00	0.00	100.00
5.ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก)	16.67	16.67	50.00	16.67	0.00	100.00
6.ท่านได้รับอิทธิพลการแต่งกายตามแฟชั่นของศิลปินและวัยรุ่นเกาหลี	27.78	44.44	22.22	5.56	0.00	100.00
7.ท่านนิยมซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูก และมีคุณภาพ	38.89	33.33	27.78	0.00	0.00	100.00
สถานที่ท่องเที่ยว						
8.ท่านสนใจในงานศิลปะของนักศึกษาบริเวณย่านซองแด	16.67	38.89	38.89	5.56	0.00	100.00
9.พิพิธภัณฑ์ภาพ 3 มิติ (TRICK EYE MUSEUM) ทำให้ท่านเกิดความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ	16.67	27.78	44.44	11.11	0.00	100.00
10.ท่านชื่นชอบบรรยากาศสถานที่ย่านซองแด	27.78	44.44	22.22	5.56	0.00	100.00
11.ท่านได้เรียนรู้วิถีชีวิตวัยรุ่นเกาหลีย่านซองแด	22.22	50.00	27.78	0.00	0.00	100.00
12.ท่านคิดว่าย่านมยองดงเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศิลปะของคนเกาหลีสมัยใหม่ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง แฟชั่น Made in Korea เป็นต้น	16.67	22.22	27.78	0.00	0.00	100.00
13.ท่านสะดวกในการซื้อสินค้าย่านมยองดง เพราะพนักงานร้านค้าสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	16.67	50.00	27.78	5.56	0.00	100.00
14.หมู่บ้านวัฒนธรรมมีซานทำให้ท่านได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนเกาหลีในอดีตได้อย่างชัดเจน	11.11	33.33	5.56	5.56	0.00	100.00
15.ศึกทรูราแสดงให้เห็นถึงค่านิยมทางสังคมของคนเกาหลีในย่านอพัทจอง	22.22	22.22	5.56	0.00	0.00	100.00
16.ศิลปินกิจกรรมย่านอพัทจองแสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงามของคนเกาหลี	27.78	50.00	22.22	0.00	0.00	100.00
17.มีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่น่าสนใจตามสถานที่ต่างย่านอพัทจอง	11.11	66.67	22.22	0.00	0.00	100.00

(5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = ไม่เห็นด้วย)

หมายเหตุ : 1 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 24,001-30,000 บาท, 2 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 16,001-24,000 บาท, 3 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 8,000-16,000 บาท

ที่มา : ผู้วิจัย, (2558)

จากตารางที่ 4.2.2 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 1 ในด้านพฤติกรรม เห็นด้วยมากที่สุดถึง ร้อยละ 39.89 กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูกและมีคุณภาพ รองลงมาคือ เห็นด้วยมากกับการหันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น ร้อยละ 77.78, ชื่นชอบภาษาเกาหลีมากขึ้น ร้อยละ 55.56, สนใจในสื่อบันเทิงเกาหลี ร้อยละ 50, ละครเกาหลีส่งผลให้อยากมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ กับ ได้รับอิทธิพลการแต่งกายตามแฟชั่นของศิลปินหรือวัยรุ่นเกาหลี มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 44.44 และ เห็นด้วยปานกลางเกี่ยวกับการได้เรียนรู้ชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก) ร้อยละ 50

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว จากพื้นที่ศึกษา ย่านซองแด มยองดง และอพัทจอง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 1 เห็นด้วยมาก ที่ศึกทรูราแสดงให้เห็นถึงค่านิยมทางสังคมของคนเกาหลีในย่านอพัทจอง ร้อยละ 72.22, มีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่น่าสนใจตามสถานที่ต่าง ๆ ย่านอพัทจอง ร้อยละ 66.67, ได้เรียนรู้วิถีชีวิตวัยรุ่นเกาหลีย่านซองแด และสะดวกในการซื้อสินค้าย่านมยองดง เพราะพนักงานร้านค้าสามารถสื่อสารได้หลายภาษา ร้อยละ 50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.3 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 2 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ประเด็น	2					
	5	4	3	2	1	รวม
	%	%	%	%	%	%
ด้านพฤติกรรม						
1.ละครเกาหลีส่งผลให้ท่านอยากมาเที่ยวเกาหลี	11.11	66.67	22.22	0.00	0.00	100.00
2.ท่านหันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น	22.22	33.33	44.44	0.00	0.00	100.00
3.ท่านชื่นชอบภาษาเกาหลีมากขึ้น	22.22	22.22	44.44	11.11	0.00	100.00
4.ท่านมีความสนใจในสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น	22.22	44.44	33.33	0.00	0.00	100.00
5.ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก)	11.11	33.33	44.44	11.11	0.00	100.00
6.ท่านได้รับอิทธิพลการแต่งกายตามแฟชั่นของศิลปินและวัยรุ่นเกาหลี	11.11	66.67	11.11	11.11	0.00	100.00
7.ท่านนิยมซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูก และมีคุณภาพ	44.44	33.33	11.11	11.11	0.00	100.00
สถานที่ท่องเที่ยว						
8.ท่านสนใจในงานศิลปะของนักศึกษาบริเวณย่านซองแด	11.11	0.00	88.89	0.00	0.00	100.00
9.พิพิธภัณฑ์ถ้ำภาพ 3 มิติ (TRICK EYE MUSEUM) ทำให้ท่านเกิดความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ	0.00	22.22	66.67	11.11	0.00	100.00
10.ท่านชื่นชอบบรรยากาศสถานบันเทิงย่านซองแด	22.22	55.56	22.22	0.00	0.00	100.00
11.ท่านได้เรียนรู้วิถีชีวิตวัยรุ่นเกาหลีย่านซองแด	22.22	66.67	11.11	0.00	0.00	100.00
12.ท่านคิดว่าย่านมยองดงเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศิลปะของคนเกาหลีสมัยใหม่ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง แฟชั่น Made in Korea เป็นต้น	11.11	77.78	0.00	11.11	0.00	100.00
13.ท่านสะดวกในการซื้อสินค้า ย่านมยองดง เพราะพนักงานร้านค้าสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	11.11	44.44	22.22	22.22	0.00	100.00
14.หมู่บ้านวัฒนธรรมมีซานทำให้ท่านได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนเกาหลีในอดีตได้อย่างชัดเจน	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	100.00
15.ศิลปินมาแสดงให้เห็นถึงค่านิยมทางสังคมของคนเกาหลีในย่านอพัทจุง	22.22	44.44	33.33	0.00	0.00	100.00
16.ศิลปินกิจกรรมย่านอพัทจุงแสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงามของคนเกาหลี	22.22	55.56	11.11	11.11	0.00	100.00
17.มีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่นำเสนอใจตามสถานที่ต่างย่านอพัทจุง	11.11	66.67	22.22	0.00	0.00	100.00

(5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = ไม่เห็นด้วย)

หมายเหตุ : 1 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 24,001-30,000 บาท, 2 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 16,001-24,000 บาท, 3 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 8,000-16,000 บาท

ที่มา : ผู้วิจัย, (2558)

จากตารางที่ 4.2.3 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 2 ในด้านพฤติกรรม เห็นด้วยมากที่สุดถึง ร้อยละ 44.44 กับพฤติกรรมกรซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูกและมีคุณภาพ รองลงมาคือ เห็นด้วยมากกับการที่ละครเกาหลีส่งผลให้ออยากมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ กับ ได้รับอิทธิพลการแต่งกายตามแฟชั่นของศิลปินหรือวัยรุ่นเกาหลี มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 66.67, สนใจในสื่อบันเทิงเกาหลี ร้อยละ 44.44, และ เห็นด้วยปานกลางกับการหันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น ซึ่งชอบภาษาเกาหลีมากขึ้น ได้เรียนรู้ชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก) มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 44.44

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 2 เห็นด้วยมากกว่า ย่านมยองดงเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศิลปะของคนเกาหลีสมัยใหม่ ร้อยละ 77.78, ได้เรียนรู้วิถีชีวิตวัยรุ่นเกาหลีย่านซองแด กับ มีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่นำเสนอใจตามสถานที่ต่าง ๆ ย่านอพัทจุง ร้อยละ 66.67, ซึ่งชอบบรรยากาศสถานบันเทิงย่านซองแด กับ ศิลปินกิจกรรมย่านอพัทจุงแสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงามของคนเกาหลี ร้อยละ 55.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2.4 แสดงร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 3 จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ประเด็น	3					รวม %
	5 %	4 %	3 %	2 %	1 %	
ด้านพฤติกรรม						
1.ละครเกาหลีส่งผลให้ท่านอยากมาเที่ยวเกาหลี	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
2.ท่านหันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น	33.33	33.33	33.33	0.00	0.00	100.00
3.ท่านชื่นชอบภาษาเกาหลีมากขึ้น	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	100.00
4.ท่านมีความสนใจในสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
5.ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก)	0.00	33.33	33.33	33.33	0.00	100.00
6.ท่านได้รับอิทธิพลการแสดงกายตามแฟชั่นของศิลปินและวัยรุ่นเกาหลี	0.00	100.00	0.00	0.00	0.00	100.00
7.ท่านนิยมซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูก และมีคุณภาพ	66.67	33.33	0.00	0.00	0.00	100.00
สถานที่ท่องเที่ยว						
8.ท่านสนใจในงานศิลปะของนักศึกษาบริเวณย่านฮงแด	33.33	0.00	66.67	0.00	0.00	100.00
9.พิพิธภัณฑ์ถ่ายภาพ 3 มิติ (TRICK EYE MUSEUM) ทำให้ท่านเกิดความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ	0.00	33.33	66.67	0.00	0.00	100.00
10.ท่านชื่นชอบบรรยากาศสถานบันเทิงย่านฮงแด	33.33	33.33	33.33	0.00	0.00	100.00
11.ท่านได้เรียนรู้วิถีชีวิตวัยรุ่นเกาหลีย่านฮงแด	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
12.ท่านคิดว่ายามของดงเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศิลปะของคนเกาหลีสมัยใหม่ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง แฟชั่น Made in Korea เป็นต้น	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
13.ท่านสะดวกในการซื้อสินค้ายามของดง เพราะพนักงานร้านค้าสามารถสื่อสารได้หลายภาษา	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
14.หมู่บ้านวัฒนธรรมนมซานทำให้ท่านได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนเกาหลีในอดีตได้อย่างชัดเจน	33.33	33.33	33.33	0.00	0.00	100.00
15.ดีทริชแสดงให้เห็นถึงค่านิยมทางสังคมของคนเกาหลีในย่านอพัทจอง	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00
16.คลินิกศัลยกรรมย่านอพัทจองแสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงามของคนเกาหลี	100.00	0.00	0.00	0.00	0.00	100.00
17.มีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่นำเสนอสถานที่น่าสนใจย่านอพัทจอง	33.33	66.67	0.00	0.00	0.00	100.00

(5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = ไม่เห็นด้วย)

หมายเหตุ : 1 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 24,001-30,000 บาท, 2 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 16,001-24,000 บาท, 3 หมายถึง รายได้ต่อเดือนประมาณ 8,000-16,000 บาท

ที่มา : ผู้วิจัย, (2558)

จากตารางที่ 4.2.4 แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 3 ในด้านพฤติกรรม เห็นด้วยมากที่สุดถึง ร้อยละ 66.67 กับพฤติกรรมกรซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูกและมีคุณภาพ รองลงมาคือ เห็นด้วยมากจากการได้รับอิทธิพลการแสดงกายตามแฟชั่นของศิลปินหรือวัยรุ่นเกาหลี, ละครเกาหลีส่งผลให้อยากมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ กับ สนใจในสื่อบันเทิงเกาหลี มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 66.67, หันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น กับ ได้เรียนรู้ชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก) มีจำนวนเท่ากันคือ ร้อยละ 33.33

ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่มที่ 3 เห็นด้วยมากที่สุด ว่าคลินิกศัลยกรรมย่านอพัทจองแสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงามของคนเกาหลี, ชื่นชอบบรรยากาศสถานบันเทิงย่านฮงแด และ หมู่บ้านวัฒนธรรมนมซานทำให้ได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนเกาหลีในอดีต มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 33.33 ตามลำดับ

4.3 ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่มีการหันมาบริโภคอาหารเกาหลีในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากชื่นชอบในรสชาติที่ได้รับประทานที่ประเทศเกาหลีใต้ และมีความสนใจเกี่ยวกับเครื่องสำอางเกาหลี ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวต่าง ๆ เพราะคิดว่ามีคุณภาพที่ดี ราคาถูกกว่าซื้อในไทย อีกทั้งยังติดตามวิธีการแต่งหน้าแบบคนเกาหลีมากขึ้น เพราะเชื่อว่าจะทำให้ตนเองดูดีเหมือนดารา นักร้องเกาหลี ส่วนในเรื่องเครื่องแต่งกายจะหันมาเลือกซื้อและแต่งกายตามแฟชั่นเกาหลีที่ได้พบเห็นตอนเดินทางไปท่องเที่ยว และจากโทรทัศน์ เหมือนที่ดารา นักร้องเกาหลีใส่ การท่องเที่ยวและสื่อโฆษณาการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ที่น่าสนใจในปัจจุบัน ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับวัฒนธรรมเกาหลีในด้านต่างๆเข้ามาในชีวิตประจำวันมากขึ้น และมีความรู้สึกอยากกลับไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้อีก



ภาพที่ 24 ร้านอาหารเกาหลีในไทย

ที่มา : ผู้วิจัย, (2558)



ภาพที่ 25 ร้านเสื้อผ้าเกาหลีในไทย

ที่มา : <http://www.viewgram.com>, (2558)



ภาพที่ 26 ร้านเครื่องสำอางเกาหลีในไทย

ที่มา : <http://www.bangkokpost.com>, (2558)

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ แหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ และผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ พบข้อสรุปการศึกษา และนำเสนอการอภิปรายผลดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้กำหนดนโยบายสนับสนุนกระแสเกาหลี และให้ภาคเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อน โดยรัฐบาลเกาหลีใต้ได้วางนโยบายด้านวัฒนธรรมในปี ค.ศ. 1945-1980 เพื่อสร้างวัฒนธรรมของตนเอง ป้องกันการแทรกซึมวัฒนธรรมจากอเมริกัน และส่งเสริมวัฒนธรรมให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ สร้างวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว อีกทั้งกลยุทธ์ทางการตลาดของการท่องเที่ยวตามกระแสเกาหลีนั้น องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (KTO) ได้ประกาศในปี ค.ศ. 2004 เป็น “The Year of Korean Wave” เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ โดยแผนการตลาด จะเจาะกลุ่มตลาดจีน ญี่ปุ่น และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผ่านทางสื่อบันเทิงต่าง ๆ

5.1.2 แหล่งท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้

แหล่งท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ กรุงโซล มีย่านท่องเที่ยวหลัก ๆ 3 ย่านที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นวัยรุ่นไทย หรือนักท่องเที่ยวไทยทั่วไป และโปรแกรมจากบริษัททัวร์ต่างๆ นิยมมาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ย่านฮงแด มยองดง และอพัจ็อง โดยย่านฮงแด นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่เห็นด้วยมากกับการที่ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของวัยรุ่นเกาหลีจาก ส่วนย่านมยองดงถือเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศิลปะของคนเกาหลีสมัยใหม่ การเลือกซื้อสินค้าในย่านนี้จะสะดวกสบาย เพราะพนักงานตามร้านค้าต่าง ๆ สามารถสื่อสารได้หลายภาษา จึงเป็นเป็นย่านการค้าการท่องเที่ยวหลักๆของประเทศเกาหลีที่ถูกให้ความสนใจมากที่สุด และย่านอพัจ็องจะมีดีกหรรษาจำนวนมากที่แสดงให้เห็นถึง

ค่านิยมทางสังคมของคนเกาหลี คลินิกศัลยกรรมที่แสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงาม และมีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆมากมาย

ด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้ มีจุดประสงค์ในการเดินทางแตกต่างกันไปตามระดับรายได้ นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ที่มีระดับรายได้สูงจะมีจุดประสงค์หลักในการเดินทางไปท่องเที่ยว คือเพื่อชมคอนเสิร์ต รองลงมาผู้ที่มีรายได้ระดับกลางจะเดินทางโดยมีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวเป็นหลัก และผู้ที่มีรายได้น้อยจะมีจุดประสงค์เพื่อช้อปปิ้ง ส่วนลักษณะการเดินทางทั้งแบบทัวร์และด้วยตนเองมีจำนวนเท่ากัน และส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวกับเพื่อน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทาง 2-4 คน โดยเคยเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้มาแล้ว 1-2 ครั้ง ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยจะมีระดับรายได้ที่แตกต่างกัน แต่พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในทุกระดับรายได้เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีจะนิยมซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีมาเป็นจำนวนมาก เพราะราคาถูกและมีคุณภาพ อีกทั้ง ส่วนใหญ่ยังให้ความสนใจกับสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น หันมาบริโภคอาหารเกาหลี และแต่งกายตามแฟชั่นของศิลปินหรือวัยรุ่นเกาหลี ต่างกับการเรียนรู้เกี่ยวกับชุดประจำชาติของคนเกาหลี (ฮันบก) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของคนเกาหลีกลับไม่ได้รับความสนใจในเชิงลึก

5.1.3 ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

ผลกระทบทางด้านวัฒนธรรมที่ได้รับหลังจากกลับมา นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยมีการหันมาบริโภคอาหารเกาหลีในประเทศไทยบ่อยครั้งขึ้น และให้ความสนใจกับการแต่งกายและการแต่งหน้าตามแฟชั่นของคนเกาหลี ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มาจากการพบเห็นขณะท่องเที่ยว หรือตามสื่อบันเทิงต่าง ๆ ที่มีดารานักร้องมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เพื่อเพิ่มยอดขายทางการตลาดของเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวต่าง ๆ และเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

5.2 การอภิปรายผล

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา เกี่ยวกับผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้ ได้อภิปรายผล ดังนี้ นักท่องเที่ยววัยรุ่นไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีต่างมีจุดประสงค์และรายได้ที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นรูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกมาตามสิ่งที่ได้พบเห็นในขณะที่เดินทางไปท่องเที่ยวจึงแตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคลด้วย แต่

ผลกระทบทางวัฒนธรรมที่ได้รับกลับมาจากการไปท่องเที่ยวยังอยู่ในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน เช่น ผลกระทบทางวัฒนธรรมในเรื่องการบริโภค การแต่งกาย และการเลือกใช้เครื่องสำอางหรือผลิตภัณฑ์บำรุงผิวต่างๆ สอดคล้องกับทฤษฎีของ เลวิตท์ (Levitt) ในเรื่อง “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) ที่กล่าวว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมา นั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจ ให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น (พิบูล ธิปะปาล, 2543 : 109 อ้างจาก Levitt. n.d.) นอกจากนี้เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538 : 4) ยังได้เสนอว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดสำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jessica Chen (2008) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยกล่าวว่า "Korean Wave" ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่แพร่กระจายเป็นวงกว้างในแถบเอเชีย รัฐบาลเกาหลีส่งออกผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ เพลง และละครโทรทัศน์ สู่อื่น ๆ สร้างนโยบายโดยรวมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สร้างวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ออกกฎหมายทางวัฒนธรรม รวมถึงเพิ่มงบประมาณแก่องค์กรทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เน้นศึกษาผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้เท่านั้น จึงควรมีการศึกษาผลกระทบในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น ผลกระทบด้านสังคมจากการท่องเที่ยว หรือ ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนี้ยังควรศึกษานักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น ๆ อีก และผลกระทบจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยทั่วไป

บรรณานุกรม

สื่อในประเทศ

ยูวดี นิรัตน์ตระกูล. “กลยุทธ์การค้าการตลาดท่องเที่ยวตามกระแสเกาหลี”. จุลสารวิชาการท่องเที่ยว.

2551 : 6

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล. การท่องเที่ยวในเกาหลีใต้. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.thaiembassy.org/seoul/th/business>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 กันยายน 2557).

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://touristbehaviour.wordpress.com>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 กันยายน 2557).

ความหมายของวัฒนธรรม. ความหมายของ "วัฒนธรรม". [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<https://blog.eduzones.com/winny/3623>. (วันที่ค้นข้อมูล : 21 กันยายน 2557).

การพิจารณาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงอายุ. คน 8 เจเนอเรชั่น. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://hilight.kapook.com/view/83492>. (วันที่ค้นข้อมูล : 25 พฤศจิกายน 2557).

นโยบาย การส่งเสริม "Korea Wave" ของรัฐบาลเกาหลี. นโยบาย การส่งเสริม "Korea Wave" ของ

รัฐบาลเกาหลี. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://twssg.blogspot.com>. (วันที่ค้นข้อมูล : 10

ตุลาคม 2557).

ข้อมูลประเทศเกาหลี. ฤดูกาลต่างๆในเกาหลีใต้. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.letgokorea.com/korea-information/korea-seasons.html>. (วันที่ค้นข้อมูล : 17 ตุลาคม

2557).

แหล่งช้อปปิ้ง. ฮงแด(Hongdae) ถนนสายศิลปะ แหล่งกินเที่ยวของชาวอินดี้เกาหลี. [ออนไลน์].

เข้าถึงได้จาก : <http://www.fininkorea.com/2013/07/04/hongdae-shopping-urban-arts-street/>.

(วันที่ค้นข้อมูล : 19 พฤศจิกายน 2557).

ข้อมูลท่องเที่ยวประเทศเกาหลี. ตลาดเมียงดง Myeongdong Market แหล่งช้อปปิ้งเกาหลี.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.oceansmile.com/Korea/MarketMeangdong.htm>. (วันที่ค้นข้อมูล : 19 พฤศจิกายน 2557).

แหล่งช้อปปิ้งระดับไฮคลาสและแหล่งสัคยกรรมความงามอันดับต้นๆในกรุงโซลที่ถนนอัพจูอง.

Apgujeong Rodeo Street. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก :

<http://www.in1guide.com/index.php?topic=422.0>. (วันที่ค้นข้อมูล : 19 พฤศจิกายน 2557).

เกาหลีได้ผู้นำวัฒนธรรมมูลค่าทางเศรษฐกิจสรรค์. กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเกาหลี.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://news.asia.tu.ac.th/?p=183>. (วันที่ค้นข้อมูล : 7 เมษายน 2558).

สื่อวิทยานิพนธ์

กษมา ประวิณไว. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ประเทศไทยและกระแส T-POP ที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีน. วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโท.

กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยนานาชาติแสดมฟอร์ด

อัญญารัตน์ ธารวรรณ. การศึกษาผลกระทบทางสังคม และวัฒนธรรม จากการจัดการท่องเที่ยว

กรณีศึกษา เมืองเชียงใหม่ ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์หลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร

พัทธนันท์ เต็ดแก้ว. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเกาหลีจากสื่อมวลชนที่มีผลต่อ

ค่านิยมและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกาหลีของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์

อาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์. จังหวัด

พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร

สื่อต่างประเทศ

Jessica Chen, "A study on cultural tourism and South Korean Government", Bachelor Graduate,

Wenzao Ursuline College of Languages,2008

Billy Bai, “A Qualitative Analysis of the Impact of Popular Culture on Destination Image: A

Case Study of Korean Wave from Japanese Fans”,Bachelor Graduate, University of Nevada

Las Vegas,2009

ภาคผนวก

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย

เรื่อง ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวของวัยรุ่นไทยในประเทศเกาหลีใต้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หน้าข้อความที่เป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่านหรือท่านเห็นด้วยที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

() มัธยมศึกษา ()ปริญญาตรี ()ปริญญาโท

4. อาชีพหลักในปัจจุบัน

() นักเรียน/นักศึกษา () รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ () พนักงานบริษัทเอกชน

() ธุรกิจส่วนตัว () รับจ้างทั่วไป () แม่บ้าน

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. หารัรบรายได้ต่อเดือน.....บาท/เดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้

1. ท่านมีจุดประสงค์อะไรในการเดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ท่องเที่ยว () ชมคอนเสิร์ต () ชมกีฬา () พักผ่อน

() ซื้อป้ั้ง () ศัลยกรรม () เยี่ยมญาติ/บุคคลรู้จัก

() อื่นๆ (โปรดระบุ)

2. ลักษณะการเดินทางไปท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() บริษัททัวร์ () ด้วยตนเอง

3. ท่านเดินทางไปท่องเที่ยวเกี่ยวกับใคร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ครอบครัว () เพื่อน () อื่นๆ (โปรดระบุ)

4. จำนวนผู้ร่วมเดินทาง.....คน

5. จำนวนครั้งที่ท่านเคยเดินทาง.....ครั้ง

ส่วนที่ 3 ผลกระทบด้านวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ท่านเห็นด้วยที่สุด

ด้าน	ข้อความ	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	ไม่เห็นด้วย
พฤติกรรม	ละครเกาหลีส่งผลให้ท่านอยากมาเที่ยวเกาหลี					
	ท่านหันมาบริโภคอาหารเกาหลีมากขึ้น					
	ท่านชื่นชอบภาษาเกาหลีมากขึ้น					
	ท่านมีความสนใจในสื่อบันเทิงเกาหลีมากขึ้น					
	ท่านได้เรียนรู้เกี่ยวกับชุดประจำชาติของคนเกาหลี(ฮันบก)					
	ท่านได้รับอิทธิพลการแต่งกายตามแฟชั่นของศิลปินและวัยรุ่นเกาหลี					
	ท่านนิยมซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี เพราะราคาถูก และมีคุณภาพ					
สถานที่ท่องเที่ยว	ท่านสนใจในงานศิลปะของนักศึกษาบริเวณย่านฮงแด					
	พิพิธภัณฑ์ถ่ายภาพ 3 มิติ (TRICK EYE MUSEUM) ทำให้ท่านเกิดความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ					
	ท่านชื่นชอบบรรยากาศสถานบันเทิงย่านฮงแด					
	ท่านได้เรียนรู้วิถีชีวิตวัยรุ่นเกาหลีย่านฮงแด					

ด้าน	ข้อความ	เห็นด้วยมากที่สุด	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยน้อย	ไม่เห็นด้วย
	ท่านคิดว่าย่านมของดงเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมและศิลปะของคนเกาหลีสมัยใหม่ เช่น อาหาร เครื่องสำอาง แฟชั่น Made in Korea เป็นต้น					
	ท่านสะดวกในการซื้อสินค้าย่านมของดง เพราะพนักงานร้านค้าสามารถสื่อสารได้หลายภาษา					
	หมู่บ้านวัฒนธรรมนัมซานทำให้ท่านได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนเกาหลีในอดีตได้อย่างชัดเจน					
	ตึกหรรุราแสดงให้เห็นถึงค่านิยมทางสังคมของคนเกาหลีในย่านฮพุกจอง					
	คลินิกศัลยกรรมย่านฮพุกจองแสดงให้เห็นถึงค่านิยมการเสริมความงามของคนเกาหลี					
	มีป้ายโฆษณาส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่น่าสนใจตามสถานที่ต่างๆย่านฮพุกจอง					

หลังจากกลับมาจากการท่องเที่ยวเกาหลีท่านมีการใช้/บริโภคสินค้าเกาหลีเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง อาทิ เช่น อาหาร เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เป็นต้น

.....

.....

.....

ขอบคุณค่ะ

ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล	นางสาว จุฑาภา เพชรอาวุธ
วันเกิด	7 ตุลาคม พ.ศ. 2535
ที่อยู่	92 บางบอน 1 ซอย 11 ถนนสุขาภิบาล 1 แขวงบางบอน เขตบางบอน กรุงเทพฯ 10150
ประวัติการศึกษา	จบชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนวัดอัมรินทราราม จังหวัด กรุงเทพฯ จบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนสตรีวัดระฆัง จังหวัด กรุงเทพฯ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขา เอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัด นครปฐม