



ภาคินพนธ์

เรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้

โดย

นางสาวลิตานันท์ รัชกำปັນ

รหัสนักศึกษา 05550725

เสนอ

อาจารย์ คมสัน คีรีวงศ์วัฒนา

ภาคินพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450109 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

## คำนำ

ภาคนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในสาขาเอเชียศึกษา หลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต ซึ่งเป็นการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศไทยเกาหลีใต้ รวมถึงไปถึงกิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยเกาหลีใต้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ภาคนิพนธ์ฉบับนี้จะเกิดคุณค่าและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อไป

นางสาวสิตานัน รัชก์ำปັນ  
ผู้วิจัย

## กิตติกรรมประกาศ

ภาคนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาของอาจารย์ คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษา  
งานวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.อภิเชศ ปันสุวรรณ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ความช่วยเหลือ ตลอดจน  
ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยตระหนักถึง  
ความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ได้ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือ

อนึ่งผู้วิจัยหวังว่าคุณค่าและประโยชน์อันเนื่องมาจากภาคนิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอมอบความดี  
ทั้งหมดนี้ให้แก่เหล่าคณาจารย์ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ผู้มีพระคุณทุกท่านและครอบครัวที่ได้ให้  
การสนับสนุนการศึกษา ทำให้ผู้วิจัยได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการศึกษา อีกทั้งคอยเป็นกำลังใจ  
สำคัญตลอดมาที่คอยผลักดันให้ผู้วิจัยมีแรงใจในการทำงานภาคนิพนธ์นี้จนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

นางสาวสิตานัน รัศม์กำปັນ

เมษายน 2559

**ชื่องานวิจัย** แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวสิตานัน รัชย์กำปັນ

**รหัสนักศึกษา** 05550725

**อาจารย์ที่ปรึกษา** อาจารย์คมสัน คีรีวงศ์วัฒนา

**ปีการศึกษา** 2558

### **บทคัดย่อ**

ในช่วงชีวิตของคนที่รักการเดินทาง ไม่มีสิ่งใดที่จะมีความสุขไปกว่าการได้ไปเยือนสถานที่แปลกใหม่ สิ่งเหล่านี้จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้น ที่ทำให้คนจากทั่วทุกมุมโลกได้สัมผัสหรือรับรู้ประสบการณ์ใหม่ๆที่พบเห็นหรือหาไม่ได้จากประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ งานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ทำการศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้ รวมไปถึงกิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการศึกษาพบว่า จากการออกนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเกาหลีทำให้เกาหลีประสบความสำเร็จในตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากทางรัฐบาลมีการใช้สื่อบันเทิงในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีและสถานที่ท่องเที่ยวของเกาหลี รวมไปถึงการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม ในส่วนเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากใน 3 ภูมิภาค คือ ภูมิภาคโซล, ภูมิภาคเชจู และภูมิภาคปูซาน โดยมีการนำเสนอสิ่งๆที่เหมือนกัน คือ การมีร้านขายสินค้าปลอดภาษี และร้านขายเครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ต่างๆ อีกทั้งยังมีร้านขายสินค้าทางด้านสุขภาพ ส่วนของกิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เป็นคู่รัก พบว่าแหล่งท่องเที่ยวนั้นหนาแน่นการจะเป็นที่นิยม ได้แก่ Myeongdong Street, Samcheong-dong, Lotte Department Store, N Seoul Tower และ Jagachi Market เพราะเกิดแรงจูงใจมาจากสถานที่ดังกล่าวมีชื่อเสียงในเรื่องความโรแมนติก เป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เกาหลียอดนิยม มีกิจกรรมที่ส่งเสริมความเป็นคู่รัก งานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีน และพัฒนาการการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

**คำสำคัญ** นักท่องเที่ยวชาวจีน แรงจูงใจในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว เกาหลีใต้



## สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
<b>บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม</b>	
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	4
- ความหมายของการท่องเที่ยว	4
- ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	5
- ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว	6
- ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว	6
แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
- ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	7
- องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	7
- ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	8
- ความหมายของคำว่าแรงจูงใจ	10
- ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์	12
ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ศึกษา	13
- ลักษณะทั่วไปของกรุงโซล	13
- ลักษณะทั่วไปของเกาะเชจู	21
- ลักษณะทั่วไปของเมืองปูซาน	25
นโยบาย/มาตรการ	27
- นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 1999	27

- นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 2010	29
- นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 2012	30
- นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 2014	31
ปรากฏการณ์ของ “Halloyu” จากเกาหลีใต้ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน	32
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
<b>บทที่ 3 วิธีการศึกษาและดำเนินงาน</b>	
แหล่งที่มาของข้อมูล	35
วิธีการจัดกระทำข้อมูล	35
วิธีการดำเนินการ	36
วิธี/เทคนิคในการวิเคราะห์	36
เครื่องมือหรือเทคนิคในการนำเสนอ	37
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	
- การเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลี	
กับนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี	38
- เส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยม	
ในประเทศเกาหลีใต้	54
- กิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ	
ในประเทศเกาหลี	95
<b>บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล</b>	
สรุปผลการศึกษา	110
การอภิปรายผล	112
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	113
ข้อเสนอแนะงานวิจัย	113
<b>บรรณานุกรม</b>	114
<b>ภาคผนวก</b>	
ผนวก ก ตารางแสดงผลสัมฤทธิ์จากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้	
จากการท่องเที่ยว	124
ผนวก ข ตารางแสดงเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยว	
ชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้	127
<b>ประวัติผู้ศึกษา</b>	

## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 ภาพแสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์	12
2 ภาพแสดงแผนที่ท่องเที่ยวในกรุงโซล	13
3 พระราชวังเคียงบกกุง	15
4 ช่องวาแดหรือบลูเฮาส์	16
5 อนุสาวรีย์นกกินีนิคซ์	16
6 หมู่บ้านนุคชนฮันอก	17
7 คลองชองกเยซอน	18
8 N Seoul Tower	19
9 การคล้องกุญแจคู่รัก Love Key Ceremony	19
10 วัดพงอินซา	20
11 ภาพแสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในตลาดเมียงดง	21
12 ภาพแสดงแผนที่ท่องเที่ยวเกาะเชจู	21
13 อุทยานแห่งชาติฮัลลาซาน	23
14 ยอดเขาของซานอิลชุง	24
15 หมู่บ้านพื้นเมืองชงอึบ	24
16 ภาพแสดงแผนที่ท่องเที่ยวเมืองปูซาน	25
17 ชายหาดแฮอินแด	26
18 แสดงการขายอาหารทะเลของแม่ค้าในตลาดชากัลลิจิ	27
19 ละครโทรทัศน์เรื่อง You Who Came From the Stars	44
20 ละครโทรทัศน์เรื่อง Reply 1994	44
21 นักแสดงสาว Jun Ji-hyun ได้รับการแต่งตั้งเป็นทูตประจำองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี	45
22 นักร้อง Jung Yonghwa จากวง CN BLUE ได้รับการแต่งตั้งเป็นทูตประจำงาน Busan 'One Asia' Festival เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เมืองปูซาน ประเทศเกาหลีใต้	45
23 ร้านค้าปลอดภาษีในประเทศเกาหลีใต้	46
24 แสดงนักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลอดภาษีในประเทศเกาหลีใต้	46

25	แสดงสัญลักษณ์ของการโปรโมท “2010-2012 Visit Korea Year”	47
26	แสดงสัญลักษณ์ของแคมเปญ Sparkling Korea	48
27	แสดงการโปรโมท Korea Grand Sale ในปี ค.ศ. 2012	49
28	แสดงรถ K-Shuttle ที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว ช่วงในตลอดทั้งปี ค.ศ. 2012	49
29	แสดงสโลแกน Imagine your Korea ที่ออกโดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี	50
30	แสดงการโปรโมทสโลแกน Imagine your Korea โดยผ่านตัวนักร้องชื่อดังของเกาหลี	50
31	แคมเปญ To:ur Imagination โดยมีมาริโอ้ เมาเร่อ นักแสดงจากประเทศไทย เข้าร่วมแคมเปญนี้ด้วย	51
32	แคมเปญ To:ur Imagination โดยมี Jiang Xin นักแสดงจากประเทศจีน เข้าร่วมแคมเปญนี้ด้วย	51
33	แสดงเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวทางการแพทย์ของเกาหลีที่รัฐอานฮวาปี	52
34	แสดงกิจกรรมเฉลิมฉลองที่เกาหลีใต้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนถึง 14 ล้านคนในปี ค.ศ. 2014	53
35	แสดงรัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาและการท่องเที่ยวได้มอบโล่ให้กับนักท่องเที่ยว ชาวจีนและแม่ของเขา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยือนประเทศเกาหลีใต้ คนที่ 14 ล้านในปี ค.ศ. 2014	53
36	พระราชวังคยองบกกุง หรือ Gyeongbokgung Palace ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยม ของเหล่านักท่องเที่ยว	55
37	แสดงพิธีการพลัดเปลี่ยนเวรยามที่บริเวณลานหน้าประตูสิงแนมนและประตูควางฮวามุน พระราชวังคยองบกกุง	56
38	ศาลากลางน้ำ หรือ คยองเฮอู(Gyeonghoeru) ที่เป็นอีกหนึ่งสถานที่หนึ่งที่เป็นจุดเด่น ในพระราชวังคยองบกกุง	57
39	ทำเนียบประธานาธิบดีชองวาแด (Blue House) ซึ่งเป็นจุดที่มีสวยที่สุดที่สุด ในกรุงโซล	57
40	แสดงบริเวณหน้าทำเนียบประธานาธิบดีชองวาแด (Blue House) กรุงโซล	58
41	แสดงการรักษาความปลอดภัยทั้งการ์ดและตำรวจที่เฝ้าหน้าทำเนียบชองวาแด	58
42	อนุสาวรีย์รูปนกฟีนิกซ์ ที่เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นนิรันดร์ และประติมากรรม รูปครอบครัวที่สนับสนุนให้ชาวเกาหลีมีครอบครัว และรักครอบครัวของตนเอง บริเวณภายในชองวาแด (Blue House)	59

43	แสดงดอกมูกุงฮวา หรือ Rose of Sharon ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาติของเกาหลี	59
44	N Seoul Tower เป็นจุดชมวิวและแลนด์มาร์คที่สำคัญของกรุงโซล	60
45	แสดงบรรยากาศของ N Seoul Tower ทั้งในช่วงกลางวันและกลางคืน	60
46	แสดงทิวทัศน์ของกรุงโซลที่มองจาก N Seoul Tower ทั้งในช่วงกลางวันและกลางคืน	61
47	แสดงบรรยากาศการคล้องกุญแจคู่รัก Love Key Ceremony	61
48	แสดงคู่รักที่มาออกเดทและรวมไปถึงการได้มาคล้องกุญแจคู่รักด้วยกัน บริเวณบน N Seoul Tower	62
49	แสดงห้องอาหาร N TERRACE ชั้น Plaza 1F บริเวณบน N Seoul Tower	63
50	แสดงห้องอาหาร THE PLACE Dining ชั้น Plaza 2F บริเวณบน N Seoul Tower	63
51	แสดงห้องอาหาร n.GRILL ชั้น Tower 5F บริเวณบน N Seoul Tower	63
52	แสดงบริเวณทางขึ้นสวนสาธารณะนัมซาน กรุงโซล	64
53	แสดงสวนสาธารณะนัมซาน กรุงโซล ที่สามารถมองเห็น และเดินขึ้นไปโซลทาวเวอร์ได้	64
54	ภาพบรรยากาศนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมดอกซากุระบานในฤดูใบไม้ผลิ ที่สวนสาธารณะนัมซาน	65
55	ภาพบรรยากาศนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมใบไม้เปลี่ยนสีในฤดูใบไม้ร่วง ที่สวนสาธารณะนัมซาน	65
56	แสดงสวนสนุกในร่ม LOTTE WORLD ในกรุงโซล	66
57	แสดงสัญลักษณ์ของสวนสนุก LOTTE WORLD ที่เป็นแรคคูนคู่รัก ชื่อ Lotty และ Lorry	66
58	แสดงนักท่องเที่ยวกำลังเล่นเครื่องเล่นอยู่ในสวนสนุก Lotte World ในโซน Adventure	67
59	แสดงนักท่องเที่ยวกำลังเล่นเครื่องเล่นอยู่ในสวนสนุก Lotte world ในโซน Magic Island	67
60	แสดงเหล่าขบวนพาเหรดในเทศกาลหน้ากาก (Mask Festival) ประจำเดือนมีนาคม-เมษายน ภายในสวนสนุก Lotte World	68
61	แสดงเหล่าขบวนพาเหรดในขบวนคานิวัลแซมบ้า (Rio Samba Carnival) ประจำเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ภายในสวนสนุก Lotte World	68
62	แสดงเหล่าขบวนพาเหรดในเทศกาลฮัลโลวีน (Happy Halloween Party) ประจำเดือนกันยายน-ตุลาคม ภายในสวนสนุก Lotte World	68

63	แสดงเหล่าขบวนพาเหรดในเทศกาลคริสต์มาส (Happy Christmas Party) ประจำเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ภายในสวนสนุก Lotte World	68
64	แสดงบรรยากาศแหล่งช้อปปิ้งในย่านมยองดง ซึ่งตึกนี้เป็นจุดทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุด ในถนนมยองดง	70
65	แสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่กำลังเลือกซื้อสินค้าในตลาดมยองดง	70
66	แสดงร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับต่างๆ ไปที่ราคาไม่แพงมากนัก บนถนนมยองดง	71
67	แสดงตัวอย่างอาหารที่ขายอยู่บนถนนมยองดงที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านมยองดง ไม่ควรพลาด อาทิ ขนมปลาแพนเค้ก, ไอศกรีมที่มีความยาว 2 ฟุต, ไอศกรีมที่โคน ทำจากข้าวโพดอบกรอบ, มันฝรั่งทอดทั้งแบบแท่งและแบบเกลียว	71
68	แสดงพิพิธภัณฑ์สำหรับเกาหลี กรุงโซล	72
69	แสดงสำหรับทะเลเกาหลีในแบบชนิดต่างๆ อาทิ แบบปรุงรส, แบบดั้งเดิม และแบบแผ่นแห้ง	72
70	แสดงผลภัณฑ์จากสำหรับเกาหลีในรูปแบบต่างๆ	73
71	แสดงศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดราคาและควบคุมคุณภาพ การเพาะปลูกโสมเกาหลี	73
72	แสดงการจัดแสดงโสมเกาหลีในช่วงอายุของโสมที่แตกต่างกัน ไปภายในศูนย์โสม	74
73	แสดงการจัดแสดงโสมเกาหลีภายในศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี	74
74	แสดงผลภัณฑ์จากโสมเกาหลีในรูปแบบต่างๆจากศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี	74
75	แสดง Lotte Department Store Main Branch สาขากรุงโซล	75
76	แสดง Lotte Duty Free ภายใน Lotte Department Store สาขากรุงโซล	75
77	แสดงการจัดสินค้าหลากหลายแบรนด์ภายใน Lotte Duty Free สาขากรุงโซล	76
78	แสดงนักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังเลือกซื้อเครื่องสำอางเกาหลีและสินค้าปลอดภาษีต่างๆ ภายใน Lotte Duty Free	76
79	ภาพแสดงการแสดงโชว์ PANG Show	77
80	ภาพระหว่างการแสดงโชว์ PANG Show	77
81	การแสดงโชว์ PANG Show ที่มีการให้นักท่องเที่ยวที่มาชมได้มีส่วนร่วม ในการทำงานมπίง	77
82	แสดงยอดเขา Seongsan Ilchulbong หรือที่รู้จักกันในนาม ยอดเขาซึ่งดวงอาทิตย์ขึ้น หรือยอดเขาแห่งอรุณรุ่ง ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลก	78
83	แสดงยอดเขา Seongsan Ilchulbong ในช่วงเวลาที่พระอาทิตย์ตก	79

84	แสดงทางเดินขึ้นยอดเขา Seongsan Ilchulbong เพื่อขึ้นไปชมวิวทิวทัศน์ข้างบนยอดเขา	79
85	แสดงนักท่องเที่ยวที่อยู่บนยอดเขา Seongsan Ilchulbong กำลังถ่ายรูปรวิวทิวทัศน์จากด้านบนสามารถมองเห็นซามที่เป็ดกว้างของปากปล่องภูเขาไฟ	79
86	แสดงนักท่องเที่ยวขณะพักผ่อนในระหว่างการปีนขึ้นไปด้านบนยอดเขา Seongsan Ilchulbong เพื่อไปชื่นชมบรรยากาศโดยรอบของยอดเขา	80
87	แสดงหมู่บ้านพื้นเมืองซงอึบ ที่ใช้ดิน และหินลาวาภูเขาไฟเป็นวัสดุก่อสร้างหลัก	81
88	แสดงทางเข้าหมู่บ้านพื้นเมืองซงอึบ ที่มีการใช้ไม้มาทำเป็นประตูทางเข้า และรั้วกัน	81
89	แสดงหินทอลฮารุบั้ง หรือหินปูเป็นสัญลักษณ์อันเก่าแก่ของเกาะแห่งนี้ โดยชาวเซจูมี	81
90	ภาพผักกาดขาวกิมจิที่เป็นเครื่องเคียงในทุกมื้ออาหารของชาวเกาหลี	82
91	แสดงกรรมวิธีการเก็บรักษาผักไม้ให้เน่าเสียซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ชาวเกาหลีได้พัฒนามานับตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบัน	83
92	แสดงกิมจิมากกว่า 100 ชนิด ที่ไม่ใช่มีเพียงแค่นำผักกาดมาหมักดองเหมือนอย่างแต่ก่อนแล้ว หากยังมีการดัดแปลงเป็นผักชนิดอื่น เช่น พริก, หัวไชเท้า, แดงกวา เป็นต้น	83
93	แสดงนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมได้มีโอกาสในการลองทำกิมจิด้วยตนเอง	83
94	ภาพแสดงชุดฮันบกทั้งแบบของผู้หญิง และของผู้ชาย	84
95	แสดงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ลองสวมใส่ชุดฮันบก ซึ่งเป็นชุดประจำชาติของประเทศเกาหลี	84
96	แสดงร้านเครื่องสำอางเกาหลีจากหลากหลายแบรนด์ให้เหล่านักช้อปปิ้งสามารถเลือกซื้อกลับไปฝากเป็นของที่ระลึกก็ได้	85
97	ภาพเครื่องสำอางเกาหลีจากเกาะเซจูยี่ห้อ Innisfree Super Volcanic Pore Clay Mask เป็นโคลนเนื้อเย็นสูตรพิเศษ มีสารที่เกิดจากการระเบิดของภูเขาไฟบนเกาะเซจู ซึ่งเป็นสารสะอาดที่มีประสิทธิภาพในการขจัดความมันได้อย่างดีเยี่ยม และให้ความรู้สึกเย็นสดชื่น	85
98	ภาพเครื่องสำอางเกาหลีจากเกาะเซจูยี่ห้อ Innisfree The Green Tea Seed Serum เป็นเซรั่มจากเมล็ดชาเขียว ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น ปราศจากสารเคมี	86
99	แสดงชายหาดแฮอินแด (Haeundae Beach) เกาะเซจู ประเทศเกาหลี	87
100	แสดงนักท่องเที่ยวกำลังเล่นน้ำทะเลที่ชายหาดแฮอินแด เมืองปูซาน	87
101	แสดงการโปรโมทเทศกาล Haeundae Sand Festival ช่วงเดือนมิถุนายน ในปี 2015 แต่ในปี 2015 นี้เริ่มมีตั้งแต่สิ้นเดือนพฤษภาคม เนื่องจากได้ครบรอบ 10 ปีตั้งแต่จัดเทศกาลนี้เป็นต้นมา ซึ่งเป็นเทศกาลการปั่นทรายเป็นรูปต่างๆ	88

102	แสดงการปั้นทรายหลากหลายรูปแบบ ในเทศกาล Haeundae Sand Festival ที่ชายหาดแฮอินแด	88
103	แสดงบรรยากาศของเหล่านักท่องเที่ยวที่มาร่วมในเทศกาล Haeundae Sand Festival ที่ชายหาดแฮอินแด	89
104	แสดง Nurimaru APEC House จุดชมวิวยาวๆ ที่ปูซาน	90
105	แสดง Nurimaru APEC House เคยเป็นสถานที่จัดการประชุมเอเปคเมื่อปี 2005	90
106	แสดงภายในอาคารและจุดชมวิวยาวๆ ของ Nurimaru APEC House	90
107	แสดงทางเข้าย่านเทศกาลภาพยนตร์ปูซาน Busan International Film Festival	91
108	แสดงในส่วนของถนน Star Street ที่ BIFF Square เป็นถนนที่เต็มไปด้วยลายพิมพ์มือ ของดารานางที่มีชื่อเสียง	92
109	แสดงบรรยากาศนักท่องเที่ยวที่มาเลาะซื้อสินค้าภายใน BIFF Square ที่ไม่ได้มีเพียง โรงภาพยนตร์เท่านั้นแต่ยังมีร้านค้า ร้านอาหาร ศูนย์การค้าและอื่นๆอีกมากมาย	92
110	แสดงบรรยากาศย่าน BIFF Square ในช่วงที่มีการจัดเทศกาล Busan International Film Festival	92
111	ภาพแสดง Shinsegae Duty Free สาขาปูซาน	93
112	ภาพแสดงทางเข้าร้านค้า Shinsegae Duty Free สาขาปูซาน	93
113	แสดงการจัดสินค้าหลากหลายแบรนด์ภายใน Shinsegae Duty Free สาขาปูซาน	94
114	แสดงแพคเกจอาหารกลางวันสำหรับคู่รักและตัวไปกลับบนรถสายเคเบิ้ล และการตกแต่ง สัญลักษณ์ต่างๆในเทศกาลแห่งความรัก บริเวณหอคอย N Seoul Tower N	106
115	แสดงบรรยากาศโดยรอบของ All In House ที่ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เรื่อง All In และเป็น สถานที่ที่นักท่องเที่ยวประเภทคู่รักจะนิยมมาท่องเที่ยวที่ Seopjikoji เกาะเชจู	106
116	แสดงซีรีส์เรื่อง “You Who Came From the Stars” ใช้สถานที่ของสวนสนุก Tongdo Fantasi มาเป็นสถานที่ในการถ่ายทำซีรีส์จนได้รับความนิยมในที่สุด	10



## สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโลก	39
2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	40
3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจําแนกรายภูมิภาคที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	40
4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย	42

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงชีวิตของคนที่รักการเดินทาง ไม่มีสิ่งใดที่จะมีความสุขไปกว่าการได้ไปเยือนสถานที่แปลกใหม่ที่มีความสวยงามและมีเสน่ห์อันน่าดึงดูด ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย รวมถึงรสชาติอาหารท้องถิ่นของแต่ละประเทศนั้นๆ สิ่งเหล่านี้จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้น ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ผู้คนจากทั่วทุกมุมโลกที่มีแนวคิอยากสัมผัสหรือรับรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่พบเห็นหรือหาไม่ได้จากประเทศที่ตนเองอาศัยอยู่ (สิรินาถ ฉัตรสุภกุล, 2556) จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก ในปีค.ศ. 2012 มีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศตลอดทั้งปี ขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 4 มีจำนวนการเดินทางระหว่างประเทศถึง 1,035 ล้านคน ซึ่งเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงกว่าการคาดการณ์แนวโน้มในระยะยาว 10 ปี (ปีค.ศ. 2010-ค.ศ. 2020) คาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 3.8 (จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย, 2558) และมีการคาดการณ์ว่า ในปีค.ศ. 2015 ภูมิภาคเอเชียมีอัตราการเติบโตของการเดินทางขาออกร้อยละ 8 เนื่องจากเศรษฐกิจโดยรวมของภูมิภาคเอเชียยังคงมีเสถียรภาพ อาจกล่าวได้ว่า ภูมิภาคเอเชียเป็นหนึ่งในศูนย์กลางตลาดการเดินทางออกนอกประเทศที่สำคัญของโลก ทั้งหมดนี้เริ่มต้นมาจากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

จากข้อมูลองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (2014) เกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ชี้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเมื่อปีค.ศ. 2014 ที่ผ่านมามีจำนวนสูงเป็นประวัติการณ์ถึง 14 ล้านคน มากกว่าปีค.ศ. 2013 ถึง ร้อยละ 16 และถือว่าเป็นการเติบโตเร็วที่สุดในรอบ 10 ปี โดยชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในเกาหลีใต้มากที่สุดอันดับหนึ่งคือชาวจีน รองลงมาคือญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ไทย และรัสเซีย (สาระน่ารู้เกี่ยวกับเกาหลี, 2003 : 190) ทั้งนี้เนื่องมาจากเกาหลีใต้เป็นประเทศที่เต็มไปด้วยมนต์เสน่ห์ความหลากหลายของวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่ท่ามกลางเทคโนโลยีอันทันสมัยมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีเยี่ยม แต่ก็ยังคงรักษาความเข้มแข็งของวัฒนธรรมอันเก่าแก่ไว้ได้เป็นอย่างดี มีลักษณะทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศที่เหมาะสม มีเสน่ห์แห่งธรรมชาติทั้ง 4 ฤดูที่รังสรรค์ออกมาได้อย่างน่าหลงใหล รวมไปถึงกระแสความเป็นเกาหลีในค่านิยมชมชอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ที่มาจากภาพยนตร์ทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ เพลงป๊อปและดารานักร้องเกาหลี ซึ่งเริ่มทำรายได้ทางเศรษฐกิจสู่ประเทศเกาหลีได้อย่างมหาศาล ตั้งแต่ปีค.ศ. 1999 โดยเริ่มจากวงการภาพยนตร์ที่มีอิทธิพลต่อความชื่นชมของผู้ชมในเรื่อง วิวทิวทัศน์ ตัวนักแสดงที่เป็นบทพระเอกนางเอก

และเรื่องราวตามเกร็ดประวัติศาสตร์ต่างๆ กลายเป็นหน้าต่างทางวัฒนธรรมเกาหลีที่ทำให้ชาวต่างชาติรู้จักเกาหลีได้เพิ่มมากขึ้น

(www.mobile.thai.china.com, 2558) ได้อ้างว่าองค์การการท่องเที่ยวโลกสหประชาชาติ ประกาศ “รายงานการท่องเที่ยวโลกประจำปี 2015” โดยระบุว่า จีนกลายเป็นตลาดท่องเที่ยวใหญ่สุดของโลก ปีค.ศ. 2014 นักท่องเที่ยวจีนที่ไปเที่ยวต่างประเทศใช้จ่ายเป็นเงิน 165,000 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 27 เมื่อเทียบกับปีค.ศ. 2013 และการที่นักท่องเที่ยวจีนไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นนั้นเนื่องจากปัจจัยต่างๆ เช่น รายได้สูงขึ้น เงินหยวนแข็งค่า และการผ่อนคลายข้อกำหนดการเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงมีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยวในเกาหลีได้ด้วยเช่นกัน จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในเกาหลีได้จะเห็นได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักและมีจำนวนมากที่เข้ามาเที่ยวในเกาหลีได้เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ (www.smartsme.tv, 2556) นายเซา ของ ชุง ผู้อำนวยการทีมประเทศจีนขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีได้ กล่าวว่า ด้วยระยะทางที่ใกล้นับเป็นข้อได้เปรียบหนึ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนสู่เกาหลีได้ และเมื่อมองไปที่โปรโมชันของการท่องเที่ยวที่น่าสนใจนอกจากนั้นอิทธิพลของวัฒนธรรม (K-pop) ก็นับเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวจีน ทั้งนี้ยังมีปัจจัยภายนอกหลายประการที่ชักชวนนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เดินทางมายังประเทศเกาหลีได้ เช่น ความสัมพันธ์ทางการทูตที่มีปัญหาระหว่างจีนและญี่ปุ่น, ความไม่สงบและอุบัติเหตุในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงไฟล์ของสายการบินมาเลเซียที่หายไป และการประท้วงต่อต้านเงินในเวียดนาม เป็นต้น

ตามสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวจากองค์การการท่องเที่ยวเกาหลีได้ระบุว่า เมื่อเดือนธันวาคมปลายปีค.ศ. 2014 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศเกาหลีได้สูงถึง 6,126,865 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 42 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้านี้ที่มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาท่องเที่ยวจำนวน 4,326,869 คน และในปีนี้อคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาในประเทศเกาหลีได้ใกล้จำนวนประมาณ 8,000,000 คน นอกจากนี้สถาบันนโยบายการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเกาหลี ได้ระบุว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนคาดว่าจะในปีนี้อัตรานักท่องเที่ยวชาวจีนจะเพิ่มขึ้นในปีต่อปี ซึ่งจะเพิ่มถึงร้อยละ 28 จากร้อยละ 49 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งหมดที่เดินทางมาเกาหลีได้ จึงเห็นได้ว่ากลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเกาหลีได้เป็นอย่างมาก (China tourism update, 2015)

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ศึกษา “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีได้” เพื่อให้เห็นถึงตัวตนของนักท่องเที่ยวชาวจีนว่าทำไมถึงเลือกประเทศเกาหลีได้เป็นเส้นทางในแง่ของการมาท่องเที่ยว

## 2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีใต้
2. ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้
3. ศึกษากิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลีใต้

## 3. ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายงานประจำปีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985-ค.ศ. 2014
2. ศึกษาข้อมูลแผนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาหลี จากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1999-ค.ศ. 2014
3. ศึกษาจากกลุ่มบริษัทนำเที่ยวของจีนที่จัดเส้นทางการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ โดยเฉพาะในเส้นทางกรุงโซล เกาเจจู และเมืองปูซาน

## 4. นิยามศัพท์เฉพาะ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในโดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

## 5. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีใต้
2. ทำให้ทราบเส้นทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้
3. ทำให้เข้าใจกิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลีใต้

## บทที่ 2

### ทบทวนวรรณกรรม

บทความวิจัยเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้ มีเนื้อหาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้ ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความหมายของการท่องเที่ยว ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ความหมายของคำว่าแรงจูงใจ ทฤษฎีกรงใจของมาสโลว์ ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ศึกษา ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไปของกรุงโซล ลักษณะทั่วไปของเกาะเจจู ลักษณะทั่วไปของเมืองปูซาน นโยบาย/มาตรการ ประกอบด้วย นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ดำเนินการปีค.ศ. 1999 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ดำเนินการปีค.ศ. 2010 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ดำเนินการปีค.ศ. 2012 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ดำเนินการปีค.ศ. 2014 ปรากฏการณ์ของ “Hallyu” จากเกาหลีใต้ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

#### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2542) คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยว เป็นการใช้เวลาว่างของมนุษย์เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลิน จากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนเป็นการช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและความเครียด ทำให้สุขภาพทางกายและจิตใจสดชื่นดีขึ้น พร้อมทั้งจะกลับไปเผชิญกับภารกิจต่างๆ และการดำรงชีวิตที่จำเริญได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ชยารัตน์, 2555)

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นเรื่องของการเดินทาง (Travel) ถ้าไม่มีการเดินทาง ก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็เป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548: 12)

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรมและการกินอาหารนอกบ้าน (นิศา ชัชกุล, 2550: 2)

## 1.2 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม หรือธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ การซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ถือได้ว่าเป็น การส่งออกที่มองไม่เห็นด้วยสายตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิต สินค้า คือ บริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็ต้องมีการลงทุน ซึ่งผล ประโยชน์จะตกอยู่ในประเทศและจะช่วยให้เกิด งานอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ทางด้านสังคมการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียด พร้อมกับการได้รับความรู้ ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไปอีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้ เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ที่ผู้อยู่ในท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่า บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (ฉันทัช วรรณถนอม, 2552)

## 1.3 ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยว (Tourism Business) หมายถึง การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหารและการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยวซึ่งเป็นการดำเนินการโดยหวังผลกำไร (นิศา ชัชกุล, 2550: 5)

ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจที่หวังผลตอบแทนด้านกำไรในการจัดให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปชมทรัพยากรท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ที่กำหนดให้โดยมีความชำนาญในเชิงธุรกิจการจัดบริการด้านการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร จะมีมีคุณค่าหรือไม่ก็ได้ (ไม่รวมถึงการไปทอดกฐิน การทอดผ้าป่า และการทัศนศึกษาที่ไม่ใช่ธุรกิจ) ธุรกิจนำเที่ยวจะประกอบด้วยธุรกิจอยู่ 2 ประเภท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549: 4-6) คือ

1) ธุรกิจผลิตรายการนำเที่ยวหรือธุรกิจขายส่งบริการนำเที่ยว (Tour Wholesaler หรือ Tour Operator) หมายถึง ธุรกิจที่ทำการซื้อบริการท่องเที่ยวต่างๆ (Tourism Product) จากผู้ผลิตบริการท่องเที่ยว (Tourism Supplier) เช่น ซื้อค่าเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ซื้อตั๋วเข้าชมการแสดง บันเทิง ซื้อที่นั่งของการขนส่ง ซื้อห้องพัก ซื้อมื้ออาหารจากภัตตาคาร เป็นต้น แล้วนำมาผลิตเป็นรายการนำเที่ยว

2) ธุรกิจตัวแทนการเดินทาง (Travel Agent) หมายถึง ธุรกิจที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของธุรกิจผู้ขายส่งบริการนำเที่ยวในการช่วยบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายให้แก่ลูกค้าอีกต่อหนึ่ง โดยได้รับค่านายหน้าเป็นรายได้หรือผลตอบแทน หรืออาจจัดรายการนำเที่ยวของตัวเองขึ้นแล้วขายให้ลูกค้าเองก็ได้

นอกจากนั้นธุรกิจตัวแทนการเดินทางอาจเป็นตัวแทนของผู้ผลิตบริการท่องเที่ยวอื่นในขณะเดียวกันก็ได้ เช่น เป็นตัวแทนบริษัทการบิน ตัวแทนโรงแรม ตัวแทนร้านอาหาร ตัวแทนแหล่งบันเทิง เป็นต้น

#### 1.4 ความหมายของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นทั้งที่อยู่ในลักษณะที่เป็นรูปธรรมสามารถสัมผัสได้ และอยู่ในลักษณะที่เป็นนามธรรมไม่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งมนุษย์สามารถนำมาใช้เพื่อเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม อีกทั้งยังเป็นมรดกที่ทรงคุณค่าของประเทศด้วย หรือจะกล่าวอย่างง่าย ๆ ว่า แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งของ กิจกรรม หรือมิติอื่นใดที่สามารถให้คุณค่าเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ คุณค่าเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และการเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวสามารถปรากฏได้ทั้งในลักษณะรูปธรรมที่สัมผัสได้ด้วยการจับต้อง เช่น สิ่งก่อสร้าง ถ้ำ น้ำตก เป็นต้น และในลักษณะของนามธรรมที่ไม่สามารถสัมผัสได้ด้วยการจับต้อง แต่สามารถสัมผัสได้ด้วยทางอื่น เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษา ความเป็นชนเผ่า การแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 112)

## 2. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้น นักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตเห็นได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่างๆภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมอยู่ภายในจะมีความสัมพันธ์กัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง พฤติกรรมการแลกเปลี่ยนต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่เสมอของนักท่องเที่ยวซึ่งดำเนินไปภายใต้ผลสะท้อนที่เกิดจากภาวะแวดล้อม ความรู้สึกนึกคิด และความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่แสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมินสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการได้ โดยนักท่องเที่ยวมีเงินทรัพยากรที่สามารถใช้เพื่อแลกกับความพึงพอใจจากการใช้บริการที่เขาต้องการ คือ เงิน เวลา และความพยายาม (บุญเลิศ จิตต์ตั้งวัฒนา, 2555: 2)

### 2.2 องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1) เป้าหมาย หมายถึง ทุกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยการแสดงให้เห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวที่ทำให้สภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2) ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขาปีนหน้าผา จะต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจและสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3) สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยต่อการเลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำกิจกรรมในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำกิจกรรมในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง เป็นต้น

4) การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุด สถานการณ์หนึ่งๆ เช่น เวลาเที่ยงควรเป็นเวลาให้นักท่องเที่ยวจะต้องหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน เป็นต้น



5) การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้เลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เป็นต้น

6) ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่งๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจไม่ได้ผลตามที่คาดหวังไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้กำหนดการเดินทางเพื่อพักผ่อนในวันหยุดปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ เป็นต้น

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมายและไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกล้มความต้องการ เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การเกิดการจลาจลในแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้เกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลเรื่องความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่นที่ปลอดภัยกว่า เป็นต้น (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 3-4)

## 2.3 ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

รูปแบบพฤติกรรมของผู้รับบริการที่แสดงออกในสถานการณ์ต่างๆ มีสาเหตุมาจากปัจจัยต่างๆ ได้แก่

1) ปัจจัยเฉพาะบุคคล (Personal Factors) การตัดสินใจของผู้รับบริการได้รับอิทธิพลจากลักษณะส่วนบุคคลของตนทางด้านต่างๆ ได้แก่

1.1) อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันจะมีความต้องการต่างกัน

1.2) ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family life cycle stage) เป็นขั้นตอนการดำรงชีวิตของบุคคลในลักษณะของการมีครอบครัว เช่น เป็นโสด คู่สมรสใหม่ ครอบครัวที่บุตร

1.3) อาชีพ (Occupation) อาชีพของแต่ละบุคคลนำไปสู่ความต้องการที่ต่างกัน

1.4) รายได้ (Income) อำนาจการซื้อและทัศนคติเกี่ยวกับการจ่ายเงินขึ้นกับรายได้

ส่วนบุคคล

1.5) การศึกษา (Education) ผู้ที่การศึกษาสูงมีแนวโน้มจะมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่ศึกษาน้อย

1.6) รูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) การเลือกสินค้า หรือบริการจะขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตที่ประกอบด้วย กิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็น เป็นต้น

2) ปัจจัยภายในตัวบุคคล (Internal Factors) แบ่งเป็น 6 ปัจจัย ได้แก่

2.1) การจูงใจ (Motivation) หมายถึง พลังสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายในตัวบุคคล ซึ่งกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติ พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นต้องมีแรงจูงใจ นั่นคือ ความต้องการที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในตัวบุคคลที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย

2.2) การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลได้รับเลือกสรรจัดระเบียบ และตีความหมายข้อมูลเพื่อที่จะสร้างภาพที่มีความหมาย หรือหมายถึง กระบวนการของแต่ละบุคคลที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน เช่น ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ และขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอก เช่น สิ่งกระตุ้น ซึ่งการรับรู้จะเป็นการบวนการพิจารณากลับกรอง

2.3) การเรียนรู้ (Learning) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความโน้มเอียงของพฤติกรรมจากประสบการณ์ที่ผ่านมา การเรียนรู้เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นและเกิดการตอบสนอง

2.4) ทศนคติ (Attitude) และความเชื่อ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ การเกิดทัศนคตินั้นเกิดจากข้อมูลที่แต่ละคนได้รับ ได้แก่ ประสบการณ์ที่เรียนรู้ในอดีต ความสัมพันธ์ที่มีต่อกลุ่มอ้างอิง เช่น พ่อ แม่ เพื่อน

2.5) บุคลิกภาพ (Personality) หมายถึง คุณลักษณะและอุปนิสัยเฉพาะตัวของบุคคลที่ได้รับการปลูกฝังตั้งแต่วัยเยาว์ และเป็นตัวกำหนดท่าทางการแสดงออกของแต่ละบุคคล

2.6) แนวคิดของตนเอง (Self-concept) หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง หรือความคิดที่บุคคลคิดว่าบุคคลอื่นมีความคิดเห็นอย่างไร

3) ปัจจัยภายนอกตัวบุคคล (External Factors) ได้แก่

3.1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งจนถึงรุ่นหนึ่ง โดยเป็นตัวกำหนด และควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม

3.2) ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวัน และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมบริการ ลักษณะทางสังคม ประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิทยาการจัดการ, 2544: 287-288)

## 2.4 ความหมายของคำว่าแรงจูงใจ

การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ (motivation) หรือความต้องการจำเป็น (needs) ของผู้บริโภคนั้น อยู่ในประเภทการศึกษาทางด้านจิตวิทยา (psychology) เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การศึกษาในด้านนี้มุ่งเน้นที่จะค้นหาถึงแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ค้นหาว่านักท่องเที่ยวทำการตัดสินใจอย่างไร นักท่องเที่ยวมีทัศนคติอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (แหล่งท่องเที่ยว) ที่ได้เลือกแล้ว นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์และได้เรียนรู้มากน้อยแค่ไหนจากประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เขาได้รับ นักท่องเที่ยวมีการปะทะสังสรรค์ (interact) กับคนในพื้นที่ และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่มากน้อยเพียงใด และนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์ที่ได้รับมากน้อยแค่ไหน

คำว่าแรงจูงใจ (motivation) เป็นคำนาม มาจากคำกริยา motivate แปลว่า “to provide (someone) with a (strong) reason for doing something” หรือ “เป็นเหตุผลที่มีน้ำหนักที่ทำให้บุคคลทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง” และเมื่อพิจารณาคำนามอีกตัวหนึ่งก็คือคำว่า motive แปลว่า “a reason for action” หรือ “สาเหตุของการกระทำ หรือ “เหตุจูงใจ” Pearce, Morrison และ Rutledge (1998) กล่าวว่าแรงจูงใจคือแรง (force) อย่างหนึ่ง แต่แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวมีความแตกต่างไปจาก ความหมายของคำว่าแรงจูงใจที่นักทฤษฎี หรือนักวิจัยทางด้านจิตวิทยา ได้กล่าวถึงแรงจูงใจเอาไว้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของทฤษฎีที่เน้นไปในเรื่องของการศึกษาเกี่ยวกับบุคลิกภาพของคนเรา (human personality) หรือกล่าวโดยย่อก็คือ แรงจูงใจเป็นส่วนหนึ่งในทฤษฎีทางจิตวิทยา

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หรือแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่เป็นแบบลูกผสมระหว่างแนวคิดทางจิตวิทยา (psychology) ผสมกับแนวคิดทางด้านสังคม (sociological) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจึงหมายถึง เครือข่าย (network) ทั้งหมดของพลังทางวัฒนธรรมและพลังทางชีววิทยา ซึ่งเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น แรงจูงใจที่จะมาพักผ่อนที่เกาะสมุยของนักท่องเที่ยวจากสวีเดนอาจจะเกิดจากความต้องการการพักผ่อนส่วนหนึ่งซึ่งเป็นพลังผลักดันให้บุคคลเดินทาง ความต้องการที่จะได้ออกกำลังด้วยการว่ายน้ำ ความต้องการที่จะได้สัมผัสกับผีเสื้อหายาก ล้วนเป็นพลังงานทางด้านจิตวิทยาทั้งสิ้น ส่วนการเลือกที่จะมาพักผ่อนยังเกาะสมุยแทนที่จะไปอ่าวแฉะและพักผ่อนที่ริเวียร่าของฝรั่งเศสซึ่งอยู่ใกล้กว่าอาจจะเพราะพลังทางด้านสังคมวิทยา นั่นก็คือความต้องการความมีหน้ามีตา เพราะการเดินทางมาไกลๆยังเอเชียย่อมต้องใช้ความสามารถและการอุทิศตัวมากกว่าการเดินทางไปท่องเที่ยวทางทะเลในประเทศใกล้บ้าน การมาเที่ยวเอเชียจึงสัมพันธ์กับความต้องการที่จะมีหน้ามีตา และค่ายก่องกล่าวขวัญถึงในกลุ่มเพื่อนด้วยกันและคนในระดับเดียวกัน พลังในส่วนที่เป็นพลังทางสังคม คือความต้องการที่จะได้ชื่อว่าเป็นคนโก้เก๋ทันสมัย เพราะการมาท่องเที่ยวในประเทศแถบเอเชียกำลังเป็นที่นิยมของคน

หนุ่มสาวในยุโรป การเลือกมาที่เกาะสมุย จึงอาจเกิดจากพลังงานทางสังคมวิทยาในส่วนของความต้องการที่จะเป็นคนที่ทำตามกระแสนิยมของแฟชั่น ความต้องการที่จะถูกยกย่องว่าทันสมัย และไม่ตกยุค (เลิศพร ภาระสกุล, 2555: 181,184)

นอกจากนี้ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวยังมีทั้ง แรงผลัก (Push Factors) ซึ่งเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากสภาวะภายในที่ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน สิ่งดึงดูดใจให้เลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นกับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนเดินทางท่องเที่ยว

### 1. แรงผลัก (Push Factors)

1.1) ความต้องการทางกายภาพ (Physical) เช่น หากเราต้องทำงานหนัก ร่างกายก็ย่อมต้องการพักผ่อน การเดินทางท่องเที่ยวจึงเป็นทางเลือกหนึ่งในการพักผ่อน

1.2) หลีกหนีความจำเจ ความเครียด (Escape) เช่น การเดินทางไปทำงานและกลับบ้านทำงานเหมือนเดิมทุก ๆ วัน การเจอสภาพรถติด ก็อยากหลีกหนีสิ่งเดิมๆ ไปในที่แปลกๆ ใหม่ๆ

1.3) ต้องการพบสิ่งใหม่ๆ สถานที่ใหม่ๆ (Novelty)

1.4) ความภูมิใจที่ได้ไปในสถานที่ใหม่ๆ (Esteem / Presetting)

1.5) การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ชนชาติ การดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อยู่เดิม (To know and to understand / Educational Vacation)

1.6) ความต้องการเดินทางเพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะติดต่อกับสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆ (Social interaction) แรงผลักข้างต้นเป็นเพียงสาเหตุที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว ต่อจากนี้การตัดสินใจในการเลือกเดินทางไปยังที่ใดนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทางเหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นปัจจัยเหล่านี้ คือ

### 2. แรงดึง (Pull Factors)

แรงดึง คือ ปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการเลือกจุดหมายปลายทาง เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การลดราคาโรงแรมช่วงหน้าฝน เทศกาลงานสำคัญต่างๆ ล้วนแต่เป็นแรงดึงสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง

## 2.5 ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's General Theory of Human & Motivation)

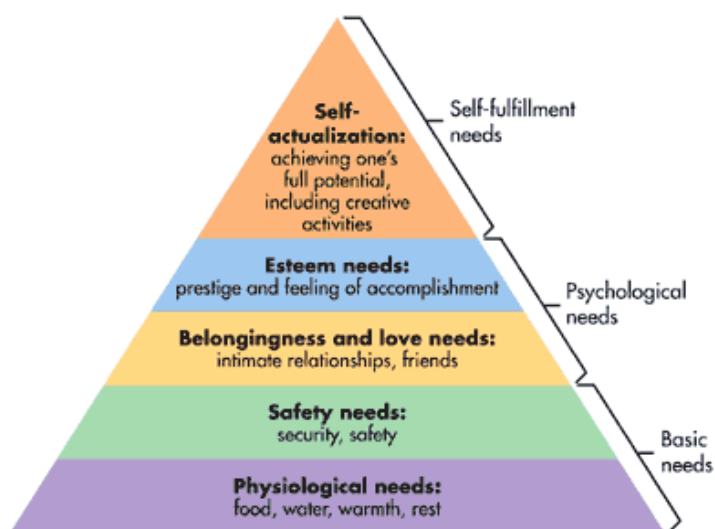
โดยมาสโลว์ได้อธิบายถึงความต้องการของมนุษย์ว่ามีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากต่ำไปหาสูง (Hierarchy & Needs) มีข้อสมมุติขั้นพื้นฐานดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555: 7-9)

1) มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีที่สิ้นสุด แต่สิ่งที่มนุษย์ต้องการนั้นขึ้นอยู่กับว่าเขามีสิ่งนั้นอยู่แล้วหรือไม่ ขณะที่ความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นจะเข้ามาแทนที่ กระบวนการนี้มีที่สิ้นสุด และจะเริ่มตั้งแต่เกิดจนกระทั่งตาย

2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่ใช่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป ความต้องการที่ไม่ได้รับการตอบสนองเท่านั้นที่เป็นแรงจูงใจของพฤติกรรม

3) ความต้องการของมนุษย์มีลำดับขั้นที่สำคัญ กล่าวคือ ความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการระดับสูงก็จะมีกรเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที

4) ตามทฤษฎีของมาสโลว์ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ (Maslow's Hierarchy of Human Needs) ไว้ 5 ขั้นตอน



รูปที่ 1: ภาพแสดงลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์

ที่มา : [www.teach-nology.com](http://www.teach-nology.com) (2015)

จากรูปจะเห็นได้ว่า มาสโลว์ได้แบ่งลำดับขั้นของความต้องการของมนุษย์ไว้ 5 ชั้นจากต่ำไปสูงดังนี้คือ

1) ความต้องการของร่างกาย (Physiological Need) เป็นความต้องการพื้นฐานเพื่อความอยู่รอดของชีวิต ได้แก่ ความต้องการอาหาร อากาศ น้ำดื่ม ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ความต้องการพักผ่อน และความต้องการทางเพศ เป็นต้น

2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Need) เป็นความต้องการที่เหนือกว่าความต้องการอยู่รอด ซึ่งมนุษย์มีความต้องการเพิ่มในระดับที่สูงขึ้น เช่น ต้องการความมั่นคงในการทำงาน ความต้องการได้รับการปกป้องคุ้มครอง ความต้องการความปลอดภัยจากอันตรายต่างๆ เป็นต้น

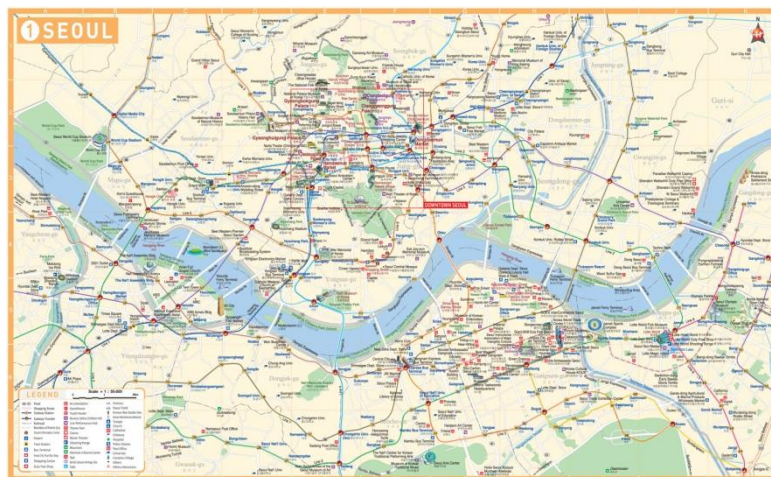
3) ความต้องการด้านสังคม (Social Needs) เป็นความต้องการความรักและการยอมรับ (Love and Belongingness Needs) ทั้งในแง่ของการให้และการได้รับ ซึ่งความรักและความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของการให้ความยอมรับในหมู่คณะ เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่อง (Esteem Needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว (Self-esteem) ความนับถือ (Recognition) และสถานะจากสังคม (Status) ตลอดจนความพยายามที่จะให้มีความสัมพันธ์ระดับสูงกับบุคคลอื่น เช่น ความต้องการให้ได้การเคารพนับถือ ความสำเร็จ ความรู้ศักดิ์ศรี ความสามารถสถานะที่ดีในสังคมและมีชื่อเสียงในสังคม เป็นต้น

5) ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-actualization Needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ซึ่งถ้าบุคคลใดบรรลุความต้องการในขั้นนี้ จะได้รับการยกย่องว่าเป็นบุคคลพิเศษ เช่น ความต้องการที่จะเป็นนักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง เป็นต้น

### 3. ลักษณะทางภูมิศาสตร์ของพื้นที่ศึกษา

#### 3.1 ลักษณะทั่วไปของกรุงโซล



รูปที่ 2 ภาพแสดงแผนที่ท่องเที่ยวในกรุงโซล

ที่มา : [www.lookatkorea.com](http://www.lookatkorea.com) (2015)

### ลักษณะทางภูมิศาสตร์

กรุงโซลอยู่ทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือของเกาหลีใต้ ครอบคลุมพื้นที่ 605.25 กิโลเมตรมีรัศมีประมาณ 15 กิโลเมตร โดยแบ่งออกเป็นสองส่วนอย่างคร่าว ๆ เป็นฝั่งเหนือและฝั่งใต้ โดยใช้แม่น้ำฮันเป็นตัวแบ่ง แม่น้ำฮันและบริเวณรอบ ๆ มีส่วนสำคัญต่อประวัติศาสตร์เกาหลี ในยุคราชอาณาจักรทั้งสามของเกาหลี โซลถูกกั้นขอบเขตด้วยภูเขา 8 ลูก ตลอดจนบริเวณพื้นที่สูงกว่าบริเวณที่ราบแม่น้ำฮันและพื้นที่ตะวันตก

### สภาพภูมิอากาศ

กรุงโซลมีสภาพอากาศในเขตอบอุ่น และมีฤดูที่แตกต่าง 4 ฤดูกาลได้แก่ ฤดูใบไม้ผลิและฤดูใบไม้ร่วงเป็นช่วงเวลาที่อากาศเย็นสบายที่สุดของปี อุณหภูมิโดยเฉลี่ยตั้งแต่ 12-20 องศาเซลเซียส (55 - 70 องศาฟาเรนไฮต์) และมีฝนตกเล็กน้อย ฤดูใบไม้ร่วง (เดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน) ท้องฟ้าแจ่มใส มีแสงแดด และทัศนียภาพของใบไม้ร่วงที่งดงาม ฤดูใบไม้ผลิ (เดือนเมษายนถึงพฤษภาคม) เป็นช่วงเวลายอดนิยมของนักท่องเที่ยว ภูมิทัศน์ที่สวยงามจากต้นไม้ที่ทยอยแตกกิ่งใบเป็นสัญญาณเริ่มต้นของฤดูใบไม้ผลิ ฤดูร้อน (เดือนมิถุนายนถึงกันยายน) อากาศร้อน มีมรสุมหนักและสินค้าราคาแพง อุณหภูมิตั้งแต่ 16 - 35 องศาเซลเซียส (62 - 95 องศาฟาเรนไฮต์) มีโอกาสในการเกิดพายุไต้ฝุ่น ฤดูหนาว (เดือนธันวาคมถึงมีนาคม) มีอากาศหนาวเย็นและแห้ง เป็นช่วงเวลาที่ดีในการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่ชอบเล่นสกีและชมเกล็ดหิมะที่ระดับประดาอยู่บนหลังคาวัดหรือสถานที่ต่างๆ ซึ่งช่วงเวลานี้มีนักท่องเที่ยวน้อยและสภาพอากาศหนาวเย็น ในช่วงเดือนมกราคมจะมีหิมะตกมากที่สุดอุณหภูมิของกรุงโซลสามารถลดต่ำลงถึง - 6 องศาเซลเซียส (20 องศาฟาเรนไฮต์) สลับกับบางวันที่มีอากาศอบอุ่น อุณหภูมิประมาณ 10 องศาเซลเซียส (53 องศาฟาเรนไฮต์)

### แหล่งท่องเที่ยวในกรุงโซล

- พระราชวังเคียงบกกุง

พระราชวังเคียงบกกุงสร้างขึ้นในปีค.ศ. 1395 ให้เป็นพระราชวังเอกในราชวงศ์โชซอน (ค.ศ. 1392-1910) โดยพระเจ้าแทโจผู้สถาปนาราชวงศ์ พระราชวังแห่งนี้มีความงดงามสง่าวิจิตรที่สุดในบรรดาพระราชวัง 5 แห่งในสมัยนั้น และยังเป็นจุดกำเนิดของพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านแห่งชาติ และพิพิธภัณฑ์พระราชวังแห่งชาติด้วย นอกจากการเดินเยี่ยมชมประติมากรรมร่วมสมัยแล้ว เรายังสามารถชมพิธีการเปลี่ยนเวรราชวงศ์รัชกาลอีกด้วย พิธีนี้เป็นพิธีเปลี่ยนเวรของราชวงศ์รัชกาลในราชวงศ์โชซอน โดยจะจัดขึ้นทุกวัน ยกเว้นวันจันทร์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ



รูปที่ 3 : พระราชวังเคียงบกกรุง

ที่มา : [www.univ-paris-diderot.fr](http://www.univ-paris-diderot.fr) (2015)

- **ซองวาแด**

บลูเฮาส์นี้ มีชื่อภาษาเกาหลีว่า ซอง วา แด (청와대: Cheong Wa Dae) ซึ่งแปลว่า “เรือนสีฟ้า” ทำเนียบแห่งนี้เป็นสำนักงานฝ่ายบริหารและเป็นที่พำนักอย่างเป็นทางการของประธานาธิบดีแห่งสาธารณรัฐเกาหลี ชื่อของทำเนียบตั้งตามกระเบื้องสีฟ้าที่ปูบนหลังคานั้นเอง ซองวาแดเป็นศูนย์บริหารราชการมีลักษณะเป็นกลุ่มอาคารรูปแบบ ศิลปะโบราณซึ่งประกอบด้วย หอประชุมใหญ่, ที่พำนักประธานาธิบดี, เรือนรับรองแห่งรัฐ, ห้องแถลงข่าว, และอาคารสำนักเลขาธิการฯ ที่ล้วนสร้างขึ้นด้วยสถาปัตยกรรมสไตล์เกาหลี และจัดวางตามหลักวงจู้ยให้เป็นมงคลที่สุด บริเวณที่สามารถถ่ายรูปได้และผู้คนให้ความสนใจกันเยอะ เห็นจะเป็นสวนดอกไม้สีขาวชมพู “โรสออฟชาร์อน” (Rose of Sharon) ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาติเกาหลี ออกดอกงดงามในช่วงฤดูใบไม้ผลิ และอนุสาวรีย์นกฟีนิกซ์เป็นสัญลักษณ์แห่งการสร้างชาติของชาวเกาหลี คนเกาหลีเชื่อว่าเจ้านกฟีนิกซ์นี้ คือ อำนาจ พลัง และความเป็นนิรันดร์ แสดงถึงความอดทนต่อผู้ของชาวเกาหลีไม่ว่าจะเจออะไรมา ก็จะสามารถผ่านมันไปได้ เหมือนกับความเป็นนิรันดร์นั่นเอง





รูปที่ 4 : ซองวาแดหรือบลูเฮาส์

ที่มา : [www.thoongtongtour.com](http://www.thoongtongtour.com) (2558)



รูปที่ 5 : อนุสาวรีย์นกกฟีนิกซ์

ที่มา : [www.ictsilpakorn.com](http://www.ictsilpakorn.com) (2558)

- หมู่บ้านบุกชนฮันอก

หมู่บ้านบุกชนฮันอก (Bukchon Hanok Village) บุกชนมีความหมายตามคำศัพท์ว่า “หมู่บ้านฝั่งเหนือ” เป็นพื้นที่ที่อยู่อาศัยดั้งเดิมตั้งอยู่ระหว่างพระราชวังเคียงบกกุง, พระราชวังชางด็อกกุงและศาลชงเมียว ประวัติศาสตร์นานนับ 600 ปีของหมู่บ้านได้ยึดไปถึงอายุของตัวเมืองเช่นกัน ที่เรือนรับรองในบุกชนนั้น นักท่องเที่ยวจะได้ยลเสน่ห์ในความงดงามของบ้านพื้นเมืองเกาหลีโบราณที่เรียกว่า ฮันอก และมีรายการกิจกรรมตามรอยวัฒนธรรมอันหลากหลาย



รูปที่ 6 : หมู่บ้านบุกชนฮันอก

ที่มา : [www.wpergoy.wordpress.com](http://www.wpergoy.wordpress.com) (2015)

- **คลองชองกเยซอน**

เป็นคลองที่มีความยาวเกือบ 6 กิโลเมตร เริ่มตั้งแต่บริเวณ Cheonggye Plaza (창계광장) ที่มีสัญลักษณ์คือหอยสีม่วง ยาวไปจนถึงทางแควน คลองนี้มีขึ้นมาตั้งแต่สมัยราชวงศ์โชซอน และมีอายุถึง 600 ปี เท่ากับกรุงโซล แต่เดิมคลองถูกถมเป็นถนนและทางด่วนเกิดตึกสูงมากมาย คลองชองกเยซอนนี้ก็เริ่มเน่าเสีย และเต็มไปด้วยชุมชนแออัด ในปีค.ศ. 2003 โครงการฟื้นฟูคลองก็เกิดขึ้น เริ่มโดยผู้ว่าการกรุงโซล อิมยองบัก มีการขุดลอกคูคลองแล้วเปลี่ยนเป็นคลองที่มีลำธารไหลยาว โดยผันน้ำมาจากแม่น้ำฮัน แล้วปล่อยน้ำเสียลงทะเล พร้อมกับฟื้นฟูธรรมชาติสองฝั่งคลอง ปรับเปลี่ยนทัศนียภาพใหม่ให้สวยงาม มีการสร้างน้ำพุตลอดแนว มีลานกิจกรรม หรือบริเวณที่เรียกว่าCheonggye Plaza มีทางเดินเลียบบคลอง และสะพานกว่า 22 แห่ง นอกจากนี้บริเวณ Cheonggye Plaza นั้น ทางรัฐบาลได้กำหนดให้พื้นที่ดังกล่าวเป็นโซนปลอดรถในวันหยุด เพื่อให้มีพื้นที่ว่างมากขึ้นสำหรับคนเดินเท้า ตั้งแต่นั้นมาพื้นที่ริมน้ำของคลองชองกเยซอนและถนนโดยรอบก็ได้กลายเป็นสถานที่ที่นิยมสำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อน



รูปที่ 7 : คลองชองกเยซอน

ที่มา : [www.freestylekorea.com](http://www.freestylekorea.com) (2558)

- **เอ็นโซลทาวเวอร์**

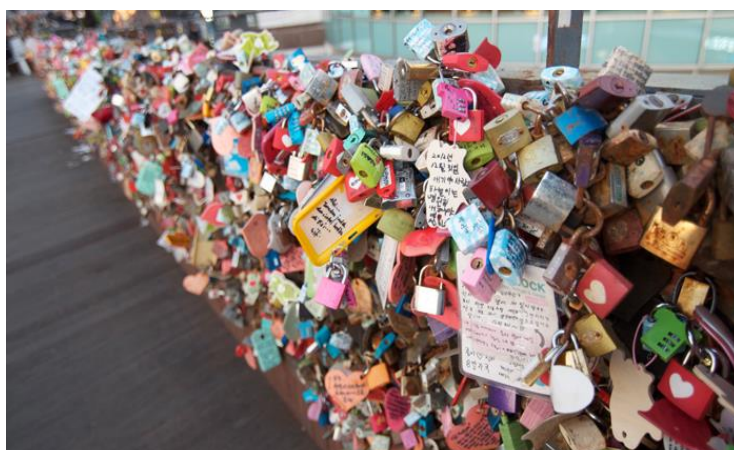
หอคอยเอ็นโซล ( N Seoul Tower) หรือ หอคอยกรุงโซล (Seoul Tower) หรือบางครั้งเรียก “นัมซันทาวเวอร์” ( Namsan Tower ) เพราะตั้งอยู่บนภูเขานัมซาน มีทางขึ้นอยู่ตรงสวนนัมซาน (Namsan Park ) ซึ่งเป็นหอคอยที่มีความสูงจากฐานประมาณ 236.7 เมตร มีความสูงถึง 480 เมตร เหนือระดับน้ำทะเล ถูกสร้างขึ้นในปีค.ศ. 1969 และเปิดให้เข้าชมเมื่อ ปีค.ศ. 1980 ซึ่ง SEOUL TOWER เป็นหอคอย 1 ใน 18 หอคอยเมืองที่สูงที่สุดในโลก มีทั้งหอคอยดูดาว มีภัตตาคาร ซึ่งแยกเป็น 3 โซน Tower, Plaza, และ Lobby หอคอย N Seoul Tower ถือได้ว่าเป็น Landmark หรือเป็นสัญลักษณ์หนึ่งของกรุงโซลก็ว่าได้ มีความสวยงามมากในตอนกลางคืน ทำให้เป็นที่สนใจ ทั้งคนในประเทศเกาหลี และนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาชมทัศนียภาพอันงดงามของกรุงโซลยามค่ำคืน พร้อมทั้งมีลิฟต์ความเร็วสูงถึงสี่เมตรต่อวินาที เพื่อขึ้นไปยังบนหอคอยข้างบนมีหน้าต่างกระจก ซึ่งจะจาร์กไว้ด้วยชื่อของเมืองใหญ่ทั่วโลกที่อยู่ห่างจากจุดของหน้าต่างนั้น สามารถเห็นสถานที่ท่องเที่ยวจากหอคอยกรุงโซลได้ 360 องศา ( ชมวิวแบบพาโนรามา ) สามารถดูแม่น้ำฮัน ซึ่งไหลผ่านใจกลางกรุงโซล และสามารถดูภูเขา Bukhan ที่ล้อมรอบกรุงโซลและเทือกเขาของ Inwangsan ได้เลยทีเดียว อีกจุดไฮไลท์ ของ N Seoul Tower ที่คู่รักทุกคู่ชาวเกาหลี จะต้องทำอย่างเสียไม่ได้คือการคล้องกุญแจคู่รัก Love Key Ceremony บนโซลทาวเวอร์ โดยจะเขียนข้อความ หรือชื่อของคู่รักไว้บนแม่กุญแจ และก็จะนำแม่กุญแจนี้ไปคล้องกับรั้วเหล็ก ส่วนลูกกุญแจเค้าจะทิ้งไป ด้วยความเชื่อที่ว่าหากคู่รักคู่ใดได้มาเขียนและคล้องกุญแจคู่รักกันที่นี่ จะทำให้ความรักของทั้งคู่ยืนยาว ไม่พรากจากกันไปตลอดกาล





รูปที่ 8 : N Seoul Tower

ที่มา : [www.shunyitravel.com](http://www.shunyitravel.com) (2015)



รูปที่ 9 : การคล้องกุญแจคู่รัก Love Key Ceremony

ที่มา : [www.jittanan.wordpress.com](http://www.jittanan.wordpress.com) (2558)

- วัดพงอินซา

เดิมชื่อวัดเคียงซองซา (Gyeonseongsa) สร้างขึ้นในปีที่ 10 ของรัชสมัยกษัตริย์วองซอง (Weongseong) แห่งราชวงศ์ชิลลา (ค.ศ. 794) ตั้งอยู่ที่เชิงเขา Sudo ใน Samsung-dong ทางทิศใต้ของกรุงโซล หรือทางทิศเหนือของ COEX ย่านคังนัม นับเป็นหนึ่งในวัดทางพุทธศาสนาแบบดั้งเดิมที่ยังคงเหลืออยู่ด้วยอายุกว่า 1,200 ปี ในปี ค.ศ. 1498 สมเด็จพระราชินี Jeonghyeon ได้บูรณะและเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “วัดพงอินซา (Bongeunsa Temple)” ต่อมาในปี ค.ศ. 1548 สมเด็จพระราชินี Munjong กำหนดให้เป็นวัดหลักของนิกาย Seon (Zen) ภายในวัดประดิษฐานพระพุทธรูปแกะสลัก

ด้วยหินอ่อนสูง 23 เมตร ถือเป็นพระพุทธรูปองค์ใหญ่ที่สุดในเกาหลี ณ บริเวณลานด้านหน้าขององค์พระที่ใช้จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและพิธีกรรมที่สำคัญ มักเต็มไปด้วยผู้มาสักการะเพื่ออธิษฐานขอพร และในวันก่อนวันขึ้นปีใหม่ที่นี่จะประดับประดาไปด้วยโคมไฟหลากสีสวยงาม และมีพิธีกรรมทางพุทธศาสนา เพื่อความเป็นสิริมงคลในปีใหม่ที่จะมาถึง



รูปที่ 10 : วัดพงอินซา

ที่มา : [www.takethatvacation.com](http://www.takethatvacation.com) (2015)

- ตลาดเมียงดง

ถ้าพูดถึงแหล่งช้อปปิ้งของเกาหลี ตลาดเมียงดงเป็นอีกหนึ่งสถานที่ที่ไม่ควรพลาดเลยไม่ว่าใครถ้าได้ไปเกาหลีจะต้องนึกถึงที่นี่ก่อนเสมอ เพราะที่นี่เป็นเหมือนจุดศูนย์รวมของแฟชั่นเกาหลี แฟชั่นที่วัยรุ่นกำลังฮิตกำลังอยู่ในเทรนจะหาได้จากที่นี่ ตลาดเมียงดงเป็นถนนเข้าไปแบ่งเป็นหลายๆซอย แต่ละซอยเป็นตึกๆ ร้านค้า และของกินอัดแน่นเต็มไปหมด ที่ตลาดเมียงดงนี้จะมีเสื้อผ้า กางเกง รองเท้า น้ำหอม เครื่องสำอาง ทั้งแบบ แบรินด์เนมชื่อดัง และโลคอลแบรนด์ซิดิเพลง รูปดารามากมาย อย่างร้านเครื่องสำอางที่คุ้นหูคนไทย เช่น Etude, The Face Shop, Skin Food เป็นต้น และมีของกินเล่นเป็นไอศกรีมโคนเจ้าดังอยู่ เพราะไอศกรีมที่เค้ากดมาใส่โคนนั้นสูงถึง 2 ฟุต ขายในราคาโคนละ 1000 วอน นอกจากบรรดาสินค้าที่ดึงดูดใจแล้วที่นี่มีห้างสรรพสินค้า ขนาดใหญ่หลายแห่งทั้ง Lotte Department Store, Migliore, Shinesegae



รูปที่ 11 : ภาพแสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในตลาดเมืองดง  
ที่มา : [www.koreataketwo.wordpress.com](http://www.koreataketwo.wordpress.com) (2015)

### 3.2 ลักษณะทั่วไปของเกาะเชจู



รูปที่ 12 ภาพแสดงแผนที่ท่องเที่ยวเกาะเชจู  
ที่มา : [www.mappery.com](http://www.mappery.com) (2009)

### ลักษณะทางภูมิศาสตร์

ตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของคาบสมุทรเกาหลี เกาะเชจู จัดตั้งให้เป็นเขตการปกครองตนเองพิเศษ และยังเป็นเกาะที่ใหญ่ที่สุดของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ เป็นจุดเชื่อมต่อในหลายประเทศ เช่น จีน, ญี่ปุ่น และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เกาะเชจูมีลักษณะภูมิประเทศเป็นเกาะรูปวงรีมีขนาด 73 กม. นับจากฝั่งตะวันออกจรดฝั่งตะวันตก และ 41 กม. นับจากฝั่งเหนือจรดฝั่งใต้ด้วยมีเทือกเขาฮัลลาเป็นศูนย์กลาง มีถนนเป็นวงแหวนรอบชายฝั่งรวม 181 กม. ตลอดจนเส้นทางเลียบชายฝั่ง 258 กม. เกาะเชจูเป็นเกาะภูเขาไฟที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากพื้นที่มากกว่าร้อยละ 90 ของเกาะถูกปกคลุมด้วยหินบะซอลต์ เกาะแห่งนี้เป็นที่อยู่อาศัยของเหล่าสัตว์เขตร้อนและเขตชีวโลกมากกว่า 77 ชนิด และนกมากกว่า 198 สายพันธุ์ รวมทั้งสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม และสัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำในแต่ละชนิดกว่า 8 ประเภท รวมไปถึงแมลงต่างๆกว่า 873 ชนิด และแมงมุมอีกหลากหลายพันธุ์ซึ่งมีมากกว่า 74 ชนิด

### สภาพภูมิอากาศ

เมืองเจจูเป็นเมืองหลวงของเกาะเชจู สภาพภูมิอากาศเป็นทั้งแบบกึ่งเขตร้อนชื้นและแบบภาคพื้นมหาสมุทร มีสี่ฤดู อุณหภูมิเฉลี่ยตลอดปีคือ 15 องศาเซลเซียส แต่อาจมีอุณหภูมิแตกต่างกันได้ขึ้นอยู่กับพื้นที่เขตนั่นตั้งอยู่ฝั่งใดของยอดเขาฮัลลา (Mt Halla) เมืองเจจูมีอากาศอบอุ่นกว่าเซกวิโป (Seogwipo) ในช่วงฤดูร้อน แต่มีสภาพอากาศเย็นกว่าในช่วงฤดูหนาว (ค่าความต่างอยู่ที่ 0.5 ถึง 1.5 องศาเซลเซียส) ช่วงเวลาที่ดีที่สุดในการแวะมาเยือนเชจูได้แก่ ช่วงฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม) เนื่องจากมีสภาพอากาศแบบอบอุ่น อุณหภูมิระดับกลางประมาณ 20 องศาเซลเซียส ช่วงครึ่งหลังของฤดูร้อนมีฝนตกบ้างเป็นบางครั้ง

### แหล่งท่องเที่ยวในเกาะเชจู

- อุทยานแห่งชาติภูเขาฮัลลาซาน

ภูเขาฮัลลาซานเป็นภูเขาที่สูงที่สุดในประเทศเกาหลีใต้ ประกอบด้วยภูเขาไฟที่ดับไปนานแล้วซึ่งเป็นต้นกำเนิดของเกาะส่วนใหญ่ในเจจู ภูเขาฮัลลาซานมีความสูง 1,950 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล และได้รับการคัดเลือกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความสวยงามลำดับที่ 182 ของเกาหลี และจัดตั้งเป็นอุทยานแห่งชาติตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 และยังคงได้รับความสนใจต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ในปีค.ศ. 2002 ภูเขาฮัลลาได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นพื้นที่สงวนเขตชีวมณฑล (UNESCO Biosphere Reserve) และเพียงอีก 5 ปีต่อมา ก็ได้รับการแต่งตั้งเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ (World Natural Heritage Site) ตามตำนานเกาหลีกล่าวว่าภูเขาฮัลลาถูกสร้างโดยเทพธิดาโซลมนูเด ในขณะที่นักธรณีวิทยาอาจมีมุมมองที่แตกต่างออกไป ไม่ว่าจะภูเขาฮัลลาจะเกิดขึ้นได้อย่างไรแต่สำหรับผู้ที่ชื่นชอบกิจกรรมกลางแจ้งที่นี่เป็นสถานที่ที่พวกเขาสามารถชื่นชมกับความงามของธรรมชาติอย่างจุใจ





รูปที่ 13 : อุทยานแห่งชาติฮัลลาซาน

ที่มา : [www.whnjejuisland.blogspot.com](http://www.whnjejuisland.blogspot.com) (2015)

- ยอดเขาของซานอิลชุง (กรวยภูเขาไฟ)

ของซาน อิลชุง หรือที่รู้จักกันในนาม ยอดเขาซึ่งดวงอาทิตย์ขึ้น หรือ ยอดเขาแห่งอรุณรุ่ง (Sunrise Peak) ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของเกาะเชจู ซึ่งหากไต่ขึ้นไปตามผาชันไปตามทางน้ำเพื่อมุ่งหน้าสู่ขอบด้านตะวันตกของปากปล่องภูเขาไฟของซานอิลชุง แน่นอนว่าสิ่งที่จะได้พบก็คือวิวทิวทัศน์อันกว้างไกลสุดลูกหูลูกตา ตั้งอยู่ในช่องซานโพบนชายฝั่งตะวันออกของเกาะของซานอิลชุงเป็นกรวยภูเขาไฟแบบพาราสิติก เป็นหนึ่งในภูเขาไฟ 360 ลูก บนเกาะเชจูมีความสูงกว่า 182 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล มีทั้งหินขนาดเล็กและขนาดใหญ่กว่า 99 ก้อน ทำเครื่องหมายเป็นเส้นรอบวงของกรวยภูเขาไฟ มีลักษณะคล้ายมงกุฎ ปัจจุบันยอดเขาของซานอิลชุงคือหนึ่งในจุดชมวิวพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามจนได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลก นับเป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ใคร่ได้มีโอกาสมาท่องเที่ยวเกาะเชจู ต้องไม่พลาดโอกาสมาเยือน





รูปที่ 14 : ยอดเขาของซานอิลซุง  
ที่มา : [www.bloggang.com](http://www.bloggang.com) (2558)

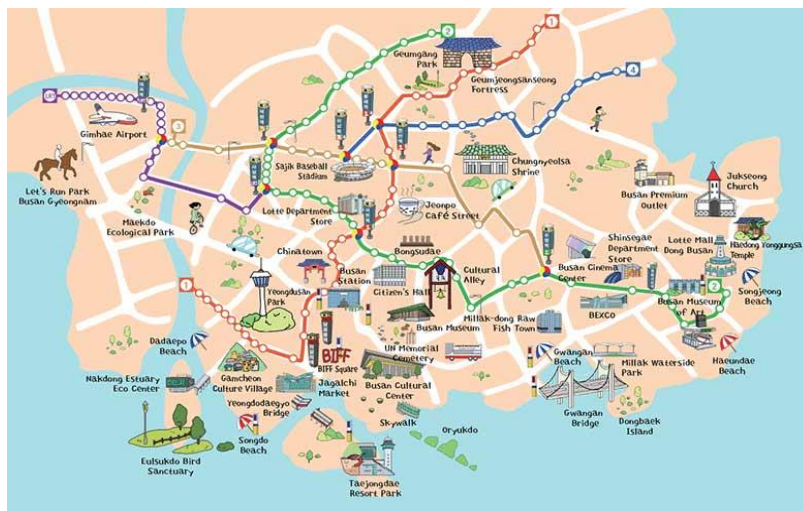
- หมู่บ้านพื้นเมืองของฮีบ

หมู่บ้านพื้นเมืองของฮีบ ตั้งอยู่ตีนเขาฮัลลา เป็นหมู่บ้านพื้นเมืองดั้งเดิมของชาวเกาะเชจูที่รัฐบาลอนุรักษ์ไว้ ซึ่งที่หมู่บ้านฮีบนั้น ยังเป็นหนึ่งในสถานที่ถ่ายทำละครชื่อดังเรื่อง แดจังกึม หมู่บ้านของฮีบเป็นแบบพื้นเมืองโบราณ ที่ใช้ดินและหินลาวาภูเขาไฟเป็นวัสดุก่อสร้างหลักปิดช่องว่างด้วยดินเหนียว หลังคามุงด้วยหญ้าแฝก ซึ่งจะได้ชมวิถีชีวิต เครื่องมือเครื่องใช้ ภายในหมู่บ้านที่ถูกอนุรักษ์ไว้อย่างดี บ้านในแต่ละตระกูลจะเหมือนบ้านจีนโบราณคือมีบ้านหัวหน้าหลังหนึ่ง ตามด้วยบริวารอีกหลายหลังภายในกำแพงเดียวกัน หมู่บ้านพื้นเมืองของฮีบได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นเขตอนุรักษ์วิถีพื้นบ้าน และที่แห่งนี้สามารถพบปะชาวเกาะที่เปี่ยมมิตรไมตรี



รูปที่ 15 : หมู่บ้านพื้นเมืองฮีบ  
ที่มา : [www.iamyourguide.net](http://www.iamyourguide.net) (2015)

### 3.3 ลักษณะทั่วไปของเมืองปูซาน



รูปที่ 16 ภาพแสดงแผนที่ท่องเที่ยวเมืองปูซาน

ที่มา : [www.guesthouseinbusan.org](http://www.guesthouseinbusan.org) (2015)

#### ลักษณะทางภูมิศาสตร์

เมืองปูซาน (Busan) มหานครที่ตั้งอยู่ส่วนท้ายของ 450 กิโลเมตรตะวันออกเฉียงใต้เป็นเมืองที่ใหญ่เป็นอันดับสองของเกาหลีใต้เมืองนานาชาติที่มีชื่อเสียง ศูนย์โลจิสติกส์แปซิฟิกที่มีชื่อเสียงท่าเรือน้ำลึก, ท่าเรือปูซานและความสามารถในการจัดการในระดับโลก ลองจินตนาการทางภูมิศาสตร์ 129 องศา 35 องศาละติจูด มีแนวชายฝั่งทะเลและชายหาดที่มีความสวยงามไม่เหมือนที่ใด หน้าผาที่มีรูปทรงแปลกตา และภูเขาซึ่งเหมาะสำหรับกิจกรรมการปีนเขาและชื่นชมทัศนียภาพที่งดงามของเมือง จุดเด่นอีกอย่างของเมืองนี้คือบ่อน้ำพุร้อนที่กระจายอยู่ตามจุดต่างๆ ทั่วเมือง ทิวเขาสูงชันที่ปรากฏเป็นเกาะแก่งแทรกอยู่ในพื้นที่หลายแห่งและเว็ງน้ำที่กว้างใหญ่ของมหาสมุทรก่อให้เกิดเป็นภาพทิวทัศน์ที่งดงามแปลกตา

#### สภาพภูมิอากาศ

ด้วยลักษณะที่ตั้งของเมืองปูซานที่ตั้งอยู่ติดทะเล ทำให้มีสภาพอากาศอบอุ่นกว่าพื้นที่อื่นๆ ในเกาหลี ช่วงเวลาที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ได้แก่ ฤดูใบไม้ผลิและฤดูใบไม้ร่วง ซึ่งมีอากาศอบอุ่นในช่วงฤดูใบไม้ร่วงจะมีภูมิอากาศแบบกึ่งเขตร้อน ฤดูหนาวของปูซาน (เดือนธันวาคมถึงเดือนมีนาคม) อากาศจะอบอุ่นกว่าส่วนอื่นๆ ของประเทศ มีไม่บ่อยนักที่อุณหภูมิจะลดต่ำกว่าจุดเยือกแข็งยกเว้นเดือนมกราคมและเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ที่รักการเล่นสกีและเที่ยวชมวัดต่างๆ ที่ปกคลุมไปด้วยหิมะ หากเป็นไปได้พยายามหลีกเลี่ยงการเดินทางไปเยือนปูซานช่วงเดือนใน

ฤดูร้อน ตั้งแต่ปลายเดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม เนื่องจากในพื้นที่จะมีได้ฝุ่นและลมมรสุมที่รุนแรง

### แหล่งท่องเที่ยวในเมืองปูซาน

- ชายหาดแฮอินแด

ชายหาดแฮอินแด (Haeundae Beach / 해운대해수욕장) เป็นชายหาดที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศเกาหลี คำว่า “แฮอินแด/ Haeundae” ถูกตั้งชื่อโดยนักปราชญ์นามว่า ชอยชีวอน (Choi Chi-Won) ในราชวงศ์ชิลลา ชายหาดมีความยาว 1.5 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่กว่า 58,400 ตารางเมตร และเป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม และงานเทศกาลต่างๆ ตลอดทั้งปี มักเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม) บริเวณชายหาดมีสถานที่จัดไว้เพื่อให้ได้สนุกสนานกับการเล่นพื้นบ้านของเกาหลี ได้แก่ Neollduigi (ยืนกระโดดขึ้นลงบนไม้กระดานแผ่นใหญ่ เหมือนไม้กระดก), Korean wrestling (มวยปล้ำเกาหลี), Tuho (ยิงธนู), Tug-of-war (ชักเย่อ) เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีศูนย์วัฒนธรรม และห้องสมุดชายหาด เป็นต้น



รูปที่ 17 :ชายหาดแฮอินแด

ที่มา : [www.pixabay.com](http://www.pixabay.com) (2558)

- ตลาดซากัลชิ

ตลาดอาหารทะเลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเกาหลี และเป็นหนึ่งในสิบของสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในเมืองปูซาน ในส่วนที่เป็นตลาดกลางแจ้ง มีบรรดาพ่อค้าแม่ค้านำอาหารทะเลสดๆ มาวางขาย ทั้งแบบเป็นๆ และแบบเปิดเป็นร้านปรุงในหลากหลายรูปแบบทั้งทอดและต้ม บริเวณด้านหลังของตลาดกลางแจ้งติดกับท่าเรือ ซึ่งจะมีโอกาสได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองปูซาน จากลานประมูลอาหารทะเลที่เพิ่งขนถ่ายลงมาจากเรือ ไปจนถึงการบรรจุลงกล่อง และขนถ่ายขึ้นไปยังรถของผู้ที่ชนะการประมูลกันเลยทีเดียว ในส่วนที่เป็นอาคาร ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์เด่นใน

แผนที่ท่องเที่ยวของเมืองปูซานนั้น บริเวณชั้นล่างเป็นส่วนของร้านขายของทะเลสดๆ ที่เราสามารถเลือกซื้อ และสั่งปรุงเป็นซาซิมิ พร้อมน้ำจิ้ม แล้วเดินไปนั่งที่บริเวณด้านหลังของอาคารที่ติดกับท่าเรือ นั่งชิมลิ้มลองอาหารทะเลสด พร้อมกับชมวิวของท่าเรือ โดยมีคนงานवलบินวอนเป็นเพื่อนก็ทำให้รู้สึกผ่อนคลายและสนุกไปอีกแบบ สำหรับชั้นสองของอาคารจะเป็นส่วนของอาหารทะเลที่ผ่านการแปรรูปแล้วให้เลือกซื้อมากมาย รวมถึงร้านอาหารทะเลให้เลือกนั่งรับประทานชมวิวทะเลอีกหลายร้าน และที่ชั้นบนสุดของอาคาร จะเป็นส่วนของพิพิธภัณฑ์ฯ และจุดชมวิวทิวทัศน์ของเมืองปูซานในอีกมุมมองหนึ่ง



รูปที่ 18 : แสดงการขายอาหารทะเลของแม่ค้าในตลาดชากัลลชี

ที่มา : [www.airasia.com](http://www.airasia.com) (2015)

#### 4.นโยบาย/มาตรการ

##### 4.1 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 1999

เป็นแผน 5 ปี (ค.ศ. 1999-ค.ศ. 2003) ที่ชื่อว่า “วิสัยทัศน์การท่องเที่ยว 21” ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1999 และมีบทบาทสำคัญซึ่งเป็นกรอบหลักของนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติในเกาหลี โดยเป้าหมายมุ่งเน้นไปที่

1. จัดตั้งเกาหลีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ
2. ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและในประเทศ
3. การสร้างในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบองค์ความรู้พื้นฐาน
4. ส่งเสริมให้ชาวเกาหลีสนใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศ

และต่อมาในพื้นที่ของการพัฒนาการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ที่จะจัดตั้งแผนภายใต้แผนพัฒนา การท่องเที่ยวที่ 2 (ค.ศ. 2002-ค.ศ. 2011) ดังนี้

1. เพื่อให้เกาหลีมีฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจกับการแข่งขันในระหว่างประเทศ
2. เพื่อให้เกาหลีเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่มีการผสมผสานการพัฒนาอย่างกลมกลืนและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
3. เพื่อให้เกาหลีเป็นแหล่งท่องเที่ยวแหล่งเรียนรู้ที่จะสร้างมูลค่าที่สูงขึ้นให้กับแหล่งท่องเที่ยว
4. เพื่อให้เกาหลีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวภายในประเทศ โดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากชาวเกาหลีด้วยกันดังนั้นก็เป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตของชาวเกาหลี
5. เพื่อให้เกาหลีได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่จะช่วยนำไปสู่ในยุคที่เจียบสงบของคาบสมุทรเกาหลี

### กลยุทธ์นโยบาย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของ “วิสัยทัศน์การท่องเที่ยว 21” ที่รัฐบาลกำลังดำเนินแผนงานอยู่บนความคิดริเริ่มดังต่อไปนี้ 1) การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 3) การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว 4) การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบกิจกรรมส่งเสริมการขาย 5) การอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวระดับสากล 6) ประสบความสำเร็จเป็นผู้นำของการจัดงานระดับโลก อย่าง World Cup และ Asian Games 7) มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นผ่านการท่องเที่ยว 8) การขยายตัวของความร่วมมือระหว่างประเทศ และ 9) การแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีได้

### มาตรการนโยบายหลัก

1. มาตรการทางการเมือง : รัฐบาลเกาหลีได้ได้แสดงให้เห็นความสนใจอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยการวางลำดับความสำคัญของนโยบายในการส่งเสริมการขายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปีค.ศ. 1999 โดยกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวได้จัดโครงสร้างองค์กรในการส่งเสริมและสนับสนุนในระดับชาติ ที่ได้รับการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการโฆษณาที่มีลักษณะพิเศษกับการปรากฏตัวของประธานาธิบดี โดยการมีโอกาสที่จะจัดกิจกรรมขนาดใหญ่และโครงการต่างๆเช่น ASEM (Asia Europe Meeting) ในปีค.ศ. 2000 ‘Visit Korea Year’ (ค.ศ. 2001-ค.ศ. 2002), ฟุตบอลโลก 2002 และ Asian Games มีกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2. มาตรการทางเศรษฐกิจ : งบประมาณที่ได้รับมอบหมายให้การท่องเที่ยวโดยรัฐบาลกลางสหรัฐ เป็นจำนวนเงิน 179 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้เป็นโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยองค์กรท้องถิ่นปกครองตนเอง “การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนากองทุน” จะเป็นเงินทุนสำคัญให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ



3. มาตรการทางกฎหมาย : การออกกฎหมายที่สำคัญที่ควบคุมธุรกิจการท่องเที่ยว และการควบคุมการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยว รวมถึงพระราชบัญญัติการส่งเสริมการท่องเที่ยว พระราชบัญญัติส่งเสริมอุตสาหกรรมในการประชุมระดับนานาชาติ และพระราชบัญญัติการให้ความช่วยเหลือในเรื่อง การท่องเที่ยว และมีกฎหมายอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเรียบง่ายของ ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง, การผ่อนปรนกฎระเบียบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการลงทุนต่างประเทศ

#### 4.2 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 2010

ในปีค.ศ. 2008 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยมีการดำเนินการครั้งที่ 1 และการท่องเที่ยวครั้งที่ 2 ในการแข่งขันแผนบังคับใช้ นโยบายขั้นที่ 1 เพื่อการลดภาษีและให้เกิดความผ่อนคลายในกฎข้อบังคับที่จะได้รับการยืนยันในเดือนมีนาคม ปีค.ศ. 2008 และนโยบายขั้นที่ 2 การสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวไปในเดือนธันวาคม ปีค.ศ. 2008

และส่วนหนึ่งของนโยบายเพื่อเสริมสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโครงการนี้จะกล่าวถึง

4.2.1 การนำเสนอแผนสำหรับการลดภาษีและความสะดวกสบายในกฎข้อบังคับของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.2.2 เพิ่มขึ้นในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม / รูปแบบของแหล่งท่องเที่ยวสีเขียว เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นแอ่งน้ำ

4.2.3 เกิดการพัฒนาของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้เจริญเติบโต และการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ที่เด่นที่สุดของเกาหลีใต้

4.2.4 การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นเครื่องหมายสากล ที่มีความปลอดภัยและความสะดวกสบาย

ในปีค.ศ. 2008 มีการประกาศอย่างเป็นทางการของนโยบาย “2010-2012 Visit Korea Year” โดยจุดประสงค์ของการดำเนินงานนี้ คือ เพื่อเน้นภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวเกาหลีรวมทั้งเพิ่มการแข่งขัน การรณรงค์ครั้งนี้คาดว่าจะในปีค.ศ. 2013 จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 10 ล้านคน (ตัวอย่างของนโยบาย “2010-2012 Visit Korea Year”)

### “2010-2012 Visit Korea Year”

กลยุทธ์การส่งเสริมการขายสำหรับ 2010-2012 Visit Korea Year ประกอบด้วย

1. เพิ่มความเข้าใจของภาพลักษณ์ของเกาหลีกับ “Sparkling Korea”
2. การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
3. โพรโมชันทั่วโลก / ประเทศ
4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในภาคส่วนการท่องเที่ยวโดยประชาชนชาวเกาหลี
5. ส่งเสริมให้มากขึ้นถึงที่สุดกับการสร้างทัศนคติที่มีต่อการเดินทาง

“Visit Korea Year” ประสบความสำเร็จ ในปีค.ศ. 2010 นอกจากนี้แผนโปรโมชันร่วมกัน ซึ่งรวมไปถึงการออกงาน Hallyu (คลื่นเกาหลี) ในเทศกาลแห่งโคมไฟร่วมกันของ เกาหลี จีน ญี่ปุ่น, มหกรรมการลดราคาสินค้าของเกาหลี, การตลาดร่วมกับบริษัทชั้นนำระดับโลก โดยภาคเอกชน และการส่งเสริมให้มีการบริการต้อนรับในระดับสากล การรณรงค์นี้คาดว่าจะเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเกาหลีในระดับสากลเช่นเดียวกับการประสบความสำเร็จในการเข้าถึงเป้าหมายของการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 ล้านคน ความสำเร็จของการรณรงค์จะเปิดโอกาส และเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเกาหลี

#### 4.3 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 2012

ในเดือนกรกฎาคม ปีค.ศ. 2010 กระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาและการท่องเที่ยว ร่วมกับ 5 กระทรวงอื่น ๆ รวมถึงกระทรวงการวางแผนและการคลัง ได้ประกาศยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว และการสนทนาการ โดยปีค.ศ. 2014 มีการสร้างแผนออกกลยุทธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ 12 ล้านคน และสร้างแผนงานใหม่ เพื่อเป็นการเพิ่มความต้องการของการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปีเดียวกันถึง 14 วันต่อคน ดังนี้

4.3.1 การกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ด้วยการขยายความต้องการสำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการสร้างอารมณ์ของวันหยุดในเกาหลีภายใต้นโยบาย “Corner to Corner in Korea” โดยการส่งเสริมการใช้จุดเด่นของการท่องเที่ยวสำคัญในแต่ละปี เพื่อความปรารถนาให้ชาวเกาหลีเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเกาหลี สิ่งนี้เป็นตัวช่วยในการเพิ่มมูลค่าของการการท่องเที่ยวในประเทศ

4.3.2 การพัฒนาในส่วนท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาและการท่องเที่ยว ได้เคร่งครัดในการให้ความสนใจกับแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ตัวอย่างความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่นสถานที่ท่องเที่ยว 6 แห่งของราชวงศ์เกาหลีสมัยโบราณ, วัดและที่อยู่อาศัยแบบดั้งเดิม เป็นต้น โดยทางกระทรวงได้สร้าง 8 เว็บไซต์หลัก

เพื่อสร้างแรงดึงดูดให้กับเกาหลีในการเป็นศูนย์กลางของจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

4.3.3 การเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านการตลาดและผ่านการรณรงค์โปรโมชัน “2010-2012 Visit Korea” จากการเปิดตัวการรณรงค์ 2010-2012 เยี่ยมชมเกาหลี ในปีค.ศ. 2010 ได้ถูกปล่อยออกมาแล้วและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จึงเป็นการสร้างประวัติให้เกาหลีมีชื่อเสียงในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเรื่องของความตื่นเต้นและความพึงพอใจ ทำให้เกิดความต้องการที่จะมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ท่ามกลางความน่าสนใจของแผนการรณรงค์ K-pop หรือ Hallyu โปรแกรมละครและภาพยนตร์ที่ได้ทำลงไป ในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่ไม่ซ้ำกัน จะถูกรวมเข้าไปในการรณรงค์การต้อนรับแห่งชาติ

4.3.4 คู่มือให้ความสำคัญมากกับนักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (ไมซ์) และนักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เป็น 3 โปรแกรมที่สำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไมซ์ให้มีผลตอบรับกับความดูแลของแบรนด์ไมซ์สตาร์ของเกาหลี, การส่งเสริมให้เกาหลีเป็นการรณรงค์ระดับโลก จากการที่เกาหลีประสบความสำเร็จในการเป็นเจ้าภาพการประชุมสุดยอดผู้นำ G20 ที่กรุงโซล การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ยังเป็นนโยบายใหญ่ในวาระการประชุมของนโยบายการท่องเที่ยวในปีค.ศ. 2010 เพื่อเพิ่มนักท่องเที่ยวที่มาสำหรับการบริการทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

4.3.5 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวและผลผลิต ทางกระทรวงได้มีการปรับปรุงที่พัก, คนนำทัวร์, แหล่งซื้อสินค้า และเกี่ยวกับอาหารที่จะสร้างความพึงพอใจของโดยตรงให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้รัฐบาลใช้ความพยายามมากขึ้นเพื่อให้คนนำทัวร์มีคุณภาพ โดยการให้การศึกษาแก่เหล่าผู้นำทัวร์ การเพิ่มพูนความรู้ และมีความสามารถในการขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกาหลี สร้างแรงบันดาลใจให้กับลูกค้าในเรื่องคุณภาพการบริการ

#### 4.4 นโยบายการท่องเที่ยวเกาหลีดำเนินการปีค.ศ. 2014

ในเดือนกรกฎาคม ปีค.ศ. 2013 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของเศรษฐกิจที่มีส่วนช่วยในการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กระทรวงวัฒนธรรม การกีฬา และการท่องเที่ยว ได้กล่าวถึงการเริ่มต้นของการจัดตั้งนโยบายก็เพื่อเป้าหมายของความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวเกาหลีในแต่ละปี 16 ล้านคน และเกิดการสร้างงานใหม่ 60,000 งานในปีค.ศ. 2017

โครงการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี มีดังนี้

4.4.1 เพิ่มการขอวีซ่า เพื่อเพิ่มจำนวนตัวเลขนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเกาหลี เกาหลีจึงเพิ่มจำนวนของวีซ่าออกมา



4.4.2 จัดแผนวันหยุดทดแทน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ความคิดริเริ่มใหม่นี้จะทำให้มีการเพิ่มวันหยุดยาวพิเศษออกไปจนถึงเทศกาลฤดูใบไม้ร่วง ซึ่งจะเริ่มในเดือนมกราคม ปีค.ศ. 2014 ระบบแผนใหม่นี้คาดว่าจะเพิ่มจำนวนวันหยุดเฉลี่ย 1.1 วันต่อปี

4.4.3 โปรแกรมคืนภาษีให้กับโรงแรมในปีค.ศ. 2014 นั้นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชำระค่าธรรมเนียมกับโรงแรม จะได้รับการเงินภาษีมูลค่าเพิ่มคืนร้อยละ 10 และเป็นมีผลให้ประเทศได้รับผลกำไรจากค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.8 จากรายได้การท่องเที่ยวเป็นประจำทุกปี

4.4.4 การจัดประชุม สร้างแรงจูงใจ สัมมนาและการจัดนิทรรศการ/กิจกรรม (MICE) ตั้งแต่ปีค.ศ. 2008 รัฐบาลเกาหลีใต้ลงทุนอย่างมากในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) และเพื่อสนับสนุนความก้าวหน้าต่อไปในภาคธุรกิจเหล่านี้ รัฐบาลได้จัดสรรทรัพยากรทางการเงินและการบริหารเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มอุตสาหกรรม(MICE)

4.4.5 การท่องเที่ยวทางการแพทย์ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีจากเหตุผลความต้องการทางการแพทย์ และมีการเพิ่มขึ้นของกลุ่มตลาดที่สำคัญสำหรับในส่วนนี้ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา โดยผู้ป่วยชาวต่างชาติได้รับการรักษาในเกาหลี ซึ่งกระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาและการท่องเที่ยวจะทำงานร่วมกับกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการโดยการสนับสนุนมาตรการซึ่งรวมถึงการจัดตั้งกลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในเมืองแดกู และเมืองโอซองที่เปิดศูนย์สำหรับบริการนักท่องเที่ยวทางการแพทย์

4.4.6 จัดทำเทียบเรืออื่น ๆ เพื่อการล่องเรือตามท่าเรือที่สำคัญ และบริการบ่อนคาลิโน รัฐบาลเกาหลีมีแผน ที่จะสร้าง 8 ท่าเทียบเรืออื่น ๆ อีกมากมายที่มีความสามารถในการจัดการเรือมีน้ำหนักมากกว่า 100, 000 ตัน ในเมืองอินซอน ปูซาน ขอนชู และเจจู นอกจากนี้จะสร้างร้านค้าปลอดภาษี, ศูนย์การค้าและสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณใกล้เคียง โดยบริษัทท้องถิ่นจะอนุญาตให้ชาวต่างชาติเท่านั้นที่เป็นเจ้าของบ่อนคาลิโนบนเรือ

## 5. ปรากฏการณ์ของ “Hallyu” จากเกาหลีใต้ที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน

ช่วงปีที่ผ่านมา ประเทศเกาหลีใต้ได้กลายเป็น ประเทศน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน อันเนื่องมาจากความหลงใหลของพวกเขาต่อ “Hallyu” หรือที่รู้จักกันว่าคลื่นเกาหลี ความนิยมที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในวัฒนธรรม k-pop ของเกาหลีใต้ ตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 1990 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเกาหลีใต้มีการเจริญเติบโตประมาณร้อยละ 40.9 ในแต่ละปี (www.chinesetouristagency.com, 2015)

“Hallyu” คือ กระแสคั้งเกาหลีนำพาความนิยมในวัฒนธรรมของเกาหลีได้สู่ประเทศอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแถบเอเชีย ซึ่งเรียกขานกันว่า “Hallyu” คำๆ นี้เกิดขึ้นในจีน ช่วงกลางปี 1999 โดยนักข่าวชาวปักกิ่งที่สื่อฮากับคลื่นความนิยมในดาราเกาหลีและสินค้าจากเกาหลีที่ถาโถมสู่จีน

กระแสคั้งเกาหลีเริ่มจากละครทีวี อย่างเช่น Winter Sonata และ Jewel in the Palace (แดจังกึม) ที่บุกเข้าสู่ฝั่งตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กระแสคั้งเกาหลีเริ่มขึ้นในปี 1990 จากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาลเกาหลี ผู้สร้างต้องการผลิตภาพยนตร์ตามกฎเกณฑ์ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด นั่นคือจุดกำเนิดของละคร ซึ่งต่อมามีผู้ชมมากมายไม่ใช่แค่ในเกาหลีแต่เป็นทั่วเอเชีย

ความนิยมในตัวนักแสดง นักร้อง และภาพยนตร์จากเกาหลีมีอิทธิพลอย่างสูงและเชื่อมโยงไปถึงวัฒนธรรมด้วย ขณะนี้เกาหลีใต้มีเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นลำดับที่ 13 ของโลก และเป็นตลาดภาพยนตร์ที่ใหญ่เป็นอันดับ 9 ที่สำคัญกว่านั้นทั้งในหนังและละครจะมีการสอดแทรกเรื่องราวของวัฒนธรรมและภูมิทัศน์อันงดงามลงไปด้วย ช่วงหลายปีที่ผ่านมาจึงมีคนให้ความสนใจประเทศเกาหลีเพิ่มมากขึ้น ทั้งด้านภาษา อาหารการกิน แม้แต่ชุดฮันบก ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายประจำชาติของเกาหลี ความสำเร็จดังกล่าวทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มาจากประเทศญี่ปุ่น จีน ฮองกง ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ ประเทศไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย และเวียดนาม (www.bloggang.com, 2551)

## 6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แสงเดือน รตินธร (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11970 หยวน ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาคตะวันออกและภาคใต้ เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติทะเล และชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ

Sanne Leuenhagen Petersen (2009) ได้ศึกษาเรื่อง “Chinese Tourists’ Travel motivations and their resultant preferred travel activities” พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ที่สร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน คือ ความรู้, การหลีกเลี่ยง/ความผ่อนคลาย, ศักดิ์ศรี และความตื่นเต็นจากประสบการณ์/การผจญภัย ปัจจัยการสร้างแรงจูงใจเหล่านี้ ถูกฝังรากลึกในวัฒนธรรมจีน โดยส่วนหนึ่งของแรงจูงใจเกิดจากความพึงพอใจ และความชื่นชอบในกิจกรรมที่เป็นจุดเด่น และกิจกรรมที่ได้ย้อนรอยย้อนอดีตก็เป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

Sangjae Lee, Sungil Jeon, Doyoung Kim (2011) ได้ศึกษาเรื่อง “The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea” พบว่าการเพิ่มแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและคุณภาพโดยทั่วไปเพิ่มขึ้นในค่าใช้จ่าย กระตุ้นการตลาดและการบริการ ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่าน่าสนใจ คุณภาพในการปฏิบัติ คือ ใช้งานน้อย และต้นทุน และไม่ฟุ่มเฟือย ผลการศึกษานี้อาจสร้างมุมมองใหม่ให้กับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ผู้จัดการการท่องเที่ยวควรที่จะมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และการบริการให้นักท่องเที่ยว เพิ่มแรงจูงใจและคุณภาพที่แท้จริง ตัวแทนการท่องเที่ยวในประเทศควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความสนใจและมีแรงจูงใจจากลักษณะเฉพาะของทัวร์ในประเทศเกาหลีโดยเน้นทางด้านวัฒนธรรม, สังคม, ประวัติศาสตร์และประเพณีของเกาหลี ตัวแทนการท่องเที่ยวเกาหลีควรใช้ความระมัดระวังที่จะไม่สร้างความคาดหวังในทัวร์ในประเทศเกาหลีและควรให้มีลักษณะเป็น “ธรรมชาติ” ของทัวร์ในประเทศเกาหลี ควรจะมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ โดยการส่งเสริมความน่าดึงดูดใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของทัวร์เกาหลี ซึ่งรวมถึงการดำเนินการที่หลากหลายของกิจกรรมที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างแคมเปญทางการตลาดต่างๆ การพัฒนาโดยเฉพาะสินค้าทางการท่องเที่ยว สร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดในหมู่ของรัฐบาลกลางกับรัฐบาลท้องถิ่น, ภาคธุรกิจ และการบำรุงรักษาระบบการประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ มันเป็นสิ่งจำเป็นที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานที่ท่องเที่ยวของเกาหลี ผ่านทางสื่อโทรทัศน์หรือวิทยุ ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญที่จะเพิ่มผลผลิตในช่วงที่ความต้องการต่ำ โดยจัดโปรโมชั่น โปรแกรมการเดินทางเป็นพิเศษในตลาดของนักท่องเที่ยวจีน

### บทที่ 3

#### วิธีการศึกษาและดำเนินงาน

การศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้ครั้งนี้ จะแบ่งวิธีการดำเนินงานออกเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งที่มาของข้อมูล
2. วิธีการจัดกระทำข้อมูล
3. วิธีการดำเนินการ
4. วิธี/เทคนิคในการวิเคราะห์
5. เครื่องมือหรือเทคนิคในการนำเสนอ

#### 1. แหล่งที่มาของข้อมูล

1.1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้จะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งจะรวบรวมข้อมูล โดยการจัดทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ถึง อายุ, เพศ ระดับการศึกษา/อาชีพ, มาท่องเที่ยวประเทศ เกาหลีด้วยเหตุผลอะไร, ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี, กิจกรรมหรือแนว เส้นทางที่ไปท่องเที่ยว, ความพึงพอใจเป็นอย่างไรต่อสถานที่หรือเส้นทางที่ไปท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีโดยใช้การสัมภาษณ์ผ่านทาง โปรแกรมจาก Social Network

1.2 ใช้ข้อมูลเชิงทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลในเชิงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาหลี จากองค์การส่งเสริม การท่องเที่ยวเกาหลี ข้อมูลเส้นทาง การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่นิยม จากการสำรวจจาก เว็บไซต์ของบริษัทนำเที่ยวของจีน ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีน จากงาน แพลกเกทัวร์ งานวิจัย สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และสื่อออนไลน์

#### 2. วิธีการจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้จัดทำไปแล้วมาเป็นฐาน กระบวนการคิด โดยการเก็บข้อมูลจากการเขียนบันทึกประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีผ่านทางบล็อกการท่องเที่ยวจำนวน 2 แห่ง คือ [www.mafengwo.cn](http://www.mafengwo.cn) และ [travel.qunar.com](http://travel.qunar.com) ในช่วงเดือนธันวาคม 2558 ถึงเดือนมีนาคม 2559

ซึ่งข้อมูลที่ว่ามาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีด้วยเหตุผลอะไร, ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี, กิจกรรมหรือแนวเส้นทางที่ไปท่องเที่ยว, ความพึงพอใจเป็นอย่างไรต่อสถานที่หรือเส้นทางที่ไปท่องเที่ยว เป็นต้น โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการ Content Analysis

### 3. วิธีการดำเนินการ

วิธีการดำเนินการได้แบ่งข้อมูลเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

3.1 ศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลี จะดำเนินการโดยการวิเคราะห์ร่วมกับการทบทวนนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ในช่วงปี ค.ศ. 1999-ค.ศ. 2014 เพื่อมาเป็นตัวอธิบายถึงตัวเลขแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศเกาหลีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985-ค.ศ. 2014

3.2 ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลี จะดำเนินการโดยดูจากบริษัทนำเที่ยวของประเทศจีนเป็นจำนวน 5 แห่ง คือ บริษัททัวร์ CRIP 携程, บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游, บริษัททัวร์ UZAL.COM 公众旅游, บริษัททัวร์ 驴妈妈旅游 และบริษัททัวร์ 同程旅游 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2559 - มีนาคม 2559 เพื่อดูเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบทั้งความเหมือน และความแตกต่างจากโปรแกรมการท่องเที่ยวของทั้งสามบริษัท โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการ Content Analysis

3.3 ศึกษากิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลี จะดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลจากการเขียนบันทึกประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีผ่านทางบล็อกการท่องเที่ยวจำนวน 2 แห่ง คือ [www.mafengwo.cn](http://www.mafengwo.cn) และ [travel.qunar.com](http://travel.qunar.com) ในช่วงเดือนธันวาคม 2558 ถึงเดือนมีนาคม 2559 จากข้อมูลที่ว่ามาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีด้วยเหตุผลอะไร, ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี, กิจกรรมหรือแนวเส้นทางที่ไปท่องเที่ยว, ความพึงพอใจเป็นอย่างไรต่อสถานที่หรือเส้นทางที่ไปท่องเที่ยว เป็นต้น โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการ Content Analysis

### 4. วิธี/เทคนิคในการวิเคราะห์

ศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีได้ โดยการวิเคราะห์ร่วมกับการทบทวนนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีในช่วงปี ค.ศ. 1999-ค.ศ. 2014 และตัวเลขแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศเกาหลีได้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1984-ค.ศ. 2014 ศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวและแหล่ง

ท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้ และศึกษากิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลีใต้ โดยใช้หลักการวิเคราะห์โดยวิธีการ Content Analysis และนำเสนอในรูปแบบของตาราง, แผนภูมิ เป็นต้น

## 5. เครื่องมือหรือเทคนิคในการนำเสนอ

### 5.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 5.1.1 แบบสัมภาษณ์

#### 5.1.2 แผนที่สถานที่ท่องเที่ยวกรุงโซล, เกาเซจู, และเมืองปูซาน

#### 5.1.3 Microsoft Excel

### 5.2 เทคนิคที่ใช้ในการวิจัย

#### 5.2.1 ตารางเปรียบเทียบ (Content Analysis)

## บทที่ 4

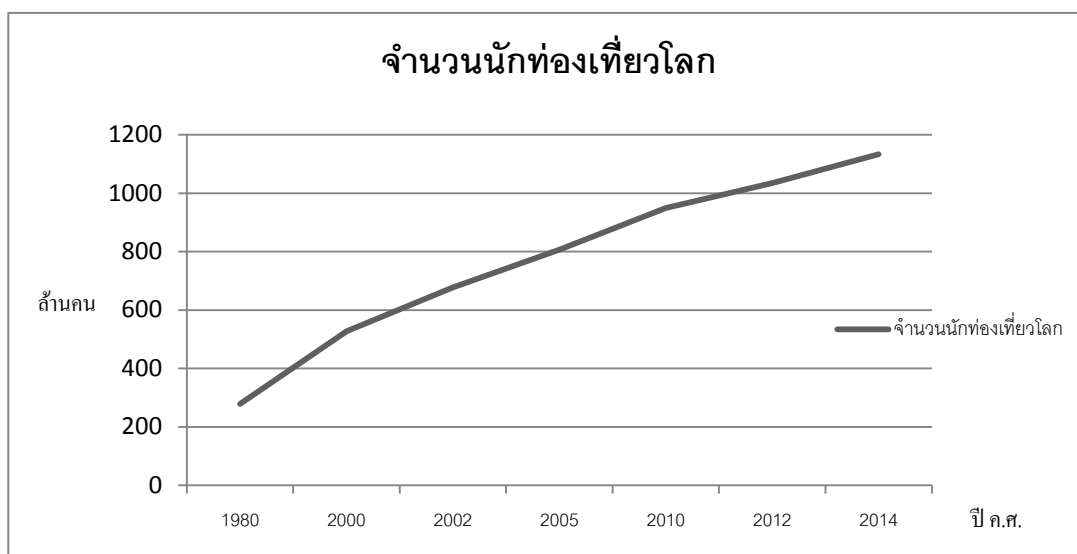
### ผลการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้ประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีใต้ ศึกษาเส้นทาง การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้ และ ศึกษากิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลีใต้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.1 การเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีใต้

การศึกษากการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีใต้ จะดำเนินการ โดยการวิเคราะห์ร่วมกับการทบทวนนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ในช่วงปีค.ศ. 1999-ค.ศ. 2014 เพื่อมาเป็นตัวอธิบายถึงตัวเลขแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศเกาหลีตั้งแต่ปีค.ศ. 1985-ค.ศ. 2014

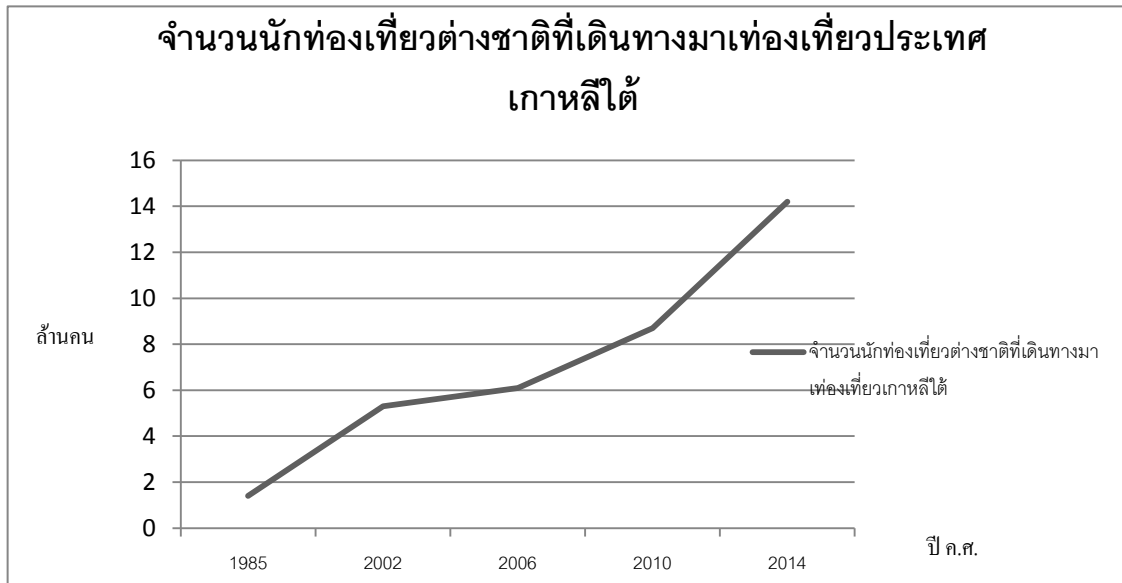
สถานการณ์การท่องเที่ยวระดับโลกมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เห็นได้จากข้อมูลของ UNWTO โดยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี ค.ศ. 1980 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 278 ล้านคน ปี ค.ศ. 1995 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 527 ล้านคน ปี ค.ศ. 2000 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 677 ล้านคน ปี ค.ศ. 2005 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 807 ล้านคน ปี ค.ศ. 2010 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 949 ล้านคน ปี ค.ศ. 2012 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,035 ล้านคน และปี ค.ศ. 2014 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางโดยรวมสูงถึง 1,133 ล้านคน



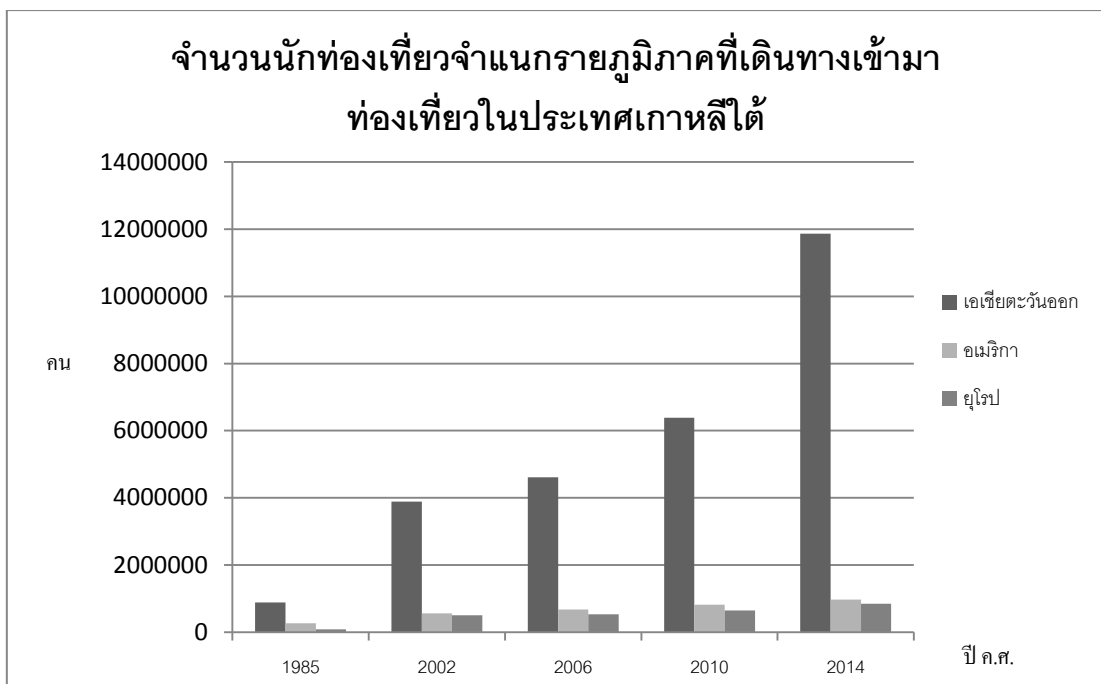
แผนภูมิที่ 1 แสดงจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโลก  
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย โดยคัดแปลงข้อมูลจาก UNWTO (2016)

นอกจากนี้ตลาดที่มีส่วนผลักดันการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวสูงสุด คือ ภูมิภาคยุโรปและเอเชีย โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียตะวันออก ทั้งนี้พบว่าประเทศเกาหลีใต้มีอัตราการเจริญเติบโตจากรายได้การท่องเที่ยวสูงสุดแห่งหนึ่งของโลก อยู่ที่ร้อยละ 21.9 เห็นได้จากข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ของ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ ปี ค.ศ. 1985 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1.4 ล้านคน ปี ค.ศ. 2002 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 5.3 ล้านคน ปี ค.ศ. 2006 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 6.1 ล้านคน ปี ค.ศ. 2010 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 8.7 ล้านคน และในปี ค.ศ. 2014 มีจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมสูงถึง 14.2 ล้านคน โดยมีนักท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเป็นกลุ่มประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้มากที่สุด ลำดับรองลงมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคอเมริกา ยุโรป ตามลำดับ





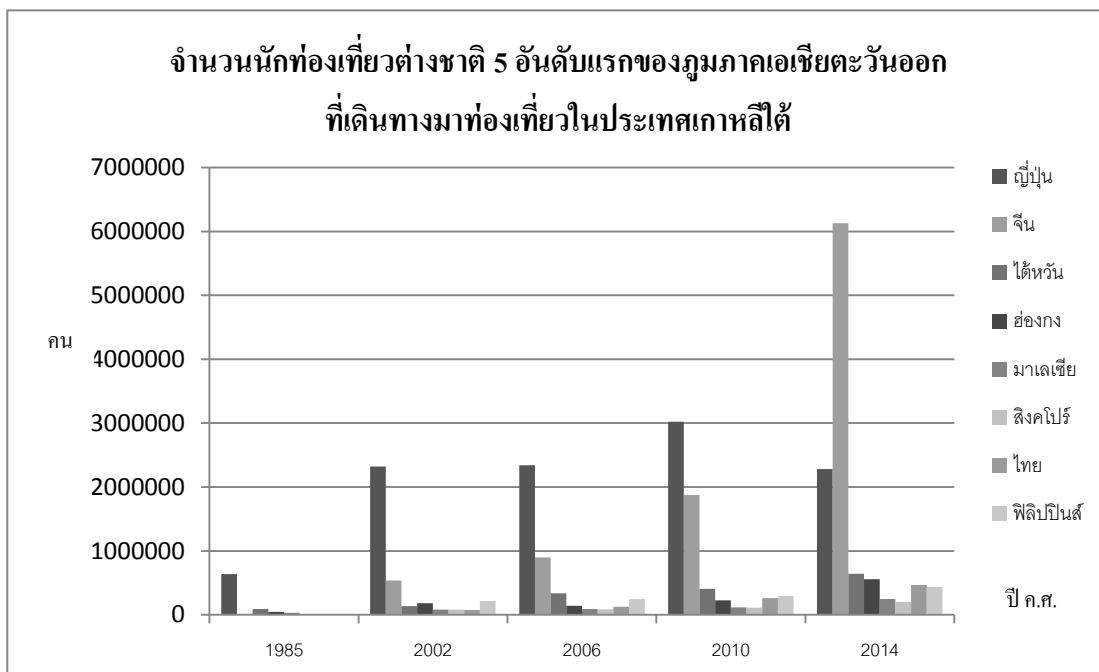
แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้  
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย โดยคัดแปลงข้อมูลจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (2016)



แผนภูมิที่ 3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกรายภูมิภาคที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว  
ในประเทศเกาหลีใต้  
ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย โดยคัดแปลงข้อมูลจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (2016)

โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ ในปี ค.ศ. 1985 ลำดับแรกคือ ญี่ปุ่น มีจำนวนนักท่องเที่ยว 638,941 คน ลำดับที่สองคือ ไต้หวัน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 99,622 คน ลำดับที่สามคือ ฮองกง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 47,110 คน ลำดับที่สี่คือ มาเลเซีย มีจำนวนนักท่องเที่ยว 30,307 คน และลำดับที่ห้าคือ สิงคโปร์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 12,980 คน ในส่วนปี ค.ศ. 2002 มีนักท่องเที่ยวในลำดับแรกคือ ญี่ปุ่น จำนวน 2,320,837 คน ลำดับที่สองคือ จีน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 539,466 คน ลำดับที่สามคือ ฟิลิปปินส์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 215,848 คน ลำดับที่สี่คือ ฮองกง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 179,299 คน และลำดับที่ห้าคือ ไต้หวัน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 136,921 คน

ในปี ค.ศ. 2006 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรกคือ ญี่ปุ่น มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,338,921 คน ลำดับที่สองคือ จีน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 896,969 คน ลำดับที่สามคือ ไต้หวัน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 338,162 คน ลำดับที่สี่คือ ฟิลิปปินส์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 248,626 คน และลำดับที่ห้าคือ ฮองกง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 142,835 คน ส่วนในปี ค.ศ. 2010 ประกอบไปด้วย ลำดับแรกคือ ญี่ปุ่น มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3,023,009 คน ลำดับที่สองคือ จีน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,875,157 คน ลำดับที่สามคือ ไต้หวัน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 406,352 คน ลำดับที่สี่คือ ฟิลิปปินส์ มีจำนวนนักท่องเที่ยว 297,452 คน และลำดับที่ห้าคือ ไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยว 260,718 คน และในปี ค.ศ. 2014 จำนวนนักท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีดังนี้ อันดับแรกเป็นประเทศจีน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 6,126,865 คน ลำดับที่สองคือ ญี่ปุ่น มีจำนวนนักท่องเที่ยว 2,280,434 คน ลำดับที่สามคือ ไต้หวัน มีจำนวนนักท่องเที่ยว 643,683 คน ลำดับที่สี่คือ ฮองกง มีจำนวนนักท่องเที่ยว 558,380 คน และลำดับที่ห้าคือ ไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยว 466,783 คน



แผนภูมิที่ 4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 5 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ที่มา : จัดทำโดยผู้วิจัย โดยคัดแปลงข้อมูลจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (2016)

จากสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ จะเห็นได้ว่า ตั้งแต่เริ่มเก็บข้อมูลในช่วงปี ค.ศ. 1985 กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของเกาหลีใต้ในช่วงนั้นจะเป็นประเทศญี่ปุ่นและไต้หวันอันดับหนึ่งของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ในทุกๆปี จนกระทั่งปัจจุบันกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ได้เปลี่ยนแปลงไปเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเป็นกลุ่มตลาดใหญ่แทนที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นตกไปอยู่ในอันดับที่สองแทน ซึ่งเป็นข้อสังเกตได้ว่าในช่วงหลังมานี้กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนมีบทบาทสำคัญและเป็นกลุ่มตลาดที่ผลักดันในเรื่องการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในแถบประเทศอื่นๆก็ตาม แต่ที่เห็นชัดและเป็นสิ่งที่น่าสนใจคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนได้ให้ความสนใจกับการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มากขึ้นกว่าแต่ก่อน โดยเฉพาะในช่วงปลายปี ค.ศ. 2010 จนถึงช่วงต้นปี ค.ศ. 2014 นี้ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนพากันหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้มากเป็นประวัติการณ์นั้นก็มาจากการที่ประเทศไทยได้มีการส่งเสริมทางการตลาดในเรื่องของอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงในประเทศจีน ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ (ซีรีส์), ภาพยนตร์, เพลง เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างและถ่ายทอดวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และแสดง

ถึงตัวตนความเป็นเกาหลีได้อย่างชัดเจน จนทำให้เกิดคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) ขึ้น และเผยแพร่ออกไปสู่นานาประเทศรวมทั้งประเทศจีนด้วย ซึ่งละครโทรทัศน์ (ซีรีส์) ของทางฝั่งเกาหลีใต้ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มชาวจีน โดยทั่วไปในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ได้แก่เรื่อง You Who Came From the Stars และเรื่อง Reply 1994 ในส่วนของรูปแบบเพลงเกาหลี (K-pop song) และตัวนักร้องเกาหลีเองก็มีบทบาทที่สำคัญมิใช่น้อยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ เห็นได้จากมีนักท่องเที่ยวชาวจีนบางกลุ่มที่มาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ก็เพื่อตามศิลปินดารานักร้องที่พวกเขาชื่นชอบ จึงกลายเป็นผลพลอยได้ที่ตามมานั้นก็คือการได้มาท่องเที่ยวตามสถานที่ที่มีชื่อเสียงต่างๆของเกาหลีใต้ หรือจากการที่ทางหน่วยงานของรัฐได้ใช้ตัวของศิลปินดารานักร้องที่มีชื่อเสียงเป็นที่นิยมและเป็นที่ยอมรับในช่วงเวลานั้นมาเป็นเหตุในการโปรโมทการท่องเที่ยวตามเมืองต่างๆของเกาหลีใต้ ซึ่งดึงดูดความสนใจและทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความชื่นชอบในเรื่องพวกนี้ เกิดความรู้สึกอยากที่จะไปสัมผัสสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆตามเหล่าศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบบ้าง

นอกจากนี้สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกมาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้มากขึ้นนั้น อาจมาจากการมีพวกร้านค้าปลอดภาษีต่างๆ สาเหตุที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะว่าร้านค้าเหล่านี้ช่วยให้ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าต่างๆ ได้จำนวนมากขึ้นแต่จ่ายในราคาที่น้อยลง และได้สินค้าที่ตรงตามรสนิยม ไม่ว่าจะเป็นเครื่องประดับ อัญมณีหรูหราหรือสินค้าแบรนด์เนม ตั้งแต่เครื่องหนัง น้ำหอม เครื่องสำอาง และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นต้น ซึ่งร้านค้าปลอดภาษีของเกาหลีใต้จะมีจุดเด่นอยู่ตรงที่มีให้เลือกได้หลากหลายร้าน ไม่ได้ผูกขาดเพียงร้านเดียวเหมือนอย่างร้านค้าปลอดภาษีในบางประเทศ และที่สำคัญ ร้านค้าปลอดภาษีของเกาหลีใต้จะมีราคาสินค้าที่ถูกกว่าร้านค้าปลอดภาษีในหลายๆประเทศ ซึ่งนี่ก็เป็นสิ่งดึงดูดและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกซื้อสินค้าต่างๆได้ครั้งละจำนวนมาก และได้สินค้าที่มีราคาถูกกว่าร้านค้าปลอดภาษีในประเทศของตนเอง อีกทั้งร้านค้าปลอดภาษีเหล่านี้ไม่ได้มีแค่ภายในสนามบินแต่ละแห่งของเกาหลีใต้เท่านั้น หากยังมีร้านค้าตั้งอยู่แถบใจกลางกรุงโซล หรือตามเมืองต่างๆรอบกรุงโซล โดยเฉพาะตามเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆอีกด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ง่ายและสะดวกสบาย แสดงให้เห็นว่าประเทศเกาหลีใต้มีการวางแผนและการจัดการทางการตลาดในเรื่องของสินค้าได้ดียิ่งขึ้นรู้จักใช้สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆเข้ามาผนวกกับพวกร้านค้าขายสินค้าปลอดภาษี และหากเรามาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ประเภทแบกรูปทัวร์ด้วยแล้ว ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะเข้าร้านค้าปลอดภาษีตามสถานที่ท่องเที่ยว เพราะพวกกรุปทัวร์บริษัทต่างๆกับพวกร้านค้าปลอดภาษีเหล่านี้จะมีข้อตกลงร่วมกันในการต้องพาลูกค้าทัวร์มาเลือกซื้อสินค้าปลอดภาษี จนต้องมีระบุไว้ในรายการทัวร์ของแต่ละบริษัท เรียกได้ว่า ร้านค้าปลอดภาษีของเกาหลีใต้อาจกลายเป็นอีกสถานที่ท่องเที่ยวหนึ่ง

ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อมาเยือนประเทศเกาหลีใต้ก็ต้องมาแวะชมหรือเลือกซื้อสินค้าสักชิ้นติดมือกลับไป มิเช่นนั้นอาจเหมือนกับการมาไม่ถึงประเทศเกาหลีใต้ โดยสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้ก็เป็นตัวผลักดันให้ภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้ขยายตัวอยู่ในระดับที่ดีมาก



รูปที่ 19 : ละครโทรทัศน์เรื่อง You Who Came From the Stars

ที่มา : [www.kodhit.com](http://www.kodhit.com) (2559)



รูปที่ 20 : ละครโทรทัศน์เรื่อง Reply 1994

ที่มา : [itsnikeworld.tumblr.com](http://itsnikeworld.tumblr.com) (2016)



รูปที่ 21 : ภาพแสดงนักแสดงสาว Jun Ji-hyun ได้รับการแต่งตั้งเป็นทูต  
ประจำองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี  
ที่มา : [english.visitkorea.or.kr](http://english.visitkorea.or.kr) (2016)



รูปที่ 22 : ภาพแสดงนักร้อง Jung Yonghwa จากวง CN BLUE ได้รับการแต่งตั้งเป็นทูตประจำงาน  
Busan 'One Asia' Festival เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เมืองปูซาน ประเทศเกาหลีใต้  
ที่มา : [m.busan.go.kr](http://m.busan.go.kr) (2016)



รูปที่ 23 ร้านค้าปลอดภาษีในประเทศเกาหลีใต้

ที่มา : [www.koreaherald.com](http://www.koreaherald.com) (2016)



รูปที่ 24 ภาพแสดงนักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าปลอดภาษีในประเทศเกาหลีใต้

ที่มา : [asia.nikkei.com](http://asia.nikkei.com) (2016)

จากการวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีร่วมกับการทบทวนนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีในช่วงปีค.ศ.1999 - ค.ศ. 2014 เพื่อมาเป็นตัวอธิบายถึงตัวเลขแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศเกาหลีตั้งแต่ปี ค.ศ. 1985-ค.ศ. 2014 พบว่าตั้งแต่ปีค.ศ. 1999-2003 ในช่วงที่มีการเริ่มนโยบายวิสัยทัศน์การท่องเที่ยว 21 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 5,045,802 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเป็น 6,249,720 ดอลลาร์สหรัฐต่อมาในปีค.ศ. 2002-2011 มีการเพิ่มมาขึ้นนโยบายชื่อ การท่องเที่ยวที่ 2 ผลปรากฏว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 6,587,871 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเป็น 5,483,700 ดอลลาร์สหรัฐ และหลังจากนี้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามช่วงนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนี้



ในช่วงปีค.ศ. 2010-2012 มีการออกนโยบาย “2010-2012 Visit Korea Year” ผลปรากฏว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 9,910,827 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเป็น 12,055,470 ดอลลาร์สหรัฐในช่วงปีค.ศ. 2012-2013 มีการออกนโยบายการท่องเที่ยวปี 2012 ผลปรากฏว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 11,657,789 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเป็น 13,986,555 ดอลลาร์สหรัฐ แต่เมื่อปีค.ศ. 2014 ซึ่งได้มีการออกนโยบายการท่องเที่ยวปี 2014 ผลปรากฏว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 14,201,516 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยเป็น 18,062,000 ดอลลาร์สหรัฐ จะเห็นได้ว่าช่วงนโยบายในปี ค.ศ. 2010 ถือได้ว่าเป็นช่วงเริ่มต้นการท่องเที่ยวของเกาหลีที่เข้าสู่ขาขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่มากนักกลับมาเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งถึงปัจจุบัน

เป็นสิ่งที่วิเคราะห์ได้ว่า เนื่องจากในช่วงปี ค.ศ. 2008 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีได้ รวมถึงรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวมีอัตราที่เพิ่มขึ้นแต่ก็ยังไม่สูงมากตามที่กระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยวของเกาหลีได้ได้ตั้งเป้าไว้ ดังนั้นทางภาครัฐของเกาหลีและผู้ที่เกี่ยวข้องจึงได้ร่วมกันออกนโยบายใหม่ขึ้นมา เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาหลีได้ให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ซึ่งได้ออกนโยบายที่มีชื่อว่า “2010-2012 Visit Korea Year” โดยจะมีการเริ่มการรณรงค์แผนนี้ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2010 เป็นต้นมาจนเมื่อหมดช่วงระยะเวลาของการรณรงค์ในแผนนี้ มีผลปรากฏว่าประสบความสำเร็จอย่างคาดไม่ถึงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะเพิ่มขึ้นเท่านั้น หากยังมีจำนวนที่สูงมากกว่าช่วงก่อนหน้านี้เป็นอย่างมากเรียกได้ว่ามีผลสัมฤทธิ์ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจน



รูปที่ 25 ภาพแสดงสัญลักษณ์ของการโปรโมท “2010-2012 Visit Korea Year”

ที่มา : dearmarintan.wordpress.com (2016)



ที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะจากการรณรงค์ Visit Korea Year โดยการเพิ่มความเข้าถึงของ ภาพลักษณ์ของเกาหลีด้วย Sparkling Korea เป็นแคมเปญที่แสดงถึงพลังแห่งความสุขของคน เกาหลีและวัฒนธรรมในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปท่องเที่ยวจะได้รับ ประสบการณ์อันแสนวิเศษในการมาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้ การพัฒนาแพคเกจทัวร์เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวเข้าระหว่างประเทศ การส่งเสริมโปรโมชั่นการท่องเที่ยวในแบบที่ทั่วโลกยอมรับ อาทิ เช่น การจัดมหกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลี ที่เรียกว่า Korea Grand Sale, มีการเลือกห้องพักของ โรงแรม ซึ่งถ้าเลือกพักไว้ 3 หรือ 4 คืนจะได้รับสิทธิพิเศษในการพักผ่อนเพิ่ม ไปอีก 1 คืนฟรี ซึ่งโปรโมชั่นนี้เรียกว่า One More Night Promotion และมีการบริการรถรับส่งฟรีไป ยังจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไปท่องเที่ยวตามเมืองต่างๆ เช่น เมืองปูซาน, เมืองคยองจู และเมืองจอนจู เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในภาคการท่องเที่ยว โดยประชาชนเกาหลี โดยการส่งเสริมให้มีทัศนคติที่ดีและมีความซับซ้อนขึ้นต่อการเดินทาง



รูปที่ 26 ภาพแสดงสัญลักษณ์ของแคมเปญ Sparkling Korea

ที่มา : koreasparkling.exteen.com (2016)



รูปที่ 27 ภาพแสดงการโปรโมท Korea Grand Sale ในปีค.ศ. 2012

ที่มา : [english.visitkorea.or.kr](http://english.visitkorea.or.kr) (2016)



รูปที่ 28 ภาพแสดงรถ K-Shuttle ที่ให้บริการสำหรับนักท่องเที่ยว ช่วงในตลอดทั้งปีค.ศ. 2012

ที่มา : [english.visitkoreayear.com](http://english.visitkoreayear.com) (2016)

จะเห็นได้ว่าในปีค.ศ. 2014 ตั้งแต่เริ่มนโยบายนี้ผลสัมฤทธิ์(ตัวชี้วัด) การเจริญเติบโตมีจำนวนที่เพิ่มสูงที่สุดเท่าที่เคยมีการออกนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีตั้งแต่อดีตเป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งนั่นเป็นสิ่งที่บอกได้ว่า ในช่วงปีค.ศ. 2014จนถึงปัจจุบันนี้ ประเทศเกาหลีได้ประสบความสำเร็จในเรื่องของการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยวในประเทศไทยเกาหลี โดยในปีค.ศ. 2014 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีได้ประกาศสโลแกนใหม่คือ Imagine Your Korea พร้อมกับได้ออกกิจกรรมที่เปิดประสบการณ์ สัมผัสความสวยงามและวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีได้ กับแคมเปญที่มีชื่อว่า To:ur Imagination ซึ่งจัดขึ้นเพื่อประชาสัมพันธ์มนต์เสน่ห์ของประเทศเกาหลีได้พร้อมด้วยการมอบรางวัลทริปท่องเที่ยวเกาหลีได้

อันแสนพิเศษ โดยผู้โชคดียะได้รับการคัดเลือกผ่านกิจกรรมออนไลน์จากการโหวตวีดีโอท่องเที่ยวเกาหลีได้พร้อมประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้คนมาท่องเที่ยวยังเกาหลีได้เพิ่มขึ้น โดยมีเหล่าคนดังที่มีชื่อเสียงมากมายทั้งจากประเทศไทย, ญี่ปุ่น, จีน และสหรัฐอเมริกา ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมพิเศษในครั้งนี้ ภายใต้รูปแบบที่จะพาทุกคนไปอัปเดตเทรนด์ล่าสุดของชาวเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอางหรือซีรีส์สุดฮิต ดังเช่น มารี ไอ้ เมาร็อ นักแสดงจากประเทศไทย ที่ได้มีโอกาสเดินทางมาอัปเดตเทรนด์แฟชั่นสุดชิคที่เกาหลีได้ มารี ไอ้มีโอกาสเดินทางไปเยี่ยมชมและช้อปปิ้งสินค้าแฟชั่นในย่านช้อปปิ้งยอดนิยมเช่น Heyri, Samcheong-dong และ Garosu-gil หรือจะเป็นนักแสดงจากประเทศจีน Jiang Xin ได้ท่องเที่ยวเยือนรอยละครดัง “My Love from the Star” ที่สวนสาธารณะบนเกาะ Jangsado และที่หอคอยกรุงโซล (N Seoul Tower) ที่พระเอกและนางเอกได้ออกเดทด้วยกัน นอกจากนี้เธอยังได้ไปที่ย่านเมียงดงเพื่อช้อปปิ้งเสื้อผ้าแฟชั่นและเครื่องสำอาง ที่จอนจิสยองนางเอกของเรื่องไว้

Imagine  
your  
Korea

รูปที่ 29 ภาพแสดงสโลแกน Imagine your Korea ที่ออกโดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี  
ที่มา : [www.korea.net](http://www.korea.net) (2016)



รูปที่ 30 ภาพแสดงการโปรโมทสโลแกน Imagine your Korea โดยผ่านตัวนักร้องชื่อดังของเกาหลี  
ที่มา : [www.logonews.cn](http://www.logonews.cn) (2016)



รูปที่ 31 ภาพของแคมเปญ To:ur Imagination โดยมีมาริโอ้ เมาเร่อ นักแสดงจากประเทศไทยเข้าร่วมแคมเปญนี้ด้วย

ที่มา : [www.soompi.com](http://www.soompi.com) (2016)



รูปที่ 32 ภาพของแคมเปญ To:ur Imagination โดยมี Jiang Xin นักแสดงจากประเทศจีนเข้าร่วมแคมเปญนี้ด้วย

ที่มา : [www.soompi.com](http://www.soompi.com) (2016)

การอำนวยความสะดวกในเรื่องการขอวีซ่าที่เพิ่มขึ้น ในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติหน่วยงานของเกาหลีจะเพิ่มจำนวนของการขอวีซ่าในหลายรายการ เช่น ชาวจีนที่อาศัยอยู่ในกรุงปักกิ่งและเซี่ยงไฮ้, หน่วยงานเทศบาลและนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยของจีน อีกทั้งยังรวมไปถึงนักท่องเที่ยวจากในแถบกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เคยมาเยือนเกาหลีได้โดยไม่เกินกำหนดที่ผิดกฎหมายใด ๆ จะได้รับวีซ่า 1 ปีเมื่อเดินทางมาถึง อีกทั้งให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางการแพทย์ จากการจัดเทศกาลการท่องเที่ยวทางการแพทย์ของเกาหลีที่รัฐอานฮูดาบี ที่ไม่เพียงแต่มุ่งเน้นไปที่ความสามารถทางการแพทย์ของประเทศเกาหลีหากยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่สวยงาม ซึ่งประเทศเกาหลีมีโรงพยาบาลที่แตกต่างกันอยู่ภายในประเทศ แต่ละโรงพยาบาลจะให้ความพิเศษและแตกต่างกันไปในด้านการแพทย์ นอกจากนี้ยังมีการให้คำปรึกษาทางการแพทย์

อีกด้วย ซึ่งเป้าหมายของงานเทศกาลท่องเที่ยวทางการแพทย์ของเกาหลี คือการเสริมสร้างความผูกพันและมิตรภาพระหว่างรัฐอาบูดาบีและประเทศเกาหลี ในความหวังที่จะสร้างการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมให้มากขึ้นในปีต่อๆมา



รูปที่ 33 ภาพแสดงเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวทางการแพทย์ของเกาหลีที่รัฐอาบูดาบี  
ที่มา : abudhabievents.ae (2016)

นอกจากนี้ในปีค.ศ. 2014 ทางกระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาและการท่องเที่ยวของเกาหลีได้ร่วมกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาหลีจัดกิจกรรมเฉลิมฉลองเพื่อเป็นเครื่องหมายยืนยันว่าในปีค.ศ. 2014 เกาหลีได้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนถึง 14 ล้านคน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเกิน 14 ล้านคนนี้เป็นผลจากความพยายามร่วมกันจากภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเกาหลีเพื่อให้บริการที่ดี และมีการสนับสนุนจากรัฐบาลในส่วนของภาคการท่องเที่ยว ซึ่งได้ถูกส่งเสริมให้เป็นหนึ่งในห้าภาคบริการหลักของเกาหลีได้ อีกทั้งภายในงานได้มีการมอบโล่ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติคนที่ 14 ล้านที่เดินทางเข้ามาในประเทศเกาหลีได้ในช่วงปี ค.ศ. 2014 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางพาแม่ของเขามาเพื่อเข้ารับการรักษาการผ่าตัดหัวใจที่ประเทศเกาหลีได้อีกด้วย จากนโยบายและกิจกรรมต่างๆเหล่านี้ที่ทางหน่วยงานของเกาหลีได้ได้พยายามผลักดันสนับสนุนในเรื่องของการท่องเที่ยวของเกาหลีได้จนในที่สุดในปี ค.ศ. 2014 เกาหลีได้ประสบความสำเร็จอย่างมากจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนเกินจำนวนที่ตั้งเป้าไว้ และคาดว่าในปีต่อๆมาจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในเกาหลีได้มีจำนวนที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ





รูปที่ 34 ภาพแสดงกิจกรรมเฉลิมฉลองที่เกาหลีใต้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนถึง 14 ล้านคน

ในปี ค.ศ. 2014

ที่มา : [www.korea.net](http://www.korea.net) (2016)



รูปที่ 35 ภาพแสดงรัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรม การกีฬาและการท่องเที่ยวได้มอบโล่ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนและแม่ของเขา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยือนประเทศเกาหลีใต้

คนที่ 14 ล้านในปี ค.ศ. 2014

ที่มา : [www.korea.net](http://www.korea.net) (2016)

สรุปการศึกษาดังกล่าว จากการศึกษาที่ทางเกาหลีใต้ไปรโมทการท่องเที่ยวมายาวนานและต่อเนื่อง มีเป้าหมายที่ชัดเจนโดยเฉพาะการทำให้นโยบายทางการท่องเที่ยวนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออก อันเนื่องมาจากการใช้สื่อบันเทิงต่างๆที่มีอิทธิพลต่อคนในแถบเอเชียตะวันออกซึ่งมีพฤติกรรมบริโภคทางวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกันให้หันมาสนใจและทำความรู้จักกับประเทศเกาหลีมากยิ่งขึ้น เกิดความรู้สึกง่ายต่อการซึมซับวัฒนธรรมใหม่ๆภายในภูมิภาคเดียวกัน การใช้สื่อบันเทิงเหล่านั้นมาเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลี รวมไปถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามต่างๆ การใช้สถานที่ท่องเที่ยวเป็นจุดขายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมและสัมผัสกับประสบการณ์จริง ด้วยการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวให้มีภาพลักษณ์ที่แปลกใหม่ มีมนต์เสน่ห์อันน่าหลงใหล และมีเอกลักษณ์ตามแบบสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ทำให้ชาวต่างชาติเกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจในทุกครั้งที่มาเยือนประเทศเกาหลี และหลงใหลกับความเป็นเกาหลีโดยไม่รู้ตัว

#### 4.2 ศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้

การศึกษาเส้นทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลี จะดำเนินการโดยดูจากบริษัทนำเที่ยวของประเทศจีนเป็นจำนวน 5 แห่ง คือ บริษัททัวร์ CRIP 携程 , บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游, บริษัททัวร์ UZAI.COM 公众旅游, บริษัททัวร์ 驴妈妈旅游 และบริษัททัวร์ 同程旅游 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2559 - มีนาคม 2559 เพื่อดูเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และนำข้อมูลมาเปรียบเทียบทั้งความเหมือน และความแตกต่างจากโปรแกรมการท่องเที่ยวของทั้ง 5 บริษัท โดยใช้หลักการวิเคราะห์เนื้อหาโดยวิธีการ Content Analysis

จากการวิเคราะห์เส้นทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้ โดยดูจากบริษัทนำเที่ยวของประเทศจีนทั้งหมด 5 แห่ง คือ บริษัททัวร์ CRIP 携程 , บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游, บริษัททัวร์ UZAI.COM 公众旅游, บริษัททัวร์ 驴妈妈旅游 และบริษัททัวร์ 同程旅游 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2559 - มีนาคม 2559 โดยแบ่งออกเป็น 3 ภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาคโซล, ภูมิภาคเชจู และภูมิภาคปูซาน ซึ่งมีสถานที่สำคัญๆ คือ ภูมิภาค โซล มีพระราชวังคยองบกุง, ซองวาแด, N Seoul Tower, สวนสาธารณะนัมซาน,

Lotte World, Myeongdong Street, พิพิธภัณฑ์สำหรับวัยเก๋าหลี, Ginseng Center และ Lotte Duty Free ภูมิภาคเซจู ได้แก่ Seongsan Ilchulbong และ Seongeup Folk Village ภูมิภาคปูซาน มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ Haeundae Beach, Nurimaru APEC House, BIFF Square, และ Shinsegae Duty Free (Busan) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. ภูมิภาคโซล

กรุงโซลมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 27 แห่ง ซึ่งแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมจำนวน 7 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางด้านนันทนาการจำนวน 11 แห่ง ร้านค้าจำนวน 9 แห่ง และการแสดงโชว์จำนวน 1 แห่ง โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาท่องเที่ยวที่กรุงโซลมีจำนวน 6 แห่ง คือ

- พระราชวังคยองบกกุง หรือ Gyeongbokgung Palace

พระราชวังคยองบกกุง เป็นพระราชวังหลักของราชวงศ์โชซอน ถูกสร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1395 ในสมัยของกษัตริย์แทจง (Taejong) ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งราชวงศ์โชซอน ก่อนจะถูกเผาไหม้ในช่วงที่ถูกประเทศญี่ปุ่นรุกรานในปี ค.ศ. 1592 และคงเหลือไว้เพียงซากปรักหักพัง ก่อนที่ห้องกว่า 7,700 ห้องในเขตพระราชวัง จะได้รับการฟื้นฟูและกู้คืนโดยผู้นำที่ชื่อ ฮึงซอน แดวอนกุน (Heungseon Daewongun) ในปี ค.ศ. 1868 ในสมัยของกษัตริย์โกจง (Gojong) ผู้ซึ่งเป็นจักรพรรดิองค์แรกของเกาหลี



รูปที่ 36 : พระราชวังคยองบกกุง หรือ Gyeongbokgung Palace ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมของเหล่านักท่องเที่ยว

ที่มา : krcalove.wordpress.com, www.flickrriver.com (2016)



นอกจากนี้ยังมีการแสดงพิธีการผลัดเปลี่ยนเวรยาม จะมีการจัดแสดงขึ้นทุกวัน เป็นรอบๆ มีรอบ 10:00, 13:00, 15:00 รอบละ 20 นาที โดยจะแสดงที่บริเวณลานหน้าประตู อึงแนมุน ส่วนด้านนอกตรงประตูควางฮวามุน ก็จะมีการแสดงการเปลี่ยนเวรเฝ้าประตูด้วยเช่นกัน มีรอบต่างจากพิธีเปลี่ยนเวรยามคือ 11:00, 14:00, 16:00 รอบละ 10 นาที และอีกหนึ่งสถานที่ที่เป็นจุดเด่นของที่นี่ นั่นคือ ศาลากลางน้ำ หรือ คยองเฮรู (Gyeonghoeru) เป็นห้องโถงที่ใช้จัดงานเลี้ยง หรืองานพระราชพิธีต่างๆ ที่พิเศษและสำคัญของกษัตริย์ในสมัยราชวงศ์โชซอน สร้างขึ้นในปีค.ศ. 1867 บนทะเลสาบ ซึ่งปกติแล้วไม่อนุญาตให้เข้าไปชมด้านในได้ แต่ตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน ถึงวันที่ 31 ตุลาคม 2015 ทางเกาหลีจะเปิดให้เข้าชมฟรี

**\*\*หมายเหตุ**

- เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ วันที่อุณหภูมิต่ำกว่า -10 องศา และเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม วันที่อุณหภูมิสูงกว่า 30 องศา ยังคงมีการแสดงเต็มรูปแบบ แต่จำนวนทหารจะลดลง
- วันที่สภาพอากาศไม่ดี เช่น ฝนตก หรือหิมะตก จะงดการแสดงพิธีผลัดเปลี่ยนเวรยาม และคงเหลือเพียงการแสดงเปลี่ยนเวรเฝ้าประตูที่ด้านหน้าประตูควางฮวามุนเพียงอย่างเดียว
- งดการแสดงทั้งหมดในวันอังคาร เพราะพระราชวังปิด



รูปที่ 37: ภาพแสดงพิธีการผลัดเปลี่ยนเวรยามที่บริเวณลานหน้าประตูอึงแนมุน

และประตูควางฮวามุน พระราชวังคยองบกกุง

ที่มา : [techtravelandtuna.com](http://techtravelandtuna.com) (2016)



รูปที่ 38 : ศาลากลางน้ำ หรือ คยองเฮรู(Gyeonghoeru) ที่เป็นอีกหนึ่งสถานที่หนึ่งที่เป็นจุดเด่น  
ในพระราชวังคยองบกุง  
ที่มา : rjkoehler.tumblr.com (2016)

- ชองวาแด (Blue House)

Blue House หรือที่คนเกาหลีเรียกว่า **청와대** (ชองวาแด) ที่แปลตรงตัวว่า “เรือนสีฟ้า” นั้น (มาจากหลังคาที่มุงด้วยกระเบื้องสีฟ้า) คือทำเนียบของประธานาธิบดีเกาหลีใต้ ซึ่งที่นี่เป็นทั้งที่อยู่อาศัยและที่ทำงานของประธานาธิบดี ด้านในมีด้วยกันหลายอาคาร บนพื้นที่ขนาดใหญ่ถึง 250,000 ตารางเมตร และมีสวนสีเขียวขจี ที่นี่เรียกได้ว่ามีทัศนียภาพที่สวยงาม ชองวาแดนั้นตั้งอยู่ทางเหนือของพระราชวังคยองบกุง ที่ด้านหลังทำเนียบจะมองเห็นภูเขาที่มีลักษณะเหมือนมังกรนอนหมอบอยู่รวมถึงหากมองในมุมสูง จะเห็นว่าที่ด้านหน้าของชองวาแด มีแม่น้ำฮันไหลผ่าน ทำให้ที่ตรงนี้เป็นจุดที่มีวิวสวยที่สุดที่สุดในกรุงโซล ตามความเชื่อเรื่องฮวยจู้ยของคนเกาหลีเหมือนอย่างความเชื่อของคนจีน



รูปที่ 39 : ทำเนียบประธานาธิบดีชองวาแด (Blue House) ซึ่งเป็นจุดที่มีวิวสวยที่สุดที่สุดในกรุงโซล  
ที่มา : eastasiaintel.com (2016)



รูปที่ 40: ภาพแสดงบริเวณหน้าทำเนียบประธานาธิบดีของวาแด (Blue House) กรุงโซล  
ที่มา : [ssl.panoramio.com](http://ssl.panoramio.com) (2016)



รูปที่ 41 : ภาพแสดงการรักษาความปลอดภัยทั้งการ์ดและตำรวจที่เฝ้าหน้าทำเนียบของวาแด  
ที่มา : [www.freepressers.com](http://www.freepressers.com) (2016)

บริเวณภายในยังเป็นที่ตั้งของอนุสาวรีย์รูปนกฟีนิกซ์ ที่เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นนิรันดร์อีกด้วย เพราะไม่ว่ามันจะตายไปที่ครั้ง ก็สามารถฟื้นคืนชีพได้เสมอ เปรียบเหมือนประเทศเกาหลี ที่ไม่ว่าจะเจอสงครามจนประเทศต้องแตกแยก หรือต้องล้มลงแค่ไหน ประเทศของเขาก็จะยังคงอยู่ และลุกขึ้นต่อสู้ได้อีกครั้ง ช่างๆ รูปปั้นนกฟีนิกซ์ ก็มีปฏิมากรรมที่เป็นรูปครอบครัวคือ พ่อ แม่ ลูก นั่งอยู่ด้วยกัน เป็นการสื่อความหมายที่ทางรัฐบาลได้สร้างไว้เพื่อย้ำเตือนประชาชน และสนับสนุนให้ชาวเกาหลีมีครอบครัว และรักครอบครัวของตนเอง รวมถึงมีสวนดอกมูกุงฮวา หรือ Rose of Sharon ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาติของเกาหลี ออกดอกงดงามในช่วงฤดูใบไม้ผลิอีกด้วย

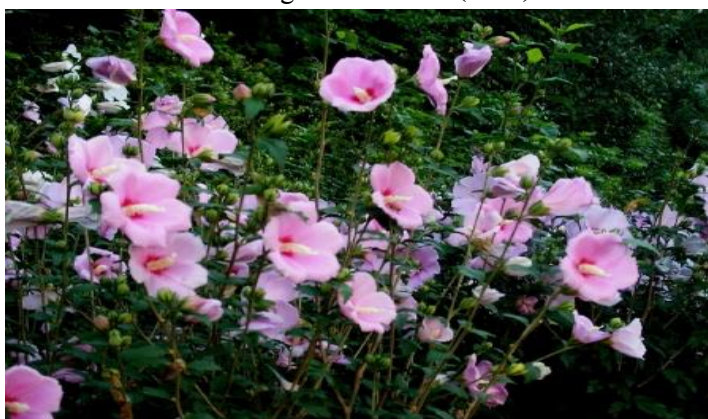


**\*\*หมายเหตุ**

- เนื่องจากที่นี่มีระบบรักษาความปลอดภัยแน่นหนา หากขับรถผ่าน จะไม่ได้รับการอนุญาตให้ถ่ายภาพหรือถ่ายวิดีโอใดๆ สำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ก็ยื่นถ่ายภาพไกลๆได้แค่นอกรั้วเท่านั้น ซึ่งจะเปิดให้เข้าได้ทุกวัน เวลา 09:00-18:00 ยกเว้นวันจันทร์ สำหรับใครที่อยากจะเข้าไปชมด้านในของววาแด ที่นี่เปิดให้สำหรับประชาชนสามารถเข้าไปชมด้านในได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย แต่จะต้องจองคิวเพื่อให้ไกด์ของที่นี่พาชมเท่านั้นไม่สามารถเดินชมได้เอง สามารถจองออนไลน์ได้ด้วยตนเองที่ [english1.president.go.kr](http://english1.president.go.kr) โดยเลือกวันและเวลาที่เรต้องการเข้าชม มี 4 รอบคือ 10:00, 11:00, 14:00, 15:00 แต่ละรอบแต่ละวัน จะจำกัดจำนวนคน และต้องจองล่วงหน้า 3 สัปดาห์ มีให้บริการทุกวัน ยกเว้นวันอาทิตย์ และวันจันทร์



รูปที่ 42 : อนุสาวรีย์รูปนกฟีนิกซ์ ที่เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นนิรันดร์ และประติมากรรมรูปครอบครัวที่สนับสนุนให้ชาวเกาหลีมีครอบครัว และรักครอบครัวของตนเอง บริเวณภายในของววาแด (Blue House)  
ที่มา : [geolocation.ws](http://geolocation.ws) (2016)



รูปที่ 43 : ภาพแสดงดอกมูกุงฮวา หรือ Rose of Sharon ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำชาติของเกาหลี  
ที่มา : [news.suwon.ne.kr](http://news.suwon.ne.kr) (2016)

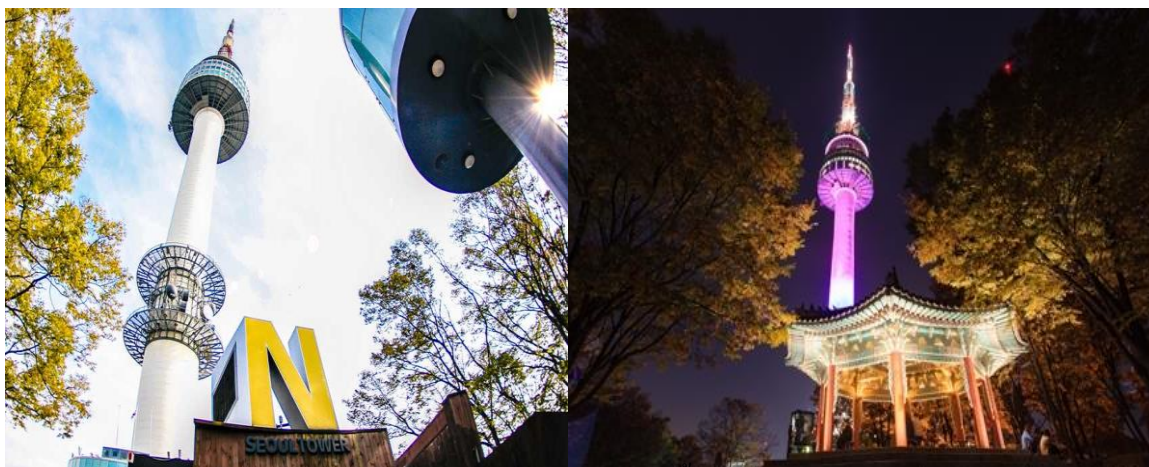
- N Seoul Tower

โซลทาวเวอร์ หรือ N Seoul Tower (N 서울타워) เป็นจุดชมวิวของกรุงโซลที่เหมือนว่าเป็นแลนด์มาร์คสำคัญเมื่อมากรุงโซลก็ต้องมาเที่ยวที่นี่ ด้วยความสูง 236.7 เมตร และตั้งอยู่บนยอดเขานัมซาน ทำให้เห็นทัศนียภาพอันงดงามของกรุงโซลและพื้นที่โดยรอบก็มีมุมที่สวยงาม โซลทาวเวอร์เปิดให้เข้าชมมาตั้งแต่วันที่ 15 ตุลาคม ปีค.ศ. 1980 และได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ และในปี ค.ศ. 2005 ก็ได้มีการปรับปรุงสถานที่ใหม่ด้วยงบประมาณถึง 15 พันล้านวอน และเปลี่ยนชื่อเป็น N Seoul Tower ตัวอักษร “N” ย่อมาจากคำว่า “New” และได้มีการนำระบบแสงสีมาใช้ โดยมีการจัดแสดงโชว์แสงสีที่เรียกว่า “Flower of Seoul” ด้วยการฉายไฟขึ้นไปบนหอคอยในทุกๆ คืนตั้งแต่เวลา 19:00-24:00 หากอยากจะมาชมวิวและบรรยากาศน่ารักๆ โรแมนติกของที่นี่ ถ้ามาตอนเย็นๆ ไปจนถึงยามค่ำก็จะดีมาก เพราะจะได้เห็นบรรยากาศทั้งตอนกลางวันและกลางคืน



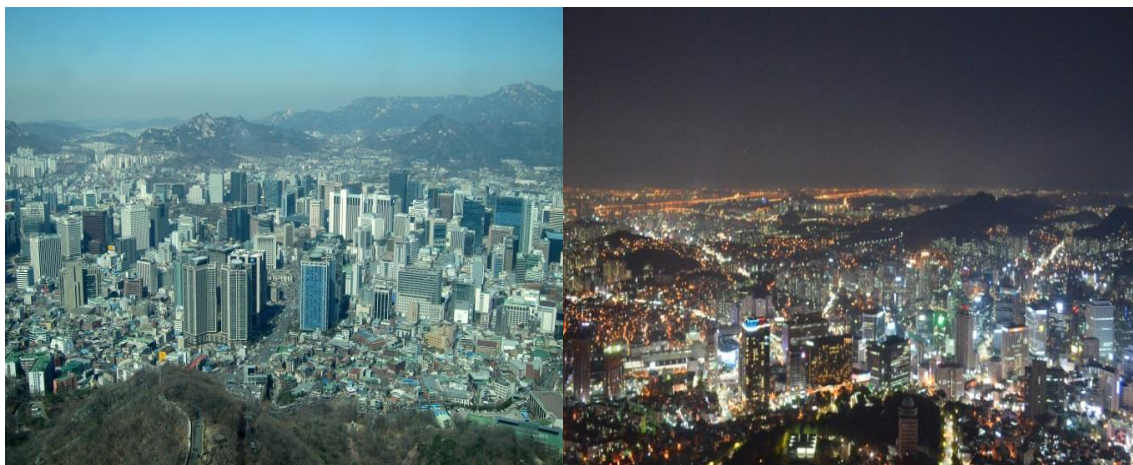
รูปที่ 44 : N Seoul Tower เป็นจุดชมวิวและแลนด์มาร์คที่สำคัญของกรุงโซล

ที่มา : [www.evasion.tv](http://www.evasion.tv) (2016)



รูปที่ 45 : ภาพแสดงบรรยากาศของ N Seoul Tower ทั้งในช่วงกลางวันและกลางคืน

ที่มา : [seoulweathersubwaymap.blogspot.com](http://seoulweathersubwaymap.blogspot.com) (2016)



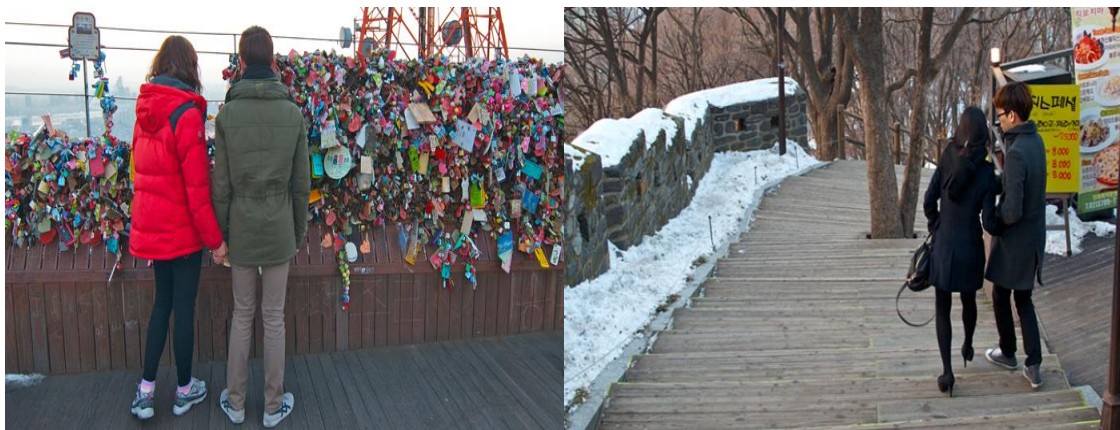
รูปที่ 46 : ภาพแสดงทิวทัศน์ของกรุงโซลที่มองจาก N Seoul Tower ทั้งในช่วงกลางวันและกลางคืน  
ที่มา : [www.ferretingoutthefun.com](http://www.ferretingoutthefun.com), [irene-travelogue.com](http://irene-travelogue.com) (2016)

ไฮไลต์ของ N Seoul Tower ที่คู่รักทุกคู่จะต้องทำอย่างเสียไม่ได้คือ การคล้องกุญแจคู่รัก Love Key Ceremony บนโซลทาวเวอร์ โดยที่จะเขียนข้อความ หรือชื่อของคู่รักไว้บนแม่กุญแจ และก็จะนำแม่กุญแจนี้ไปคล้องกับรั้วเหล็ก ส่วนลูกกุญแจจะโยนทิ้งไป ด้วยความเชื่อที่ว่าหากคู่รักคู่ใดได้มาเยือนและคล้องกุญแจคู่รักกันที่นี่ จะทำให้ความรักของทั้งคู่ยืนยาว ไม่พรากจากกันไปตลอดกาล และไม่ใช่แค่การบอกรักของชาวเกาหลีเท่านั้น ที่ทำให้โซลทาวเวอร์เป็นสถานที่สุดแสนจะโรแมนติก เพราะด้วยบรรยากาศบวกกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ยิ่งทำให้ที่นี่โรแมนติกมากยิ่งขึ้นไปอีก จนกลายเป็นหนึ่งในสถานที่ที่ที่คนเกาหลีจะมาเดทกัน รวมไปถึงเป็นสถานที่ที่ที่คนเกาหลีจะมาสารภาพรัก ขอแต่งงาน บริเวณตรงจุดที่สวยงามที่สุดของที่นี่ก็คือจุดชมวิวนบนหอคอยนั่นเอง



รูปที่ 47 : ภาพแสดงบรรยากาศการคล้องกุญแจคู่รัก Love Key Ceremony  
บริเวณบน N Seoul Tower  
ที่มา : [bittenbythetravelbug.com](http://bittenbythetravelbug.com) (2016)





รูปที่ 48 : ภาพแสดงคู่รักที่มาออกเดทและรวมไปถึงการได้มาคล้องกุญแจคู่รักด้วยกัน

บริเวณบน N Seoul Tower

ที่มา : bittenbythetravelbug.com (2016)

และนอกเหนือไปจากจุดชมวิวแล้ว ที่นี่ยังมีห้องอาหารที่คู่รักต่างชวนกันมาดินเนอร์ในโอกาสพิเศษๆ หรือครอบครัว เพื่อนสนิท ชวนกันมาทานอาหารเคล้าบรรยากาศกันที่นี่ด้วย โดยที่นี่จะแบ่งห้องอาหารออกเป็น 3 ส่วน คือ ชั้น Plaza 1F มีห้องอาหาร N TERRACE เป็นลานจ๊ที่มีจุดชมวิวที่มองเห็นแม่น้ำฮันแบบชัดๆ ด้วยกระจกใสที่มองออกไปเห็นวิวของกรุงโซล ที่นี้มีทั้งกาแฟของหวาน ค็อกเทลและอาหารว่างต่างๆ ให้บริการ ต่อมาเป็นชั้น Plaza 2F จะเป็นห้องอาหารอิตาเลียนชื่อว่า THE PLACE Dining ที่นี่เหมาะกับคู่รักที่ต้องการมานั่งชิลกับบรรยากาศดีๆ และอาหารอร่อยๆ เพราะมีทั้งอาหารอิตาเลียนอย่างพาสต้า พิซซ่า รวมไปถึงอาหารตะวันตกพร้อมเสิร์ฟอยู่มากมาย และห้องอาหารสุดท้ายที่อยู่ชั้นบนสุดของโซลทาวเวอร์ คือชั้น Tower 5F เป็นห้องอาหารที่โรแมนติกที่สุด เหมาะกับการที่คู่รักจะมาดินเนอร์ยามค่ำคืน ห้องอาหารนี้ชื่อว่า n.GRILL เป็นห้องอาหารระดับไฮท์คลาส ที่เสิร์ฟอาหารฝรั่งเศสที่ปรุงโดยเชฟชื่อดังบวกกับวิวของกรุงโซลที่เป็นจุดชมวิวที่สวยงามที่สุดของที่นี่ ที่จะช่วยให้คุณมีความทรงจำที่ดีและสุดแสนประทับใจไปกับคู่รักของคุณ

\*\*หมายเหตุ

ค่าเข้าชม Observatory - ผู้ใหญ่ (18 ปีขึ้นไป) 9000 วอน, นักเรียนและเด็ก 7000 วอน

\*เด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี และผู้ใหญ่อายุมากกว่า 65 ปี เข้าชมฟรี



รูปที่ 49 : ภาพแสดงห้องอาหาร N TERRACE ชั้น Plaza 1F บริเวณบน N Seoul Tower  
ที่มา : [www.nseoultower.co.kr](http://www.nseoultower.co.kr) (2016)



รูปที่ 50 : ภาพแสดงห้องอาหาร THE PLACE Dining ชั้น Plaza 2F บริเวณบน N Seoul Tower  
ที่มา : [www.nseoultower.co.kr](http://www.nseoultower.co.kr) (2016)



รูปที่ 51 : ภาพแสดงห้องอาหาร n.GRILL ชั้น Tower 5F บริเวณบน N Seoul Tower  
ที่มา : [www.nseoultower.co.kr](http://www.nseoultower.co.kr) (2016)

#### - สวนสาธารณะนัมซาน

Namsan Park (남산공원) สวนสาธารณะนัมซานเป็นสวนสาธารณะที่เก่าแก่เปิดตั้งแต่ 10 กันยายน 1968 ตั้งอยู่บนภูเขา นัมซาน ขนาดพื้นที่ในส่วนของสวนคือ 45,950 ตารางเมตร แต่ถ้าหากนับขนาดพื้นที่ทั้งหมดของภูเขานั้น มีขนาดพื้นที่มากถึง 2,896,887 ตารางเมตร แม้ว่าเขาภูคนี้อาจจะไม่สูงเท่าภูเขาที่ล้อมรอบอื่นๆ แต่ภูเขานัมซานและสวนสาธารณะนัมซานแห่งนี้ก็เป็นที่นิยมมาก เพราะเป็นสถานที่พักผ่อนที่ดี และเต็มไปด้วยทัศนียภาพที่สวยงาม



ทุกฤดู จากสวนสาธารณะสามารถเดินขึ้นไปตามเนินเขา เพื่อไปยังโซลทาวเวอร์ได้ ที่สวนสาธารณะนัมซานจะสวยงามมากเป็นพิเศษในช่วงดอกซากุระบาน ในฤดูใบไม้ผลิ รวมไปถึงช่วงใบไม้จะเริ่มเปลี่ยนสีสวยงามในฤดูใบไม้ร่วงอีกด้วย

**\*\*หมายเหตุ**

ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวที่สุด คือ ฤดูใบไม้ผลิ, ฤดูใบไม้ร่วง, ตอนกลางคืน (มาดูไฟที่โซลทาวเวอร์)

- เปิดตลอด 24 ชั่วโมง

- การเดินทาง รถไฟฟ้าใต้ดินสาย 4 สีฟ้า ลงสถานีฮยอชอน (Hoehyeon) ทางออกที่ 4 แล้วเดินเข้าซอย Toegye-ro 2-gil หรือรถเมล์สาย 402, 405 ลงที่ป้าย Hilton Hotel ส่วนถ้าจะเดินขึ้นเขาไปเพื่อชมดอกซากุระและใบไม้เปลี่ยนสีนั้น ก็เดินตามทางไปเรื่อยๆ ได้เลย



รูปที่ 52 : ภาพแสดงบริเวณทางขึ้นสวนสาธารณะนัมซาน กรุงโซล  
ที่มา : blog.daum (2016)



รูปที่ 53 : ภาพแสดงสวนสาธารณะนัมซาน กรุงโซล ที่สามารถมองเห็นและเดินขึ้นไปโซลทาวเวอร์ได้

ที่มา : www.hyulimbook.co.kr (2016)



รูปที่ 54 : ภาพบรรยากาศนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมดอกซากุระบานในฤดูใบไม้ผลิ  
ที่สวนสาธารณะนัมซาน  
ที่มา : [www.trazy.com](http://www.trazy.com) (2016)



รูปที่ 55 : ภาพบรรยากาศนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมใบไม้เปลี่ยนสีในฤดูใบไม้ร่วง  
ที่สวนสาธารณะนัมซาน  
ที่มา : [www.panoramio.com](http://www.panoramio.com) (2016)

- Lotte World

สวนสนุก LOTTE WORLD (롯데월드) เป็นสวนสนุกในร่มขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ที่เขตซัมซิล (Jamsil) ในกรุงโซล ที่นี้มีทั้งสวนสนุกในร่ม ซึ่งจัดได้ว่าเป็นสวนสนุกในร่มที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งในโลกเลยก็ว่าได้ และมีโซนสวนสนุกกลางแจ้ง ที่สร้างเป็นเกาะอยู่กลางทะเลสาบชอกชน (Seokchon Lake) รายล้อมไปด้วยห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มอลล์ ชูปเปอร์มาเก็ต โรงแรมหรู รวมไปถึงด้านในยังเป็นที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านเกาหลี หรือ Korean Folk Museum

อีกด้วย สล็อตเว็บไซต์เปิดให้บริการตลอดทั้งปีไม่มีวันหยุด และได้เปิดให้บริการมาตั้งแต่วันที่ 12 กรกฎาคม 1989 สัญลักษณ์ของสวนสนุกแห่งนี้ ก็คือแรคคูนที่ชื่อ Lotty และ Lorry



รูปที่ 56 : ภาพแสดงสวนสนุกในร่ม LOTTE WORLD ในกรุงโซล

ที่มา : [www.ezday.co.kr](http://www.ezday.co.kr) (2016)



รูปที่ 57 : ภาพแสดงสัญลักษณ์ของสวนสนุก LOTTE WORLD ที่เป็นแรคคูนคู่รัก

ชื่อ Lotty และ Lorry

ที่มา : [seoulcafe2013.blogspot.com](http://seoulcafe2013.blogspot.com) (2016)

ในส่วนของสวนสนุกในร่ม ที่เรียกว่าโซน Adventure นั้น ถูกตกแต่งด้วยธีมหมู่บ้านยุโรป ในยุคสมัยกลาง มีเครื่องเล่นมากมาย แบ่งออกเป็นหลายโซน และอีกส่วนจะเป็นสวนสนุกกลางแจ้ง ที่เรียกว่าโซน Magic Island เป็นเกาะที่ทางสวนสนุกได้เนรมิตขึ้น ที่เต็มไปด้วยเครื่องเล่นหวาดเสียวแบบเอ็กซ์ตรีมต่างๆ ให้ได้สนุกสนานกันตลอดทั้งสี่ฤดู





รูปที่ 58 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวกำลังเล่นเครื่องเล่นอยู่ภายในสวนสนุก Lotte World

ในโซน Adventure

ที่มา : [www.worknplay.co.kr](http://www.worknplay.co.kr) (2016)



รูปที่ 59 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวกำลังเล่นเครื่องเล่นอยู่ภายในสวนสนุก Lotte world

ในโซน Magic Island

ที่มา : [www.pinterest.com](http://www.pinterest.com) (2016)

ความน่าสนใจและน่าสนุกของที่นี่ก็คือ จะมีการจัดเทศกาลต่างๆตลอดทั้งปี ซึ่งจะมีการแสดงขบวนพาเหรด (Parade Show) ให้ได้ชมทุกวัน วันละ 2 รอบ โดยแบ่งเป็น เดือนมีนาคม-เมษายน จะเป็นเทศกาลหน้ากาก (Mask Festival)



รูปที่ 60 : ภาพแสดงเหล่าขบวนพาเหรดในเทศกาลหน้ากาก (Mask Festival) ประจำเดือนมีนาคม-เมษายน ภายในสวนสนุก Lotte World

ที่มา : [www.korea.net](http://www.korea.net) (2016)



รูปที่ 61 : ภาพแสดงเหล่าขบวนพาเหรดในขบวนคานีวัลแซมบ้า (Rio Samba Carnival) ประจำเดือนกรกฎาคม-สิงหาคม ภายในสวนสนุก Lotte World

ที่มา : [global.lotteworld.com](http://global.lotteworld.com) (2016)



รูปที่ 62 : ภาพแสดงเหล่าขบวนพาเหรดในเทศกาลฮัลโลวีน (Happy Halloween Party) ประจำเดือนกันยายน-ตุลาคม ภายในสวนสนุก Lotte World

ที่มา : [1koreanews.com](http://1koreanews.com) (2016)



รูปที่ 63 : ภาพแสดงเหล่าขบวนพาเหรดในเทศกาลคริสต์มาส (Happy Christmas Party) ประจำเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม ภายในสวนสนุก Lotte World

ที่มา : [homoludentic.tistory.com](http://homoludentic.tistory.com) (2016)

**\*\*หมายเหตุ**

- ช่วงเวลาทำการ 9:30-23:00 (เวลาเปิดปิดแต่ละฤดูจะไม่ตรงกัน)
- การเดินทาง รถไฟฟ้าใต้ดินสาย 2 สีเขียว หรือ สาย 8 สีชมพู ลงสถานีซัมซิล (Jamsil) ทางออกที่ 4 ออกมาแล้วเดินเลียบถนนใหญ่ไป จะเจอทางเข้าสวนสนุกหรือไครรด์เมลล์สาย 3217, 3313, 3314, 3315, 3414, 3415, 301, 360, 362, 730 ลงที่ป้าย Jamsil Station (Lotte World)
- Myeongdong Street

มยองดง หรือ Myeongdong (명동) คือแหล่งช้อปปิ้งยอดนิยมและถูกกล่าวถึงกันมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งจีน ญี่ปุ่น และไทย ที่นี่คือสวรรค์ของนักช้อปปิ้งโดยแท้จริง เพราะมีร้านค้าให้เลือกซื้อ เลือกช้อปปิ้งกันมากมาย Myeongdong Street หรือที่เราเรียกกันว่า ถนนเมียงดง เป็นถนนช้อปปิ้งที่นิยมมากในเขตจอกู ที่นี่เป็นแหล่งรวมแฟชั่นของวัยรุ่นชาวเกาหลี เรียกได้ว่าถ้าอยากจะทำแฟชั่นในช่วงนี้เป็นอย่างไรให้มาที่นี่ เพราะมีร้านขายเสื้อผ้า และสินค้าแฟชั่นมากมาย ที่แตกต่างจากย่านนัมแดมุน หรือ ทงแดมุน ที่จะช่วยให้คุณเพลิดเพลินไปกับการช้อปปิ้งสินค้าสตรีแบรนด์ต่างๆ และสินค้าราคาไม่แพง รวมถึงมีห้างสรรพสินค้ารายล้อม นอกไปจากนี้ยังมีธนาคาร และโรงละคร แฝงตัวอยู่ในแหล่งช้อปปิ้งนี้อีกด้วย รวมไปถึงร้านรับแลกเงินตราต่างประเทศ อีกทั้งไม่ได้มีแค่ร้านที่เป็นแบรนด์เท่านั้น ร้านเสื้อผ้าต่างๆ ไปที่ราคาไม่แพงก็ได้ที่ถนนเส้นนี้ มยองดงแห่งนี้ เป็นแหล่งรวมทุกสิ่งทุกอย่างเอาไว้มากมาย ทั้งที่เที่ยว ที่ช้อปปิ้ง และที่กิน ให้นักท่องเที่ยวได้มาเดินเล่น หรือซื้อสินค้าแฟชั่นต่างๆ ได้ตลอดทั้งวัน ที่นี่ผู้คนจะหลั่งไหลมากันในช่วงตอนเย็นเป็นต้นไป และจะหนาแน่นในช่วงตอนกลางคืน

**\*\*หมายเหตุ**

- ช่วงเวลาทำการ 9:30-23:00 (เวลาเปิดปิดร้านต่างๆ จะไม่เหมือนกัน)
- การเดินทาง รถไฟฟ้าใต้ดินสาย 4 สีฟ้า ลงสถานีมยองดง (Myeongdong) ทางออก 5, 6, 7, หรือ 8 ก็ได้ แต่ถ้าอยากขึ้นมาเจอถนนช้อปปิ้งเลย ให้ออกทางออกที่ 6





รูปที่ 64 : ภาพแสดงบรรยากาศแหล่งช้อปปิ้งในย่านมยองดง ซึ่งตึกนี้เป็นจุดทำเลที่ตั้งที่ดีที่สุด  
ในถนนมยองดง

ที่มา : [blog.donga.com](http://blog.donga.com) (2016)



รูปที่ 65 : ภาพแสดงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่กำลังเลือกซื้อสินค้าในตลาดมยองดง

ที่มา : [www.koreataketwo.wordpress.com](http://www.koreataketwo.wordpress.com) (2016)



รูปที่ 66 : ภาพแสดงร้านเสื้อผ้าและเครื่องประดับต่างๆไปที่ราคาไม่แพงมากนัก บนถนนมยองดง  
ที่มา : tiniglesias.com (2016)



รูปที่ 67 : ภาพแสดงตัวอย่างอาหารที่ขายอยู่บนถนนมยองดง ที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวย่านมยองดง  
ไม่ควรพลาด อาทิ ขนมปลาแพนเค้ก, ไอศกรีมที่มีความยาว 2 ฟุต, ไอศกรีมที่โคนทำจากข้าวโพด  
อบกรอบ, มันฝรั่งทอดทั้งแบบแท่งและแบบเกลียว

ที่มา : stanhj.wordpress.com , bayareamf.blogspot.com, vernverniece.com, 1.bp.blogspot.com  
(2016)

ส่วนประเภทร้านค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาช้อปปิ้งเมื่อมาถึงกรุง โซลมีทั้งหมด 3 แห่ง คือ  
- พิพิธภัณฑ์สำหรับเกาหลี

สมัยก่อนชาวเกาหลีใช้สำหรับทะเลเป็นวัสดุดิบ หรือนำไปตากแดดสำหรับทำอาหารเท่านั้น แต่ตั้งแต่ทศวรรษ 1980 สำหรับที่ปลูกเกือบทั้งหมดถูกนำไปผลิตในรูปแบบแผ่นแห้ง และในปัจจุบันการผลิตสำหรับส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ฝั่งตะวันตกเฉียงใต้ของเกาหลี โดยมีการผลิตสำหรับในปริมาณที่เพิ่มสูงขึ้นของการเพาะปลูกสำหรับจากแต่ก่อน เพิ่มความต้องการที่เพิ่มขึ้น และสำหรับเป็นแหล่งอาหารเพื่อสุขภาพ จึงทำให้ในปัจจุบันมีการผลิตสำหรับออกมา



เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆมากกว่าแต่ก่อน ชาวเกาหลีจึงมีความผูกพันกับสาหร่ายมาก เห็นได้จากในปัจจุบันมีการรับประทานซุปสาหร่ายในวันคล้ายวันเกิด ซึ่งเป็นวัฒนธรรมประเพณีของชาวเกาหลีด้วยความเชื่อที่ว่า เมื่อรับประทานซุปรูปนี้ในวันคล้ายวันเกิดแล้ว จะทำให้สุขภาพดี มีโชคลาภตลอดปี ดังนั้นซุปสาหร่ายจึงเป็นเมนูแรกในชีวิตของชาวเกาหลีเลยทีเดียว และเพื่อระลึกถึงอาหารมื้อแรกที่ได้รับจากแม่ ซึ่งเวลาชาวเกาหลีตั้งท้องก็มักจะกินซุปสาหร่ายเพื่อบำรุงครรภ์ เพราะสาหร่ายมีสารอาหารเยอะมากนั่นเอง



รูปที่ 68 : ภาพแสดงพิพิธภัณฑ์สาหร่ายเกาหลี กรุงโซล  
ที่มา : web.mlf360.com (2016)



รูปที่ 69 : ภาพแสดงสาหร่ายทะเลเกาหลีในรูปแบบชนิดต่างๆ อาทิ แบบปรุงรส, แบบดั้งเดิม และแบบแผ่นแห้ง

ที่มา : www.maangchi.com, thechalkboardmag.com, haagafoods.wordpress.com (2016)



รูปที่ 70 : ภาพแสดงผลิตภัณฑ์จากสาหร่ายเกาหลีในรูปแบบต่างๆ  
ที่มา : yookpal19.blogspot.com (2016)

- Ginseng Center

ศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดราคาและควบคุมคุณภาพ การเพาะปลูกโสมเกาหลี ผู้ซื้อจะได้ไม่ถูกหลอกลวงจากผู้ขายภายนอก ผู้ที่มีสิทธิเข้าซื้อสินค้าใน ศูนย์โสมรัฐบาลจะต้องเป็นนักท่องเที่ยวเท่านั้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อโสมหลากหลายชนิด ได้แก่ โสมสกัด โสมผง โสมอบน้ำผึ้ง โสมแคปซูล โสมแห้ง โสมที่จำหน่ายในศูนย์แห่งนี้ จัดอยู่ในเกรด Tian (ฟ้า) ซึ่งเป็นโสมเกาหลีที่สกัดจากโสมอายุ 6 ปี ที่มีคุณภาพสูงสุด และเป็น โสมต้นใหญ่ มีสารอาหารมากกว่าโสมต้นปกติ มีสรรพคุณบำรุงระบบทางเดินหายใจ เหมาะสำหรับผู้ที่มีอาการไอเรื้อรัง ไซนัส สูบบุหรี่จัด บรรเทาอาการหายใจไม่คล่อง หืดหอบ บำรุงระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย สร้างภูมิคุ้มกัน รักษาโรคมุมแพ้ได้ดี และบำรุงผิวพรรณให้ สะอาดสวยงาม อีกทั้งยังช่วยรักษาผิว



รูปที่ 71 : ภาพแสดงศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี ตั้งขึ้นเพื่อกำหนดราคาและควบคุมคุณภาพ การเพาะปลูกโสมเกาหลี  
ที่มา www.viator.com (2016)



รูปที่ 72 : ภาพแสดงการจัดแสดง โสมเกาหลีในช่วงอายุของโสมที่แตกต่างกันไปภายในศูนย์โสม  
ที่มา : [darussalam-holdings.blogspot.com](http://darussalam-holdings.blogspot.com) (2016)



รูปที่ 73 : ภาพแสดงการจัดแสดง โสมเกาหลีภายในศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี  
ที่มา : [www.koreaginsengcenter.com](http://www.koreaginsengcenter.com) (2016)



รูปที่ 74 : ภาพแสดงผลิตภัณฑ์จาก โสมเกาหลีในรูปแบบต่างๆจากศูนย์โสมของรัฐบาลเกาหลี  
ที่มา : [www.gobizkorea.com](http://www.gobizkorea.com) (2016)



- Lotte Duty Free

ลอตเต้ดิวตี้ฟรี เป็นร้านค้าปลอดภาษีที่ใหญ่ที่สุดในประเทศเกาหลีและมีอายุที่ยาวนานถึง 20 ปี สีสินค้าที่ทั้งดีและหรูหรากว่า 500 แบรินด์ ลอตเต้ดิวตี้ฟรีมีหุ่นหลากหลาย แบรินด์และมีสาขาทั่วประเทศ เช่น มีสาขาอยู่ใจกลางกรุงโซล ตั้งอยู่ข้างๆ โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ตลาดนัดแดมุน และทงแดมุน ซึ่งเป็นสาขาหลักของห้างสรรพสินค้า, มีสาขาเกาะเชจู และสาขาเมืองปูซาน เป็นหนึ่งในห้างสรรพสินค้าที่ดีที่สุดในโซล อยู่ในเครือเดียวกันกับ ห้างสรรพสินค้าลอตเต้และโรงแรมลอตเต้ โรงแรมหรูซึ่งเป็นที่นิยมในเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในหมู่นักท่องเที่ยว ลอตเต้ดิวตี้ฟรีสาขาหลักตั้งอยู่ชั้น 10 และชั้น 11 ของห้างสรรพสินค้าลอตเต้ ซึ่งอยู่ใกล้กับเมียงดง กรุงโซล สินค้าแบรนด์เนมที่ขายในลอตเต้ดิวตี้ฟรี อาทิ Louis Vuitton, MIU MIU, Prada, Rolex, Bally, Burberry, Bvlgari, Coach, Hermes, MCM เป็นต้น ส่วนสินค้าจากผลิตภัณฑ์เกาหลี ประเภทอาหารเกาหลี อาทิ สาหร่าย, กิมจิ, เห็ดSongi, เหล้าเกาหลี, ชา, ช็อกโกแลต, ขนมเกาหลีแบบดั้งเดิม เป็นต้น ประเภทเครื่องสำอางเกาหลี อาทิ Hera, Seolhwasu เป็นต้น ประเภทโสมเกาหลี อาทิ โสม, โสมแดง เป็นต้น และประเภทพลอยอเมทิส



รูปที่ 75 : ภาพแสดง Lotte Department Store Main Branch สาขากรุงโซล

ที่มา : [koreajoongangdaily.joins.com](http://koreajoongangdaily.joins.com) (2016)



รูปที่ 76 : ภาพแสดง Lotte Duty Free ภายใน Lotte Department Store สาขากรุงโซล

ที่มา : [en.citizendaily.net](http://en.citizendaily.net) (2016)



รูปที่ 77 : ภาพแสดงการจัดสินค้าหลากหลายแบรนด์ภายใน Lotte Duty Free สาขากรุงโซล  
ที่มา : [www.moodiereport.com](http://www.moodiereport.com) (2016)



รูปที่ 78 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวชาวจีนกำลังเลือกซื้อเครื่องสำอางเกาหลีและสินค้าปลอดภาษี  
ต่างๆภายใน Lotte Duty Free

ที่มา : [koreajoongangdaily.joins.com](http://koreajoongangdaily.joins.com), [english.hankyung.com](http://english.hankyung.com) (2016)

และประเภทการแสดงโชว์ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาชมการแสดงเมื่อเดินทางมาถึงกรุงโซล คือ

- PANG Show

การแสดงปังกโชว์ คือ การแสดงโชว์ของเกาหลีในรูปแบบใหม่ เป็นการโชว์ลีลาการทำงานปังกที่มีความน่ารัก ความสนุก ความกวนใจ และความโรแมนติกเข้าไว้ด้วยกัน กับเจ้าชายขนมปังและลูกทิมสุดบ๊องเส่นตื่นจากเรื่องราวซึ้งที่สุดสนุก เรื่องเจ้าชายขนมปัง “คิมทักกู”





รูปที่ 79 : ภาพแสดงการแสดงโชว์ PANG Show

ที่มา : [www.teruskan.com](http://www.teruskan.com) (2016)



รูปที่ 80 : ภาพระหว่างการแสดงโชว์ PANG Show

ที่มา : [www.stanleyplaza.com](http://www.stanleyplaza.com) (2016)



รูปที่ 81 : ภาพการแสดงโชว์ PANG Show ที่มีการให้นักท่องเที่ยวที่มาชมได้มีส่วนร่วม  
ในการทำขนมปัง

ที่มา : [english.visitkorea.or.kr](http://english.visitkorea.or.kr) (2016)

## 2. ภูมิภาคเชจู

เกาะเชจูมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 12 แห่ง ซึ่งแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมจำนวน 1 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติจำนวน 5 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางด้านนันทนาการจำนวน 4 แห่ง และร้านค้าจำนวน 2 แห่ง โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาท่องเที่ยวที่เกาะเชจูมีจำนวน 2 แห่ง คือ

### - Seongsan Ilchulbong

ซองซาน อิลชุลบง หรือที่รู้จักกันในนาม ยอดเขาซึ่งดวงอาทิตย์ขึ้น หรือ ยอดเขาแห่งอรุณรุ่ง (Sunrise Peak) ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของเกาะเชจู ซึ่งหากไต่ขึ้นไปตามผาชันไปตามทางน้ำเพื่อมุ่งหน้าสู่ขอบด้านตะวันตกของปากปล่องภูเขาไฟของซองซานอิลชุลบง แน่ใจว่าสิ่งที่จะได้พบก็คือวิวทิวทัศน์อันกว้างไกลสุดลูกหูลูกตา ตั้งอยู่ในซองซาน โปบนชายฝั่งตะวันออกของเกาะซองซานอิลชุลบงเป็นกรวยภูเขาไฟแบบพาราสิติก เป็นหนึ่งในภูเขาไฟ 360 ลูก บนเกาะเชจูมีความสูงกว่า 182 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล มีทั้งหินขนาดเล็กและขนาดใหญ่กว่า 99 ก้อน ทำเครื่องหมายเป็นเส้นรอบวงของกรวยภูเขาไฟ มีลักษณะคล้ายมงกุฎ ปัจจุบันยอดเขาของซองซานอิลชุลบงคือหนึ่งในจุดชมวิวยุทธศาสตร์ขึ้นที่สวยงามจนได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลก

### \*\*หมายเหตุ

- การเดินทาง จาก Jeju Intercity Bus Terminal จากนั้นซื้อตั๋วและขึ้นรถประจำทางสาย Dongilju bus bound for Seongsan ไปลงที่ Seongsalliipgu bus stop เดินไปยัง Seongsan Ilchulbong Peak จาก Seogwipo นั่งรถประจำทางไปที่ Seogwipo Old Bus Terminal จากนั้นซื้อตั๋ว และขึ้นรถประจำทางสาย Dong il Joo (동 일 주 / Dongilju bus bound for Seongsan) ไปลงที่ Seongsan-ri Office Bus Stop จากนั้นเดินไปทางขวามือ (หันหน้าเข้าป้ายจอดรถ) ถึงสามแยกแรกเลี้ยวซ้ายเข้าไปในซอย และเดินตรงไปจนถึงสามแยกแล้วเลี้ยวซ้าย เดินผ่านร้านอาหารไปประมาณ 10 เมตร



รูปที่ 82 : ภาพแสดงยอดเขา Seongsan Ilchulbong หรือที่รู้จักกันในนาม ยอดเขาซึ่งดวงอาทิตย์ขึ้น หรือ ยอดเขาแห่งอรุณรุ่ง ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนให้เป็นมรดกโลก

ที่มา : [www.ijto.or.kr](http://www.ijto.or.kr) (2016)



รูปที่ 83 : ภาพแสดงยอดเขา Seongsan Ilchulbong ในช่วงเวลาที่พระอาทิตย์ตก  
ที่มา : [www.mb.com](http://www.mb.com) (2016)



รูปที่ 84 : ภาพแสดงทางเดินขึ้นยอดเขา Seongsan Ilchulbong เพื่อขึ้นไปชมวิทิวทัศน์  
ข้างบนยอดเขา

ที่มา : [www.lifeinkorea.com](http://www.lifeinkorea.com) (2016)



รูปที่ 85 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวที่อยู่บนยอดเขา Seongsan Ilchulbong กำลังถ่ายรูปวิวทิวทัศน์  
จากด้านบนสามารถมองเห็นซามที่เปิดกว้างของปากปล่องภูเขาไฟ

ที่มา : [www.korea.net](http://www.korea.net) (2016)





รูปที่ 86 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวขณะพักผ่อนในระหว่างการปีนขึ้นไปด้านบนยอดเขา Seongsan Ilchulbong เพื่อไปชื่นชมบรรยากาศโดยรอบของยอดเขา  
ที่มา : www.korea.net (2016)

#### - Seongeup Folk Village

หมู่บ้านพื้นเมืองซงอึบ เป็นหมู่บ้านเกาหลีโบราณเล็กๆตรงเชิงเขาอัลลาซานที่ใช้ดิน และหินลาวาภูเขาไฟเป็นวัสดุก่อสร้างหลักปิดช่องว่างด้วยดินเหนียว หลังคามุงด้วยหญ้าแฝก ซึ่งอยู่อาศัยมาด้วยกันเป็นเวลายาวนานและปัจจุบันรุ่นลูกรุ่นหลานก็ยังคงอาศัยอยู่ที่นี่ ภายในหมู่บ้านนั้นมีทั้งบ้านพักอาศัย, โรงเรียน, ศาลเจ้า, ศาลาว่าการ, ซากอาคารโบราณ และอนุสรณ์หิน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงบรรยากาศย้อนยุคโบราณ ชิมอาหารท้องถิ่น และชมดนตรีพื้นเมือง ซึ่งที่หมู่บ้านพื้นเมืองซงอึบนั้นยังเป็นหนึ่งในสถานที่ถ่ายทำละครชื่อดังเรื่อง แดจังกึม นอกจากนี้บริเวณใจกลางหมู่บ้านยังมีต้นไม้อายุหลายร้อยปีขึ้นอยู่ คือต้นเซลโควา (zelkova) ซึ่งเป็นต้นไม้โบราณเกาหลี เป็นเหมือนจุดศูนย์กลางของหมู่บ้านที่ชาวบ้านให้ความสำคัญ ภายในหมู่บ้านจะถูกอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี บ้านในแต่ละตระกูลจะเหมือนบ้านจินโบราณคือ มีบ้านหัวหน้า หลังหนึ่ง ตามด้วยบริวารอีกหลายหลังภายในกำแพงเดียวกัน นอกจากนี้หมู่บ้านพื้นเมืองซงอึบได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นเขตอนุรักษ์วิถีพื้นบ้านอีกด้วย

\*\*หมายเหตุ

- เวลาทำการ 24 ชั่วโมง

- การเดินทาง จากสถานีรถไฟเซจูขึ้นรถบัส Intercity Bus ลงรถที่ป้าย Seupeup 1-ri ก็จะถึงหมู่บ้าน

- จากสถานีรถบัสชกวิโป, ขึ้นรถบัส Dongilju bus ลงรถที่ป้าย Pyoseon-ri samuso จากนั้นเดินตรงไปเรื่อยๆและเลี้ยวซ้ายที่สี่แยก และเดินตรงไปที่ป้ายรถบัส ขึ้นรถบัส Beonnyeong-ro bus ลงรถที่ป้าย Seupeup 1-ri



รูปที่ 87 : ภาพแสดงหมู่บ้านพื้นเมืองชงอึบ ที่ใช้ดิน และหินลาวาภูเขาไฟเป็นวัสดุก่อสร้างหลัก  
ที่มา : [www.indtour.co.kr](http://www.indtour.co.kr) (2016)



รูปที่ 88 : ภาพแสดงทางเข้าหมู่บ้านพื้นเมืองชงอึบ ที่มีการใช้ไม้มาทำเป็นประตูทางเข้า และรั้วกั้น  
ที่มา : [www.tourbaksa.com](http://www.tourbaksa.com) (2016)



รูปที่ 89 : ภาพแสดงหินทอลฮารูบัง หรือหินปูเป็นสัญลักษณ์อันเก่าแก่ของเกาะแห่งนี้ โดยชาวเชจูมีความเชื่อว่าทำหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์คุ้มครองเกาะเชจู  
ที่มา : [blog.daum.net](http://blog.daum.net) (2016)

ส่วนประเภทร้านค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาช้อปปิ้งเมื่อมาถึงเกาะเชจูมีจำนวน 2 แห่ง คือ

- Kimchi Museum Korea

สำหรับประเทศเกาหลีที่มีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศถูกปกคลุมไปด้วยหิมะเป็นระยะเวลานานหลายเดือนในฤดูหนาว ทำให้ชาวเกาหลีไม่สามารถปลูกผักได้เป็นระยะเวลากว่า 3-4 เดือนในแต่ละปี ดังนั้นชาวเกาหลีจึงต้องมีวิธีการเก็บรักษาผักไม่ให้น่าเสียด้วยการหมักเป็นผักดองตามกรรมวิธีที่ชาวเกาหลีได้พัฒนามานับตั้งแต่อดีตกาล เพื่อใช้บริโภคตลอดฤดูหนาวอันแสนยาวนาน และในปัจจุบันกิมจิเป็นอาหารที่ใช้รับประทานทุกมื้อตลอดทั้งปี กิมจิจึงกลายเป็นวัฒนธรรมสำคัญที่เราสามารถพบเห็นในสำหรับอาหารของทุกครัวเรือนในประเทศเกาหลี ดังนั้นจึงมีแหล่งท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมได้รับประสบการณ์การทำกิมจิ ได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเกาหลีจากกิมจิ โดยอาจารย์ผู้สอนทำกิมจิมืออาชีพ นักท่องเที่ยวจะสามารถลิ้มรสกิมจิที่พวกเขาทำ รวมถึงยังสามารถซื้อกิมจิ นำกลับไปเป็นของฝากยังประเทศของตนเองได้อีกด้วย นอกจากการทำกิมจิแล้ว ยังได้มีโอกาสการสวมใส่ชุดฮันบก ซึ่งชุดประจำชาติของเกาหลี ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาเป็นเวลานานนับพันๆปี ทั้งความสวยงาม และความสุภาพของวัฒนธรรมเกาหลี



รูปที่ 90 : ภาพผักกาดขาวกิมจิที่เป็นเครื่องเคียงในทุกมื้ออาหารของชาวเกาหลี

ที่มา : [www.kulinaria.ge](http://www.kulinaria.ge) (2016)





รูปที่ 91 : ภาพแสดงกรรมวิธีการเก็บรักษาผักไม้อื่นให้เน่าเสียซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ชาวเกาหลี

ได้พัฒนามานับตั้งแต่อดีตกาลจนถึงปัจจุบัน

ที่มา : [www.tripadvisor.com](http://www.tripadvisor.com), [kimchi-museum.jp](http://kimchi-museum.jp) (2016)



รูปที่ 92 : ภาพแสดงกิมจิมากกว่า 100 ชนิด ที่ไม่ใช้มีเพียงแค่นำผักกาดมาหมักดองเหมือนอย่าง  
แต่ก่อนแล้ว หากยังมีการดัดแปลงเป็นผักชนิดอื่น เช่น พริก, หัวไชเท้า, แดงกวา เป็นต้น

ที่มา : [www.bonappetit.com](http://www.bonappetit.com) (2016)



รูปที่ 93 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวที่มาเข้าชมได้มีโอกาสในการลองทำกิมจิด้วยตนเอง

ที่มา : [www.visitseoul.net](http://www.visitseoul.net) (2016)



รูปที่ 94 : ภาพแสดงชุดฮันบกทั้งแบบของผู้หญิง และของผู้ชาย  
ซึ่งเป็นชุดประจำชาติของประเทศเกาหลี  
ที่มา : en.wikipedia.org (2016)



รูปที่ 95 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ลองสวมใส่ชุดฮันบก ซึ่งเป็นชุดประจำชาติ  
ของประเทศเกาหลี  
ที่มา : tong.visitkorea.or.kr (2016)



### - Cosmetic Shop Korea

ร้านเครื่องสำอางเกาหลีเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่ไม่ควรพลาดสำหรับนักช้อปปิ้ง โดยจะมีร้านเครื่องสำอางยอดนิยมของนักช้อปจากทั่วโลก โดยเฉพาะสาวๆ จากเอเชียที่หลงใหลในความงาม สามารถเลือกซื้อกลับไปฝากเป็นของขวัญที่ระลึกก็ได้ อาทิเช่น Iope, Etude House, Innisfree, Tonymoly, Missha, Skinfood, The Face Shop, Mizon, Laneige, Mamonde เป็นต้น แต่ที่เรียกได้ว่าเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากเกาะเชจู คือ การมีแนวคิดที่จะใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งโดยส่วนมากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่มาจากเกาะเชจู จะมีส่วนผสมหลักมาจากพวกชาเขียว และ โคลนภูเขาไฟ



รูปที่ 96 : ภาพแสดงร้านเครื่องสำอางเกาหลีจากหลากหลายแบรนด์ให้เหล่านักช้อปปิ้ง

สามารถเลือกซื้อกลับไปฝากเป็นของขวัญที่ระลึกก็ได้  
ที่มา : quqqqu.ru, www.moodyereport.com (2016)



รูปที่ 97 : ภาพเครื่องสำอางเกาหลีจากเกาะเชจูชื่อ Innisfree Super Volcanic Pore Clay Mask เป็นโคลนเนื้อเย็นสูตรพิเศษ มีสารที่เกิดจากการระเบิดของภูเขาไฟบนเกาะเชจู ซึ่งเป็นสารสะอาดที่มีประสิทธิภาพในการขจัดความมันได้อย่างดีเยี่ยม และให้ความรู้สึกเย็นสดชื่น

ที่มา : kpoptown.com (2016)



รูปที่ 98: ภาพเครื่องสำอางเกาหลีจากเกาะเชจูชื่อ Innisfree The Green Tea Seed Serum เป็นเซรั่มจากเมล็ดชาเขียว ช่วยให้ผิวชุ่มชื้น ปราศจากสารเคมี

ที่มา : static.ensogo.co.th (2016)

### 3. ภูมิภาคปูซาน

เมืองปูซานมีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งหมด 16 แห่ง ซึ่งแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมจำนวน 1 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติจำนวน 3 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางด้านนันทนาการจำนวน 10 แห่ง และร้านค้าจำนวน 2 แห่ง โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาท่องเที่ยวที่เมืองปูซานมีจำนวน 3 แห่ง คือ

- Haeundae Beach

ชายหาดแฮอินแด (Haeundae Beach / 해운대해수욕장) เป็นชายหาดที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในประเทศเกาหลี คำว่า “แฮอินแด/ Haeundae” ถูกตั้งชื่อโดยนักปราชญ์นามว่า ชอยชีวอน (Choi Chi-Won) ในราชวงศ์ชิลลา ชายหาดมีความยาว 1.5 กิโลเมตร และกว้าง 30-50 เมตร ครอบคลุมพื้นที่กว่า 58,400 ตารางเมตร ลักษณะของพื้นที่ทรายที่นี่มีสีขาวและเป็นเม็ดละเอียด มองดูสะอาดตา ส่วนน้ำทะเลมีลักษณะเป็นสีฟ้าออกขาวๆ เป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม และงานเทศกาลต่างๆ ตลอดทั้งปี มักเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน (ประมาณเดือนมิถุนายน-สิงหาคม) ส่วนเทศกาลที่สำคัญของหาดนี้ก็คือ Haeundae Sand Festival ซึ่งจะจัดขึ้นทุกเดือนมิถุนายนของทุกปี นอกจากนี้บริเวณชายหาดมีสถานที่จัดไว้เพื่อความสนุกสนานกับการเล่นพื้นบ้านของเกาหลี ได้แก่ Neollduigi (ยืนกระโดดขึ้นลงบนไม้กระดานแผ่นใหญ่เหมือนไม้กระดก), Korean wrestling (มวยปล้ำเกาหลี), Tuho (ยิงธนู), Tug-of-war (ชักเย่อ) เป็นต้น

**\*\*หมายเหตุ**

-การเดินทาง รถไฟฟ้าใต้ดินปูซานสาย 2 สีเขียว ลงสถานีแฮฮุนแด (Haeundae) ทางออกที่ 3 หรือ 5 จากนั้นเดินตรงไปตามถนน(ประมาณ 500 เมตร) จนสุดถนนก็จะเจอชายหาด หรือนั่งรถเมย์สาย 1003 ลงที่ป้าย 해운대해수욕장 (Haeundae Beach) ซึ่งจะจอดเทียบที่ชายหาด



รูปที่ 99 : ภาพแสดงชายหาดแฮฮุนแด (Haeundae Beach) เกาเซจู ประเทศเกาหลี  
ที่มา : chulsa.kr (2016)



รูปที่ 100 : ภาพแสดงนักท่องเที่ยวกำลังเล่นน้ำทะเลที่ชายหาดแฮฮุนแด เมืองปูซาน  
ที่มา : cfile233.uf.daum.net (2016)





รูปที่ 101 : ภาพแสดงการโปรโมทเทศกาล Haeundae Sand Festival ช่วงเดือนมิถุนายน ในปี 2015  
 แต่ในปี 2015 นี้เริ่มมีตั้งแต่สิ้นเดือนพฤษภาคม เนื่องจากได้ครบรอบ 10 ปีตั้งแต่จัดเทศกาลนี้  
 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นเทศกาลการปั้นทรายเป็นรูปต่างๆ  
 ที่มา : thumbnail.egloos.net (2016)



รูปที่ 102 : ภาพแสดงการปั้นทรายหลากหลายรูปแบบ ในเทศกาล Haeundae Sand Festival  
 ที่ชายหาดแฮอินแด

ที่มา : worldwalkabout.files.wordpress.com, cfile3.uf.tistory.com, cfile226.uf.daum.net,  
 tour.busan.go.kr (2016)



รูปที่ 103 : ภาพแสดงบรรยากาศของเหล่านักท่องเที่ยวที่มาร่วม

ในเทศกาล Haeundae Sand Festival ที่ชายหาดแฮอินแด

ที่มา : [dimg.donga.com](http://dimg.donga.com), [cfile24.uf.tistory.com](http://cfile24.uf.tistory.com) (2016)

#### - Nurimaru APEC House

Nurimaru APEC House (누리마루 APEC 하우스) คือจุดชมวิวที่น่าสนใจที่ชายหาดแฮอินแด เป็นสถานที่ที่เคยจัดการประชุมเอเปคเมื่อปี 2005 นั่นเอง คำว่า 누리 (Nuri) ในภาษาเกาหลีแปลว่า “โลก” ส่วนคำว่า มารู (Maru) แปลว่า “การประชุมสุดยอด” และ APEC House ก็หมายถึง ห้องประชุมเอเปค ที่นี่จึงมีความหมายรวมได้ว่า “บ้านที่สุดยอดผู้นำของโลกมารวมตัวกันเพื่อประชุมเอเปค” Nurimaru APEC House ตั้งอยู่บนเกาะทงแบค (Dongbaekseom) ซึ่งมีภูมิทัศน์ที่สวยงามตามธรรมชาติ รายล้อมไปด้วยดอก Camellia และต้นสนมีอาคาร 3 ชั้น ที่ผสมผสานระหว่างสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ และสถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิมของเกาหลี จึงทำให้สถานที่นี้มีทั้งความงดงามของธรรมชาติ และความสวยงามทันสมัยผสมผสานกันอย่างสวยงามและกลมกลืน ระเบียงด้านนอก ที่เมื่อมาขึ้นชมวิวล้อมมองออกไปจะเห็นทั้งสะพานควางอัลซ็อดัง และชายหาดแฮอินแด ชายหาดที่เป็นที่นิยม ไม่ใช่แค่มุมมองที่สวยงามของชายหาด แต่สถานที่แห่งนี้ยังมีความสวยงามของสถาปัตยกรรมซ่อนอยู่ และถูกจัดว่าเป็นห้องประชุมที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ ที่เปิดโอกาสให้คนนอกได้เข้าไปชมฟรีอีกด้วย

\*\*หมายเหตุ

-ช่วงเวลาทำการ เปิดทำการทุกวัน 9:00-18:00 (ยกเว้น ปิดทุกวันจันทร์แรกของเดือน)

- ค่าเข้าบริการ ฟรี

- การเดินทาง เพียงเดินเลียบบหาดแฮอินแดไปเรื่อยๆ ก็จะเจอสะพานไม้ที่จะพาไปยัง Nurimaru APEC House ได้ แต่หากไม่ได้เดินมาจากแฮอินแด ก็นั่งรถไฟใต้ดินปูซานสาย 2 สีเขียว มาลงที่สถานีทงแบค (Dongbaek) ทางออกที่ 1





รูปที่ 104 : ภาพแสดง Nurimaru APEC House จุดชมวิวดสวยๆ ที่ปูซาน  
ที่มา : [www.traveltodaylah.com](http://www.traveltodaylah.com) (2016)



รูปที่ 105 : ภาพแสดง Nurimaru APEC House เคยเป็นสถานที่จัดการประชุมเอเปคเมื่อปี 2005  
ที่มา : [www.traveltodaylah.com](http://www.traveltodaylah.com) (2016)



รูปที่ 106 : ภาพแสดงภายในอาคารและจุดชมวิวดของ Nurimaru APEC House  
ที่มา : [busan.for91days.com](http://busan.for91days.com), [a.travel-assets.com](http://a.travel-assets.com) (2016)

- Busan International Film Festival Square (BIFF)

จัตุรัสแห่งภาพยนตร์นานาชาติเมืองปูซาน (BIFF Square, Busan International Film Festival) เป็นย่านดั่งที่ใช้ในการจัดงานแสดงภาพยนตร์นานาชาติเมืองปูซาน ที่จัดขึ้นในช่วงเดือนกันยายน หรือเดือนพฤศจิกายนของทุกปี ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับกับงานนี้โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 1996 เป็นต้นมาจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่รู้จักกันในชื่อ BIFF Square หรือที่ย่อมาจาก Busan International Film Festival โดยจะแบ่งออกเป็นสองส่วนใหญ่ๆคือ Star Street” ซึ่งเป็นถนนที่เต็มไปด้วยลายพิมพ์มือของดารานักที่มีชื่อเสียง ให้ได้ยลกันอีกด้วย กับ “Festival Street รวมกันเป็นถนนยาว 428 เมตร ที่ย่าน BIFF นี้มีโรงภาพยนตร์อยู่มากมายที่จะนำภาพยนตร์ที่หายากหรือภาพยนตร์ที่ยังไม่ได้ฉายที่ไหนมาเปิดฉายที่นี่เป็นที่แรก และไม่ได้มีเพียงแต่โรงภาพยนตร์เท่านั้นแต่ยังมีร้านค้า ร้านอาหาร ศูนย์การค้าและอื่นๆอีกมากมาย เรียกว่ากลายเป็นย่านเกิดใหม่ของเมืองปูซานเลยทีเดียว โดยในช่วงที่จัดเทศกาลงานภาพยนตร์นานาชาติที่ตามถนนจะมีการประดับตกแต่งที่เต็มไปด้วยไฟสีส้มมากมาย และมีการแสดงโชว์ต่างๆด้วย

\*\*หมายเหตุ

- การเดินทาง ใช้รถไฟใต้ดิน Line 1 ลงสถานี Jagalchi Station เดินออกทางประตู 7 เดินตรงไปอีกหน่อยก็จะถึง BIFF Square



รูปที่ 107 : ภาพแสดงทางเข้าย่านเทศกาลภาพยนตร์ปูซาน Busan International Film Festival  
ที่มา : cfile29.uf.tistory.com, cfile203.uf.daum.net (2016)





รูปที่ 108 : ภาพแสดงในส่วนของถนน Star Street ที่ BIFF Square เป็นถนนที่เต็มไปด้วยลายพิมพ์มือของดารานักที่มีชื่อเสียง

ที่มา : ryetour.net, cfile7.uf.tistory.com (2016)



รูปที่ 109 : ภาพแสดงบรรยากาศนักท่องเที่ยวที่มาเลือกซื้อสินค้าภายใน BIFF Square ที่ไม่ได้มีเพียงโรงภาพยนตร์เท่านั้นแต่ยังมีร้านค้า ร้านอาหาร ศูนย์การค้าและอื่นๆอีกมากมาย

ที่มา : cfile212.uf.daum.net, cfile230.uf.daum.net (2016)



รูปที่ 110 : ภาพแสดงบรรยากาศย่าน BIFF Square ในช่วงที่มีการจัดเทศกาล

Busan International Film Festival

ที่มา : tong.visitkorea.or.kr, cfile23.uf.tistory.com (2016)

ส่วนประเภทร้านค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมมาช้อปปิ้งเมื่อมาถึงเมืองปูซานมีจำนวน 1 แห่ง คือ

- Shinsegae Duty Free (Busan)

Shinsegae Duty Free สาขาปูซานให้บริการในเรื่องการช้อปปิ้งที่สะดวกสบาย ไม่เหมือนร้านค้าปลอดภาษีทั่วไปมีแนวคิดที่ชัดเจนของร้านค้าปลอดภาษี โดยมีสินค้าแบรนด์เนม ที่ขายใน Shinsegae Duty Free อาทิ Louis Vuitton, MIU MIU, Prada, Rolex, Bally, Burberry, Bvlgari, Coach, Hermes, MCM เป็นต้น ส่วนสินค้าจากผลิตภัณฑ์เกาหลี ประเภทอาหารเกาหลี อาทิ สาหร่าย, กิมจิ, เห็ดSongi, เหล้าเกาหลี, ชา, ซ็อกโกแลต, ขนมเกาหลีแบบดั้งเดิม เป็นต้น ประเภทเครื่องสำอางเกาหลี อาทิ Hera, Seolhwasu เป็นต้น ประเภทโสมเกาหลี อาทิ โสม, โสมแดง เป็นต้น และประเภทพลอยอเมทิส



รูปที่ 111 : ภาพแสดง Shinsegae Duty Free สาขาปูซาน

ที่มา : [tong.visitkorea.or.kr](http://tong.visitkorea.or.kr) (2016)



รูปที่ 112 : ภาพแสดงทางเข้าร้านค้า Shinsegae Duty Free สาขาปูซาน

ที่มา [image.edaily.co.kr](http://image.edaily.co.kr) (2016)





รูปที่ 113 : ภาพแสดงการจัดสินค้าหลากหลายแบรนด์ภายใน Shinsegae Duty Free สาขาปูซาน  
ที่มา : tong.visitkorea.or.kr, res.heraldm.com, bto.or.kr (2016)

จะเห็นได้ว่าในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีนั้น ไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวจะได้ชื่นชมและตื่นตาตื่นใจกับสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นที่แตกต่างกันไปของแต่ละท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีแล้ว หากยังมีร้านค้าเครื่องสำอาง ร้านสมุนไพรของเกาหลีชนิดต่างๆ หรือจะเป็นร้านค้าปลอดภาษี(Duty Free Shop) ในทุกโปรแกรมทัวร์ที่มาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลี นั่นก็เพราะรัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญ และสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศตนเองโดยไม่ลืมที่จะนำสินค้าขึ้นชื่อของเกาหลีหรือเป็นเอกลักษณ์ของเกาหลีในการเผยแพร่ออกไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเกาหลีให้ได้รู้จัก ได้เข้าใจวัฒนธรรมของเกาหลีอย่างแท้จริง อีกทั้งเป็นการจับจ่ายสินค้าแล้ว เงินไหลหมุนเวียนอยู่ภายในประเทศ และมีเงินตราจากต่างชาติเข้ามาในประเทศเกาหลีเพิ่มขึ้นอีกด้วย ซึ่งจากการที่แบรนด์เครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ต่างๆ ได้ขยายสาขาออกสู่ต่างประเทศไม่ต่ำกว่า 100 สาขาทั่วโลก นั่นก็เป็นสิ่งที่ยืนยันได้ว่านโยบายของรัฐบาลเกาหลีในการผูกมัดสินค้าเข้ากับการท่องเที่ยวของเกาหลีได้ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าเส้นทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากใน 3 ภูมิภาค คือ ภูมิภาคโซล, ภูมิภาคเชจู และภูมิภาคปูซาน ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ในแต่ละภูมิภาคมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ภูมิภาคโซลเน้นในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ส่วนในภูมิภาคเชจูจะเน้นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก ในส่วนภูมิภาคปูซานจะเน้นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการเป็นจุดเด่น ทั้งนี้จะมีการนำเสนอสิ่งที่เหมือนกันคือการมีร้านขายสินค้าปลอดภาษี เช่น The Shilla Duty Free, Lotte Duty Free และ Shinsegae Duty Free เป็นต้น รวมไปถึงพวกร้านขายเครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ต่างๆ เช่น Etude House, Skinfood, Innisfree, Sulwhasoo, Laneige และ The Face Shop เป็นต้น อีกทั้งยังมีร้านขายสินค้าทางด้านสุขภาพของเกาหลี เช่น ศูนย์สมุนไพรฮ็อกเกดนามู, พิพิธภัณฑสถานหยาเกาหลี, ศูนย์โสมเกาหลี, ศูนย์แสดงกิมจิเกาหลี และศูนย์น้ำมันสนเข็มแดง เป็นต้น ที่เป็นเช่นนี้ก็เพราะว่าในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนจะให้ความชื่นชอบ และสนใจกับสินค้าของเกาหลีจากทางร้านค้าปลอดภาษีที่มีราคาค่อนข้างถูกกว่าราคาสินค้าจากประเทศอื่นๆ มีสินค้าที่หลากหลาย ในส่วนของร้านเครื่องสำอางเกาหลีนั้น ประเทศเกาหลีมีชื่อเสียงในเรื่องของความสวยความงามและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางอยู่แล้ว จึงเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มีความสนใจต่อนักท่องเที่ยวชาวจีน ในส่วนของการมีร้านค้าสมุนไพรเกาหลีเป็นจุดดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากชาวจีนมีความเชื่อในเรื่องของสมุนไพรที่ผลิตจากธรรมชาติมีสรรพคุณในการบำรุงรักษาสุขภาพร่างกาย ซึ่งทั้งชาวจีนและชาวเกาหลีล้วนแต่มีวัฒนธรรมและความเชื่อที่คล้ายๆกัน จึงทำให้เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน จะมีร้านค้าปลอดภาษี ร้านเครื่องสำอาง และร้านสมุนไพรบำรุงสุขภาพพระบูไว้วินแพคเกจของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี

#### 4.3 กิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศเกาหลี

การวิเคราะห์กิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลี ได้ดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลจากการเขียนบันทึกประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีผ่านทางบล็อกการท่องเที่ยวจำนวน 2 แห่ง คือ [www.mafengwo.cn](http://www.mafengwo.cn) และ [travel.qunar.com](http://travel.qunar.com) ในช่วงเดือนธันวาคม 2558 ถึงเดือนมีนาคม 2559 โดยแบ่งออกเป็น 3 ภูมิภาค ดังนี้

## 1. ภูมิภาคโซล

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากเส้นหยาง : ในปีนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงวันหยุดพักผ่อนในช่วงเวลาการทำงาน คือ ในเดือนสิงหาคมจะไปฮันนีมูนกันที่ เกาะภูเก็ต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ในเดือนตุลาคมที่ ฮาร์บินในช่วงฤดูใบไม้ร่วง ไปจนถึงเดือนธันวาคมในช่วงวันคริสต์มาส ที่กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความสุข และเป็นสิ่งที่มีความสนใจร่วมกันระหว่างทั้งฉันและสามี และก็เป็นกิจกรรมที่ทำให้พวกเรา 2 คน ได้ใช้เวลาร่วมกัน นั่นก็เพราะว่า เนื่องจากลักษณะทางการทำงานของพวกเราที่แตกต่างกัน เรา 2 คนจึงมีวันหยุดหรือวันพักผ่อนที่ตรงกันค่อนข้างยาก ดังนั้นทุกครั้งที่เราทั้ง 2 คนมีเวลาว่างก็จะวางแผนสำหรับการท่องเที่ยวและผ่อนคลายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ถ้าชีวิตได้รับการพักผ่อนในทุกๆปี ก็คงจะเป็นสิ่งที่ดี เหมือนอย่างเช่นปีนี้ซึ่งทำให้ฉันรู้สึกมีความสุขขึ้นมาอีกครั้ง

- Myeongdong Street ไปกินอาหารของกินตามตรอกซอยต่างๆ เช่น ข้าวยาเกาหลี พิซซ่าเกาหลี อาหารรับประทานเล่นบนถนนเมียงดงมากมายและราคาไม่แพง เช่น ขนมปลาไส้ต่างๆ น้ำทับทิม เป็นต้น ไปร้านเครื่องสำอางยี่ห้อต่างๆเช่น ยี่ห้อ Natural Republic ไปร้าน Teenie Weenie ซึ่งเป็นร้านตุ๊กตาหมี Teddy Bear และสุดท้ายก็แวะเลือกซื้อและดูเสื้อผ้าแบบต่างๆ ภายใน Myeongdong Street ที่มีราคาถูกกว่าเสื้อผ้าที่มียี่ห้อமாக

- Gwanghwamun Square ซึ่งสถานที่นี้พวกเราได้ดูพิธีการเดินขบวนของเหล่าทหาร อีกทั้งนั่งพักผ่อนหย่อนใจชมบรรยากาศใจกลางกรุงโซลรวมไปถึงการถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

- Gyeongbokgung Palace เข้าชมความงดงามของพระราชวังเกาหลีในสมัยโบราณ และชมพิธีทหารเปลี่ยนเวรยามเฝ้าหน้าประตูของพระราชวัง

- ซองวาแด (Blue House) ชมที่อยู่อาศัยและที่ทำงานของประธานาธิบดีเกาหลี อีกทั้งยังได้ถ่ายรูปกับอนุสาวรีย์รูปนกพิณอีกด้วย

- The National Folk Museum of Korea เข้าชมรูปปั้นหุ่นจำลองที่แสดงถึงการดำเนินชีวิตของชาวเกาหลี ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยราชวงศ์โชซอน

- Samcheong-dong แวะร้านเครื่องสำอาง Lush Fresh Handmade Cosmetic

- Bukchon Hanok Village สัมผัสประสบการณ์วัฒนธรรมเกาหลีจากการได้สวมใส่ชุดฮันบก(ชุดประจำชาติของเกาหลี) และได้ชมทัศนียภาพ Bukchon Hanok Village จากมุมสูง

- Insa-dong เดินช้อปปิ้งสินค้า ของฝากสไตล์เกาหลี ราคาไม่แพง ซึ่งสถานที่นี้มีของกินเล่นมากมายหลากหลาย รวมไปถึงมีเหล่าวัยรุ่นชาวเกาหลีที่มักจะนัดเจอกันที่นี่โดยมาเป็นแบบคู่รัก เดินกันแบบชิลๆ ในบรรยากาศสบายๆ ซึ่งพวกเราได้ให้นักศิลปะที่อยู่ในย่านนี้วาดรูป

เหมือนของเรา 2 คน ซึ่งเขาก็วาดอย่างรวดเร็วเพียง 15-20 นาทีก็เสร็จ เป็นสิ่งที่น่าประทับใจและตื่นตาตื่นใจสำหรับตัวฉันและสามีมาก

- Lotte Duty Free ซื้อสินค้าแบรนด์เนมและเครื่องสำอางยี่ห้อดังด้วยราคาที่ถูกลงกว่าร้าน Duty Free ของประเทศอื่น

- Lotte Department Store ซื้ออาหารเตรียมไว้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในวันต่อไป รวมถึงเครื่องใช้ต่างๆที่จำเป็น

- The Shilla Duty Free ซื้อสินค้าแบรนด์เนมและเครื่องสำอางยี่ห้อดังด้วยราคาที่ถูกลงกว่าร้านขายสินค้าปลอดภาษีของประเทศอื่น

- N Seoul Tower เนื่องจากช่วงเวลาที่เราไปเที่ยวเป็นช่วงคริสต์มาส และเป็นวันหยุดยาวสุดสัปดาห์ จึงพบคู่รักชาวเกาหลีมาคล้องกุญแจและพกกล้องมาถ่ายรูปจำนวนมาก และฉันกับสามีก็ซื้อกุญแจและเขียนชื่อ เขียนความรู้สึกลงไป ซึ่งฉันคิดว่าเรา 2 คนอยู่ด้วยกันมากกว่า 10 ปี ผ่านการเดินทางท่องเที่ยวด้วยกันมาจำนวนมาก ดังนั้นจึงมีความทรงจำร่วมกันที่จะไม่แยกจากกัน จากนั้นก็คล้องกุญแจและทิ้งลูกกุญแจลงไป

- Sinsadong Garosu-gil Road ไปถ่ายรูป เลือกซื้อของที่ระลึกและดื่มกาแฟที่ LINE Friends Cafe & Store นอกจากนี้ยังเดินเล่นดูร้านเสื้อผ้าดีไซน์เก๋ๆ ตามถนนหลากหลายร้าน ซึ่งราคาถือว่าไม่แพงมาก

- คลองชองเกซอน เมื่อพวกเรามาถึงสถานที่นี้ก็รู้สึกได้ว่า เป็นสถานที่ที่สวยงามมาก จึงถ่ายรูปกันเป็นที่ระลึกและมานั่งพักผ่อนริมคลองพร้อมทั้งสูดอากาศอันบริสุทธิ์ ซึ่งบางคนก็โยนเหรียญไปในลำคลองเพื่อขอพรและอธิษฐานในคืนวันคริสต์มาส

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากเหยเป่ย์ : สำหรับสาว ๆ ที่ชื่นชอบในซีรีส์เกาหลี กรุงโซลจะเป็นสถานที่หลักในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอาหารที่อร่อย, การเดินตามตรอกถนนย่านต่างๆ มีพวกร้านกาแฟมากมาย รวมไปถึงความเป็นธรรมชาติที่สวยงามซึ่งมันเป็นตั้งแต่ช่วงสมัยที่ฉันเรียน และได้มีโอกาสดูซีรีส์เกาหลี กรุงโซล ก็เข้ามาอยู่ในหัวใจของผู้หญิงตัวน้อยๆ อย่างฉันแล้ว

ดังนั้นพอถึงช่วงฤดูใบไม้ผลิ(ช่วงดอกซากุระบาน) ที่กรุงโซลก็กลายเป็นตัวเลือกของฉันในการจองตั๋วเครื่องบินราคาถูกเพื่อมาท่องเที่ยวที่กรุงโซล ซึ่งแฟนของฉันก็ได้เข้าร่วมในการท่องเที่ยวครั้งนี้ด้วย และจึงกลายมาเป็นทริปคู่รัก 2 คนกับความโรแมนติกท่ามกลางดอกซากุระ

- Bukchon Hanok Village พวกเราไปถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึกภายในส่วนมุมต่างๆของหมู่บ้าน ซึ่งล้วนแต่มีทัศนียภาพที่น่ารัก เหมาะแก่การที่ถ่ายรูปเก็บไว้ในทุกๆช่วงเวลา

- Namsan Park นั่งกับแฟนไปเดินดูดอกซากุระบานที่ด้านบนของยอดเขานัมซาน และขอให้แฟนทำท่าเลียนแบบพระเอกในซีรีส์เรื่อง My Name is Kim Sam Soon ที่พระเอกและนางเอกถ่ายรูปร่วมกันที่บ้านไคทางขึ้นของยอดเขานัมซานแห่งนี้

- N Seoul Tower พวกเราซื้อตั๋วเพื่อขึ้นไปชมวิวทิวทัศน์โดยรอบของกรุงโซล และถ่ายรูปกับกำแพงที่คล้องกุญแจสัญญารักจากคู่รักคู่ต่างๆที่มาเยือน N Seoul Tower

- Ewha Womans University เมื่อพวกเรามาเยือนสถานที่นี้ก็ต้องมาถ่ายรูปกับห้องสมุดของมหาวิทยาลัยที่มีสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองและแปลกตาสวยงาม

- Ihwa Mural Village ซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายซีรีส์หลายเรื่อง เช่น Rooftop Prince พวกเราไปถ่ายรูปเล่นกันตามภาพวาดศิลปะบนผนังของหมู่บ้านบ้าง บ้านไคบ้าง รวมถึงไปชมวิวทิวทัศน์สวยๆ ของกรุงโซลในอีกมุมมองหนึ่ง

- สวนสนุก Lotte World เป็นสถานที่จุดหมายหนึ่งของฉันในการมาท่องเที่ยว และไปเล่นเครื่องเล่นม้าหมุนที่ทำให้ฉันได้จินตนาการว่าตนเองเป็นนางเอกในซีรีส์เกาหลีที่มีความรักที่บริสุทธิ์กับพระเอก ซึ่งตัวพระเอกและนางเอกจะมาอธิษฐานหน้าเครื่องเล่นม้าหมุนขอให้ความรักของพวกเขาได้รักกันและอยู่ด้วยกันตลอดไป เช่น ซีรีส์เรื่อง Full House, Stairway to Heaven

- Yeouido ด้วยความตั้งใจที่อยากจะสัมผัสธรรมชาติในกรุงโซลประกอบกับในตอนที่เราไปท่องเที่ยวเป็นช่วงที่ดอกซากุระบาน ดังนั้นเกาะยอฮิดโจจึงเป็นอีกสถานที่หนึ่งที่สวยที่สุดที่ไปดูดอกซากุระบานในกรุงโซล ซึ่งตอนที่พวกเราไปโชคดีมาก เพราะเป็นวันที่ดอกซากุระบานเต็มพอดี

- Lotte Duty Free ซื้อสินค้าแบรนด์เนมและเครื่องสำอางยี่ห้อดัง เช่น Estee Lauder, Lancome, Dior เป็นต้น ซึ่งเป็นร้านค้าปลอดภาษีที่ราคาบางสินค้าถูกกว่าร้านค้าปลอดภาษีในประเทศญี่ปุ่น

- Myeongdong Street แวะรับประทานอาหารที่ร้านอาหารชื่อดังของเกาหลี รวมทั้งร้านเครื่องสำอาง รับประทานอาหารของกินเล่นตามข้างทางที่อร่อยและมีของกินเล่นที่หลากหลายมาก แต่น่าเสียดายที่เวลาน้อยไม่ได้กินอาหารที่ขายตามถนนเมียงดงหมดทุกอย่าง ถ้ามีเวลาจะชวนแฟนไปกินด้วยกันอีก

- Sunrise Duty Free ซื้อเสื้อผ้าและเครื่องสำอางปลอดภาษี ในราคาที่ถูกลงกว่าร้านค้าขายสินค้าปลอดภาษีของประเทศอื่นๆ

- Lotte Department Store ซื้อเครื่องสำอางแบบต่างๆ โดยเฉพาะเครื่องสำอางของประเทศเกาหลี



- Hongdae (Hongik University Street) แวะรับประทานอาหารคือเมนู ชี่โครง บาร์บีคิวชีสซึ่งเป็นอาหารชื่อดังของเกาหลี ไปร้าน Hello Kitty Cafe เข้าร้านเครื่องสำอางและร้านเครื่องประดับ และร้านเสื้อผ้าแนวเกาหลี เพราะย่านนี้เรียกได้ว่าเป็นย่านรวมวัยรุ่นเกาหลีที่มีหัวใจศิลปะ

- Samcheong-dong ไปร้านขายของกินเล่นซึ่งมีแต่อาหารนารับประทานและนาร่อย อีกทั้งร้านค้าต่างๆก็ตกแต่งสวยงามจนพวกเราต้องถ่ายรูปเก็บไว้

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากเชียงใหม่ : ในทุกๆปีฉันและแฟนจะมีแผนการท่องเที่ยว ซึ่งในเดือนตุลาคมพวกเราก็จะแต่งงานกันแล้ว ดังนั้นนี่จึงเป็นโอกาสที่ดีครั้งหนึ่งที่จะไปเกาหลี ซึ่งจะใช้อีกโอกาสนี้ในการหาซื้อของขวัญใหญ่จากการไปท่องเที่ยวเกาหลีเพื่อเอาไปใช้ในงานแต่งงาน

- Myeongdong Street ไปกินอาหารแบบต่างๆ และเดินดูสินค้าในถนนเมียงดง

- Gyeongbokgung Palace เดินดูพระราชวังเกาหลีโบราณ และสัมผัสกับวัฒนธรรมของเกาหลีแบบดั้งเดิม ได้รับความรู้สึกและเปิดใจยอมรับต่อคนเกาหลี นอกจากนี้ยังได้ชมพิธีการเปลี่ยนเวรยาม

- Gwanghwamun Square ซึ่งช่วงเวลาที่ไปเป็นวันชาติเกาหลีพอดี คนก็เลยเยอะซึ่งมีทั้งชาวเกาหลีเองและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

- Samcheong-dong ไปดูร้านค้าที่ขายเครื่องประดับอัญมณีที่สวยงามมากและราคาค่อนข้างเหมาะสมที่จะซื้อเก็บไว้เป็นที่ระลึก

- Bukchon Hanok Village เดินดูรูปแบบของอาคารในแบบเกาหลีดั้งเดิม มันให้ความรู้สึกที่สวยงามมาก รู้สึกเหมือนอยู่ในฉากละครแนวประวัติศาสตร์ของเกาหลี นอกจากนี้ก็แวะกินอาหารของเกาหลี คือ ไก่ตุ๋นโสม หลังจากนั้นเข้าร้านขายเครื่องประดับ

- Inwa Mural Village มันช่างน่าตื่นตาตื่นใจมาก และพวกเราก็ถ่ายรูปคู่รักกันที่สถานที่นี้

- Ewha Womans University พวกเราไปถ่ายรูปกันที่ข้างห้องสมุดของมหาวิทยาลัย ซึ่งถือว่าเป็นจุดสำคัญของมหาวิทยาลัยนี้ ซึ่งที่นี่มีสถาปัตยกรรมที่สวยงามมากจริงๆ และมีความหรูหราในอาคารแบบยุโรป

- Lotte Yong Plaza สถานที่นี้เป็นแหล่งช้อปปิ้งสำหรับวัยรุ่นชาวเกาหลี แต่ก็มีนักท่องเที่ยวจีนค่อนข้างเยอะเหมือนกัน ดังนั้นจึงมีพนักงานที่ให้บริการบางคนสามารถพูดภาษาจีนได้ ฉันได้ซื้อเสื้อคลุมกันหนาวจากสถานที่นี้ และหลังจากนั้นพวกเรามีโอกาสได้เข้าไปดูภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ของเกาหลีเป็นครั้งแรก

- Hongdae (Hongik University Street) เมื่อมาย่านนี้ฉันก็ตรงเข้าไปเลือกดูและซื้อเสื้อผ้าแบบต่างๆ นอกจากนี้ได้ซื้อรองเท้ายี่ห้อ New Balance ไปฝากน้องชาย และเดินดูร้านขายสินค้าต่างๆภายในย่านนั้น

- Lotte Duty Free ซื้อสินค้าแบรนด์เนมและเครื่องสำอางยี่ห้อดัง เช่น Gucci, Dior เป็นต้น ซึ่งเป็นร้านสินค้าปลอดภาษีที่ราคาสินค้าปลอดภาษีถูกกว่าในประเทศญี่ปุ่นบางสินค้า

- N Seoul Tower พวกเราซื้อตั๋วเพื่อขึ้นไปชมวิทิวทัศน์โดยรอบของกรุงโซล และถ่ายรูปกับแฟนเป็นที่ระลึกหน้ากำแพงที่คล้องกุญแจสัญญารัก

- Cookin' Nanta Show พวกเราได้เข้าไปชมการแสดงทำอาหารที่มีเรื่องราวความสนุกสนานรวมทั้งการต่อสู้ และความรัก โดยที่ทุกอย่างนั้นเกิดขึ้นในครัว ทำให้พวกเราได้รับความรู้สึกที่เต็มไปด้วยรอยยิ้มและเสียงหัวเราะพร้อมตื่นตาตื่นใจไปกับการแสดง และตอนสุดท้ายของการแสดงนั้นฉันได้มีโอกาสเข้าร่วมการแสดงนี้ด้วยรู้สึกทั้งตื่นเต้นและสนุกมากมาย

- Lotte Department Store ซื้อพวกอาหารเกาหลีไปเป็นของฝาก เช่น ผักคองชนิดต่างๆ และสาหร่ายเกาหลี เป็นต้น

## 2. ภูมิภาคเชจู

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากปักกิ่ง : หลังจากงานแต่งงานของพวกเขา ฉันก็ปรึกษากับแฟนว่าจะหาสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับช่วงที่พวกเราไปฮันนีมูนกัน พวกเราจึงตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวที่เกาะเชจู

- Jeju Teseum พวกเราได้ไปถ่ายรูปกับบรรดาตุ๊กตาหมีที่อิริยาบถในแบบต่างๆ ทั้งได้สัมผัสและกอดตุ๊กตาได้อย่างมีความสุข ซึ่งพวกมันก็น่ารักมากๆ จนทำให้นักท่องเที่ยวทุกคนที่มาเยือนไม่มีคนไหนไม่หลงรักพวกมัน

- Seopjikoji สถานที่นี้เต็มไปด้วยความสวยงามเหมาะสำหรับการเดินชมวิทิวทัศน์ที่สวยงามของเกาะเชจู ได้สูดอากาศที่บริสุทธิ์ และน้ำทะเลสีเขียวที่ใสสะอาด

- Sangumburi Crater สถานที่นี้เป็นสถานที่ถ่ายภาพยนตร์เรื่อง Love Wind Love Song ซึ่งพวกเราได้เดินชมปล่องภูเขาไฟ อากาศที่นี่ค่อนข้างสดชื่น อีกทั้งยังมีทุ่งหญ้าสีแดงที่ปลิวไสวไปตามแรงลม ฉันจึงเก็บภาพบรรยากาศเหล่านี้ไว้เป็นที่ระลึก

- Eco Land Theme Park พวกเราได้มีโอกาสสัมผัสกับธรรมชาติของเกาะเชจูที่สวยงาม เครื่องเล่นแบบต่างๆก็จะเป็นเครื่องเล่นที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่นี่บรรยากาศค่อนข้างดีทำให้ฉันได้สนุกและเพลิดเพลินไปกับการเดินเล่นชมธรรมชาติ

- Lotte Duty Free เครื่องสำอางยี่ห้อดังและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว เช่น Skinfood, Sulwhasoo และ Nature Republic เป็นต้น

- Joanne Bear Museum พวกเราได้ถ่ายรูปกับพวกตุ๊กตาหมีในอิริยาบถแบบต่างๆ นอกจากนี้ยังขึ้นไปเที่ยวข้างบนของพิพิธภัณฑสถานเพื่อชมวิวทิวทัศน์โดยรอบของเกาะเชจู

- Ripley's Believe It or Not! Museum พวกเราได้ชมภาพจำลองเรื่องราวที่หลากหลายและแปลกประหลาดจากทั่วโลก ทำให้รู้สึกน่าตื่นตาตื่นใจกับเรื่องราวหรือสิ่งที่ได้เห็น

- Shinjeju Baozen Street ได้รับประทานอาหารท้องถิ่นของเกาะเชจู เลือกซื้อเครื่องสำอางที่ร้าน Innisfree นอกจากนี้ฉันยังได้ไปสัมผัสกับหินปูซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของเกาะเชจู ที่คู่รักชาวเกาหลีมีความเชื่อว่า เมื่อมาสัมผัสที่ตาของหินปู จะทำให้ได้บุตรที่เป็นฝาแฝด และเมื่อหลังจากแต่งงานกันถ้าคู่สามีภรรยาได้ไปเกาะเชจู ไปนมัสการหินปูตามความเชื่อจะทำให้คู่สามีภรรยามีบุตรเป็นจำนวนมาก

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากเชียงใหม่: เดิมทีประเทศเกาหลีไม่ได้อยู่ในความคิดที่อยากจะไปเที่ยวของผม สำหรับคนที่พูดภาษาอังกฤษได้ไม่มากอย่างผม ซึ่งก่อนหน้านี้ผมได้วางแผนว่าจะไปท่องเที่ยวที่โอกินาวา แต่ด้วยเหตุผลที่ต้องขอวีซ่าในการเข้าประเทศที่ค่อนข้างยากเกินไป จึงมีคนแนะนำมาให้ไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีดีกว่า ดังนั้นผมและแฟนจึงตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่เกาะเชจู

- โขดหินหัวมังกร (Dragon Head Rock) ผมได้ซื้อส้มซึ่งเป็นผลไม้ที่มีชื่อเสียงของเกาะเชจู เป็นสินค้าส่งออกที่โดดเด่นของเกาหลี พวกเราไปถ่ายรูปกับหินปูซึ่งเป็นสัญลักษณ์ประจำเกาะเชจู

- Hallasan National Park ไปถ่ายรูปกับธรรมชาติ เดินชมตามสวนสาธารณะ ปีนเนินเขาไปจุดสูงสุดของยอดเขา ซึ่งถ้ามาในช่วงฤดูใบไม้ร่วงที่นี่จะสวยงามมาก

- Hyeopjae Beach ผมและแฟนไปเดินเล่นริมชายหาด เล่นน้ำทะเล ซิมซาหรัยทะเลและเล่นทราย

- The Shilla Duty Free ซื้อเครื่องสำอางยี่ห้อดังต่างๆที่มีคนแนะนำกันว่าที่ประเทศเกาหลีร้านค้า Duty Free ราคาสินค้าปลอดภาษีจะถูกกว่าประเทศอื่นๆ

- Seopjikoji สถานที่นี้เต็มไปด้วยความสวยงามเหมาะสำหรับการเดินชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของเกาะเชจู พวกเราไปดูพระอาทิตย์ขึ้นและถ่ายรูปกันเป็นที่ระลึก

- Seongsan Ilchulbong พวกเราปีนตามบันไดขึ้นไปดูพระอาทิตย์ขึ้น ท่ามกลางอากาศที่บริสุทธิ์และล้อมรอบไปด้วยภูเขา

- Jeju Women's Diver Show ได้ชมการแสดงการจับปลาประกอบกับการร้องเพลงของชาวประมงบนเกาะเชจู อีกทั้งยังได้รับประทานอาหารทะเลแบบสดๆอีกด้วย

- Udo Island พวกเราเช่ารถมอเตอร์ไซค์ 4 ล้อ ATV ชมบรรยากาศรอบๆเกาะอุโด และถ่ายรูปคู่กับรูปปั้นชาวประมงประจำเกาะ อีกทั้งฉันและแฟนก็ได้เขียนชื่อบอกรักกันเป็นภาษาเกาหลีบนหาดทราย

- Teddy Bear Museum พวกเราได้ไปถ่ายรูปกับบรรดาตุ๊กตาด้าหมีที่อิริยาบถในแบบต่างๆ ทั้งได้สัมผัสและกอดตุ๊กตาได้อย่างมีความสุข ซึ่งพวกมันก็น่ารักมากๆ จนทำให้นักท่องเที่ยวทุกคนที่มาเยือนไม่มีคนไหนไม่หลงรักพวกมัน

- Lotte Duty Free ซื้อสินค้าปลอดภาษี สินค้ายี่ห้อดังประเภทต่างๆ และเครื่องสำอางปลอดภาษี

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากกว้างไกล : นี่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศครั้งแรกของฉัน ในช่วงวัยรุ่นแต่ที่สำคัญกว่าคือ การที่ฉันและแฟนได้ไปท่องเที่ยวด้วยกัน เนื่องจากไม่มีปีมานี้ประเทศในแถบรอบๆประเทศจีนกลายเป็นสถานที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีน ให้มาท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี, ประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งพวกเขาเหล่านี้ล้วนแต่เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยว พวกเราจึงตัดสินใจไปท่องเที่ยวด้วยกันที่เกาะเชจู

- โขดหินหัวมังกร (Dragon Head Rock) ผมรู้สึกว่าการที่แห่งนี้ไม่ได้มีความพิเศษอะไรขนาดนั้น ไม่ได้มีความแปลกพิสดารกับภูเขาและแม่น้ำของเกาะเชจู เพราะประเทศจีนล้วนแต่มีแม่น้ำและภูเขาที่สวยงามมีชื่อเสียงของโลก แต่วิวทิวทัศน์บางแห่งก็ทำให้นักถึงบรรยากาศเล็กๆที่ทำให้พวกเราโหยหา

- Jeju Folklore & Natural History Museum เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่มีทัศนียภาพที่น่าจดจำมาก มีดอกซากุระบาน ซึ่งสามารถทำให้คนที่มาชมหรือมาท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

- Halla Arboretum พวกเราเดินชมบรรดาพรรณไม้ที่หลากหลายสวยงามภายในสวน ได้สูดอากาศที่บริสุทธิ์ พร้อมทั้งถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึก

- Trick Art Museum KOREA เป็นอีกหนึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่ทำให้พวกเราสนุกสนานมาก พวกเราจึงถ่ายรูปกับศิลปะ 3 มิติได้เยอะมาก

- Oedolgae Rock พวกเราไปปีนขึ้นไปบนยอดโขดหิน ชีวิตวิวทิวทัศน์ท้องทะเลบนเกาะเชจู และถ่ายรูปกันเป็นที่ระลึก

- Kimchi Museum Korea พวกเราได้เรียนรู้เกี่ยวกับกรรมวิธีการทำกิมจิ และได้ทดลองการทำกิมจิด้วยตนเอง อีกทั้งยังได้ลองสวมใส่ชุดฮันบก(ชุดประจำชาติของเกาหลี) พร้อมทั้งถ่ายรูปเป็นที่ระลึก

- Teddy Bear Museum พวกเราได้ไปถ่ายรูปกับบรรดาตุ๊กตาทมิที่อิริยาบถในแบบต่างๆ ทั้งได้สัมผัสและกอดตุ๊กตาดูได้อย่างมีความสุข ซึ่งพวกมันก็น่ารักมากๆ นอกจากนี้ก็ได้ซื้อของที่ระลึกกลับไปเป็นตุ๊กตาทมิ Teddy Bear

- Yakchunsa Temple พวกเราได้เยี่ยมชมกับสถาปัตยกรรมของเกาหลีโบราณรวมทั้งได้สักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ประจำวัด

- Seopjikoji สถานที่นี้เต็มไปด้วยความสวยงามเหมาะสำหรับการเดินชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงามของเกาะเชจู พวกเราไปดูพระอาทิตย์ขึ้นและถ่ายรูปกันเป็นที่ระลึก

- Seongsan Ilchulbong พวกเราปีนตามบันไดขึ้นไปดูพระอาทิตย์ขึ้น ซึ่งที่นี้ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีเอง ในที่สุดก็ทำให้ผมได้รู้สึกถึงการมาเยือนประเทศเกาหลีจริงๆ สักที

### 3. ภูมิภาคปูซาน

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากปักกิ่ง : เพราะฉันคิดว่าประเทศเกาหลีเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าเหมาะสำหรับการเรียนรู้ เป็นประเทศที่ให้คามโรแมนติกสำหรับคู่รัก และสำหรับสำหรับผู้หญิงแล้วคงปฏิเสธไม่ได้ที่ไปท่องเที่ยวเกาหลีแล้วจะไม่ซื้อเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวแต่สำหรับแฟนของฉันคงจะไม่ชอบสักเท่าไร แต่เมื่อพวกเขาตัดสินใจไปท่องเที่ยวเกาหลีแล้ว ปูซานจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เราจะไปกัน

- Haeundae Beach พวกเราไปนั่งพักผ่อน สูดอากาศบริสุทธิ์ และสัมผัสกับเม็ดทรายมีละเอียด จึงถ่ายรูปเก็บเป็นที่ระลึก จากนั้นก็นั่งดูพระอาทิตย์ตกดินและมองท้องฟ้ายามใกล้ค่ำ

- Lotte Duty Free ซื้อสินค้าปลอดภาษี สินค้าไฮ้ห้อดังประเภทต่างๆ และเครื่องสำอางปลอดภาษี

- Busan Gamcheon Culture Village เมื่อพวกเรามาถึงหมู่บ้านนี้เจียบสงบมากเหมาะสำหรับการเดินชมศิลปะตามฝาผนังของแต่ละบ้าน แลถ่ายรูปเก็บไว้เป็นที่ระลึก

- Jagachi Market เพราะว่าพวกเราอยากกินชาชิมิและปลาหมึกสดจึงแวะรับประทานที่ร้านอาหารชั้น2ของตลาด ซึ่งที่ตลาดนี้มีคนเยอะมาก



- Nampodong Market ตลาดนี้เปรียบเสมือนกับเมียงดงของปูซาน ซึ่งก็มีอาหารของกินเล่น และสินค้ามากมายให้ได้เลือกซื้อ

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากปักกิ่ง : เพราะฉันได้มีโอกาสดูซีรีส์เกาหลีเรื่อง Who you came from the stars ที่มีนางเอกชื่อดังของเกาหลี จอนจิสยอน ร่วมแสดงด้วย ดังนั้นเมื่อถึงช่วงฤดูใบไม้ผลิ พวกเราจึงไปท่องเที่ยวเกาหลีในแบบเคปอปสไตล์กัน

- สวนสนุก Tongdo Fantasia ตรงส่วนที่เป็นชิงช้าสวรรค์ภายในสวนสนุกเคยเป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์หลายเรื่อง ฉันจึงตัดสินใจขึ้นไปนั่งบนชิงช้าสวรรค์เพื่อสัมผัสกับความรู้สึกที่เหมือนกันในซีรีส์และถ่ายรูปบรรยากาศจากมุมสูงโดยรอบสวนสนุกมา

- Jagachi Market พวกเราเข้าไปเลือกซื้อและดูการขายอาหารทะเลที่สดและสุดท้ายก็เลือกรับประทานอาหารทะเลของที่นั่น คือ ปลิงทะเลและเป่าหื้อ

- Nampodong Market พวกเราเดินดูร้านขายสินค้าประเภทต่างๆ และร้านอาหารของกินเล่น ขนมของเกาหลีและขนมพื้นถิ่นของปูซาน ได้มีโอกาสนั่งเก้าอี้พลาสติกเดี่ยวและรับประทานอาหารเช้า

- Shinsegae Duty Free ซื้อสินค้าปลอดภาษี สินค้าห้อยต่างประเภทต่างๆ และเครื่องสำอางปลอดภาษี

- Haeundae Beach พวกเราได้ชมวิวของทะเล และสัมผัสกับลมเย็นของทะเล ซึ่งในช่วงฤดูใบไม้ผลิจะมีอากาศที่อบอุ่นกำลังพอดี นอกจากนี้พวกเรายังได้นั่งมองนกนางนวลที่บินอยู่บนท้องฟ้า

- นั่งเรือยอซัง ให้ความรู้สึกเหมือนในซีรีส์ที่พระนางถ่ายภาพยนตร์แต่งงานกัน รวมไปถึงการร้องเรือที่แม่น้ำฮัน แต่พวกเราเปลี่ยนเป็นการล่องเรือที่ปูซานแทน ซึ่งพวกเราที่แต่งงานกันแล้วจึงถือโอกาสมาเดทกันบนเรือของคู่รัก นอกจากนี้ยังได้ชมทัศนียภาพยามค่ำคืนของปูซาน เช่นชายหาดอินแด และสะพานGwanggan Bridge ยามค่ำคืน มันช่างงดงามเหลือเชื่อ นอกจากนี้พวกเรายังได้ลอยโคมไฟบนเรืออีกด้วย

กรณีศึกษานักท่องเที่ยวแบบคู่รักจากกวังโจว : ในแผนการท่องเที่ยวของพวกเรา ประเทศเกาหลีไม่ได้อยู่ในแผนที่พวกเราไปท่องเที่ยวเลย เมื่อลองปรึกษากับแฟนแล้ว ก็ได้ตัดสินใจขึ้นมาอย่างน่าประหลาดใจว่าพวกเราเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ส่วนเหตุผลที่เลือกไปเกาหลินั้นมันไม่มีเหตุผลหรอก ฉันว่าสิ่งที่หัวใจคิดเป็นสิ่งที่คุณต้องการและนั่นคือเหตุผลที่น่าเชื่อถือมากที่สุด

ฉันก็ไม่ได้ชอบประเทศเกาหลี ไม่ค่อยใช้เครื่องสำอางเกาหลี แต่ฉันเชื่อว่าหัวใจของฉันได้ตัดสินแล้วและกำลังจะมาอีกครั้งในฤดูใบไม้ร่วงที่เกาหลี

- Busan Gamcheon Culture Village สถานที่นี้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนไม่เยอะเท่าไร หากแต่เต็มไปด้วยนักท่องเที่ยววันรุ่นชาวเกาหลี พวกเราก็คงไม่ได้ที่จะถ่ายรูปเหล่าบ้านสีพาสเทลจำนวนมากมาย

- Jagachi Market พวกเราเลือกร้านอาหารที่คนเข้ามารับประทานกันค่อนข้างมาก และสั่งอาหารที่ขึ้นชื่อของที่นี่ตามที่คนเกาหลีท้องถิ่นของที่นี่แนะนำ คือ พวกปลาหมึกสด ปลาไหลย่างและปลาย่าง ซึ่งอาหารแต่ละอย่างรสชาติก็ทำให้พวกเราพอใจมาก

- Haeundae Beach พวกเราไปชมวิวทิวทัศน์บนชายหาดพร้อมกับให้อาหารเหล่านกนางนวลจำนวนมาก

นอกจากนี้จากการสำรวจข้อมูลยังพบว่าองค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ได้มีการโปรโมทการท่องเที่ยวเกี่ยวกับคู่รัก เช่น กิจกรรมหรือเทศกาลที่มีความสอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประเภทคู่รักนิยมมาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีตามแต่ละภูมิภาค ดังนี้

### ภูมิภาคโซล

**Love is in the air on Namsan Mountain** ในช่วงเดือนแห่งความรัก ที่หน้าเพจ Facebook ของ KTO ได้ให้มีการจัดกิจกรรมออนไลน์ที่ จากการรวบรวมข้อความจากแฟน ๆ ทาง Facebook โดย 50 ข้อความแรกที่ได้รับการคัดเลือกพร้อมทั้งทีมงานจะได้ขึ้นไปยังหอคอย N Seoul Tower เพื่อไปเขียนข้อความบอกรักของพวกเขาและสื่อความในนามของแฟน ๆ นอกจากนี้ยังมีโปสเตอร์มากมายที่เกี่ยวกับความรัก ยกตัวอย่างเช่น การมารับประทานอาหารที่ร้านอาหารอิตาเลียนที่ตั้งอยู่บนชั้นสามของ Namsan Cable Car มีแพคเกจอาหารกลางวันสำหรับคู่รักและตัวไปกลับบนรถสายเคเบิล เป็นต้น



รูปที่ 114 : ภาพแสดงแพคเกจอาหารกลางวันสำหรับคู่รักและตัวไปกลับบนรถสายเคเบิล และการตกแต่งสัญลักษณ์ต่างๆในเทศกาลแห่งความรัก บริเวณหอคอย N Seoul Tower N  
ที่มา : [kto.visitkorea.or.kr/eng/pr.kto](http://kto.visitkorea.or.kr/eng/pr.kto) (2016)

### ภูมิภาคเชจู

“All In House” opens on Jeju Island “All In” เป็นซีรีส์ยอดนิยมในปี ค.ศ. 2003 ที่นำแสดงโดย ลีบยองฮุนและซองเฮเคียว กับฉากพิธีแต่งงานที่ถูกจัดขึ้นทั้งหมดในบ้านที่ถูกสร้างขึ้นเรียกว่า All In House ที่เกาะเชจู Seopjikoji บ้าน All In House เปิดให้เข้าชมเมื่อวันที่ 3 มิถุนายนปี ค.ศ. 2005 โดยต่อมาได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญบนเกาะเชจู จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทคู่รักที่ต้องการใช้เวลาด้วยกันในวันหยุดพักผ่อนหรือมาฮันนีมูน นอกจากนี้ในบางครั้ง All In House ยังใช้เป็นสถานที่สำหรับถ่ายรูปในงานแต่งงานของกลุ่มสาวที่กำลังจะแต่งงานด้วย จึงเป็นสถานที่ที่มีความโรแมนติกบนเกาะเชจู



รูปที่ 115 : ภาพแสดงบรรยากาศโดยรอบของ All In House ที่ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เรื่อง All In และเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวประเภทคู่รักจะนิยมมาท่องเที่ยวที่ Seopjikoji เกาะเชจู  
ที่มา : [www.selfstudykorean.com](http://www.selfstudykorean.com), [photobucket.com](http://photobucket.com) (2016)

## ภูมิภาคปูซาน

**You Who Came From the Stars “Tongdo Fantasi”** เป็นสวนสนุกที่ตั้งอยู่ใน Yangsan, จังหวัด Gyeongsangnam-do ปูซาน และเป็นสวนสนุกที่ใหญ่ที่สุดในปูซาน ได้เป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เรื่อง “You Who Came From the Stars” กับชิงช้าสวรรค์อันสุดแสนโรแมนติก และต่อมาได้กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมอีกสถานที่หนึ่งของเมืองปูซาน โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทคู่รัก ที่อยากจะมาตามรอยความโรแมนติกจากในซีรีส์ จึงกลายเป็นสถานที่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก



รูปที่ 116 : ภาพแสดงซีรีส์เรื่อง “You Who Came From the Stars” ใช้สถานที่ของสวนสนุก Tongdo Fantasi มาเป็นสถานที่ในการถ่ายทำซีรีส์จนได้รับความนิยมในที่สุด  
ที่มา : [www.etidol.com](http://www.etidol.com), [flyformiles.flyday.hk](http://flyformiles.flyday.hk) (2016)

สรุปได้ว่าการสำรวจเก็บข้อมูลกิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนประเภทคู่รักที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศเกาหลี ได้ดำเนินการโดยการเก็บข้อมูลจากการเขียนบันทึกประสบการณ์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีผ่านทางบล็อกการท่องเที่ยวจำนวน 2 แห่ง คือ [www.mafengwo.cn](http://www.mafengwo.cn) และ [travel.qunar.com](http://travel.qunar.com) ในช่วงเดือนธันวาคม 2558 ถึงเดือนมีนาคม 2559 โดยแบ่งออกเป็น 3 ภูมิภาค ดังนี้

### 1. ภูมิภาคโซล

นักท่องเที่ยวประเภทคู่รักมีแรงจูงใจ ที่เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่กรุงโซล เพราะว่ามีรู้สึกถึงกรุงโซลเป็นสถานที่ที่โรแมนติกเหมาะสำหรับการมาฮันนีมูน หรือใช้เวลาหยุดพักผ่อนร่วมกันของคู่รัก ที่อยากมีกิจกรรมที่สุดหวานและ โรแมนติกกับคนรัก ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประเภทคู่รักนิยมมาเยือนที่กรุงโซลมีทั้งหมด 5 แห่ง แบ่งออกเป็น ดังนี้

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมจำนวน 1 แห่ง คือ Bukchon Hanok Village โดยนักท่องเที่ยวมีความประทับใจในการได้สัมผัสวัฒนธรรมของเกาหลีแบบดั้งเดิม อีกทั้งทำกิจกรรมโดยการสวมใส่ชุดฮันบกและถ่ายรูปคู่กับคนรัก

1.2 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านนันทนาการจำนวน 4 แห่ง คือ

Myeongdong Street และ Samcheong-dong เป็นแหล่งช้อปปิ้งที่สำคัญของกรุงโซล มีสินค้ามากมายหลากหลาย รวมไปถึงร้านอาหารที่อร่อยมีชื่อเสียง อาหารกินเล่นของเกาหลีตามตรอกซอยต่างๆ จึงเหมาะกับการซื้อเครื่องสำอางของเกาหลี เสื้อเสื้อผ้าในแบบสไตส์เกาหลี และลิ้มลองอาหารที่มีรูปร่างหน้าตาน่ารับประทานในแบบต่างๆ

Lotte Department Store เป็นห้างสรรพสินค้าชื่อดังของเกาหลี เมื่อมาเยือนแล้วทำให้เกิดความรู้สึกตื่นตาตื่นใจกับความหรูหราของห้างสรรพสินค้าแห่งนี้ และได้ซื้อสินค้าแบรนด์เนมมากมาย

N Seoul Tower เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสัญลักษณ์ของความรัก และเป็นจุดเด่นของกรุงโซล ซึ่งเมื่อได้มาท่องเที่ยวกับคนพิเศษ จะทำให้ได้รับความรู้สึกอันสุดแสนโรแมนติก และมีกิจกรรมที่ทำร่วมกันระหว่างคู่รักที่มาเยือนให้เกิดความประทับใจซึ่งกันและกัน

## 2. ภูมิภาคเซจู

สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งบนเกาะเซจูจะมีชื่อเสียงในเรื่องของสถานที่แห่งความโรแมนติก จึงทำให้เป็นแรงจูงใจสำหรับคู่รักที่จะมาฮันนีมูน ดื่มน้ำผึ้งใต้พระจันทร์ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนในช่วงไม่กี่ปีมานี้มีความนิยมเป็นอย่างมากในการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลี เพราะการทำเรื่องเดินทางท่องเที่ยวมาประเทศเกาหลีเป็นเรื่องที่ง่ายและสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยแหล่งท่องเที่ยวบนเกาะเซจูที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีนประเภทคู่รักมีทั้งหมด 1 แห่ง ดังนี้

2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ คือ Seopjikoji ด้วยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโรแมนติก มีบรรยากาศที่สวยงาม อีกทั้งเป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เกาหลีที่ยอดนิยม จึงทำให้คู่รักที่มาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้ได้หวนรำลึกถึงความรักที่มีต่อกันเหมือนอย่างตัวพระเอกและนางเอกในซีรีส์



### 3. ภูมิภาคปูซาน

เป็นเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ทำให้ได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ เหมาะสำหรับการเดินช้อปปิ้งตามตรอกซอยต่างๆ ได้รับประทานอาหารเกาหลีและอาหารพื้นถิ่นของปูซาน นอกจากนี้จะไม่ผิดหวังหากเป็นผู้ที่ติดตามซีรีส์เกาหลี เพราะเมืองปูซานมีสถานที่ที่ใช้ในการถ่ายทำซีรีส์เกาหลีหลายแห่งไว้ด้วยกัน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวประเภทคู่รักที่มาเมืองปูซานมีทั้งหมด 2 แห่ง ดังนี้

3.1 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ คือ Haeundae Beach เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เมื่อมาเยือนจะสร้างความประทับใจ ความผ่อนคลายและความสดชื่นอย่างมาก ด้วยการได้อาบน้ำทะเลที่สะอาดสวยงามและหาดทรายที่สะอาดตา อีกทั้งยังได้ให้อาหารกับเหล่านกนางนวลที่บินอยู่บริเวณโดยรอบชายหาดจำนวนมาก

3.2 แหล่งท่องเที่ยวทางด้านนันทนาการ คือ Jagachi Market เมื่อมาเยือนยังสถานที่แห่งนี้จะได้สัมผัสกับอาหารทะเลแบบสดๆ ทั้งการได้ซื้ออาหารทะเลกลับไป และการได้รับประทานอาหารเมนูต่างๆ ที่มาจากทะเลตามร้านอาหารที่มีชื่อเสียง ซึ่งรสชาติของอาหารก็สดและอร่อยมาก

จากการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนประเภทคู่รักที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีได้ส่วนใหญ่มักมีแรงจูงใจมาจากการได้ดูซีรีส์เกาหลีที่ตนเองชื่นชอบ และเกิดความรู้สึกที่อยากจะมาท่องเที่ยวตามรอยซีรีส์อันสุดแสนโรแมนติกของแต่ละแห่ง รวมถึงการโปรโมทของรัฐบาลเกาหลีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบคู่รักได้ทำให้น่าสนใจ มีความหลากหลาย น่าตื่นตาตื่นใจ รู้สึกถึงการอยากมาสัมผัสถึงประสบการณ์ต่างๆ ด้วยตนเอง โดยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีเป็นอย่างยิ่ง

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเกาหลีเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีในปี ค.ศ. 2014 ห้าลำดับแรกได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง และไทย ตามลำดับ โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด โคนสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 การเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศเกาหลีกับนโยบายจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี

จากการศึกษาพบว่าจากนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาหลีในปี ค.ศ. 2010 โดยนโยบายที่มีชื่อว่า “2010-2012 Visit Korea Year” ทำให้แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวประเทศเกาหลีเกิดความเปลี่ยนแปลงโดยถือได้ว่าเป็นช่วงเริ่มต้นการท่องเที่ยวของเกาหลีที่เข้าสู่ขาขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และในปี ค.ศ. 2014 ได้มีการออกนโยบาย “การท่องเที่ยว 2014” จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ตั้งแต่เริ่มมีการออกนโยบายในช่วงปีต่างๆเป็นต้นมา และเป็นปีที่การท่องเที่ยวของเกาหลีประสบความสำเร็จในตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเห็นได้ชัด นั่นก็เพราะทางรัฐบาลเกาหลีมีการใช้สื่ออันเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลี และสถานที่ท่องเที่ยวของเกาหลี รวมไปถึงการมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชม ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลงใหลในความเป็นประเทศเกาหลีโดยไม่รู้ตัว

##### 5.1.2 เส้นทางท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่าเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากใน 3 ภูมิภาค คือ ภูมิภาคโซล, ภูมิภาคเชจู และภูมิภาคปูซาน ทั้งนี้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ในแต่ละภูมิภาคมีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ภูมิภาคโซล

เน้นในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ส่วนในภูมิภาคเซจูจะเน้นแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นหลัก ในส่วนภูมิภาคปูซานจะเน้นการนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวประเภทนั้นแทนการเป็นจุดเด่น ทั้งนี้จะมีการนำเสนอสิ่งที่เหมือนกันคือ การมีร้านขายสินค้าปลอดภาษี เช่น The Shilla Duty Free และ Lotte Duty Free เป็นต้น รวมไปถึงพวกร้านขายเครื่องสำอางเกาหลีแบรนด์ต่างๆ เช่น Etude House, Sulwhasoo และ Laneige เป็นต้น อีกทั้งมีร้านขายสินค้าทางด้านสุขภาพของเกาหลี เช่น ศูนย์สมุนไพรฮ็อกเกดนามู, พิพิธภัณฑสถานสำหรับเกาหลี, ศูนย์โสมเกาหลี, ศูนย์แสดงกิมจิเกาหลี และศูนย์น้ำมันสนเข้มแดง เป็นต้น เหตุผลเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจะให้ความชื่นชอบ และสนใจกับสินค้าของเกาหลีจากทางร้านค้าปลอดภาษีที่มีราคาค่อนข้างถูกกว่าราคาสินค้าจากประเทศอื่นๆ ในส่วนของร้านเครื่องสำอางเกาหลีนั้น เพราะประเทศเกาหลีมีชื่อเสียงในเรื่องของความสวยความงามและผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ในส่วนของการมีร้านค้าสมุนไพรเกาหลีเป็นจุดดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากชาวจีนมีความเชื่อในเรื่องของสมุนไพรที่ผลิตจากธรรมชาติมีสรรพคุณในการบำรุงรักษาสุขภาพร่างกาย จึงทำให้เส้นทางแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน จะมีร้านค้าปลอดภาษีร้านเครื่องสำอาง และร้านสมุนไพรบำรุงสุขภาพระบุไว้ในแพคเกจของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี

### 5.1.3 กิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศเกาหลี

จากการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนประเภทคู่รักที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีได้โดยอยู่ใน 3 ภูมิภาค คือ ภูมิภาค โซล คู่รักชาวจีนจะเน้นไปเที่ยวตามสถานที่ ได้แก่ Bukchon Hanok Village, Myeongdong Street, Samcheong-dong, Lotte Department Store และ N Seoul Tower เป็นต้น ส่วนในภูมิภาคเซจู นักท่องเที่ยวคู่รักชาวจีนจะให้ความนิยมไปท่องเที่ยวที่ Seopjikoji ในส่วนภูมิภาคปูซาน กลุ่มคู่รักชาวจีนจะมุ่งไปที่สถานที่ ได้แก่ Haeundae Beach และ Jagachi Market เป็นต้น

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่ากิจกรรมและรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศเกาหลีใน 3 ภูมิภาค คือ ภูมิภาค โซล จะมีแรงจูงใจมาจากสถานที่ดังกล่าวเป็นสถานที่ที่โรแมนติกเหมาะสำหรับการมาแบบคู่รักหรือฮันนีมูน อีกทั้งได้สวมใส่ชุดฮันบกเรียนรู้วัฒนธรรมของเกาหลี ในส่วนภูมิภาคเซจู ซึ่งสถานที่ดังกล่าวกำลังเป็นที่นิยมและเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงในเรื่องความโรแมนติก เป็นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เกาหลียอดนิยม

ส่วนในภูมิภาคปูซาน แรงจูงใจที่ทำให้มาท่องเที่ยว เพราะว่าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ใช้ในการทำซีรีย์เกาหลี นอกจากนี้ยังได้สัมผัสกับประสบการณ์ใหม่ๆในเรื่องของการช้อปปิ้งอีกด้วย

## 5.2 การอภิปรายผล

จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากประเทศเกาหลีใต้มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม โรแมนติก ด้วยลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขาและเกาะ จึงทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีสภาพที่แตกต่างและหลากหลายตามแต่ละภูมิภาค มีสภาพภูมิอากาศที่เย็นสบาย รวมทั้งได้สัมผัสกับวัฒนธรรมที่หลากหลาย และเป็นสวรรค์ของการมาช้อปปิ้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ แสงเดือน รติธร (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” พบว่าวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาคตะวันออกและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติทะเล และชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ที่มีทั้งแรงผลักซึ่งเป็นการกระตุ้นจากสภาวะภายในที่ต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว และขณะเดียวกันสิ่งที่ดึงดูดให้เลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใต้นั้น ขึ้นกับแรงดึง และสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ Sanne Leuenhagen Petersen (2009) ได้ศึกษาเรื่อง “Chinese Tourists’ Travel motivations and their resultant preferred travel activities” พบว่าปัจจัยทั้ง 4 ที่สร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน คือ ความรู้, การหลีกเลี่ยง/ความผ่อนคลาย, สักดิ์ศรี และความตื่นเต้นจากประสบการณ์/การผจญภัย ปัจจัยการสร้างแรงจูงใจเหล่านี้เกิดจากความพึงพอใจ และความชื่นชอบในกิจกรรมที่เป็นจุดเด่น ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้จากการศึกษาของผู้วิจัยพบว่า หน่วยงานของรัฐบาลเกาหลีมีการสร้างแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมความน่าดึงดูดใจ ซึ่งมีการดำเนินการที่หลากหลายของกิจกรรมที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างแคมเปญทางการตลาดต่างๆ การพัฒนาโดยเฉพาะสินค้าทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานที่ท่องเที่ยวของเกาหลี ผ่านทางสื่อโทรทัศน์หรือวิทยุ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ Sangjae Lee, Sungil Jeon, Doyoung Kim (2011) ได้ศึกษาเรื่อง “The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea” พบว่าผู้จัดการการท่องเที่ยวควรที่จะมีการพัฒนากลยุทธ์

ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และการบริการให้นักท่องเที่ยว เพิ่มแรงจูงใจและคุณภาพที่แท้จริง ตัวแทนการท่องเที่ยวในประเทศควรมีกิจกรรมส่งเสริมการขายให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเกิดความสนใจและมีแรงจูงใจโดยเน้นทางด้านวัฒนธรรม, สังคม, ประวัติศาสตร์และประเพณีของเกาหลี

### 5.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.3.1 ควรมีการพัฒนาเรื่องแหล่งท่องเที่ยวให้ให้เป็นที่น่าสนใจ และมีสิ่งที่น่าสนใจหลากหลายไม่จำเจ โดยมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความ ตระหนัก รู้จักการอนุรักษ์ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

5.3.2 ควรมีการจัดการและเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับระบบกรุปทัวร์ต่างชาติที่เข้ามาภายในประเทศ โดยการกำหนดให้กรุปทัวร์เหล่านั้นนำกิจกรรมต่างๆที่ส่งเสริมความเป็นไทย โดยระบุไว้ในรายการการท่องเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวต่างชาติไปทำกิจกรรมที่สัมผัสถึงความเป็นไทย เช่น รับประทานอาหารไทย สวมใส่ชุดไทย และซื้อสินค้าที่ผลิตโดยคนไทย ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าของสินค้าไทยที่ผนวกรวมกับการท่องเที่ยว เช่น เครื่องสำอางไทย หรือสมุนไพรไทย เป็นต้น

5.3.3 ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่นิยม และเป็นที่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทยมากขึ้น เช่น มีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวสวมชุดไทยเล่นสาดน้ำ ในประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

### 5.4 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

นอกจากนักท่องเที่ยวชาวจีนจะเป็นกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีในอนาคตแล้ว ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวชาวไทย ก็มีแนวโน้มที่ควรจับตามองเป็นอย่างยิ่งเช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีประเด็นในการนำเสนองานวิจัยในอนาคต ในเรื่องของการเปรียบเทียบความแตกต่างของรูปแบบและแรงจูงใจจากการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีน กับนักท่องเที่ยวชาวไทย หรือนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต



## บรรณานุกรม

### สื่อสิ่งพิมพ์

จินดา จำเริญ และคณะ, ผู้แปล. (2546). **สาระน่ารู้เกี่ยวกับเกาหลี**. กรุงเทพฯ: แดของแพ็คกิ้งแอนด์พรินต์ติ้ง.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. (2542). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นันทัช วรณณอม. (2552). **การวางแผนและการจัดการนำเที่ยว**. กรุงเทพฯ : บริษัท วิรัตน์ เอ็ดดูเคชั่น จำกัด.

นิตา ชัชกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

\_\_\_\_\_. (2549). **ธุรกิจนำเที่ยว(Tour Business)**. กรุงเทพฯ: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

\_\_\_\_\_. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ( Tourist Behavior )**. นนทบุรี:

หจก.เฟรนด์ข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิง

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช สาขาวิชาวิทยาการจัดการ. (2544). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

เลิศพร ภาระสกุล. (2555). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. (ม.ป.ป.). **คู่มือท่องเที่ยวเกาหลี**. ม.ป.ท.

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

#### ภาษาไทย

กฤษณะ สุกันตพงศ์. (2557). **UNWTO ชี้อยอดใช้จ่ายนักท่องเที่ยวเงินช่วยขับเคลื่อนอนาคตตลาดท่องเที่ยวโลก “โต”**. เข้าถึงเมื่อ 25 มกราคม. เข้าถึงได้จาก

[http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-economic-business/result.php?SECTION\\_ID=464&ID=14819](http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/china-economic-business/result.php?SECTION_ID=464&ID=14819)

- จอยทราเวล. (2554). **ชายหาดแฮอินแด (Haeundae Beach)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.jointtravel.com/travel-information-gallery/haeundae-beach.html](http://www.jointtravel.com/travel-information-gallery/haeundae-beach.html)
- \_\_\_\_\_. (2554). **ตลาดชาγάλชี (Jagalchi Market)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.jointtravel.com/travel-information-gallery/jagalchi-market.html](http://www.jointtravel.com/travel-information-gallery/jagalchi-market.html)
- \_\_\_\_\_. (2554). **พระราชวังเคียงบกกุง (Gyeongbokgung Palace)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.jointtravel.com/travel-information-gallery/gyeongbokgung-palace-gwanghwamun-square.html](http://www.jointtravel.com/travel-information-gallery/gyeongbokgung-palace-gwanghwamun-square.html)
- \_\_\_\_\_. (2554). **วัดพงอินซา (Bongeunsa Temple)**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.jointtravel.com/travel-information-gallery/bongeunsa-temple.html](http://www.jointtravel.com/travel-information-gallery/bongeunsa-temple.html)
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2558). **ภูมิภาคเอเชียเป็นภูมิภาคสำคัญที่ผลักดันการเติบโตตลาดการเดินทางต่างประเทศทั่วโลก**. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/itd.th/posts/10152918209682828>
- ชยรัตน์. (2554). **การท่องเที่ยวคืออะไร**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.oknation.net/blog/toi029820161/2011/07/06/entry-1](http://www.oknation.net/blog/toi029820161/2011/07/06/entry-1)
- วิกิพีเดีย. (2558). **โซล**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [th.wikipedia.org/wiki/โซล](http://th.wikipedia.org/wiki/โซล)
- สิรินาถ นัตรศุกกุล. (2556). **สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศปี 2555 และแนวโน้มปี 2556**. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-apr-jun/509-22556-situation-travel-2012-2013>
- แสงเดือน รตินธร. (2555). **ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือก มาท่องเที่ยวในประเทศไทย**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/apheitjournals/article/download/29730/25597>
- องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. (ม.ป.ป.). **คู่มือท่องเที่ยวเกาหลี**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [kto.or.th/พระราชวังและพิพิธภัณฑ์/](http://kto.or.th/พระราชวังและพิพิธภัณฑ์/)
- โฮเทลทราเวล. (2558). **ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเชจู**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.hoteltravel.com/th/south\\_korea/jeju/jeju-general-information.htm](http://www.hoteltravel.com/th/south_korea/jeju/jeju-general-information.htm)
- \_\_\_\_\_. (2558). **ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปูซาน**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.hoteltravel.com/th/south\\_korea/busan/busan-general-information.htm](http://www.hoteltravel.com/th/south_korea/busan/busan-general-information.htm)
- \_\_\_\_\_. (2558). **สภาพภูมิอากาศของโซล**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.hoteltravel.com/th/south\\_korea/seoul/seoul-weather.htm](http://www.hoteltravel.com/th/south_korea/seoul/seoul-weather.htm)

- \_\_\_\_\_ . (2558). อุทยานแห่งชาติภูเขาฮัลลาซานในเชจู. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก  
[www.hoteltravel.com/th/south\\_korea/jeju/hallasan-national-park-in-jeju.htm](http://www.hoteltravel.com/th/south_korea/jeju/hallasan-national-park-in-jeju.htm)
- เกาหลีใต้-แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอันดับ 3 ของนักท่องเที่ยวจีน. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน. เข้าถึงได้  
 จาก <http://smartsme.tv/mobile/knowledge-detail.php?id=661>
- จีนกลายเป็นตลาดท่องเที่ยวใหญ่ที่สุดของโลก. เข้าถึงเมื่อ 19 กันยายน. เข้าถึงได้จาก  
<http://mobile.thai.china.com/1052/20150724/425375.html>
- ของซาน อิลชุง จุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามที่สุดในเกาหลี. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก  
[travel.thaiza.com/ของซาน อิลชุง จุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามที่สุดในเกาหลี](http://travel.thaiza.com/ของซาน_อิลชุง_จุดชมพระอาทิตย์ขึ้นที่สวยงามที่สุดในเกาหลี)
- ปูซานเมืองใหญ่ของเกาหลีใต้. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [th.swewe.net/word\\_show.htm/](http://th.swewe.net/word_show.htm/)  
 ปูซานเมืองใหญ่ของเกาหลีใต้
- ลือความรักบนหอคอยสูงที่ เอ็น โซททาวเวอร์. เข้าถึงเมื่อ 9 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก  
[www.thaifly.com/index.php?route=news/news&news\\_id=396](http://www.thaifly.com/index.php?route=news/news&news_id=396)
- หมู่บ้านวัฒนธรรมซงอึบ – Seongeup Folk Village. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.chilloutkorea.com/seongeup-folk-village/>
- Bewty. (2556). เมียงดง (Myeongdong) แหล่งช้อปปิ้งอันดับ 1 ในเกาหลี. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม.  
 เข้าถึงได้จาก [www.fininkorea.com/2013/08/15/myeongdong-shopping-street/](http://www.fininkorea.com/2013/08/15/myeongdong-shopping-street/)
- Boysadoodta. (2557). พาเดินเที่ยวย่าน BIFF Square หรือย่านงานเทศกาลภาพยนตร์ปูซาน  
 (Busan) เกาหลีใต้. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.sadoodta.com/content>
- Candytreez in travel directory travel. (2558). เที่ยวเกาหลี บลูเฮาส์ (Blue House). เข้าถึงเมื่อ  
 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [candytreez.exteen.com/20150410/blue-house](http://candytreez.exteen.com/20150410/blue-house)
- Chaomuang. (2555). SeongEup Folk Village (หมู่บ้านซงอึบ เกาะเชจู ประเทศเกาหลีใต้). เข้าถึง  
 เมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.muangthai.com/thaidata/52175](http://www.muangthai.com/thaidata/52175)
- DPlus Guide Team. (2557). เยือนทำเนียบประธานาธิบดีเกาหลีที่ Blue House. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม.  
 เข้าถึงได้จาก [www.dplusguide.com/2014/blue-house-korea](http://www.dplusguide.com/2014/blue-house-korea)
- \_\_\_\_\_ . (2557). แฮอินแด (Haeundae Beach) หาดสวย น้ำใส กับร้านริมหาดสุดคึกคัก.  
 เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [www.dplusguide.com/2014/haeundae-beach](http://www.dplusguide.com/2014/haeundae-beach)
- Lady2000. (2551). Hallyu Star คืออะไร?. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.bloggang.com/viewdiary.php?id=ladymoon&month=10-2008&date=10&group=1&gblog=2>

- Minbong. (2557). **เดินเล่นคลองชองกเยซอน ที่บริเวณ Cheonggye Plaza**. เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม. เข้าถึงได้จาก [seoulcafe2013.blogspot.com/2014/10/cheonggye-plaza.html](http://seoulcafe2013.blogspot.com/2014/10/cheonggye-plaza.html)
- Seoul Cafe. (2557). **LOTTE WORLD สวนสนุกในร่มที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลี**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2014/07/lotte-world.html>
- \_\_\_\_\_. (2557). **อาหารเกาหลี (한국 음식)**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก [http://seoulcafe2013.blogspot.com/2013/10/blog-post\\_21.html](http://seoulcafe2013.blogspot.com/2013/10/blog-post_21.html)
- \_\_\_\_\_. (2557). **เดินเล่นชมคนนางแอ่นที่หาดแฮอนแด**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก [http://seoulcafe2013.blogspot.com/2014/06/blog-post\\_25.html](http://seoulcafe2013.blogspot.com/2014/06/blog-post_25.html)
- \_\_\_\_\_. (2557). **ช้อปปิ้งที่ Nampodong Street และแวะเดินเล่นที่ถนน BIFF**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2014/07/nampodong-street-biff.html>
- \_\_\_\_\_. (2558). **พระราชวังคยองบกุง วังหลวงที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลี**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก [http://seoulcafe2013.blogspot.com/2015/04/blog-post\\_29.html](http://seoulcafe2013.blogspot.com/2015/04/blog-post_29.html)
- \_\_\_\_\_. (2558). **10 สวนสาธารณะยอดนิยมในโซล [Part 2]**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <http://seoulcafe2013.blogspot.com/2015/09/10-part-2.html>
- TBX Thailand. (2557). **โสมเกาหลี 6 ปี จากศูนย์โสมรัฐบาลเกาหลี**. เข้าถึงเมื่อ 22 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/TBXThailand/posts/324001181096837>
- (2551). **Korea Sparkling 2007 - now**. เข้าถึงเมื่อ 14 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <http://koreasparkling.exteen.com/20080915/korea-sparkling-2007-now-1>
- (2557). **องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีได้เปิดตัวแคมเปญ 「To:ur Imagination」** เปิดประสบการณ์ให้ผู้ชมนะได้ดื่มด่ำมหัศจรรย์ความงามแห่งเกาหลีได้. เข้าถึงเมื่อ 14 กุมภาพันธ์. เข้าถึงได้จาก <http://www.itnews24hrs.com/2014/07/kto-tour-imagination/>

## ภาษาต่างประเทศ

- Abu Dhabi Events. (2014). **KOREA MEDICAL TOURISM FESTIVAL 2014**. Accessed February 14. Available from <https://abudhabievents.ae/en/pages/korea-medical-tourism-festival-2014.aspx#>
- Amy. (2014). **SEOUL FOOD: EDAE, INSADONG & HONGDAE (DAY 4)**. Accessed February 22. Available from <http://bayareamf.blogspot.com/2014/09/seoul-food-edaе-insadong-hongdae-day-4.html>
- Bubblemarai. (2014). **[To:ur Imagination] Imagine Your Korea, An Invitation and Win a Free Trip to Korea**. Accessed February 14. Available from <https://bubblemarai.wordpress.com/2014/08/03/video-tour-imagination-an-invitation-and-win-a-free-trip-to-korea/>
- China tourism update. (2015). **Korea Tourism Organization: Chinese Tourist Arrivals Grew by 40% in 2014**. Accessed September 19. Available from <http://www.tldchina.com/EN/WebSite/yudu.aspx?id=2649>
- David Hayes. (2015). **South Korea is top global duty free market with \$7.9bn**. Accessed February 22. Available from <http://www.trbusiness.com/regional-news/asia-pacific/south-korea-is-top-global-duty-free-market-with-7-9bn/72321>
- Dynamic Busan. (2015). **Jung Yonghwa appointed ambassador to 2016 Busan 'One Asia' Festival**. Accessed February 14. Available from [https://m.busan.go.kr/index.do?menuCd=DOM\\_000000113007000000&command=view&idx=2430](https://m.busan.go.kr/index.do?menuCd=DOM_000000113007000000&command=view&idx=2430)
- Heather Hall. (2013). **Love Locks and Lovely Views at N Seoul Tower**. Accessed February 22. Available from <http://www.ferretingoutthefun.com/2013/03/23/love-locks-and-lovely-views-at-n-seoul-tower/>
- HiExpat. (2015). **Cherry Blossoms – Seoul Version**. Accessed February 22. Available from <http://www.englishspectrum.com/cherry-blossoms-seoul-version/>
- Jonathan Cheng. (2014). **South Korea Invites Foreigners to “Imagine Your Korea”**. Accessed February 14. Available from <http://blogs.wsj.com/korearealtime/2014/07/22/south-korea-invites-foreigners-to-imagine-your-korea/>

**Korea Ginseng Ltd.** Accessed February 22. Available from

<http://www.gobizkorea.com/catalog/layout/layout4.jsp?blogId=koreagin&pageNo=1&pageVol=6&listStyle=A&groupCode>

Korea Tourism Organization. (2005). **“All In House” opens on Jeju Island.** Accessed April 17.

Available from [http://english.visitkorea.or.kr/enu/AKR/FU\\_EN\\_15.jsp?cid=1941535](http://english.visitkorea.or.kr/enu/AKR/FU_EN_15.jsp?cid=1941535)

\_\_\_\_\_. (2014). **Jun Ji-hyun becomes an honorary ambassador of KTO.** Accessed

February 14. Available from

[http://english.visitkorea.or.kr/enu/AKR/FU\\_EN\\_15.jsp?cid=1941535](http://english.visitkorea.or.kr/enu/AKR/FU_EN_15.jsp?cid=1941535)

\_\_\_\_\_. (2014). **Statistics Arrivals & Departures by year.** Accessed September 19.

Available from h

[http://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto?func\\_name=3](http://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/KoreaMonthlyStatistics/eng/inout/inout.kto?func_name=3)

\_\_\_\_\_. **A Dream Wedding in Korea.** Accessed April 17. Available from

[http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO\\_EN\\_13\\_5\\_5\\_4.jsp](http://english.visitkorea.or.kr/enu/OO/OO_EN_13_5_5_4.jsp)

\_\_\_\_\_. **Lotte Duty Free.** Accessed February 22. Available from

[http://english.visitkorea.or.kr/enu/SH/SH\\_EN\\_7\\_1\\_1\\_3.jsp](http://english.visitkorea.or.kr/enu/SH/SH_EN_7_1_1_3.jsp)

\_\_\_\_\_. **Visitor Arrivals, Korean Departures, Int'l Tourism Receipts & Expenditures.**

Accessed January 25. Available from

<http://kto.visitkorea.or.kr/eng/tourismStatics/keyFacts/visitorArrivals.kto>

Koichi Kato and Hiroyuki Kobayashi. (2014). **Two South Korean duty-free retailers take off around the world.** Accessed February 14. Available from

<http://asia.nikkei.com/magazine/20140327-REMAKING-THE-MAKERS/Business/Two-South-Korean-dutyfree-retailers-take-off-around-the-world>

Lee Ji-hyun. (2012). **Lotte Shopping earns top international marks.** Accessed February 22.

Available from

<http://koreajoongangdaily.joins.com/news/article/article.aspx?aid=2959943>

Life in Asia, Inc. **Seongsan Ilchubong (Sunrise Peak).** Accessed February 22. Available from

<http://www.lifeinkorea.com/travel2/cheju/38>



- Melody Ng in Seoul. (2014). **On location in Seoul: Lotte showcases South Korea's biggest duty free store.** Accessed February 22. Available from [http://www.moodiereport.com/document.php?c\\_id=6&doc\\_id=41336](http://www.moodiereport.com/document.php?c_id=6&doc_id=41336)
- N Seoul Tower: Wonderful Seoul Landmark.** Accessed February 22. Available from <http://seoulweathersubwaymap.blogspot.com/2016/02/n-seoul-tower-wonderful-seoul-landmark.html>
- Nicole on February. (2013). **Romantic Seoul: Love Locks at N Seoul Tower.** Accessed February 22. Available from <http://bittenbythetravelbug.com/romantic-seoul-love-locks-at-n-seoul-tower/>
- Reririx. (2015). **DESTINATION #3: GYEONGBOKGUNG (경복궁).** Accessed February 22. Available from <https://krcalove.wordpress.com/2015/12/08/destination-3-gyeongbokgung-%EA%B2%BD%EB%B3%B5%EA%B6%81/>
- Seaweed Cultivation of Korea.** Accessed February 22. Available from [http://www.lib.noaa.gov/retiredsites/korea/main\\_species/seaweed.html](http://www.lib.noaa.gov/retiredsites/korea/main_species/seaweed.html)
- Sam Dean. (2013). 10 Food Museums Besides The Museum of Food and Drink. Accessed February 22. Available from <http://www.bonappetit.com/trends/article/10-food-museums-besides-the-museum-of-food-and-drink>
- Sangjae Lee, Sungil Jeon, Doyoung Kim. (2011). **The impact of tour quality and tourist satisfaction on tourist loyalty: The case of Chinese tourists in Korea.** Accessed November 3. Available from <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710002062>
- Sanne Leuenhagen Petersen. (2009). **Chinese Tourists' Travel motivations and their resultant preferred travel activities.** Accessed October 1. Available from <http://www.odense.dk/Topmenu/Borger/ByMiljoe/Odense%20i%20Verden/EXPO%2010/Presse/~/-media/BKF/Bymilj%C3%B8/Expo%202010/Nyheder/prisopgaven.ashx>
- South Korea and Japan were the most popular destinations for Chinese tourists in 2014.** Accessed October 1. Available from <http://chinesetouristagency.com/south-korea-japan-popular-destinations-chinese-tourists-2014/>

The Business Times. (2015). **China's duty-free shopping habits spur bond sales in S Korea.**

Accessed February 14. Available from

<http://www.businesstimes.com.sg/consumer/chinas-duty-free-shopping-habits-spur-bond-sales-in-s-korea>

Organization for Economic Co-operation and Development. (1999). **NATIONAL TOURISM POLICY REVIEW REPUBLIC OF KOREA.** Accessed October 1. Available from

<http://www.oecd.org/korea/33649881.pdf>

\_\_\_\_\_. (2010). **OECD Tourism Trends and Policies 2010.** Accessed October 1. Available from

[http://sete.gr/\\_fileuploads/entries/Online%20library/GR/OECD%20TourismTrends&Policies2010\\_pdf.pdf](http://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/OECD%20TourismTrends&Policies2010_pdf.pdf)

\_\_\_\_\_. (2012). **OECD Tourism Trends and Policies 2012.** Accessed October 1. Available from <http://tiaontario.ca/uploads/2012%20-%20Tourism%20Trends%20and%20Policies.pdf>

\_\_\_\_\_. (2014). **OECD Tourism Trends and Policies 2014.** Accessed October 1. Available from

[http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014\\_OECD\\_Tourism\\_Trends.pdf](http://www.mlit.go.jp/kankocho/naratourismstatisticsweek/statistical/pdf/2014_OECD_Tourism_Trends.pdf)

**Pangshow (팡쇼 팡팡크루즈).** Accessed February 22. Available from

[http://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/SI\\_EN\\_3\\_2\\_1.jsp?cid=1992093](http://english.visitkorea.or.kr/enu/ATR/SI_EN_3_2_1.jsp?cid=1992093)

Por Seulki Yu en. **7 shooting places from My Love from another Star where you shouldn't**

**miss.** Accessed April 17. Available from <https://www.dramafever.com/es/news/7-shooting-places-from-my-love-from-another-star-where-you-shouldnt-miss/>

**Premium sky lounge at the highest point of Seoul.** Accessed February 22. Available from

<http://www.nseoutower.co.kr/eng/visit/restaurant6.asp>

Vern Enciso. (2015). **The Streets of Myeongdong and Gangnam South Korea.** Accessed

February 22. Available from <http://www.vernverniece.com/wp/2015/04/streets-myeongdong-gangnam-south-korea/>

- Visit Korea Committee. (2012). **K-Shuttle : Bus Tours Exclusive for Foreigners**. Accessed February 14. Available from [http://english.visitkoreayear.com/english/community/community\\_01\\_01\\_01\\_view.asp?bidx=326](http://english.visitkoreayear.com/english/community/community_01_01_01_view.asp?bidx=326)
- \_\_\_\_\_. (2012). **Visit Korea Year**. Accessed February 14. Available from [http://english.visitkoreayear.com/english/about/about\\_01\\_01\\_01.asp](http://english.visitkoreayear.com/english/about/about_01_01_01.asp)
- Visit Seoul. (2016). **Experience Kimchi**. Accessed February 22. Available from [http://www.visitseoul.net/en/article/article.do?\\_method=view&art\\_id=38903&lang=en&m=0004003002009&p=03](http://www.visitseoul.net/en/article/article.do?_method=view&art_id=38903&lang=en&m=0004003002009&p=03)
- World Tourism Organization UNWTO. **UNWTO Annual Report**. Accessed January 25  
Available from <http://www2.unwto.org/annual-reports>
- Yang Sung-jin. (2012). **No new duty-free shop licenses for conglomerates**. Accessed February 14. Available from <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20120321001084>
- Yoon Sojung. (2014). **Int'l visitors hit 14 million this year**. Accessed February 14. Available from <http://www.korea.net/NewsFocus/Travel/view?articleId=124277>
- \_\_\_\_\_. (2014). **Seongsan Ilchulbong: Jeju's sunrise peak**. Accessed February 22. Available from <http://www.korea.net/NewsFocus/Travel/view?articleId=123320>
- Zawya. (2014). **Korea Tourism Organization (KTO) To Hold Its First Medical Tourism Festival In The UAE**. Accessed February 14. Available from [https://www.zawya.com/story/Korea\\_Tourism\\_Organization\\_KTO\\_To\\_Hold\\_Its\\_First\\_Medical\\_Tourism\\_Festival\\_In\\_The\\_UAE-ZAWYA20141026083436/](https://www.zawya.com/story/Korea_Tourism_Organization_KTO_To_Hold_Its_First_Medical_Tourism_Festival_In_The_UAE-ZAWYA20141026083436/)
- 시민기자 이영관. (2008). **무궁화 가지치기는 노예정보**. Accessed February 22. Available from <http://news.suwon.ne.kr/main/section/view?idx=88006>
- 韩国釜山+济州岛+首尔 6日5晚跟团游(3钻)·东航三飞 明洞购物 乐天世界 五晚四花.  
Accessed February 22. Available from <http://vacations.ctrip.com/grouptravel/p2038262s2.html>
- 跟团韩国首尔·济州·釜山 6天跟团游. Accessed February 22. Available from <http://www.aoyou.com/domesticgroup/g77997i2>

- 【独立成团】韩国釜山+济州岛+首尔 4 晚 5 日游. Accessed February 22. Available from  
<http://sh.uzai.com/tour-98391.html>
- 韩国釜山+济州岛+首尔 5 晚 6 日游. Accessed February 22. Available from  
<http://dujia.lvmama.com/group/222195>
- 韩国首尔+济州+釜山 6 日游. Accessed February 22. Available from  
[http://www.ly.com/dujia/tours/41055.html?cityId=321&k\\_city=321&spm=23](http://www.ly.com/dujia/tours/41055.html?cityId=321&k_city=321&spm=23)
- 嗨 BUY 新罗#2015 韩国首尔圣诞之旅. Accessed April 17. Available from  
<http://www.mafengwo.cn/i/5367079.html>
- 两首尔，赴一场樱花之约—逛吃逛吃的四天四夜首尔行. Accessed April 17. Available  
from <http://www.mafengwo.cn/i/3390834.html>
- 最有爱四人组 有说有笑婚前韩国游. Accessed April 17. Available from  
<http://www.mafengwo.cn/i/3474315.html>
- 与闺蜜蜜月の放松之旅 济州四天三晚天气晴. Accessed April 17. Available from  
<http://travel.qunar.com/youji/6084968>
- 济州岛四日游—爬山/美食/购物. Accessed April 17. Available from  
<http://travel.qunar.com/youji/4666908>
- 世界游—济州岛的樱花世界. Accessed April 17. Available from  
<http://travel.qunar.com/youji/5680071>
- 坐游轮去韩国，首尔釜山思密达. Accessed April 17. Available from  
<http://travel.qunar.com/youji/5521702>
- 春暖花开，畅游《来自星星的你》拍摄地！. Accessed April 17. Available from  
<http://travel.qunar.com/youji/2999557>
- 秋意正浓韩国行. Accessed April 17. Available from <http://travel.qunar.com/youji/5796210>

## ผนวก ก

ตารางที่ 1 แสดงผลสัมฤทธิ์จากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

ปี ค.ศ.	นโยบาย	แผนการปฏิบัติการ	ผลสัมฤทธิ์ (ตัวชี้วัด) Growth(%)	
			จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (US\$ Million)
1999-2003	วิสัยทัศน์การ ท่องเที่ยว 21	<ol style="list-style-type: none"> <li>จัดตั้งเกาหลีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ</li> <li>ดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและในประเทศ</li> <li>การสร้างในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบองค์ความรู้พื้นฐาน</li> <li>ส่งเสริมให้ชาวเกาหลีสนใจในการท่องเที่ยวภายในประเทศ</li> </ol>	5,045,802	6,249,720
2003-2010	การท่องเที่ยว ที่ 2	<ol style="list-style-type: none"> <li>การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว</li> <li>การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน</li> <li>การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว</li> <li>การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบกิจกรรมส่งเสริม การขาย</li> <li>การอำนวยความสะดวกของการท่องเที่ยวระดับสากล</li> <li>ประสบความสำเร็จเป็นผู้นำของการจัดงานระดับโลก อย่าง World Cup และ Asian Games</li> <li>การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นผ่านการท่องเที่ยว</li> <li>การขยายตัวของความร่วมมือระหว่างประเทศ</li> <li>การแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้</li> </ol>	6,587,871	5,483,700

ปี ค.ศ.	นโยบาย	แผนการปฏิบัติการ	ผลสัมฤทธิ์ (ตัวชี้วัด)Growth%	
			จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (US\$ Million)
2010-2012	2010-2012 Visit Korea Year	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. เพิ่มความเข้าใจของภาพลักษณ์ของเกาหลีกับ “Sparkling Korea”</li> <li>2. การพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</li> <li>3. โปรโมชันทั่วโลก / ประเทศ</li> <li>4. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในภาคส่วนการท่องเที่ยวโดยประชาชนชาวเกาหลี</li> <li>5. ส่งเสริมให้มากขึ้นจนถึงที่สุดกับการสร้างทัศนคติที่มีต่อการเดินทาง</li> </ol>	9,910,827	12,055,470
2012-2013	การท่องเที่ยว ปี 2012	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ด้วยการขยายความต้องการสำหรับการท่องเที่ยวภายในประเทศ</li> <li>2. การพัฒนาในส่วนท้องถิ่นและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์</li> <li>3. การเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านการตลาดและผ่านการณ์รณรงค์โปรโมชัน “2010-2012 Visit Korea”</li> <li>4. ดูแลให้ความสำคัญยิ่งขึ้นกับนักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) และนักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเชิงการแพทย์</li> <li>5. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวและผลผลิต</li> </ol>	11,657,789	13,986,555



ปี ค.ศ.	นโยบาย	แผนการปฏิบัติการ	ผลสัมฤทธิ์ (ตัวชี้วัด) Growth%	
			จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (US\$ Million)
2014- ปัจจุบัน	การท่องเที่ยว ปี 2014	1. เพิ่มการขอวีซ่า 2. จัดแผนวันหยุดทดแทน เพื่อส่งเสริม การท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น 3. โปรแกรมคืนภาษีให้กับโรงแรม 4. การจัดประชุม สร้างแรงจูงใจ สัมมนา และการจัดนิทรรศการ/กิจกรรม (MICE) 5. การท่องเที่ยวทางการแพทย์ 6. จัดทำเทียบเรืออื่น ๆ	14,201,516	18,062,000

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2016)

## ผนวก ข

ตารางที่ 2 แสดงเส้นทางการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมในประเทศไทยเกาหลีใต้

ภูมิภาค	ประเภทของสถานที่	บริษัททัวร์ CRIP 携程	บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游	บริษัททัวร์ UZAL.COM 公众旅游	บริษัททัวร์ 驴妈妈旅游	บริษัททัวร์ 同程旅游
โซล	แหล่งท่องเที่ยว					
	Gyeongbokgung Palace	✓	✓	✓	✓	✓
	Deoksugung Palace	✓		✓		
	The National Folk Museum of Korea			✓	✓	✓
	Gwanghwamun Square			✓	✓	✓
	Cheong Wa Dae (Blue House)	✓	✓	✓	✓	✓
	Namsangol Hanok Village	✓	✓	✓		
	N Seoul Tower	✓	✓	✓	✓	✓
	Namsan Park	✓	✓	✓	✓	✓
	Yeouido Park		✓			
	คลองชองเกซอน	✓		✓	✓	✓
	ถ้องเรือแม่น้ำฮัน				✓	
	หอคูดาว Shilla					✓
	Paradise Walker Hill Casino	✓		✓		
	Lotte World	✓	✓	✓	✓	✓
	Myeongdong Street	✓	✓	✓	✓	✓
Dongdaemun Market				✓	✓	

ภูมิภาค	ประเภทของสถานที่	บริษัททัวร์ CRIP 携程	บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游	บริษัททัวร์ UZAL.COM 公 众 旅游	บริษัททัวร์ 驴妈妈旅游	บริษัททัวร์ 同程旅游
ไซหล	ร้านค้า					
	พิพิธภัณฑ์ สำหรับเยาวชน	✓	✓	✓	✓	✓
	Gingseng Center	✓	✓	✓	✓	✓
	ศูนย์น้ำมันสน เข็มแดง(Red Pine)				✓	✓
	ศูนย์สมุนไพร ฮ็อกเกดนามู	✓	✓	✓	✓	
	โรงงานพลอย เมทิส	✓		✓		
	Cosmetic Shop Korea		✓	✓	✓	
	ร้านขายของที่ ระลึก	✓		✓	✓	✓
	The ShillaDuty Free				✓	✓
	Lotte Duty Free	✓	✓	✓	✓	✓
	การแสดงโชว์					
	PANG Show				✓	✓

ภูมิภาค	ประเภทของ สถานที่	บริษัททัวร์ CRIP 携程	บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游	บริษัททัวร์ UZAL.COM 公 众 旅游	บริษัททัวร์ 驴妈妈旅游	บริษัททัวร์ 同程旅游
เชจู	แหล่งท่องเที่ยว					
	โขดหินหัวมังกร (Dragon Head Rock)				✓	✓
	Seongsan Ilchulbong	✓	✓	✓	✓	✓
	Seopjikoji		✓	✓		
	Mysterious Road (Dokkaebi Road)	✓		✓	✓	✓
	Dragon Hill Spa		✓			✓
	Yongmeori Beach				✓	✓
	Seongeup Folk Village	✓	✓	✓	✓	✓
	Teddy Bear Museum	✓	✓	✓		
	Joanne Bear Museum				✓	✓
	Trick Art Museum Korea	✓		✓		
	ร้านค้า					
	Kimchi Museum Kore					✓
Cosmetic Shop Korea					✓	

ภูมิภาค	ประเภทของสถานที่	บริษัททัวร์ CRIP 携程	บริษัททัวร์ AOYOU.COM 遨游	บริษัททัวร์ UZAI.COM 公 众 旅游	บริษัททัวร์ 妈妈旅游	บริษัททัวร์ 同程旅游
ปูซาน	แหล่งท่องเที่ยว					
	Yongdusan Park	✓	✓	✓		
	Busan Tower	✓		✓		
	Haeundae Beach	✓	✓	✓	✓	✓
	Nurimaru APEC House	✓	✓	✓	✓	✓
	Haedong Yonggungsa Temple		✓		✓	✓
	Oryukdo Skywalk	✓		✓		
	Gwangan Bridge			✓		
	Dongbaekseom Island		✓			
	BEXCO					✓
	Jagalchi Market			✓	✓	✓
	Gwangbokdong Street				✓	✓
	Seomyeon Street		✓			
	Nampodong Street		✓			✓
	BIFF Square	✓	✓	✓	✓	✓
	ร้านค้า					
	ศูนย์สนุนไพรอี อกเกตนามู					✓
	Shinsegae Duty Free				✓	✓

ที่มา : รวบรวมและจัดทำโดยผู้วิจัย (2016)

## ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ-สกุล นางสาวสิดานันท์ รักษ์กำปັນ  
วันเกิด 05 มิถุนายน พ.ศ.2536  
ที่อยู่ 100/61 หมู่บ้านพิษณุโลกเมืองใหม่ ซอย 4 ถ. ลิงหัวต้นไม้ ต. พลายชุมพล อ. เมือง  
จ. พิษณุโลก 65000

## ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. 2548 สำเร็จการศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนอนุบาลพิษณุโลก  
จังหวัดพิษณุโลก  
ปี พ.ศ. 2554 สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี  
จังหวัดพิษณุโลก  
ปี พ.ศ.2558 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา  
มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม



แบบโอนลิขสิทธิ์ภาคนิพนธ์

สาขา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า นางสาวสิดานันท์ รัชย์กำปັນ  
นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอก เอเชียศึกษา วิชาโท ภาษาจีน  
ชื่อภาคนิพนธ์ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศเกาหลีใต้  
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาภาคนิพนธ์ อาจารย์คมสัน ศิริวงศ์วัฒนา  
ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา 100/61 หมู่บ้านพิษณุโลกเมืองใหม่ ซอย 4 ถ. สิงห์วัฒน์  
ต. พลายชุมพล อ. เมือง จ. พิษณุโลก 65000  
หมายเลขโทรศัพท์ 080-504-8055

ลิขสิทธิ์ของภาคนิพนธ์ฉบับนี้อันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาตรีบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวสิดานันท์ รัชย์กำปັນ)

ลงนามผู้รับโอน.....

( )

9 พฤษภาคม 2599