



สารนิพนธ์

เรื่อง รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์: กรณีศึกษารายการ
วาไรตี้โชว์ NCT Life

โดย

นางสาวโสภิตสุดา พันสีบ

รหัสนักศึกษา 05590581

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์	รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life
ผู้เขียน	นางสาวโสภิตสุตา ผันสืบ
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์ ดร.สุรិพร จรุงธนะกิจ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life และศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

ผลการศึกษาพบว่ารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ที่จัดทำโดยบริษัท SM Culture & Contents ร่วมกับภาครัฐบาลและบริษัทเอกชน โดยงานวิจัยชิ้นนี้ได้ศึกษาจากรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ซีซั่นที่มีการถ่ายทำในประเทศเกาหลีซึ่งในแต่ละซีซั่นได้นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศเกาหลีใต้ โดยสถานที่ที่ปรากฏใน NCT Life in Seoul, NCT Life : Korean Food King Challenge, NCT Life: Hot & Young Seoul Trip ได้มีการถ่ายทำในเมืองหลวงอย่างกรุงโซลซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ และใน NCT Life in Paju ได้มีการถ่ายทำที่จังหวัดคยองกีที่เป็นจังหวัดที่อยู่ไม่ไกลจากกรุงโซล และใน NCT Life: Entertainment Retreat, NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon ได้มีการถ่ายทำที่จังหวัดคังว็อนที่เป็นเส้นทางการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวเกาหลี ซึ่งรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life นำเสนอถึงเส้นทางการท่องเที่ยว ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านอาหาร และบริการต่าง ๆ มีจุดประสงค์เพื่อให้ความบันเทิงรวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้และส่งออกวัฒนธรรมผ่านสื่อตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้โดยได้รับความร่วมมือระหว่างภาครัฐบาลและเอกชนในการผลิตสื่อทางวัฒนธรรมและส่งออกให้กับผู้ชมทั่วโลก

คำสำคัญ : เอ็นซีทีไลฟ์ รูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยว สาธารณรัฐเกาหลี

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ฉบับนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ ดร.สุรีพร จรุงธนะกิจ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษาตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ และการติดตามความก้าวหน้าด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างดี จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ข้าพเจ้าขอขอบอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอบคุณ Account @ttw9090TH ใน Twitter ที่ได้รวบรวมสถานที่และพิกัดต่าง ๆ ที่ NCT ได้ไปถ่ายทำรายการ NCT Life ทำให้สะดวกในการทำงานวิจัยเล่มนี้มากยิ่งขึ้น

ขอบคุณศิลปินวง NCT เป็นแรงบันดาลใจสำคัญและทำให้เกิดรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life จึงทำให้เกิดสารนิพนธ์เล่มนี้ขึ้น

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณบิดา มารดาที่ซึ่งเปิดโอกาสให้ได้รับการศึกษาเล่าเรียนตลอดจนคอยให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจแก่ข้าพเจ้าเสมอมา

ผู้วิจัยหวังว่าสารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ที่สนใจ และหากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

โสภิตสุดา ผันสืบ

สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญภาพ.....	จ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3.ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.5 นิยามศัพท์.....	3
บทที่ 2 แนวความคิดและงานศึกษา/วิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว.....	5
2.2 รูปแบบของรายการโทรทัศน์และรายการปกิณกะ.....	6
2.3 แผนนโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านสื่อของประเทศเกาหลีใต้.....	7
2.4 แผนนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้.....	10
2.5 นโยบายด้านการสร้างสรรค์ธุรกิจบริการเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้.....	11
2.6 แผนการส่งเสริมด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเกาหลีใต้.....	12
2.7 สถาบันและกลยุทธ์ในการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้.....	13
2.8 รูปแบบธุรกิจบริการเชิงสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้.....	13
2.9 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้.....	14
2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....	17
3.1 ศึกษาความเป็นมาและรูปแบบของรายการวาไรตี้โชว์NCTLife.....	17
3.2 ศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life.....	17
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	19
4.1 ความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life.....	19
4.2 ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life.....	28
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา.....	62
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	61
5.2 อภิปรายผล.....	63

5.3 ข้อเสนอแนะ.....	63
5.4 ข้อจำกัดในการศึกษา.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ประวัติผู้วิจัย.....	73

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 1	NCT Life in Seoul.....	19
ภาพที่ 2	NCT Life in Paju.....	20
ภาพที่ 3	NCT Life Korean Food King Challenge.....	21
ภาพที่ 4	NCT Life Entertainment Retreat.....	21
ภาพที่ 5	NCT Life Hot & Young Seoul Trip.....	22
ภาพที่ 6	NCT Life in Chuncheon & Hongcheon.....	23
ภาพที่ 7	แอปพลิเคชัน oksusu.....	24
ภาพที่ 8	หน้าแอปพลิเคชัน Seezn.....	25
ภาพที่ 9	หน้าเว็บไซต์ youku.com.....	26
ภาพที่ 10	หน้าเว็บไซต์ http://true4u.truelife.com/	26
ภาพที่ 11	หน้าแอปพลิเคชัน LINE TV.....	27
ภาพที่ 12	หน้าแอปพลิเคชัน V APP.....	28
ภาพที่ 13	หน้าเว็บไซต์ https://www.youtube.com/	28
ภาพที่ 14	ตึก SM Communication Center.....	29
ภาพที่ 15	ย่านอีแควอน.....	30
ภาพที่ 16	เซบิทซอม.....	31
ภาพที่ 17	ร้าน Melting Monkey.....	32
ภาพที่ 18	ร้านสะดวกซื้อ Ministop.....	33
ภาพที่ 19	สมาชิก NCT กำลังนั่งทัวร์รถบัสชมกรุงโซล.....	34
ภาพที่ 20	Salimchae Pension.....	35
ภาพที่ 21	Korean Cuisine Culture Center.....	37
ภาพที่ 22	Korea House.....	38
ภาพที่ 23	ร้านอาหาร SMT SEOUL.....	39
ภาพที่ 24	YangPyeong Underground Rendezvous Service Area.....	40
ภาพที่ 25	SMTOWN@coexartium.....	41
ภาพที่ 26	SMTOWN Museum.....	41
ภาพที่ 27	สวนตุ๊กซอมอันกั๋ง.....	43
ภาพที่ 28	พระราชวังเคียงบก.....	43
ภาพที่ 29	นัมซันโซลทาวเวอร์.....	44
ภาพที่ 30	ภาพแสดงแผนผังชั้นต่าง ๆ ของนัมซันโซลทาวเวอร์.....	45
ภาพที่ 31	หอดูดาวนัมซันโซลทาวเวอร์.....	45
ภาพที่ 32	โซน Pledge of Love.....	45

ภาพที่ 33	360 ° VR ทัวร์.....	46
ภาพที่ 34	Namsan Seoul Tower Hanbok Culture Experience Center.....	46
ภาพที่ 35	Ikdong Butcher and Bistro.....	48
ภาพที่ 36	Mokmyeoksanbang.....	48
ภาพที่ 37	My Boss is Watching Rooftop Glamping.....	49
ภาพที่ 38	ร้านอาหาร Flying bowl Egg Factory Seongsu Branch.....	50
ภาพที่ 39	ร้านอาหาร Saladaeng Bangkok.....	51
ภาพที่ 40	ร้านอาหาร Simple Tokyo.....	51
ภาพที่ 41	บัตร Discover Seoul Pass ลายพิเศษรูปนักร้องวง NCT.....	51
ภาพที่ 42	แอปพลิเคชัน Discover Seoul Pass.....	52
ภาพที่ 43	แอปพลิเคชัน i Tour Seoul.....	53
ภาพที่ 44	Alpaca World.....	54
ภาพที่ 45	Garam Valley Resort.....	55
ภาพที่ 46	Uiam Lake Skywalk.....	56
ภาพที่ 47	ฐานเกมยิงปืนใน Garisan Leports Park.....	57
ภาพที่ 48	ฐานผจญภัยในป่าจำลองใน Garisan Leports Park.....	58
ภาพที่ 49	Luge World.....	58
ภาพที่ 50	ร้านอาหารอุซซึองทักคาลปี.....	59
ภาพที่ 51	ร้านอาหารบ้านไร่ฮงซ็อน.....	60
ภาพที่ 52	ห้องพักแบบ Special S room.....	61
ภาพที่ 53	Cafe Bonita.....	61

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญปัญหาของการวิจัย

“วัฒนธรรม” หมายถึงแบบแผนชีวิตคนในแต่ละสังคมยึดถือและปฏิบัติสืบต่อกันมาโดยวัฒนธรรมยังมีความหมายครอบคลุมไปถึงความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และความรู้ภูมิปัญญาต่างๆของคนในสังคมนั้นๆ โดยวัฒนธรรมในแต่ละสังคมนั้นก็แตกต่างกันออกไป เนื่องด้วยปัจจัยแวดล้อมที่อยู่ อาทิเช่น ภูมิประเทศภูมิ อากาศ ศาสนา หรือลักษณะสังคม เป็นต้น (กานต์พิชชา วงษ์ขาว, 2550)

วัฒนธรรมได้ถูกถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนที่มีปริมาณมากขึ้น ส่วนหนึ่งที่สำคัญก็พอสื่อมวลชนสามารถแพร่กระจายสารไปยังบุคคลที่กว้างขวางได้ในระยะเวลารวดเร็ว และสำหรับยุคดิจิทัลเช่นนี้ตามที่เกรกอรี เบทสัน (Gregory Bateson) และเจอร์เก้น รุสช์ (Jurgen Ruesch) ได้นิยามในเรื่องของวัฒนธรรมในแง่ของการสื่อสารไว้ว่า “วัฒนธรรมเป็นชุดของกระบวนการสื่อสาร” ซึ่งหมายถึงคำว่า วัฒนธรรม และการสื่อสารนั้นมีความหมายเท่าเทียมกันและถึงแม้ว่าวัฒนธรรมและการสื่อสารจะเป็นคนละอย่างกันแต่สิ่งทั้งสองนี้ก็มิอาจแยกขาดจากกันได้ (กานต์พิชชา วงษ์ขาว, 2550)

สำหรับเรื่องของ การถ่ายทอดวัฒนธรรมและการนำเสนอวัฒนธรรมต่างๆผ่านสื่อได้ส่งผลให้ผู้รับสารมีโอกาสเรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ๆ และมีประสบการณ์โดยผ่านมาทางสื่อมวลชนหรือที่เรียกกันว่า ประสบการณ์ผ่านสื่อ (Mediated Experience) เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่งซ้ำแล้วซ้ำเล่าผนวกกับผู้รับสารให้การยอมรับและติดตามวัฒนธรรมนั้นๆ มูลเหตุดังกล่าวก็จะทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้รับวัฒนธรรมนั้นมาเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตในที่สุด (อิติรัตน์ รักประยูร, 2545)

กระบวนการเผยแพร่ ของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมทั้งหลายส่งผ่านในรูปแบบการนำเสนอในลักษณะของความบันเทิง (Entertainment) อิทธิพลต่อผู้รับสารอย่างสูงเนื่องจากความบันเทิงสามารถเข้าถึงผู้ชมในทุกพื้นที่ทั่วโลกมีบทบาทในกิจกรรมยามว่างของพวกเขาไม่ว่าจะอยู่ในฐานะผู้ชม (Activity where we are spectators) อาทิ การนั่งชมโทรทัศน์ การไปชมคอนเสิร์ต เป็นต้น หรืออยู่ในฐานะมีส่วนร่วม (Activity of participation) อาทิ การเล่นเกมสกี การท่องเที่ยว เป็นต้น ความบันเทิงจึงดำรงอยู่ในทุกสังคม วิถีชีวิตที่เร่งรีบและดิ้นรนของสังคมสมัยใหม่จึงทำให้ผู้คนต่างแสวงหาความบันเทิงในช่วงเวลาว่าง (Leisure time) ของพวกเขาเพื่อปลดปล่อย (Emancipation) และสร้างความพึงพอใจให้แก่ชีวิตของตนเอง (Life satisfaction) (ศรัณย์ สิงห์ทนต์, 2552)

นอกจากนั้นกระแสโลกาภิวัตน์ผลักดันการเปลี่ยนแปลงความบันเทิงในเวลาว่างของวิถีชีวิตของผู้คนให้ กลายเป็นอุตสาหกรรมระดับโลกเนื่องจากการไหลของข้อมูลและข่าวสารที่รวดเร็วความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสารรวมทั้งการเคลื่อนย้ายของผู้คนง่ายกว่าในอดีตทำให้ความบันเทิงกลายเป็นอุตสาหกรรมยามว่างของผู้คนในสังคมปัจจุบันที่สุด (ศรัณย์ สิงห์ทนต์, 2552)

ประเทศเกาหลีใต้ ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา ประสบความสำเร็จอย่างมากในการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี การส่งเสริม

นโยบายของภาครัฐผ่านทาง “สินค้าทางวัฒนธรรม” ทั้ง วรรณกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ศิลปินชาวเกาหลีใต้ (ชุนอินธร อัครสินธวังกูร, 2558) โดยรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้ได้เล็งเห็นว่า วัฒนธรรมประจำชาติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ ทางรัฐบาลจึงเริ่มแสดงบทบาทในการ ส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรมด้วยการสร้างสวัสดิการต่างๆ เพื่อทำนุบำรุงวัฒนธรรมประจำชาติ และเริ่มต้นนโยบายส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Industries) และจัดตั้ง องค์การวัฒนธรรมและสื่อบันเทิงเกาหลี (Korea Culture and Content Agency – KOCCA) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมถ่ายถอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี (Korea Content) ลงไปในสื่อต่างๆ ทั้ง ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ เกม ศิลปะ ดนตรี และอื่นๆ จนเกิดเป็น กระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) หรือ ฮัลลยู (Hallyu) ที่แพร่หลายไปทั่วทั้งเอเชีย (พลอย มัลลิกะมาส, 2560: ออนไลน์) โดยรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life เป็นรายการแนะนำการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของ ประเทศเกาหลีใต้ ไม่เพียงแต่จะพาผู้ชมสถานที่ท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้แต่ยังมีการแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมของผู้ดำเนินรายการที่เป็นชาวต่างชาติและชาวเกาหลีใต้ได้แก่ แพ็ล, จอห์นนี่, แทยง, ยูตะ, คุน, โดยอง, เตนล, แจฮยอน, วินวิน, จองอู, ลูคัส, มาร์ก, เทรินจวิน, เจโน่, แอซัน, แจมิน, ฉินเล่อ และ จีซ็อง ที่อาศัยและประกอบอาชีพนักร้องวงบอยแบนด์สัญชาติเกาหลี จากค่าย SM เอนเตอร์เทนเมนต์ในประเทศเกาหลีใต้

ดังนั้น การเผยแพร่ทางวัฒนธรรมที่สื่อผ่านทางสื่อทางวัฒนธรรม รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษา NCT Life” เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบรายการ และสถานที่ที่ปรากฏ รวมถึงที่ตั้งทาง ภูมิศาสตร์และการเดินทางในประเทศเกาหลีใต้ โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ต่อการส่งเสริม การท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ รวมถึงสามารถนำมาใช้เพื่อพัฒนารูปแบบรายการวาไรตี้โชว์เพื่อการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

1.2.2 เพื่อศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

1.3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1.3.1 ทำให้ทราบถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ของสถานที่ที่ปรากฏใน รายการต่อการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้

1.3.2 ทำให้ทราบถึงรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ที่ส่งผลต่อปัจจัยการท่องเที่ยวในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

1.3.3. ทำให้ทราบถึงวิธีการที่จะสามารถท่องเที่ยวตามรอยศิลปินผู้ดำเนินรายการ

1.3.4. เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการท่องเที่ยวในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ด้านสถานที่ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของสถานที่ที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ของประเทศเกาหลีใต้

1.4.2 ด้านเนื้อหา การศึกษารูปแบบ ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ สื่อทางวัฒนธรรม สิ่งอำนวยความสะดวกและองค์ประกอบต่อการท่องเที่ยวของรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

1.4.3 ด้านเวลา ช่วงระยะเวลาที่รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ออกอากาศตั้งแต่การออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 16 เมษายน 2559 จนถึงการออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 19 มกราคม 2562

1.5 นิยามศัพท์

รายการวาไรตี้ (variety) หรือรายการปิกนิกะ เป็นรูปแบบรายการที่มุ่งเน้นนำเสนอความบันเทิง หลายเรื่อง หลายรส โดยใช้รูปแบบการนำเสนอที่หลากหลายคล้าย ๆ กับรายการนิตยสารต่างกันเพียงรายการ ปิกนิกะไม่จำเป็นต้องเชื่อมโยง หรือร้อยเรียงแต่ละช่วงแต่ละตอนของรายการให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รายการปิกนิกะจึงมีความหลากหลายทั้งในด้านเนื้อหารายการ และรูปแบบการนำเสนอด้วยความมุ่งหวังที่จะสร้างความ พึงพอใจ สร้างความสนุกสนานบันเทิงใจ ให้กับกลุ่มผู้ชมรายการที่มีความชอบแตกต่างกัน รูปแบบรายการที่มักปรากฏในรายการปิกนิกะได้แก่ รายการแสดงดนตรีและร้องเพลง รายการแสดงตลกหรือละครตลกเบาสมองรายการสัมภาษณ์นักร้องหรือนักแสดงที่มีชื่อเสียง พร้อม การแสดงความสามารถพิเศษ ฯลฯ และองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญในการสร้างสรรค์รายการปิกนิกะก็คือพิธีกรประจำรายการผู้ทำหน้าที่เหมือนตัวแทนของผู้ชมรายการ ซึ่งจะต้องเป็น ผู้ที่มีความสามารถในด้านการนำเสนอ มีไหวพริบดี แก้ปัญหาเฉพาะหน้าเก่งและมีบุคลิกภาพเหมาะสมกับกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

한류 ฮันรยู คือ กระแสเกาหลี; เคป็อบ : ปรากฏการณ์ซึ่งปัจจัยวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีได้รับความนิยมที่ต่างประเทศ

K-pop เคป็อบ หรือเพลงป็อบเกาหลี คือ เพลงจากเกาหลีใต้ ที่มีศิลปินทั้งกลุ่มและเดี่ยวมากมาย

NCT หรือ Neo Culture Technology คือ วงบอยแบนด์เคป็อบรูปแบบใหม่ภายใต้ค่ายเพลง SM Entertainment ที่จะประกอบไปด้วยยูนิิตต่างๆ ที่จะมีฐานอยู่ตามเมืองใหญ่ทั่วโลกโดยสมาชิกของแต่ละยูนิิตจะไม่จำกัดอยู่แค่ยูนิิตนั้น แต่สามารถสับเปลี่ยนไปตามแต่ละยูนิิตได้ ขึ้นอยู่ตามความถนัดและความเหมาะสมของสมาชิกแต่ละคนต่อผลงานเพลงที่จะออกมาเพราะเพลงของ NCT มีหลากหลายสไตล์ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ เคป็อบ หรือ ฮิปฮอปโดยปัจจุบันนี้ NCT มียูนิิตทั้งหมด 3 ยูนิิตคือ

1) NCT U เป็นยูนิิตแรกและคาดว่าจะจะเป็นยูนิิตหลักที่มีฐานครอบคลุมทั่วโลก ไม่ได้จำกัดอยู่ที่กรุงโซล เกาหลีใต้ โดยยูนิิตนี้ยังมีกลุ่มย่อยลงไปอีก

กลุ่มย่อยที่ 1 เพลง The 7th Sense มีสมาชิกคือ แทยง, แจฮย็อน, โดย็อง, เตนล้, และมาร์ค

กลุ่มย่อยที่ 2 เพลง Without You และ Timeless มีสมาชิกสายร้อง คือ แจฮย็อน, โดย็อง, และแทอิล เพลง Without You (เวอร์ชันภาษาจีน) มีสมาชิกคือ แทอิล, คุณ, โดย็อง, และแจฮย็อน

กลุ่มย่อยที่ 3 เพลง Boss มีสมาชิกเดิมคือ แทยง, แจฮย็อน, โดย็อง, มาร์ค, และสมาชิกเพิ่มใหม่คือ วินวิน, จองอู, และลูคัส

กลุ่มย่อยที่ 4 เพลง Baby Don't Stop เป็นเพลงคู่ มีสมาชิกคือ แทยง และเตนล้

กลุ่มย่อยที่ 5 เพลง Yestoday มีสมาชิกคือ แทยง, โดย็อง, ลูคัส, และมาร์ค

กลุ่มย่อยที่ 6 เพลง Stay In My Life มีสมาชิกคือ แทอิล, แทยง, และโดย็อง

กลุ่มย่อยที่ 7 เพลง New Dream เป็นเพลงคู่ มีสมาชิกคือ แทอิล และแจฮย็อน

กลุ่มย่อยที่ 8 เพลง New Love เป็นเพลงคู่ มีสมาชิกคือ โดย็อง และแจฮย็อน

กลุ่มย่อยที่ 9 เพลง Baby Only You เป็นเพลงคู่ มีสมาชิกคือ โดย็อง และมาร์ค

2) NCT 127 เป็นยูนิตมีฐานการโปรโมทอยู่ที่กรุงโซล เกาหลีใต้ มีสมาชิกคือ แทยง, แจฮย็อน, โดย็อง, แทอิล, ยูตะ, แฮซัน, มาร์ค, จองอู, วินวิน และจอห์นนี่ (วินวิน ปัจจุบันอยู่ในยูนิตย่อยเวย์วี)

3) NCT Dream เป็นยูนิตที่ประกอบด้วยสมาชิกที่ยังไม่บรรลุนิติภาวะของ NCT เมื่อสมาชิกบรรลุนิติภาวะแล้วถึงจะถือว่าจบการศึกษาจากยูนิตนี้ ปัจจุบันมีสมาชิกคือ แฮซัน, เจโน่, แจมิน, เھرินจวิน, เฉินเล่ และจีซ็อง โดยสมาชิกที่จบการศึกษาไปแล้วได้แก่ มาร์ค

4) WayV เวย์วี (威神 V) เป็นยูนิตย่อยมีฐานการโปรโมทอยู่ในประเทศจีน ประกอบด้วยสมาชิก 7 คนคือ คุณ, เตนล้, วินวิน, ลูคัส, เซียวจวิน, เฮนเดอรี และหยางหยาง โดยเวย์วีสังกัดภายใต้เลเบิลวี ซึ่งเป็นค่ายที่ร่วมมือกับฝ่ายผลิตของเอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์

ในปัจจุบัน NCT มีสมาชิกทั้งหมด 21 คน คือ แทยง, แทอิล, โดย็อง, เตนล้, แจฮย็อน, มาร์ค, จอห์นนี่, ยูตะ, วินวิน, แฮซัน, เھرินจวิน, เจโน่, แจมิน, เฉินเล่, จีซ็อง, คุณ, จองอู, ลูคัส, เซียวจวิน, เฮนเดอรี และหยางหยาง

บทที่ 2

แนวความคิดและงานศึกษา/วิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษา NCT Life มีการทบทวนแนวความคิดและงานศึกษาและวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งมีแนวความคิดที่นำมาใช้ ดังนี้

- 2.1 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 รูปแบบของรายการโทรทัศน์และรายการปกิณกะ
- 2.3 แผนนโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านสื่อของประเทศเกาหลีใต้
- 2.4 แผนนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้
- 2.5 นโยบายด้านการสร้างสรรค์ธุรกิจบริการเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้
- 2.6 แผนการส่งเสริมด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเกาหลีใต้
- 2.7 สถาบันและกลยุทธ์ในการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้
- 2.8 รูปแบบธุรกิจบริการเชิงสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้
- 2.9 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้
- 2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

Pike Steven (2008) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวในหนังสือ “Destination marketing : an integrated marketing communication approach” ไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นการรวมกันระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวกับประสบการณ์และการนำเสนอทรัพยากรที่ไม่สามารถจับต้องได้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้บริโภค โดยสิ่งสำคัญคือแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักผ่อน ดังนั้นทำให้แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบไปด้วย องค์ประกอบทั้ง 6 ประการ (6A's) คือ

1) ความสามารถเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) โดยจัดให้มีการจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้สึกถึงความสะดวกรวดเร็วและสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป ได้อย่างง่ายดาย และเพื่อให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

2) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น สนามบิน, ระบบคมนาคม, และบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่งเช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ ซึ่งทำให้มีการเอื้ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

3) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ถือเป็นองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งเพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยว

4) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) ได้แก่ โรงแรม รีสอร์ท และโฮมสเตย์ Bed & Breakfast และ Guest House โดยที่พักประเภทต่างๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในรูปแบบที่แตกต่างกันทำให้มีราคาและบริการในระดับที่ต่างกันเช่น ภัตตาคาร บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ สระว่ายน้ำ ซาวน่าและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เป็นต้น

5) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงดงามของธรรมชาติ ฯลฯ แต่คือการได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการเดินทาง การล่องแก่งในแม่น้ำ การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบต่าง ๆ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือ ตลอดจนการร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การไถนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมจะเป็นประสบการณ์ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและการมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมเหล่านี้ทำให้เกิดรายได้ให้แก่ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ได้แก่การบริการในด้านต่าง ๆ ที่ได้มีการจัดเตรียมให้แก่นักท่องเที่ยวเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปแหล่งท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบการท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ประโยชน์ ซึ่งจะประกอบไปด้วยธุรกิจและการบริการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่จำเป็นและสำคัญกับนักท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบที่สำคัญในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ควรมีองค์ประกอบหลักทั้ง 6 ประการ (6A's) คือ ความสามารถเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package), ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility), สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction), สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities), กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities), การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ซึ่งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์มากที่สุดหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรที่จะต้องส่งเสริมและร่วมมือร่วมกันในการสนับสนุนการวางแผนและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว

2.2 รูปแบบของรายการโทรทัศน์และรายการปกิณกะ

นภาพกรณ์ อัจฉริยะกุล และคณะ (2528) อ้างถึงใน จานง รังสิกุล (2548) กล่าวว่า รายการปกิณกะ (Variety) เป็นรายการที่ประสมรายการหลายรูปแบบรวมอยู่ในรายการเดียวกันที่เรียกว่า “Combination” เป็นเพียงการเสนอเนื้อหา และรูปแบบหลาย ๆ รูปแบบมาผสมปนเปกันมีแต่ความหลากหลายแต่ไม่มีความเป็นอันหนึ่ง อันเดียวหรือเอกภาพ รายการพวกนี้ส่วนใหญ่จะเน้นความบันเทิง อาจจะมีเนื้อหาทางความรู้หรือให้ข่าวสารบ้างผสมปนเปกันเป็นจาวกสัพเพเหระจึงมักเรียกเป็นรายการปกิณกะ เช่น รายการประเภทเกมโชว์ รายการตลก แข่งขันทายปัญหา เป็นต้น ลักษณะ

ของการนำเสนอรายการปกิณกะบันเทิงมีองค์ประกอบของโครงสร้างและลักษณะของรายการนำเสนอ รายการ 2 ส่วนใหญ่ ๆ ดังนี้

1) เนื้อหา (content) เนื้อหาของรายการโทรทัศน์ประเภทปกิณกะบันเทิงนั้น มักจะเกี่ยวข้องกับเนื้อหาการนำเสนอความสามารถของบุคคล เช่น ดารา นักร้อง นักดนตรี นักกีฬา หรือ สุนทรียะทางดนตรี เช่น การขับร้องเพลง การเต้นรำ การแสดงรีวิวประกอบร้องเพลงที่ตระการตา สวยงามน่าประทับใจ

2) วิธีการนำเสนอ (presentation technique)

2.1) พิธีกร (host) ซึ่งคุณสมบัติของพิธีกรมีดังนี้ คือต้องเป็นผู้ที่มีบุคลิกดี และมนุษยสัมพันธ์ดี มีไหวพริบสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีความรู้ในการผลิตรายการวิทยุโทรทัศน์ ใช้ภาษาพูดได้ดี มีใบหน้ายิ้มแย้มแจ่มใสเป็นกันเอง

2.2) ผู้ร่วมรายการ (guest) เป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้รายการใหม่อยู่เสมอ การเชิญผู้ ที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆมาร่วมรายการเป็นวิธีดึงดูดผู้ชมได้ดี ผู้ที่ได้รับเชิญมาร่วมรายการ ต้องมีความหลากหลายไม่เชิญซ้ำซาก

2.3) บรรยากาศ (atmosphere) การจัดบรรยากาศในการนำเสนอจะประกอบไปด้วยแนวคิดเน้นความยิ่งใหญ่ ตระการตา น่าตื่นเต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้เทคนิคทางด้านแสงและสีสันท่างๆ ทำให้เพิ่มความรู้สึกในมิติของอารมณ์มากยิ่งขึ้น

2.4) สไตลรูปแบบในการนำมาเสนอ(style & form of presentation) จะต้องคำนึงถึงรสนิยมของคนในสังคม โดยเฉพาะสังคมกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย

2.4.1 การดำเนินรายการตั้งแต่ช่วงเปิดจนถึงปิดรายการ จะต้องมีความต่อเนื่องกลมกลืนในทุกส่วน ทั้งดนตรี ร้องเพลง สีลาการเต้นประกอบ แนวเรื่องสั้นละครตลก บุคลิกภาพ ผู้แสดงและพิธีกร บทสนทนา การแต่งกาย สภาพทางเทคนิคและศิลปกรรมในฉาก

2.4.2 การดำเนินรายการเปลี่ยนจากช่วงหนึ่งไปยังอีกช่วงหนึ่ง จะต้องมีการจัดฉากและให้บรรยากาศที่ถูกต้องสอดคล้องกับเนื้อหาช่วงนั้น ๆ

2.4.3 การดำเนินรายการในแต่ละช่วงจะต้องกระชับและความยาวของรายการในแต่ละช่วง จะต้องไม่สั้นหรือยาวจนเกินไป

2.4.4 การวางตำแหน่งของรายการบันเทิงแต่ละประเภทจะต้องอยู่ในช่วงเวลาที่เหมาะสมยึดเอา ความหลากหลายของเนื้อหาทั้งหมดของรายการ

2.3 แผนนโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านสื่อของประเทศเกาหลีใต้

Euny Hong (2557) ในปีค.ศ. 1997 เกาหลีใต้ประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจตามหลังวิกฤติเศรษฐกิจของไทยมาติดๆ เกาหลีใต้ต้องกู้ยืมเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF (International Monetary Fund) จำนวนราว 5 หมื่น 7 พันล้านเหรียญสหรัฐ (แต่ภายหลังพบว่าใช้ไปเพียง 1 หมื่น 9 พัน 5 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐแถมใช้คืนหมดในปีค.ศ. 2001 เร็วกว่ากำหนดถึง 3 ปี)

นอกจากเรื่องเงินแล้ว ภาพลักษณ์ของเกาหลีใต้ยังเสียหายอีกด้วย และเนื่องจากค่าแรงในขณะนั้นสูงมาก หากคิดจะใช้อุตสาหกรรมการผลิตอย่างเดียวย่อมเพื่อฟื้นฟูประเทศคงจะไม่เพียงพอ เกาหลีใต้จึงต้องคิดหาธุรกิจอุตสาหกรรมใหม่ พร้อมๆไปกับรีแบรนด์ประเทศเพื่อนำความน่าเชื่อถือกลับมาค้ำคอบของเกาหลีใต้ขณะนั้นคือ ต้องส่งออกวัฒนธรรม

วัฒนธรรมกระแสนิยมเป็นสิ่งที่ประธานาธิบดีพัคกึนฮยเยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกเมื่อเข้ารับตำแหน่งตอนต้นปีค.ศ.2013 เธอได้ยกระดับทีมงานของเชวบกอิน (ผู้อำนวยการแผนกอุตสาหกรรมกระแสนิยม) จากหน่วยงานเล็กๆเป็นแผนกใหญ่ หลายประเทศมีการให้ทุนสนับสนุนด้านศิลปะของรัฐบาลแต่จะมีที่รัฐบาลกันที่ลงทุนในวัฒนธรรมกระแสนิยม

กระทรวงมีแผนกอุตสาหกรรมคอนเทนต์ด้านวัฒนธรรมสามแผนกคือ วิทยุไอแกม โทรทัศน์ และนโยบายอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมแล้วเรียกว่าสำนักงานคอนเทนต์ด้านวัฒนธรรม เชวบกอินอธิบายบทบาทของสำนักงานนี้ว่า “เพื่อสร้างระบบเกื้อหนุนให้ผู้สร้างสรรค์งานทุกคนได้เล่นกันอย่างยุติธรรมโดยได้รับผลตอบแทนที่เป็นธรรม เราเป็นผู้วางกฎ” บทบาทสำคัญของแผนกคอนเทนต์ด้านวัฒนธรรมคือการปกป้องสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาและดำเนินคดีกับผู้ละเมิดลิขสิทธิ์

หลังจากเกิดวิกฤติทางการเงินในภูมิภาคเอเชีย ประธานาธิบดีคิมแดจุงได้ก่อตั้งกองทุนพิเศษขึ้นมาเพื่อสร้างสำนักงานคอนเทนต์ด้านวัฒนธรรม เชวบกอินบอกว่าปัจจุบันสำนักงานคอนเทนต์ด้านวัฒนธรรมเป็น “ศูนย์กลาง” ของกลยุทธ์อำนาจอ่อนของเกาหลี

องค์การการท่องเที่ยวเกาหลี (2550) กล่าวว่า องค์การการท่องเที่ยวเกาหลีได้พยายามพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการรวม “กระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี” เข้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นนับว่าเป็นแผนงานที่ประสบความสำเร็จและได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก องค์การการท่องเที่ยวเกาหลี ไม่เพียงต้องการกระตุ้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีไปทั่วโลกอีกด้วย

สถิติการณ์ เอี่ยมธงชัย (2559) เขียนบทความวิจัยเรื่อง “วิวัฒนาการกระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) ที่เรียกว่า “Hallyu” โดยกล่าวว่า Korean Wave เป็นคำศัพท์ที่ถูกสร้างขึ้นใหม่เพื่อใช้สื่อถึงความคลั่งไคล้ในวัฒนธรรมเกาหลีที่เพิ่มสูงขึ้น ตั้งแต่ช่วงปลายปี 1990 อันที่จริงคำศัพท์คำนี้ถูกตั้งขึ้นเมื่อกลางปี 1999 โดยนักข่าวชาวปักกิ่งที่ประหลาดใจกับความกระหายของชาวจีนที่มีต่อการส่งออกทางวัฒนธรรมของเกาหลี ต่อมามีการเรียกปรากฏการณ์ใหม่นี้ว่า “Hallyu” ซึ่งแปลว่า “Flow of Korea” หรือกระแส “เกาหลีพีเว่อร์” องค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้องกับ Korean Wave ได้แก่ เพลง (K-Pop), แฟชั่น, ภาพยนตร์, แอนิเมชัน, ทีวี (ละครเกาหลีและวาไรตี้โชว์), ภาษาและอาหาร ทั้งนี้ผลการวิจัยพบว่า ผลพลอยได้จาก Korean wave ที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือการที่เกาหลีใต้ไม่ได้เพียงแค่ปรับปรุงภาพลักษณ์ ในสายตาชาวต่างชาติเท่านั้นแต่ยังเปลี่ยนแนวคิดของผู้คนในด้านการเมืองและสังคมของเกาหลีใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมต่อเศรษฐกิจ

ภาคิน นิมนานรวงศ์ (2557) เขียนบทความออนไลน์เรื่อง “Korean Wave in Southeast Asia (กระแสเกาหลีนิยมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้)” โดยกล่าวว่านับตั้งแต่ทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา วัฒนธรรมสมัยนิยมของเกาหลีได้ ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี นับแต่นั้นมาวงบอยแบนด์และเกิร์ลกรุ๊ปของเกาหลีก็เริ่มได้รับความนิยมในต่างประเทศ ดาราเกาหลีสร้างกระแสการบริโภคทางวัฒนธรรมขนานใหญ่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทั้งในแง่เสื้อผ้าหน้าผม การแต่งกาย ไปจนกระทั่งวัฒนธรรม Doobo Shim ได้เริ่มหันมาศึกษาผลกระทบของวัฒนธรรมเกาหลีที่มีต่อชีวิตของผู้คนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างเช่นใน ไทย และสิงคโปร์

สมานลักษณ์ ตัณฑิกุล (2555) ประเทศเกาหลี มีการวางแผนนโยบายด้านวัฒนธรรมมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2488 (หลังช่วงที่ญี่ปุ่นปกครองเกาหลี) เริ่มจากการค้นหาเอกลักษณ์ของชาติและมรดกทางวัฒนธรรม พยายามสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาอีกครั้งเพื่อปกป้องตนเองจากวัฒนธรรมตะวันตก โดยรัฐบาลทำหน้าที่เป็นผู้ควบคุมและออกกฎระเบียบวางรากฐานด้านกฎหมาย และกองทุนสถาบันการศึกษา ต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2524 – 2535 รัฐบาลได้เพิ่มการส่งเสริมด้านศิลปะทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย โดยวางแผนนโยบายแผนหลักทางวัฒนธรรม 10 ปี เน้นวัฒนธรรมเพื่อปวงชนทั้งมวล หลังจากนั้นรัฐบาลได้เปลี่ยนบทบาทใหม่จากที่เน้นการควบคุมมาเป็นการส่งเสริม โดยเห็นว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ จึงเร่งพัฒนาวัฒนธรรมในสวนทองถิ่นและภูมิภาค เสริมสร้างสวัสดิการเพื่อทานุบำรุงวัฒนธรรม เน้นส่งเสริมวัฒนธรรมในฐานะเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว มีการจัดทำ แผน 5 ปี (Five Year Plan for New Korea Culture) เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ความเป็นรัฐสวัสดิการทางวัฒนธรรม (Cultural Welfare State) โดยรัฐให้การสนับสนุนการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมของภาคประชาชนอย่างเต็มที่ และเรียกศตวรรษใหม่ของการพัฒนาตามแนวทางนี้ว่าศตวรรษใหม่แห่งวัฒนธรรม (New Century for Culture) ในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งแม้จะเป็นช่วงเวลาที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในเอเชีย แต่รัฐบาลเกาหลีได้ยังมองเห็นโอกาสการพัฒนาเชิงวัฒนธรรม โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรม 2000 (Cultural Vision 2000) ที่เน้นสนับสนุนการศึกษาเพื่อผลิตเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม ขยายการสนับสนุนงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่ช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม และส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมนับตั้งแต่ พ.ศ. 2541 รัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นโดยรวมเรียกวอุตสาหกรรมวัฒนธรรมประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อย อาทิ ภาพยนตร์ เพลง วิทยุทัศน์ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ การตูน ความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) และวางวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Vision 21 for Cultural Industries in a Digital Society) วัฒนธรรมในบริบทนี้ จึงเป็นวัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นวัฒนธรรมในเชิงโลกาภิวัตน์ นอกจากนี้ ยังได้กำหนดแผนที่มีชื่อว่า “Korean 2010: Culture Creativity and Content” ส่งเสริมให้เอกชนลงทุนด้านการจัดการศึกษา วัฒนธรรมและอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

เพื่อสร้างองค์ความรู้และบุคลากรรองรับการเติบโตของธุรกิจบันเทิง ต่อมาในปีพ.ศ. 2542 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเน้นให้ความสำคัญความสำเร็จของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมขึ้นอยู่กับการเสริมสร้างผลิตภาพของห่วงโซ่มูลค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ

- 1) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ได้แก่ นวัตกรรม และความคิดใหม่
- 2) องค์ประกอบทางวัฒนธรรม ได้แก่ ประเพณี วัฒนธรรมดั้งเดิม เรื่องราว ขอความประสพการณ์ และการดำเนินชีวิต
- 3) เทคโนโลยีทางวัฒนธรรม
- 4) โครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การวิจัยและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และ เงินทุน ข้อมูลกฎหมายและนโยบายรัฐ โครงข่ายทั่วโลก
- 5) ห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การผลิต การจำหน่าย และการบริโภค นอกจากนี้รัฐบาลเกาหลีได้กำหนดให้เนื้อหาทางวัฒนธรรม (Culture Content) เปน 1 ใน 7 สาขา ที่มีศักยภาพในการเติบโตในอีก10 ปข้างหน้า โดยอยู่ในวิสัยทัศน์อุตสาหกรรมเกาหลีใต้ ป ค.ศ.2020

2.4 แผนนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้

เกิดวิกฤตการณ์การเงินในเอเชียเมื่อปี 1997 ซึ่งเกาหลีเองก็ได้เผชิญวิกฤตนี้ด้วยเช่นกัน ทาง IMF จึงต้องการ ให้เกาหลีใต้เปิดตลาด ต่อมาเกาหลีใต้ได้ปฏิรูปเศรษฐกิจภายในประเทศใหม่ส่งผลให้เกิดผลข้างเคียงต่อวัฒนธรรมเกาหลีที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่สูงขึ้นนับเป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ที่มีการนำเข้าสินค้าทางวัฒนธรรมจากญี่ปุ่น เข้ามาในเกาหลีใต้ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆในวงการภาพยนตร์ พวกเขาเริ่มเลียนแบบฮอลลีวูดและทางรัฐบาลได้สร้างระบบโควต้าภาพยนตร์เพื่อพัฒนาคุณภาพของภาพยนตร์ที่กำลังจะถ่ายทำโควต้าภาพยนตร์นี้ปรารถนาให้โรงภาพยนตร์ในเกาหลีฉายภาพยนตร์เกาหลีเป็นเวลา 146 วันใน 1 ปี ทำให้คนเกาหลีได้รับชมและนำเข้าภาพยนตร์ฮอลลีวูดน้อยลงเพื่อทำการปฏิรูปเศรษฐกิจในปี 1998 ประธานาธิบดีคิมแดงุงบริหารจัดการให้ภาควัฒนธรรมเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักที่จะเติบโตต่อไปในอนาคต

เบื้องหลังแนวคิดนี้เกิดจากภาพยนตร์และเพลงเกาหลีนารายได้เข้าประเทศเกาหลีใต้เป็นจำนวนมากในปี 1998 กระทรวง วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว จัดทำแผนระยะเวลา 5 ปีที่เรียกว่า ‘broadcast video promotion plan’ มหาวิทยาลัยต่างๆในประเทศเกาหลีได้รับการส่งเสริมให้ริเริ่มหลักสูตรการสอน ดารานักแสดงหน้าใหม่ให้วงการบันเทิง อีกมุมหนึ่งของแผนนี้คือการสนับสนุน Korean Film Council สถาบันที่มีหน้าที่จัดหาเงินทุนสร้างและผลักดันการส่งออก ภาพยนตร์เกาหลี อีกสถาบันหนึ่งคือ Korean Culture and Content Agency ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นโดยได้รับเงินสนับสนุนจากกระทรวงการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมสำหรับการจัดหานักแสดงหน้าใหม่ ส่วนฉากที่ใช้ในการถ่ายทำภาพยนตร์จะถูกนำมาใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว

ในช่วงแรกแผนนี้ถูกขับเคลื่อนโดยการเผยแพร่ละครทีวีเกาหลีหรือ K-dramas สู่อเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งในระหว่างนี้เองที่ Korean Wave ค่อยๆพัฒนาเป็นความ

มหัศจรรย์ระดับโลกโดยวัดได้จากจากยอดผู้เข้าชมมิวสิควิดีโอ Korean pop (K-pop) บนเว็บไซต์ YouTube ในปัจจุบันการแผ่ขยายของ Korean Wave ไปยังภูมิภาคอื่นในโลกโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยเริ่มทำงานในลาตินอเมริกา, อินเดียเหนือ, ตะวันออกกลาง, แอฟริกาเหนือ และประเทศเล็กๆในแถบยุโรป

รัฐบาลได้เล็งเห็นเห็น k-pop และ k-dramas เป็นปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จของKorean Wave จากข้อมูลของ Korean Culture and Information Centre แสดงให้เห็นว่าอินเทอร์เน็ต ความเร็วสูงมีบทบาทสำคัญในการช่วย เผยแพร่ Korean cultural content นโยบายด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลดำเนินไปด้วยดีตั้งแต่แรกเริ่มและเมื่อปี 2012 กระทรวงการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการกีฬาได้แต่งตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาขึ้นเพื่อหาวิธีทำให้ Korean wave คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืนและส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีโบราณด้วย และในปีเดียวกันนี้แผน K25 culture Promotion Taskforce ถูกเริ่มขึ้นด้วยเป้าหมายเดียวกัน

YouTube เปลี่ยนวิธีการฟังเพลงของผู้คนซึ่งความสำเร็จนี้สามารถอธิบายได้จากการผสมเมโลดี้เข้ากับจังหวะแล้วใช้นักแต่งเพลงกับโปรดิวเซอร์ชาวอเมริกัน มีแฟนเพลงมากมายเต้น cover dances ของศิลปิน k-pop artists โดยรับชมผ่านอินเทอร์เน็ตแล้วอัปโหลดคลิปการเต้นของตนลงบนอินเทอร์เน็ตอีกครั้ง ส่วนสไตล์ของแฟชั่นในฉากประกอบเพลง k-pop นั้นก็สำคัญไม่แพ้กัน ทั้งนี้รัฐบาลไม่ได้ให้เครดิตกับตัวเองในด้านความโด่งดังของ k-pop แต่พวกเขาออกไปที่บทบาทของบริษัทอินเทอร์เน็ตเทรนเมนท์ การผสมผสานของรูปแบบที่น่าดึงดูดใจ ทุกเพศทุกวัย ด้วยความเป็นมืออาชีพแห่งวงการเพลงคือพื้นฐานของ ความโด่งดังของ k-pop ปัจจัยเหล่านี้เองที่ช่วยเสริมสร้างและส่งเสริมให้ Korean wave ดำเนินต่อไป

2.5 นโยบายด้านการสร้างสรรค์ธุรกิจบริการเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้

นโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจบริการเชิงสร้างสรรค์ โดยใช้วัฒนธรรมเป็นตัวสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ มีการพัฒนาและสนับสนุนจากรัฐบาลกลางมาโดยตลอด รัฐบาลได้พัฒนาปรับปรุงโครงสร้างการบริหาร ราชการแผ่นดินในด้านวัฒนธรรมมาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2491 งานด้านวัฒนธรรมอยู่ในความดูแลของกระทรวงสารสนเทศ (Ministry of Information) ต่อมาในปี พ.ศ. 2504 มีการปรับชื่อองค์กรเป็นกระทรวงสารสนเทศสาธารณะ (Ministry of Public Information) ในปีพ.ศ. 2511 มีการนำคำว่า “วัฒนธรรม” มาตั้งชื่อกระทรวงเป็นครั้งแรกในนามกระทรวงวัฒนธรรมและสารสนเทศ (Ministry of Culture and Information) ในปีพ.ศ. 2533 ได้แยกกระทรวงวัฒนธรรม (Ministry of Culture) ออกเป็นหน่วยงานอิสระโดยได้ทำหน้าที่เฉพาะวัฒนธรรมและ มีการปรับเปลี่ยนอีกครั้งเป็นกระทรวงวัฒนธรรมและการกีฬา (Ministry of Culture and Sports) ในปีพ.ศ. 2540 ล่าสุดในปี พ.ศ. 2541 ใช้ชื่อว่ากระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (Ministry of Culture and Tourism) โดยเป็นหน่วยงานหลักในการทำหน้าที่ผลักดันนโยบายและส่งเสริมงานด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวโดยมี The Korean Culture and Arts Foundation เป็นหน่วยงานสนับสนุนทางการเงินเพื่อการดำเนินงานด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรม

นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมพื้นเมืองของตนเอง โดยได้รับงบประมาณสนับสนุนทางการเงินจากรัฐบาลและพัฒนาระบบที่เรียกว่าสวัสดิการทางวัฒนธรรม (Culture Welfare) ขึ้นเพื่อเพิ่มความสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการสร้างสรรคด้านวัฒนธรรมของประเทศ โดยเน้นการผลักดันกระบวนการทัศนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมให้คงอยู่อย่างมั่นคงในกระแสโลกาภิวัตน์

2.6 แผนการส่งเสริมด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของเกาหลีใต้

รัฐบาลในสมัยของประธานาธิบดีมุนแจอิลได้จัดทำแผน 5 ปี (Five Year Plan for New Korea Culture) เพื่อพัฒนาประเทศเกาหลีใต้เพื่อเป็นรัฐสวัสดิการทางวัฒนธรรม (Cultural Welfare State) โดยรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนการจัดการและการดำเนินงานด้านการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของภาคประชาชนอย่างเต็มที่ กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวได้กำหนดทิศทางสำหรับนโยบายทางวัฒนธรรมของปีพ.ศ. 2540 โดยในรายงานที่เรียกว่าวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรม 2000 (Cultural Vision 2000) ที่เป็นช่วงเวลาเดียวกับที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในทวีปเอเชีย โดยมีการกำหนดนโยบายด้านวัฒนธรรม ดังนี้

- 1) จัดให้มีการสนับสนุนการศึกษาเพื่อผลิตเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม
- 2) เพิ่มการสนับสนุนงานที่มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมทางเศรษฐกิจ
- 3) อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมของเกาหลีใต้และร่วมพัฒนาเอกลักษณ์วัฒนธรรมของชาติ
- 4) ส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม
- 5) สนับสนุนโครงการในด้านการทูตเชิงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมีหน้าที่สนับสนุนการดำเนินการ ด้านวัฒนธรรม โดยมีหน้าที่หลักในการส่งเสริมวัฒนธรรม การศึกษาด้านศิลปะ อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม การท่องเที่ยว กีฬา ภาษา และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ และให้มีองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวัฒนธรรม ดังนี้

- 1) มูลนิธิศิลปวัฒนธรรมแห่งเกาหลี (Korean Culture and Arts Foundation) จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมค.ศ. 1973 เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนทางการเงิน มีคณะกรรมการดูแล การจัดสรรเงินแก่กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมในหลายด้านทั้งการศึกษาวิจัยและการพัฒนาทางด้านวรรณกรรม ศิลปกรรม การถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม เพลงพื้นเมือง ละคร นาฏศิลป์ ภาพยนตร์ การบันเทิง และการตีพิมพ์ต่าง ๆ มีงบประมาณที่ได้จัดสรรเพื่อเป็นเงินกองทุนให้กับตัวบุคคล อาทิ ศิลปิน อาชีพ ผู้กำกับ ผู้ผลิตงานด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

2) สถาบันศิลปะแห่งชาติ (National Academy of Art) สนับสนุนการสร้างสรรค์สร้าง และพัฒนางาน ด้านศิลปะ โดยมีมาตรการประกันเสรีภาพในการแสดงออก และส่งเสริมสถานภาพ ของศิลปิน

3) กองทุนส่งเสริมวัฒนธรรมถิ่น (Provincial cultural promotion funds) จัดตั้ง ขึ้นในระดับท้องถิ่น โดยได้รับอำนาจการบริหารจัดการจากรัฐบาล มีหน้าที่ส่งเสริมให้มีการจัดตั้ง กองทุนดังกล่าวขึ้นเพื่อส่งเสริมการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมของท้องถิ่นด้วยตนเอง อาทิ การสร้างโรง ละคร ท้องถิ่น ห้องสมุด การสนับสนุนศิลปินพื้นบ้าน เป็นต้น

4) คณะกรรมการศิลปธุรกิจแห่งเกาหลี (Korea Business Council for the Arts: KBCA) เป็นองค์กรที่มีส่วนอย่างมากในการผลักดันให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้าส่งออกและนารายได้ เข้าประเทศนับจากมีการก่อตั้งมีการให้เงินสนับสนุนจาก KBCA ไปยังสมาชิกอุตสาหกรรมด้านศิลปะ

5) สำนักงานอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry Bureau) ตั้งขึ้นตาม กฎหมายส่งเสริม ศิลปวัฒนธรรม มีหน้าที่ส่งเสริมการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมออกจำหน่ายในตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

6) บริษัทส่งเสริมการทำภาพยนตร์แห่งเกาหลี (The Korea Motion Picture Promotion Corporation: KMPPC) ทำหน้าที่ส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ออกสู่ตลาดโลกเพื่อแก้ไข ปัญหาการขาดดุลการค้าสินค้าบริการเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะภาพยนตร์จากต่างประเทศซึ่งเกาหลี ใต้นำเข้าเช่นเดียวกับประเทศส่วนใหญ่ในเอเชีย โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอย่างต่อเนื่องใน การทำหน้าที่ ส่งเสริมการทำภาพยนตร์ในรูปแบบต่างๆ และส่งออกภาพยนตร์เหล่านี้ไปเผยแพร่ นำ รายได้เข้าประเทศ

2.7 สถาบันและกลยุทธ์ในการส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเกาหลีกลายเป็นธุรกิจ บริการชนิดหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ จึงจัดตั้งองค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลี (Korea Culture and Content Agency - KOCCA) เพื่อพัฒนาการถ่ายทอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี (Korea Content) แนวคิดในการจัดตั้ง KOCCA เพิ่งเกิดขึ้นหลังยุคฟองสบู่แตกในเอเชียในปีพ.ศ. 2541 โดยได้เล็งเห็นเห็นความสำคัญของการสนับสนุนธุรกิจบริการเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีให้ได้ถูก เผยแพร่ไปยังนานาประเทศมากขึ้น โดยใช้จุดแข็งของวัฒนธรรมที่ขายได้โดยไม่ต้องใช้ต้นทุนมากมาย

2.8 รูปแบบธุรกิจบริการเชิงสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้

ในขณะที่ภาพยนตร์และละครของประเทศพัฒนาแล้วจำนวนมาก เน้นการลงทุนทางเทคนิค ความ ลึกซึ้งซับซ้อนของเนื้อเรื่องที่ชวนให้ตีความ และความตื่นเต้นเร้าใจ ภาพยนตร์เกาหลีสมัยใหม่ กลับเน้นเรื่องราวของชีวิต การต่อสู้เพื่อความถูกต้องและจริยธรรม มีการถ่ายทอดความความสัมพันธ์ อันดีที่เหมาะสมระหว่างผู้คน ซึ่งเป็นแนวคิดตะวันออกที่ได้รับอิทธิพลมาจากขงจื้อ เช่น ในภาพยนตร์ เรื่องสะดุดรักที่พิกใจ (Full House) Ardor หรือ Autumn in my Heart เป็นต้น ภาพยนตร์บางเรื่อง ก็ทำให้เกิดความรู้สึกร่วมในทางสร้างสรรค์การรักชาติและต้องการให้เกิดการร่วมชาติ เช่น เรื่อง The

classic (คนแรกของหัวใจ คนสุดท้าย ของชีวิต), TAEGUKGI (เลือดเนื้อเพื่อฝันวันสิ้นสงคราม) และ Ditto (รักต่างมิติ) ที่เต็มไปด้วยฉากของสงคราม ความเสียสละ และการเรียกร้องให้เกิดการปรองดอง สมานฉันท์ของคนเกาหลีเหนือ-ใต้ นอกจากนี้ยังมีภาพยนตร์โรแมนติกที่เน้นความสวยงามของธรรมชาติ และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเช่น Winter Sonata One Find Spring Day Christmas in August ภาพยนตร์ที่ถ่ายทอดวัฒนธรรมของเกาหลี ใต้ เช่น เรื่องแดจังกึมจอมนางแห่งวังหลวง เป็นต้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการเพิ่มมูลค่าของวัฒนธรรม โดยเฉพาะธุรกิจบันเทิง และยังเป็นผลพลอยได้ให้กับธุรกิจบริการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งก่อนหน้านี้ ฮอลลีวูดและญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจบริการ โดยเฉพาะฮอลลีวูดที่นำวัฒนธรรมที่ยาวนานของจีนมาสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจบันเทิงจนภาพยนตร์ของฮอลลีวูด เป็นที่นิยมทั้งในเอเชียและอเมริกา เช่น ภาพยนตร์สะท้อนประวัติศาสตร์อย่างปู้ยี้จักรพรรดิที่โลกลืม ซูสีไทเฮา จีนซีฮองเต้ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังส่งผลให้นักแสดงฮอลลีวูดหลายคน เช่น เฉินหลง บรูค ลี เจีหลี เป็นต้น ประสบความสำเร็จในธุรกิจบันเทิงระดับโลกจากการนำวัฒนธรรมจีนเข้าไปสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าในภาพยนตร์ตะวันตกให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น

2.9 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ของประเทศเกาหลีใต้

อดีตคือ จันทรดง (2562) กล่าวที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรเกาหลีระหว่างทะเลตะวันออก (East Sea) ใกล้กับญี่ปุ่น อีกฝั่งเป็นทะเลเหลือง (Yellow Sea) ถูกแบ่งออกจากเส้นขนานที่ 38 โดยมีเขตปลอดทหาร (Demilitarized Zone : DMZ) หรือพันมุนจอม (Panmunjeon) คั่นกลางไว้ภายหลังสงครามเกาหลีสงบลงเมื่อปีค.ศ. 1953

ชื่ออย่างเป็นทางการคือ สาธารณรัฐเกาหลี มีพื้นที่ 99,500 ตารางกิโลเมตร ภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขามากถึงร้อยละ 70 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของเกาหลีจึงมีมากมาย คนเกาหลีนิยมไปเที่ยวปีนเขาเดินป่ากันในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ จำนวนประชากร 49 ล้านคน โดย 1 ใน 4 อาศัยและทำมาหากินในกรุงโซลเมืองหลวงของประเทศ

เกาหลีใต้ประกอบด้วย 9 จังหวัด (โด) โดยแต่ละจังหวัดประกอบด้วยเมือง (ซี) น้อยใหญ่ และมีเมืองใหญ่ 6 เมืองเป็นเขตปกครองพิเศษ คือ โซล อินซอน แทจอน แทกู พูซานและกวางจูไม่ขึ้นกับจังหวัดใดโดยจังหวัดทั้ง 9 คือ

1) คยองกีโด (Gyeonggi-do) เป็นที่ตั้งของเมืองที่อยู่รอบกรุงโซล คือ ชูวอน บูซอน พาจู ยางจู เป็นต้น

2) คังวอนโด (Gangwon-do) ทางตะวันออก มีเมืองหลักคือ ชุนซอน ชกโซ คังนิง ยางยาง โดยมีอุทยานแห่งชาติซอร์คซันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ได้รับความนิยมจากชาวเกาหลีและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

3) ชุงช็องนัมโด (Chungcheongnam-do) อยู่ทางใต้กรุงโซลและเมืองชูวอนลงมาเมืองเด่นๆ อาทิเช่น คงจู พูยอน นนซาน และกึมซาน

4) ชุงช็องบุกโด (Chungcheongbuk-do) ตั้งอยู่ตอนกลางของประเทศมีเมืองชุงจู ชูอันโบ ทันยาง ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติภายในอุทยานแห่งชาติชอแบ็กซาน

5) ซอลลาบุกโด (Jeollabuk-do) ทางชายฝั่งทะเลตะวันตก มีเมืองจอนจู กิมเจ และชงอ็ีบเป็นเมืองท่องเที่ยวเด่น

6) ซอลลานมโด (Jeollanam-do) ทางชายฝั่งทะเลตะวันตกตอนใต้ซึ่ง เต็มไปด้วย เกาะแก่งนับไม่ถ้วน มีเมืองกวางจูเป็นศูนย์กลาง เมืองมกโพ ชุนซอนและยอซู

7) คย็องซังบุกโด (Gyeongsangbuk-do) มีเคียงและอันดง เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อของเกาหลี

8) คย็องซังนัมโด (Gyeongsangnam-do) ทางชายฝั่งทะเลตะวันออกเฉียงใต้ โดยมี พูซานอยู่ทางชายฝั่งตะวันออกสุดของจังหวัด

9) เซจูโด (Jeju-do) หรือเกาะเซจูอยู่กลางทะเลทางใต้ของประเทศมีภูมิอากาศอบอุ่นและทิวทัศน์ที่สวยงาม มีเชจูซิติ้และชอกวิโพเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุตินธร อัครสินธวัจกุล (2558) ประเทศเกาหลีใต้ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา ประสบความสำเร็จอย่างมากในการ ถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อต่างๆ การส่งเสริมนโยบายของภาครัฐ ผ่านทาง “สินค้าทางวัฒนธรรม” ซึ่งรูปแบบการใช้นโยบายที่ส่งเสริมการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม ผ่านทางรายการวาไรตี้มีส่วนสำคัญ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ ขณะเดียวกัน การใช้สื่ออื่นๆ อาทิเช่น ละครโทรทัศน์ หรือซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์ นักร้อง เพลง เป็นต้น โดยเฉพาะ ซีรีส์เกาหลีชื่อดังอย่าง “แดจังกึม” นั้นได้สร้างการเรียนรู้ในวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารเกาหลีและยาสมุนไพรไปทั่วเอเชีย นักท่องเที่ยวหลายคน อยากจะเดินทางมาท่องเที่ยวเกาหลีเพื่อจะได้มาชมฉาก พระราชวังเคียงบกกรุงในละครโทรทัศน์ดังกล่าว ทำให้เกิดรูปแบบทัวร์ตามรอยซีรีส์ขึ้นมากมาย ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้เกิดกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้รับความนิยมไปทั่วภูมิภาคเอเชียรวม ไปถึงทั่วโลกอีกด้วยจากกระแสความนิยมดังกล่าวจึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกาหลีได้พัฒนา อย่างมาก รายการวาไรตี้จึงกลายเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการส่งเสริมกระบวนการการท่องเที่ยว

กมลวัน เครื่องแต่งอยู่ (2560) แม้สื่อเกาหลีจะไม่ได้นำเสนอเกี่ยวกับวัฒนธรรมด้านอาหาร โดยตรงแต่ได้แฝงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ วัฒนธรรมเกาหลีทั้งอาหารความเป็นอยู่วิถีชีวิตผ่านรายการวาไรตี้ อย่างแยกไม่ออก และมักจะสอดแทรกเข้าไปโดยที่ผู้ชมไม่รู้ตัว นอกจากนี้ยังมีรูปแบบในการ นำเสนอที่สนุกสนานทำให้ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากจากผู้ชม

ปวีณา งามเลิศ (2558) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านอาหารจากศิลปะการแสดง ละคร ประเภทละครโทรทัศน์ กรณีศึกษาละครโทรทัศน์เกาหลี เรื่อง Let's eat บทความวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านอาหารจากศิลปะการแสดงละครประเภทละครโทรทัศน์กรณีศึกษา ละครโทรทัศน์เกาหลีเรื่อง Let's eat มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งออกทางวัฒนธรรมเกาหลีใต้ที่มีการ ส่งผ่านสื่อบันเทิงของประเทศเกาหลีใต้โดยศึกษาจากการค้นคว้าข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อ

ออนไลน์ต่างๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยหลักที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้คือสื่อบันเทิงโดยเฉพาะละครโทรทัศน์เกาหลีที่เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางทั้งในแถบเอเชีย อเมริกาเหนือ และยุโรป ทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อบันเทิงนี้ ทั้งวิถีชีวิต เสื้อผ้า และอาหาร ซึ่งอาหารนี้ก็ถือเป็นอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง และละครโทรทัศน์เรื่อง Let's eat ก็เป็นอีกช่องทางที่นำเสนอให้ต่างชาติได้รับรู้ถึงอาหารเกาหลีแท้ๆ ผ่านการแสดงของตัวละครในเรื่องและช่วยกระตุ้นให้ชาวต่างชาติต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารมากขึ้นนับได้ว่าละครโทรทัศน์เรื่องนี้เป็นอีกแรงกระตุ้นในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารประเทศเกาหลีใต้ โดยรายการวาไรตี้เกาหลีมักมีเนื้อหาที่เน้นความสนุกสนานบันเทิง โดยส่วนใหญ่จะเป็นการแข่งขัน และมุ่งเน้นไปที่แซ่บหรือแซ่บที่เป็นดารารหรือศิลปินที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดผู้ชม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสังเกตได้ว่ารายการวาไรตี้ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยมักจะเป็นรายการที่มีคำบรรยายภาษาไทยจากเว็บไซต์ต่างๆเนื่องจากสะดวกในการรับชมและเข้าใจภาษาเกาหลี

วภัทรจาริน ตันตวิงศ์ (2552) ทำการศึกษาเรื่อง “อิทธิพลของละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาของละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีส่วนสนับสนุนหรือก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีพฤติกรรมการเปิดรับละครโทรทัศน์เกาหลีและอิทธิพลของละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร การวิจัยยังแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์หัตถ์บทคือละครโทรทัศน์เกาหลีที่ออกอากาศในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ 2544 - 2550 จำนวน 5 เรื่องและการวิจัยโดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบที่โดดเด่นของละครโทรทัศน์เกาหลีคือความเป็นละครรักโรแมนติก ที่เน้นการเล่าเรื่องแบบซาบซึ้งประทับใจรวมถึงตัวละครที่มีลักษณะเชิงอุดมคติและเนื้อหาที่สอดแทรกความเป็นเกาหลีไว้เช่น วิถีชีวิต ความเชื่อทัศนคติ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาพความสวยงามของ สถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่สำคัญต่างๆ ในประเทศเกาหลี โดยทั้งหมดได้รับการออกแบบอย่างตั้งใจ ประณีต และผสมกลมกลืนกันซึ่งเป็นการใช้หลักการตลาดเชิงวัฒนธรรมในการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อสินค้าและบริการต่างๆจากประเทศเกาหลี กลุ่มผู้ชมละครโทรทัศน์เกาหลีมีพฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์เกาหลีผ่านทาง Free TV มากที่สุดโดยรับชมกับสมาชิกครอบครัวและผู้ชมยังมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อประเภทอื่นเพื่อรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เกาหลี เช่น รายการโทรทัศน์ เว็บไซต์ และนิตยสาร จากการศึกษาพบว่าละครโทรทัศน์เกาหลีเป็นสื่อที่มีอิทธิพลทำให้ผู้ชมเกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศเกาหลีในด้านต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ วิธีการใช้ชีวิต แฟชั่น การแต่งหน้า ทรงผม วัฒนธรรมเครื่องแต่งกาย สินค้า อุปโภคบริโภค รวมไปถึงภาพลักษณ์ของคนเกาหลีซึ่งเป็นแรงจูงใจที่นำไปสู่การเกิดพฤติกรรมการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีอื่นๆตามมาทั้งอาหาร สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องสำอาง เครื่องแต่งกาย ทรงผม การท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษา ความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life และ ศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ของรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ซีซั่นที่มีการถ่ายทำในประเทศเกาหลีใต้ จึงมีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ศึกษาความเป็นมาและรูปแบบของรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

โดยศึกษาศึกษาความเป็นมาและรูปแบบของรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ตั้งแต่การ ออกอากาศครั้งแรก ในวันที่ 16 เมษายน 2559 จนถึงการออกอากาศวันสุดท้ายในวันที่ 19 มกราคม 2562 ซึ่งในแต่ละซีซั่นมีสถานที่ที่น่าสนใจ ช่วงเวลาที่ออกอากาศ จำนวนผู้ดำเนินรายการและจำนวน ของตอนแตกต่างกันไป โดยรวบรวมข้อมูลจากช่องทางออกอากาศผ่านช่องทางต่างๆในแต่ละประเทศ ได้แก่

3.1.1. ช่องทางการออกอากาศในประเทศเกาหลีใต้

- 1) Naver TV Cast
- 2) MBC Music
- 3) KBS Joy
- 4) oksusu
- 5) Seezn

3.1.2 ช่องทางการออกอากาศในประเทศจีน

- 1) Youku และ Tudou
- 2) AliMusic

3.1.3 ช่องทางการออกอากาศในประเทศไทย

- 1) True4U
- 2) LINE TV

3.1.4 ช่องทางการออกอากาศในประเทศไต้หวัน

- 1) MTV Mandarin

3.1.5 ช่องทางการออกอากาศทั่วโลก

- 1) V LIVE
- 2) Youtube

3.2. ศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

ศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกและวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจากองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวองค์ประกอบทั้ง 6 ประการ (6A's) คือ 1. ความสามารถเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) 2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 4. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 5. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

บทที่ 4 ผลการวิจัย

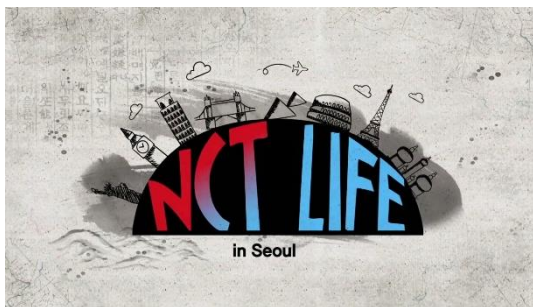
การศึกษาเรื่อง “รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์: กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความเป็นมาและรูปแบบรายการ รวมไปถึงศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life โดยมีผลการวิจัยดังนี้

4.1 ความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life เป็นรายการประเภทวาไรตี้โชว์ของประเทศเกาหลีที่มีวงบอยแบนด์ของเกาหลีใต้ NCT เป็นสมาชิกในการดำเนินรายการ รายการจะถ่ายทำตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆและแนะนำสถานที่ต่างๆให้กับผู้ชม โดยมีการสลับเปลี่ยนสมาชิกในการดำเนินรายการแตกต่างกันไปในแต่ละซีซั่นทำให้ไม่ซ้ำซากจำเจ รวมทั้งในรายการจะเน้นให้สมาชิกที่ร่วมรายการทำภารกิจต่าง ๆ ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และในตอนจบของรายการในทุกซีซั่นจะมีปริศนาให้ผู้ชมได้ทายว่าสถานที่ต่อไปในการถ่ายทำซีซั่นต่อไปของรายการคือที่ใด ทำให้มีความแตกต่างจากรายการทั่วไป

ในการศึกษาความเป็นมาของรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ผู้วิจัยได้รวบรวมความเป็นมาของรายการเฉพาะซีซั่นที่มีการถ่ายทำในประเทศเกาหลีเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life มีทั้งหมด 9 ซีซั่น และมีซีซั่นที่ถ่ายทำในประเทศเกาหลีทั้งหมด 6 ซีซั่น คือ NCT Life in Seoul, NCT Life in Paju, NCT Life Korean Food King Challenge, NCT Life Entertainment Retreat, NCT Life Hot & Young Seoul Trip และ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon ซึ่งในแต่ละซีซั่นมีความเป็นมาดังนี้

1) NCT Life in Seoul



ภาพที่ 1 NCT Life in Seoul

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/8718/NCT-LIFE-in-Seoul-EP01>

ในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul ซีซั่นนี้มีสถานที่ถ่ายทำหลักอยู่ในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ โดยเป็นการที่พาสมาชิกชาวจีนคือคุนและวินวิน เยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ รอบๆกรุงโซล และมีการแบ่งทีมโดยให้สมาชิกชาวจีนสองคนแยกกันไปทำภารกิจตามทีมที่มีสมาชิกชาวเกาหลี คอยอธิบายและแนะนำเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเกาหลี จัดทำขึ้นโดยบริษัท SM Culture & Contents ที่เป็นบริษัทเอกชนที่ผลิตโฆษณาและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ภายใต้การบริหารงานของบริษัท SM Entertainment ที่เป็นต้นสังกัดของวง NCT

จำนวนตอน : 7 ตอน

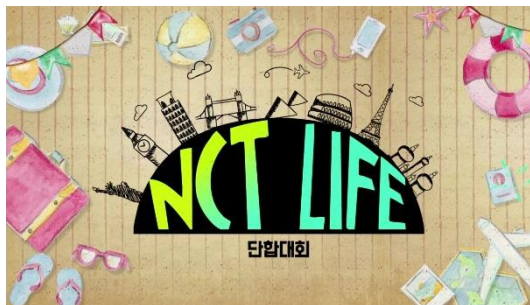
วันที่ออกอากาศ : 29 พฤษภาคม – 11 มิถุนายน 2559

สมาชิก : แทยง, ยูตะ, คุน, โดย็อง, แจฮย็อน, วินวิน

ช่องทางการออกอากาศ : V LIVE, Naver Tv Cast, Youku, Tudou, True4U,

MBC Music

2) NCT Life in Paju



ภาพที่ 2 NCT Life in Paju

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/11574>

เพื่อแสดงความยินดีกับการเปิดตัวอย่างเป็นทางการของ NCT 127 และเพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในนาม NCT ในอนาคตจึงเกิดเป็นรายการ NCT Life in Paju ขึ้นที่สมาชิก NCT 127 จะได้สามารถใช้เวลาพักผ่อนช่วงวันหยุดในเมืองพาจู ซึ่งในรายการมีการแข่งขันเกมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสามัคคีภายในวงมากขึ้น รายการจัดให้สมาชิกวางแผนเวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งกีฬา การทำอาหาร ที่อยากทำกันเองโดยมีสถานที่ถ่ายทำหลักคือเมืองพาจู ประเทศเกาหลีใต้ จัดทำขึ้นโดยบริษัท SM Culture & Contents ที่เป็นบริษัทเอกชนที่ผลิตโฆษณาและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ภายใต้การบริหารงานของบริษัท SM Entertainment ที่เป็นต้นสังกัดของวง NCT

จำนวนตอน : 6 ตอน

วันที่ออกอากาศ : 16 กรกฎาคม – 20 สิงหาคม 2559

สมาชิก : แทฮิล, แทยง, ยูตะ, แจฮย็อน, วินวิน, มาร์ค, แฮซัน

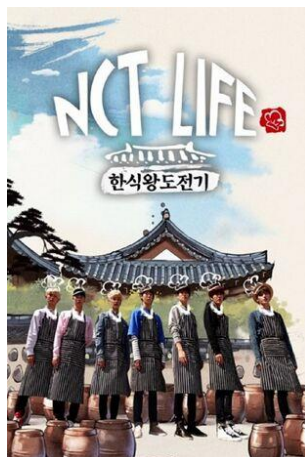
ช่องทางการออกอากาศ : V LIVE, Naver Tv Cast, Youku, Tudou, True4U,

MBC Music

3) NCT Life Korean Food King Challenge

รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life Korean Food King Challenge ได้รับความร่วมมือจากกระทรวงวัฒนธรรมกีฬาและการท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีและ Korean Food Foundation (มูลนิธิอาหารเกาหลี) ร่วมกับบริษัท SM Culture & Contents ที่เป็นบริษัทเอกชนที่ผลิตโฆษณาและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ภายใต้การบริหารงานของบริษัท SM Entertainment ที่เป็นต้นสังกัดของวง NCT โดยในซีซั่นนี้สมาชิกจะได้เรียนรู้วิธีทำ "อาหารเกาหลี 10 อันดับแรกที่ชาวต่างชาติชื่นชอบ" และอาหารยอดนิยมอื่น ๆ รวมไปถึงให้มีการจัดการ

แข่งขันทำอาหารเกาหลีโดยสมาชิกแข่งขันเพื่อเป็นพ่อครัวที่ดีที่สุด ใน NCT โดยมีสถานที่ถ่ายทำหลักคือ Korea House and the Korean Food Foundation in central Seoul กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้



ภาพที่ 3 NCT Life Korean Food King Challenge

จำนวนตอน : 6 ตอน

วันที่ออกอากาศ : 22 ตุลาคม – 26 พฤศจิกายน 2559

สมาชิก : แทอิล, แทยง, ยูตะ, โดย็อง, เตนล์, แจฮย็อน, วินวิน

ช่องทางการออกอากาศ : V LIVE, Naver Tv Cast, Youku, Tudou, True4U, Youtube และทางเว็บไซต์ของ Korean Cultural Center

4) NCT Life Entertainment Retreat



ภาพที่ 4 NCT Life Entertainment Retreat

ในรายการ NCT Life Entertainment Retreat มีสมาชิกที่ร่วมรายการคือ NCT Dream (ยกเว้นมาร์คและแฮชัน) หัวข้อของซีซั่นนี้คือ “การฝึกฝนทักษะวาไรตี้ของเหล่า NCT Dream” โดยมีการทำภารกิจต่าง ๆ รวมไปถึงการแข่งขันกีฬาเช่น ชกเย่อ โดยแบ่งออกเป็น 2 ทีม ซึ่งแต่ละทีมจะมีหัวหน้าทีมเป็นพิธีกรรับเชิญพิเศษคือรุ่นพี่ในค่ายต้นสังกัดเดียวกัน อีทีกและชินดงแห่งวง Super Junior โดยรุ่นพี่ได้ให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะด้านวาไรตี้กับเหล่า NCT Dream ซึ่งใน

ซีซั่นนี้มีสถานที่ถ่ายทำหลักคือเมืองยางพยอง จังหวัดคยองกี และเป็นเมืองที่อยู่ใกล้กับกรุงโซล ทำให้ง่ายต่อการท่องเที่ยว โดยในซีซั่นนี้จัดทำขึ้นโดย SM Culture & Contents ที่เป็นบริษัทเอกชนที่ผลิตโฆษณาและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ภายใต้การบริหารงานของบริษัท SM Entertainment ที่เป็นต้นสังกัดของวง NCT ร่วมกันกับ บริษัทผู้ผลิตเครื่องแปลภาษา Magictok ที่ในรายการได้นำเครื่องแปลภาษานี้มาให้กับเดินเล่นสมาชิกชาวจีนที่ยังไม่ค่อยเข้าใจภาษาเกาหลีมากนัก ทำให้เดินเล่นได้สนุกกับทริป 2 วัน 1 คืนในยางพยองนี้มากยิ่งขึ้น

จำนวนตอน : 6 ตอน

วันที่ออกอากาศ : 4 มีนาคม – 19 มีนาคม 2560

สมาชิก : เทรินจวิน, เจโน่, เดินเล่น, จีซอง

ช่องทางการออกอากาศ : V LIVE, Youku

5) NCT Life Hot & Young Seoul Trip

รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life Hot & Young Seoul Trip เป็นซีซั่นที่ได้รับความนิยมร่วมมือจากเว็บไซต์ <https://www.visitseoul.net/> ที่จัดทำโดยองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี หรือ Korea Tourism Organization เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ โดยในซีซั่นนี้สมาชิกที่ร่วมรายการเป็นสมาชิกชาวต่างชาติที่อยู่ในวงบอยแบนด์ NCT ประกอบด้วยสมาชิกสัญชาติต่าง ๆ คือ จอห์นนี่ (สัญชาติอเมริกัน), ยูตะ (สัญชาติญี่ปุ่น), คุนและวินวิน (สัญชาติจีน) และ มาร์ค (สัญชาติแคนาดา) เป็นผู้ดำเนินรายการ โดยพาผู้ชมไปเที่ยวชมตามสถานที่ที่เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวและรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ๆ รอบๆกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งในรายการมีการแสดงจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ รานอาหาร โรงแรม รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อมาเที่ยวยังกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้



ภาพที่ 5 NCT Life Hot & Young Seoul Trip

จำนวนตอน : 10

วันที่ออกอากาศ : 23 กรกฎาคม – 17 สิงหาคม 2561

สมาชิก : จอห์นนี่, ยูตะ, คุน, วินวิน, ลูคัส, มาร์ค

ช่องทางการออกอากาศ : Youtube และทางเว็บไซต์ของ visitseoul (www.visitseoul.net)

6) NCT Life in Chuncheon & Hongcheon



ภาพที่ 6 NCT Life in Chuncheon & Hongcheon

รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon เป็นการกลับมาครั้งแรกของรายการ NCT Life ในรอบหนึ่งปี โดยในซีซั่นนี้เป็นการท่องเที่ยวแบบมิชชั่นทริป 3 วัน 2 คืน ระหว่างสองเมืองในจังหวัดคังวอน คือเมืองชุนช็อนและเมืองฮงช็อน และการเดินทางแบบมิชชั่นทริปครั้งนี้ของ NCT เป็นมิชชั่นที่ได้มาจากชื่อวงคือ N, C และ T โดย N มาจากคำว่า Nature คือการท่องเที่ยวไปในธรรมชาติ, C มาจากคำว่า Challenge คือการทำกิจกรรมที่ท้าทายในแหล่งท่องเที่ยวและสุดท้าย T มาจากคำว่า Thrilling คือการพบเจอกับความน่าตื่นเต้นต่างๆในการท่องเที่ยวครั้งนี้ ทำให้ผู้ชมได้รับความหลากหลายจากการรับชมรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ในซีซั่นนี้

โดยในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ซีซั่นนี้จัดทำขึ้นโดยแอปพลิเคชัน SEEZN ร่วมมือกับบริษัท SM Culture & Contents ที่เป็นบริษัทเอกชนที่ผลิตโฆษณาและรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ภายใต้การบริหารงานของบริษัท SM Entertainment ที่เป็นต้นสังกัดของวง NCT

จำนวนตอน : 18

วันที่ออกอากาศ : 9 ธันวาคม 2561 – 19 มกราคม 2562

สมาชิก : แทฮิล, จอห์นนี่, ยูตะ, โดยอง, แจฮย็อน, แฮซัน

ช่องทางการออกอากาศ : V LIVE และ Seezn

รายการวาไรตี้โชว์ NCT Life มีช่องทางการออกอากาศที่หลากหลาย โดยผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากช่องทางการออกอากาศดังนี้

1) ช่องทางการออกอากาศในประเทศเกาหลีใต้

- Naver TV Cast

Naver TV Cast เป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่อยู่ภายใต้การดำเนินการโดยเนเวอร์ คอร์ปอเรชั่น โดยเป็นเครือข่ายที่ใช้สำหรับออกอากาศสื่อที่จัดทำโดยเนเวอร์คอร์ปอเรชั่นโดยเว็บไซต์ Naver หรือ เนเวอร์ เป็นเว็บไซต์พอร์ทัล¹แห่งแรกในเกาหลีใต้ที่การพัฒนาและใช้เสิร์ชเอ็นจินของตัวเอง นอกจากนี้ยังเป็นผู้ให้บริการรายแรกของโลกที่แนะนำคุณสมบัติการค้นหาที่ครอบคลุมซึ่งรวบรวมผลการค้นหาจากหมวดหมู่ต่างๆและนำเสนอไว้ในหน้าเดียวเพื่อให้สะดวกต่อการเลือกเมนูต่างๆ เช่น Naver TV Cast และNaver Encyclopedia เป็นต้น

ในปัจจุบันเสิร์ชเอ็นจินที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดในประเทศเกาหลีใต้มากที่สุดคือเว็บไซต์เนเวอร์ จากข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2017จากผู้ใช้งาน 42 ล้านคน ชาวเกาหลีกว่า 25 ล้านคนมี Naver เป็นหน้าเริ่มต้นในเบราว์เซอร์ และรวมไปถึงแอปพลิเคชันของเนเวอร์มี ผู้เข้าชม 28 ล้านคนต่อวัน จึงทำให้เนเวอร์เป็นสื่อกลางของประเทศเกาหลีใต้ในการโปรโมทรายการต่างๆในประเทศเกาหลีใต้

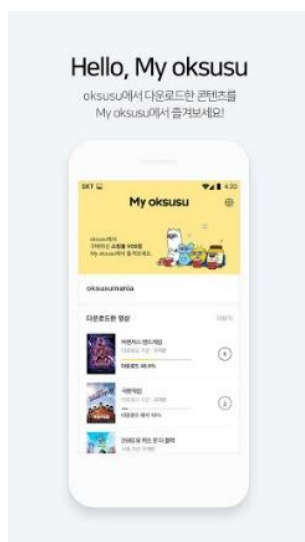
- MBC Music

เป็นช่องพิเศษทางโทรทัศน์ของเกาหลีใต้ที่ MBC Plus Media เป็นเจ้าของช่องสัญญาณโดยส่วนใหญ่จะออกอากาศรายการที่เกี่ยวข้องกับเพลง สิ่งบันเทิง

- KBS Joy

เป็นช่องเคเบิลที่ดำเนินการโดยระบบเคเบิลและดาวเทียมโดยผู้ประกอบการเคบีเอส เอ็น ภายใต้บริษัทเคบีเอส โดยเป็นช่องรายการตลก วาไรตี้โชว์และเกมส์โชว์

- oksusu



ภาพที่ 7 แอปพลิเคชัน oksusu

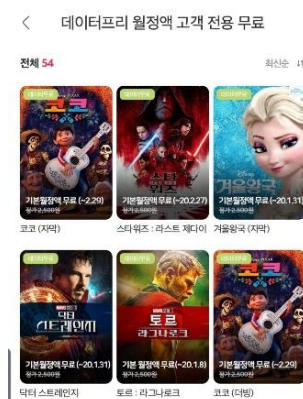
ที่มา <https://www.mobileaction.co/app/android/us/my-oksusu/com.skb.btvmobile>

¹ เว็บท่า (Web Portal) หมายถึง ระบบการจัดการเนื้อหาของเว็บไซต์ เพื่อให้เว็บไซต์นั้นๆ เป็นศูนย์กลางเพื่อรวบรวมลิงก์เว็บไซต์ หรือเนื้อหา หรือบทความต่างๆ โดยมีการจัดเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ดูง่าย และสะดวกในการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ยกตัวอย่าง เว็บท่าของต่างประเทศ เช่น Yahoo เป็นต้น

เป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเพื่อ streaming² สื่อต่างๆในประเทศเกาหลี ภายใต้การดูแลของ 웨이브 (wavve) ซึ่งจะเป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์ม OTT³ รายใหญ่ที่สุดของประเทศเกาหลีใต้ซึ่งมีสมาชิกประมาณ 10 ล้านราย โดยให้บริการด้านจัดหาเนื้อหาเกาหลีไปยังตลาดต่างประเทศท่ามกลางความนิยมที่เพิ่มขึ้นของวัฒนธรรมเคป็อปทั่วโลก

- Seezn

เป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเพื่อ streaming สื่อต่าง ๆ ที่ความละเอียด 4K และ Seezn ยังสามารถวิเคราะห์การแสดงผลออกทางสีหน้าผ่านกล้องหน้าจากโทรศัพท์มือถือโดยประมวลผลเป็นอารมณ์ต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์อารมณ์ของผู้ใช้งานและนำไปประมวลผลดูบันทึกเวลาในแต่ละวัน และสภาพอากาศของวันนั้น ๆ เพื่อแนะนำรายการหรือภาพยนตร์ให้กับผู้ชม และ Seezn ยังมีฟังก์ชันที่ผู้ชมสามารถค้นหาฉากที่เฉพาะเจาะจงโดยใช้คำค้นหาที่อธิบายเกี่ยวกับฉากนั้น ๆ เพียงสามคำ



ภาพที่ 8 หน้าแอปพลิเคชัน Seezn

ที่มา https://twitter.com/my_seezn/

2) ช่องทางการออกอากาศในประเทศจีน

- Youku และ Tudou

เนื่องจากที่ประเทศจีนมีการสั่งห้ามใช้งาน Youtube ดังนั้นแพลตฟอร์มวิดีโอที่จะไว้ใช้สำหรับการอัปโหลดคลิปวิดีโอต่างๆเพื่อการโฆษณาหรือทำตลาด แนะนำสินค้าและบริการต่างๆ จึงจำเป็นต้องใช้ช่องทางอื่นๆเพื่อทดแทนสำหรับ Youku Tudou ถือว่าเป็นการรวมตัวกันของสองแพลตฟอร์มในการอัปโหลดคลิปวิดีโอ ในปัจจุบันกลายเป็นผู้ให้บริการอัปโหลดวิดีโอที่ใหญ่ที่สุดใน

² สตรีมมิ่ง (streaming) คือการเล่นไฟล์มัลติมีเดีย (วิดีโอหรือเสียง) ผ่านอินเทอร์เน็ตจากช่องทางที่ให้บริการสตรีมมิ่ง โดยไม่ต้องมีการดาวน์โหลดจนครบไฟล์ เนื่องจากการดาวน์โหลดไฟล์มัลติมีเดียทั้งไฟล์จะใช้เวลาค่อนข้างมาก ดังนั้นการเล่นไฟล์มัลติมีเดียจากอินเทอร์เน็ตด้วยเทคนิคสตรีมมิ่ง จะทำให้สามารถแสดงผลข้อมูลได้ก่อนที่ไฟล์ทั้งหมดจะถูกส่งผ่านเข้ามายังเครื่องคอมพิวเตอร์หรือมือถือ

³ โอทีที หรือ OTT คือ Over-The-Top อธิบายถึงภาพยนตร์, โทรทัศน์ รวมถึงวงการสื่อดิจิทัล ที่มีการส่งเนื้อหาผ่านทางอินเทอร์เน็ต

ประเทศจีน ปัจจุบันมีสมาชิกผู้ใช้งานมากกว่า 80 ล้านคนอยู่ในระบบ สามารถทำการอัปโหลดคลิปวิดีโอขนาดใหญ่โดยการสร้างบัญชีผ่านทางเว็บไซต์ youku.com ได้ทันที



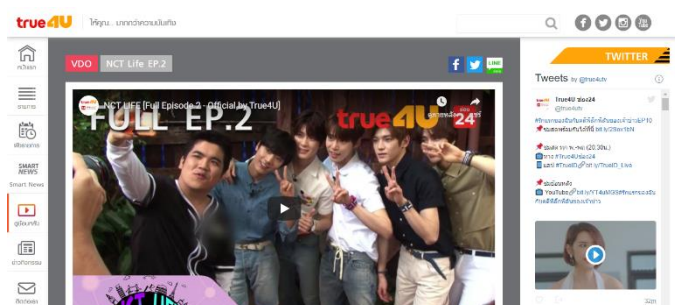
ภาพที่ 9 หน้าเว็บไซต์ youku.com

- AliMusic

เป็นแพลตฟอร์มเพลงออนไลน์ที่ร่วมกับ Alibaba Group โดย Ali Music Group ได้มีการแลกเปลี่ยนลิขสิทธิ์กับบริษัท เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (SM Entertainment) ของเกาหลีใต้ ซึ่งบริษัท เอสเอ็มเอนเตอร์เทนเมนต์ จำกัด เป็นต้นสังกัดของศิลปินที่มีชื่อเสียงจำนวนมากไม่น้อย เช่น H.O.T, S.E.S และ Shinhwa หรือในปัจจุบันอย่างBoA, TVXQ, Super Junior, Girls' Generation, SHINee, f(x), EXO, Red Velvet และรวมไปถึง NCT

3) ช่องทางการออกอากาศในประเทศไทย

- True4U



ภาพที่ 10 หน้าเว็บไซต์ <http://true4u.truelife.com/>

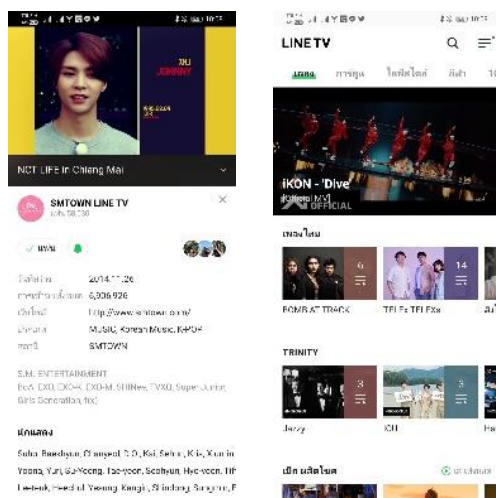
เป็นช่องโทรทัศน์ซึ่งผลิตโดย บริษัท ทริวิชั่นส์ จำกัด (มหาชน) นำเสนอรายการประเภทข่าวสาร บันเทิงและกีฬา จากทริวิชั่นส์บางส่วน แพร่ภาพผ่านโครงข่าย โทรทัศน์ภาคพื้นดินระบบดิจิทัล ตามที่ กสทช.ออกใบอนุญาต ในประเภทรายการทั่วไป ภาพคมชัดปกติ ช่องหมายเลข 24 และออกอากาศคู่ขนาน ทางโทรทัศน์ดาวเทียม หรือโทรทัศน์ผ่านสายเคเบิล

- LINE TV

เปิดให้บริการในประเทศไทยเป็นครั้งแรกในวันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2558 LINE TV เป็นการให้บริการดีโอสตรีมมิ่งประเภทหนึ่งและไม่มีโฆษณา โดยผู้ให้บริการสามารถชมวิดีโอคุณภาพสูงต่างๆ เช่นละครโทรทัศน์ วาไรตี้ รายการเกมโชว์ มิวสิควิดีโอต่างๆ ได้มากมาย

เนื่องจากไลน์ทีวีไม่ได้ให้บริการในรูปแบบของวิดีโอแชร์ริง จึงมีเฉพาะรายการและสถานที่ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจกับไลน์ทีวีเท่านั้น โดยมีการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหาเป็น 6 หมวดหมู่ให้รับชม

ดังนี้ 1. ละคร (Drama) ได้แก่ ละครโทรทัศน์, ซิตคอม, ละครชุด (ซีรีส์), ละครสั้น (มินิซีรีส์), เว็บซีรีส์, ภาพยนตร์สั้น และภาพยนตร์ 2. บันเทิง (Entertainment) ได้แก่ รายการบันเทิงประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นท่องเที่ยว, เกมโชว์, ทอล์กโชว์, เรียลลิตีโชว์ และวาไรตี้ (ปกิณกะ) 3. เพลง (Music) ได้แก่ รายการเพลง, เพลงซิงเกิล, เพลงอัลบั้ม, มิวสิกวิดีโอ และบันทึกการแสดงคอนเสิร์ต 4. โลฟสไตล์ (Lifestyle) ได้แก่ รายการประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากที่กล่าวมา เช่น รีวิวร้านอาหาร รีวิวสินค้า สอนทำอาหาร สอนวิธีดูแลสุขภาพ เป็นต้น 5. กีฬา (Sports) ได้แก่ รายการกีฬา, ถ่ายทอดสดกีฬา การแข่งขันกีฬาต่าง ๆ รวมไปถึงอีสปอร์ต 6. แอนิเมชัน (Animation) ได้แก่ อนิเมะ, การ์ตูน และแอนิเมชัน



ภาพที่ 11 หน้าแอปพลิเคชัน LINE TV

4) ช่องทางการออกอากาศในประเทศไต้หวัน

- MTV Mandarin

MTV Mandarin เป็นช่องเพลง 24 ชั่วโมงซึ่งออกอากาศรายการเพลงจีนและเพลงต่างประเทศโดยช่องนี้มีการให้บริการในประเทศจีน, ไต้หวัน, ฮองกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, เวียดนาม และอินโดนีเซีย

5) ช่องทางการออกอากาศทั่วโลก

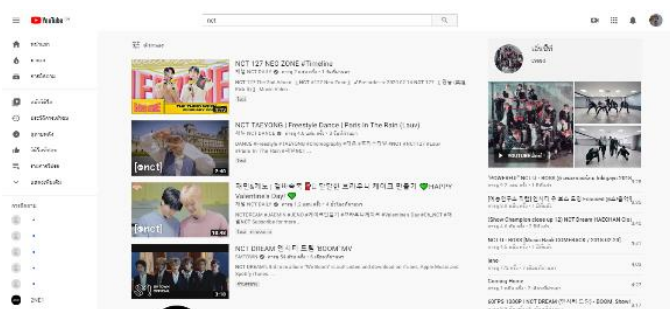
- V LIVE

เป็นบริการจากบริษัท Naver ประเทศเกาหลีใต้ (เจ้าของเดียวกับแอปแชท LINE) บริการนี้จะเปิดให้ศิลปินของเกาหลีสามารถถ่ายทอดสดกิจกรรมต่างๆ ของตนเองให้แฟนๆ ด้รับชมได้ รวมไปถึงเผยแพร่คลิปในโอกาสต่างๆ เช่นเปิดตัวอัลบั้ม มิวสิกวิดีโอใหม่หรือการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินก็จะสามารถรับชมได้จากบริการนี้ได้ก่อนใคร ส่วนแฟนๆ ก็สามารถรับชมได้ผ่านทางเว็บไซต์ vlive.tv หรือแอปพลิเคชันบน iOS และ Android ได้ และยังมีบริการที่ชื่อว่าชื่อ V Fansubs เป็นบริการที่ให้ผู้ใช้ทุกคนสามารถร่วมกันแปล subtitle ออนไลน์เป็นภาษาอื่นๆ ให้กับคลิปต่างๆ ของศิลปินที่อยู่ในแอป V LIVE ได้



ภาพที่ 12 หน้าแอปพลิเคชัน V APP

- Youtube



ภาพที่ 13 หน้าเว็บไซต์ <https://www.youtube.com/>

เป็นเว็บไซต์ที่ให้ผู้ท่องโลกอินเทอร์เน็ตทั่วไป สามารถแบ่งปันวิดีโอ เพื่อให้คนอื่น ๆ ทั่วโลก สามารถเข้าไปดูได้ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย ในปัจจุบัน ยูทูป เป็นเว็บไซต์ที่มีผู้นิยมมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก เพราะนอกเหนือการแบ่งปันวิดีโอแล้ว บริษัท ห้างร้านต่างๆ ยังมีการใช้ยูทูปในการทำตลาดออนไลน์

4.2 ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life เฉพาะซีซั่นที่มีการถ่ายทำในประเทศเกาหลีใต้เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา

4.2.1 NCT Life in Seoul

4.2.1.1 ที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul

จากการศึกษาที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul พบว่า

- 1) ตึก SM Communication Center (ซองตัม)

SM Communication Center (ซองดัม) ถูกใช้เป็นที่ถ่ายทำเพื่อทำภารกิจที่ 1 ในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul โดย SUM Market เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถพบทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับศิลปินในค่าย SM Entertainment โดยอาคาร 'SM Communication Center' กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใหม่สำหรับแฟน ๆ K-Wave มีทั้งร้านกาแฟที่ชั้นใต้ดินและ SM Convenience Store (อีกหนึ่งชื่อของ SUM Market) ใน SUM Market นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อของศิลปินค่าย SM Entertainment เช่น TVXQ Truffle Chocolate และ Super Junior Ramen



ภาพที่ 14 ตึก SM Communication Center

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/8718/NCT-LIFE-in-Seoul-EP01>

ที่ตั้ง : 648 SM Communication Center ถนนซัมซอง เขตคังนัม เขตการปกครองพิเศษโซล

เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน 10.00 น. – 22.00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-6240-9846

เว็บไซต์ : <https://www.smtown.com/>

การเดินทาง : สถานี Cheongdam (รถไฟใต้ดินสาย 7) ทางออกที่ 6

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่าตึก SM Communication Center (ซองดัม) นั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายเนื่องจากอยู่ใกล้กับระบบขนส่งสาธารณะอย่างรถไฟฟ้าใต้ดิน

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยจัดให้มีการขายสินค้าเกี่ยวกับ K- POP ที่กำลังเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่แห่งนี้

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยมีร้านกาแฟและของว่างบริการแก่นักท่องเที่ยว และยังมีโซนสำหรับรับประทานอาหารให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่

ซื้อสินค้าเกี่ยวกับศิลปิน เช่น Super Junior Ramen ได้รับประทานในร้านเพื่อให้ได้บรรยากาศมากยิ่งขึ้น

2) ย่านอิแทวอน



ภาพที่ 15 ย่านอิแทวอน

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/8736>

ถูกใช้เป็นที่ถ่ายทำเพื่อทำภารกิจที่ 2 ในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul ย่านอิแทวอนนั้น มีความยาว 1.4 กิโลเมตร ซึ่งตลอดสองฝั่งของถนนถูกเรียงรายไปด้วยร้านค้า, สถาบันเทรนนิ่ง และร้านอาหารนานาชาติ, บาร์ ดนตรีแจ๊ส, คลับ และร้านอาหารพื้นเมือง ด้วยเหตุที่บริเวณนี้เป็นทั้งที่พักของชาวต่างชาติในเกาหลี และเป็นสถานที่ช้อปปิ้งสำหรับนักท่องเที่ยว จึงทำให้มีร้านขายสินค้าแบรนด์ชั้นนำในหลากหลายสินค้า

ที่ตั้ง : แขวงอิแทวอน เขตยงชอน เขตการปกครองพิเศษโซล

เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน 09:00 น. – 21:00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-797-7919

เว็บไซต์ : <http://itaewon.or.kr/>

การเดินทาง : สถานีอิแทวอน (รถไฟใต้ดินสาย 6) ทางออกที่ 1

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่าย่านอิแทวอนนั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้โดยง่าย เนื่องจากมีสถานีรถไฟใต้ดินสถานีอิแทวอนที่เป็นสถานีที่ใกล้ที่สุด

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยย่านนี้เป็นอีกหนึ่งในย่านของเกาหลีที่เป็นศูนย์รวมแฟชั่น เครื่องสำอางต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อของที่ต้องการได้อย่างครบครันในทีเดียว

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยในย่านนี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างโรงแรมหลากหลายรูปแบบตั้งแต่ Guest House ไปจนถึงโรงแรมระดับ 5 ดาว

4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) โดยในย่านอีเทวอนนี้เป็นย่านที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาซื้อของที่ระลึกกัน เนื่องจากมีการขายของที่ระลึกมากมายในรูปแบบร้านค้าแผงลอย ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อของที่ระลึกได้อย่างง่ายและมีหลากหลายรูปแบบให้เลือก

3) เซบิทซอม หรือ เกาะลอยน้ำโซลเซบิท

เซบิทซอม หรือ เกาะลอยน้ำโซลเซบิท(SEBITSEOM Seoul Floating Island) เซบิทซอดุงซ็อม (Sebitseom Floating Island, 새빛등등섬) หรือเรียกสั้นๆ ว่าเซบิทซ็อม (Sebitseom, 세빛섬) และยังเป็นรู้จักในชื่อของ “เซบิทไอล์ส์เล็ทส์ (Sebit Islets)” และ “ซัมเซวิท (Some Sevit)” เป็นศูนย์รวมวัฒนธรรม ซึ่งตั้งอยู่ทางใต้สุดของสะพานพันโพ (Banpo Bridge, 반포대교) และยังอยู่ในบริเวณใกล้ๆ กับสวนสาธารณะพันโพฮันกัง (Banpo Hangang Park) หนึ่งในสวนสาธารณะริมแม่น้ำฮัน (Hangang Park) ซึ่งเรียงรายไปตลอดตามแนวของแม่น้ำถึง 11 แห่ง ใน 11 เขตพื้นที่ ของกรุงโซล (Seoul)

เซบิทซ็อม (Sebitseom) ประกอบไปด้วยเกาะเทียมสามแห่ง ที่ถูกริเริ่มสร้างขึ้นในปี ค.ศ. 2006 ซึ่งได้รับการออกแบบตามแนวคิด “ดอกไม้ของแม่น้ำฮันกัง (Flowers of the Hangang River)” เพื่อสื่อความหมายถึงมุมมองชีวิตและโลก ซึ่งเปรียบเสมือนกับช่วงต่างๆ ในวงจรชีวิตของดอกไม้



ภาพที่16 เซบิทซอม

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/9378>

ที่ตั้ง : 650-1 แขวงพันโพ 2 เขตซอโซ เขตการปกครองพิเศษโซล (서울특별시 서초구 반포 2 동 650-1 -dong)

หมายเลขโทรศัพท์ : +82 2-3447-3100

เว็บไซต์ : somesevit.com

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานี Express Bus Terminal Station (รถไฟฟ้าใต้ดิน สายที่ 3, 7 หรือ 9) ทางออกที่ 8-1 จากนั้นเดินตรงไปประมาณ 250 เมตรและเลี้ยวขวาที่สี่แยกที่ป้าย Express Bus Terminal Sageori และเดินต่อไป โดยใช้ทางเดินผ่านอุโมงค์ เพื่อไปยังสวนสาธารณะพันโพฮันกั๋ง (Banpo Hangang Park) ในภาษาเกาหลีเรียกว่า พันโพฮันกั๋งกงว็อน (Banpohangang-gongwon, 반포한강공원)

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่าเซบิทชอมนั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 2 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้โดยง่าย เนื่องจากมีสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสถานี Express Bus Terminal Station ที่เป็นสถานีที่ใกล้ที่สุด

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เนื่องจากเซบิทชอมนั้นมีลักษณะเป็นเกาะลอยน้ำทำให้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้แก่นักท่องเที่ยว

4.2.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul

จากการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul พบว่า

1) ร้านอาหาร Melting Monkey 멜팅몽키

ร้านอาหารเล็ก ๆ แห่งนี้ สามารถยื่นข้างเคาน์เตอร์เล็ก ๆ ด้านหน้าร้านหรือด้านนอกเพื่อรับประทานกับแซนด์วิช



ภาพที่ 17 ร้าน Melting Monkey

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/8736>

ที่ตั้ง : 16, Noksapyeong-daero46-Gil, Seoul, South Korea

หมายเลขโทรศัพท์ : +82 2-792-2205

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานี Noksapyeong (รถไฟฟ้าใต้ดิน สายที่ 6) ทางออกที่ 2

เวลาทำการ : เปิด 11:00 ปิด 22:00 เปิดทุกวัน

2) ร้านสะดวกซื้อ Ministop (สาขา 서래나루점)

ร้านสะดวกซื้อที่เติบโตมาจากธุรกิจในประเทศญี่ปุ่น AEON Group ก่อนพัฒนาสู่การค้าแบบเกาหลี ขณะเดียวกันก็มีสาขาอื่น ๆ กระจายอยู่ทั่วเอเชียด้วย สิ่งที่ทำให้ร้านสะดวกซื้อแห่งนี้แตกต่างจากแบรนด์อื่น ๆ คือนอกจากอาหารสำเร็จรูปแล้วยังมีบริการพาสต์ฟู้ดในตัว เปิดเป็นคาเฟ่ย่อย ๆ (Mini Cafe) เสิร์ฟกาแฟสด เบเกอรี่ เซตอาหารพร้อมทาน แยกไว้เป็นสัดส่วน หรือจะเลือกซื้อเล็ก ๆ แบบซื้อ Take Away ก็มี ทั้งไก่ทอด ไส้กรอก ซอพต์ครีม โดยเมนูต่าง ๆ จะเปลี่ยนไปตามฤดูกาล รวมถึงยังมีบริการโต๊ะเก้าอี้สำหรับลูกค้าที่มีให้ใช้ได้ที่หน้าร้าน



ภาพที่ 18 ร้านสะดวกซื้อ Ministop

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/9378>

ที่ตั้ง : Banpo Hangang Park(반포한강공원), Seoul

เวลาทำการ : เปิดบริการ 24 ชั่วโมงทุกวัน

หมายเลขโทรศัพท์ : +822-2258-9066

เว็บไซต์ : <https://www.ministop.co.kr/>

การเดินทาง : รถบัสสายสีน้ำเงิน(간선) สถานีพันโพฮันกังควอน(반포한강공원) 405, 740

รถไฟใต้ดิน สถานีโคซกเทอร์มินัล (고속터미널역) (รถไฟไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 3, 7, 9) ทางออกที่ 8 - 1

3) ทัวร์รถบัสชมกรุงโซล Seoul City Tour Bus

Seoul City Tour Bus เป็นบริการรถรับ - ส่งไปยังสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมของกรุงโซลเป็นเส้นทางวงกลม โดยมีไกด์เสียงใน 11 ภาษาที่แตกต่างกัน ในภายหลังไกด์เสียงเสียงมีเฉพาะภาษาเกาหลี, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และจีนเท่านั้น ปัจจุบันได้ได้ครอบคลุมไปยังภาษาฝรั่งเศส, เยอรมัน, รัสเซีย, สเปน, ไทย, เวียดนาม, อินโดนีเซียและมาเลเซีย และขณะนี้กำลังพัฒนาเพื่อเพิ่มภาษาเพิ่มเติมเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยวโดยจะมีภาษาอิตาลี, อาหรับ, ฮินดี และโปรตุเกส ไกด์เสียงนั้นมีบริการหูฟังแบบใช้ครั้งเดียวมีไว้สำหรับผู้โดยสารแต่ละคนเมื่อขึ้นรถ



ภาพที่ 19 สมาชิก NCT กำลังนั่งทัวร์รถบัสชมกรุงโซล

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/9378>

ทัวร์รถบัสชมกรุงโซล วิ่งไปตามเส้นทางที่หลากหลายแบ่งตามความต้องการการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันมีทั้งหมด 7 รูปแบบ คือ

1) Downtown Palace Namsan Course

รูปแบบนี้จะพานักท่องเที่ยวย้อนอดีตไม่เพียงแต่พระราชวังโบราณแห่งกรุงโซล รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวอดนิยาม เช่น นัมซัน โซล ทาวเวอร์, มยองดง, อิแทวอน, ตลาดนัมแดมุน และพิพิธภัณฑ์แห่งชาติเกาหลี

2) Panorama Course

รูปแบบนี้จะเน้นเกี่ยวกับการชมทิวทัศน์อันกว้างไกลของกรุงโซลที่จะพานักท่องเที่ยวไปยังนัมซัน โซล ทาวเวอร์, คลองช็องกเยช็อน, แม่น้ำฮัน และจุดชมวิวอื่น ๆ

3) Night Course

รูปแบบนี้ช่วยให้คุณเพลิดเพลินไปกับทิวทัศน์ยามค่ำคืนอันคึกคักของกรุงโซลทั้งจากนัมซัน โซล ทาวเวอร์ และแม่น้ำฮัน

4) Around Gangnam Course

รูปแบบนี้จะเส้นทางของสถานที่ท่องเที่ยวในย่านคังนัมโดยจะพานักท่องเที่ยวไปยังสถานที่สำคัญ เช่น พระราชสุสานช็อนช็องนึ๊ง, COEX, Lotte World Tower, เซบิทชอม, หมู่บ้านซอแร และอื่น ๆ

5) Traditional Culture Course

รูปแบบนี้จะได้สัมผัสไปกับตลาดดั้งเดิมของเกาหลีใต้เช่น ตลาดกวางจั้ง และ ตลาดทงอิน และเยี่ยมชมศาลเจ้าจงมโย, พระราชวังถ็อกชุกุง และสถานที่ท่องเที่ยวดั้งเดิมอื่น ๆ

6) Hangang/Jamsil Course

เยี่ยมชมแม่น้ำฮันที่ตัดผ่านใจกลางกรุงโซล และ Lotte World Tower รวมไปถึงรอบ ๆ ย่านคังนัม

7) Hangang/Jamsil Course

ชมทิวทัศน์ยามค่ำคืนอันสวยงามรอบๆกรุงโซลบนรถบัสสองชั้น

อัตราค่าโดยสาร Seoul City Tour Bus

Seoul City Tour Bus	Downtown Palace Namsan Course	Panorama Course	Night Course	Around Gangnam Course	Traditional Culture Course	Hangang /Jamsil Course	Night View Course
ผู้ใหญ่	18,000 วอน	18,000 วอน	15,000 วอน	15,000 วอน	15,000 วอน	15,000 วอน	12,000 วอน
นักเรียนมัธยมและเด็ก	12,000 วอน	12,000 วอน	9,000 วอน	12,000 วอน	10,000 วอน	10,000 วอน	8,000 วอน

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-1544-4239

เว็บไซต์ : <https://www.seoulcitybus.com/>

4.2.2 NCT Life in Paju

จากการศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Paju พบว่า

Salimchae Pension 파주 한옥마을 살림채 펜션

เป็น Pension⁴ ในรูปแบบของฮานค⁵ เพื่อคงเอกลักษณ์ของความเป็นประเทศเกาหลีให้นักท่องเที่ยวสามารถได้สัมผัสเอกลักษณ์ของบ้านพักในรูปแบบเกาหลีอย่างแท้จริง โดยรายการได้ใช้สถานที่นี้เพื่อถ่ายทำทั้งซีซั่นที่เพนชั่นแห่งนี้โดยให้สมาชิกทำภารกิจต่างๆ



ภาพที่ 20 Salimchae Pension

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/12555>

ที่ตั้ง : 126-20, Soraji-ro 327beon-gil, Paju, Gyeonggi, South Korea, 10863 (경기 파주시 소라지로 327 번길 126-20)

เวลาทำการ : เช็คอินได้ตั้งแต่ 14:00 น. เช็คเอาท์ได้จนถึง 11:00

หมายเลขโทรศัพท์ : +8231-948-9898

เว็บไซต์ : <http://slc98.com/>

⁴ ธุรกิจที่พักแรมที่นำเอาบ้านพักมาดัดแปลง เพื่อแบ่งเป็นห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพักแรมโดยเก็บค่าเช่า มักอยู่ในย่านชุมชนในเมืองใหญ่ ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

⁵ บ้านพื้นเมืองแบบเกาหลี : บ้านที่สร้างขึ้นตามแบบพื้นเมืองของประเทศเกาหลี

การเดินทาง : หากออกเดินทางจากสนามบินอินชอนให้ขึ้นรถโดยสารประจำทางสายสีฟ้า หมายเลข 5600 ลงที่สถานี 트리플메디컬타운 (Triple Medical Town) และไปขึ้นรถโดยสารประจำทางสายสีเขียว หมายเลข 77-2 ลงที่สถานี 송촌리종점 (Songchon-ri End Point) และเดินต่อไปอีกประมาณ 700 เมตร

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า Salimchae Pension นั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยสามารถไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้โดยระบบขนส่งสาธารณะเช่น รถโดยสารประจำทางที่สามารถเริ่มต้นการเดินทางได้จากสนามบินอินชอน

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ซึ่ง Salimchae Pension แห่งนี้มีสิ่งดึงดูดใจโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเนื่องจากเป็นแพนชั่นที่มีลักษณะเป็นบ้านฮานคที่คงรูปแบบดั้งเดิมของเกาหลีให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวัฒนธรรมเกาหลีแบบดั้งเดิมได้อย่างใกล้ชิด

4) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยสถานที่แห่งนี้มีรูปแบบแพนชั่นที่มีส่วนของห้องพักรูปแบบต่าง ๆ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4.2.3 NCT Life: Korean Food King Challenge

4.2.3.1 ที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life: Korean Food King Challenge

จากการศึกษาที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life: Korean Food King Challenge พบว่า

1) 한식문화관 (Korean Cuisine Culture Center)

ศูนย์วัฒนธรรมอาหารเกาหลีเป็นพื้นที่สำหรับศึกษาและเพลิดเพลินกับอาหารเกาหลี นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิธีการประกอบอาหารจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและพ่อครัวชั้นนำของเกาหลีรวมทั้งยังสามารถเพลิดเพลินกับอาหารตามฤดูกาลและนิทรรศการที่หลากหลายเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเกาหลีตลอดทั้งปี โดยแบ่งเป็น 3 โซนในได้รับชมและร่วมกิจกรรมตามความสนใจของนักท่องเที่ยวดังนี้

1) โซนการเรียนรู้

โซนการเรียนรู้เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้วิธีการประกอบอาหารเกาหลีจากส่วนผสมตามฤดูกาลต่างๆ โดยในชั้นเรียนมีคำบรรยายภาษาอังกฤษ, จีน และญี่ปุ่น

2) โซนร้านอาหาร

โซนร้านอาหารเป็นพื้นที่ที่สร้างขึ้นใหม่ให้มีลักษณะเหมือนบ้านของบ้านฮานคที่นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับอาหารเกาหลีแบบดั้งเดิม, ของว่าง, เครื่องดื่ม และแอลกอฮอล์

3) โซนความรู้และนิทรรศการ

โซนความรู้และนิทรรศการเป็นพื้นที่เปิดโล่งที่ผู้คนสามารถแบ่งปันอาหารและข้อมูลได้ รวมทั้งยังมีการจัดแสดงตำราอาหารและสูตรอาหารเกาหลีมากกว่า 1,300 รายการ ห้องห้องนี้ยังสามารถใช้เป็นห้องประชุมและยังใช้เป็นสถานที่จัดงานอาหารเกาหลีและนิทรรศการวัฒนธรรมต่าง ๆ ตลอดทั้งปี



ภาพที่ 21 Korean Cuisine Culture Center

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/16879>

ที่ตั้ง : aT Center, room 601, Yangjae-dong 232, Seoch-gu, Seoul, Republic of Korea

เวลาทำการ : เปิดทำการทุกวัน 10:00 - 20:00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-6053-7177 ถึง 9

เว็บไซต์ : <http://www.hansik.org/>

การเดินทาง : รถโดยสารประจำทางสถานี aT Center Yangjae Flower Market

สายสีน้ำเงิน (간선) 140, 405, 407, 408, 421, 440, 462, 470, 471, 8441

สายสีเขียว (지선) 4432

General Bus 11-3, 11-7, 500-5, 917

Express Bus 9004

Shuttle Bus Seocho20

รถไฟฟ้าใต้ดินสถานีจังกัก (종각역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 1) ทางออกที่ 5

รถไฟฟ้าใต้ดินสถานีจังกัก (을지로입구역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 2) ทางออกที่ 2

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า 한식문화관 (Korean Cuisine Culture Center) นั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 2 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้โดยง่าย เนื่องจากมีสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีจังกักและสถานีจังกัก เป็นสถานที่ที่ใกล้ที่สุด

2) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) โดยสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้มีกิจกรรมต่างๆทั้งนิทรรศการ และยังรวมไปถึงมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้การทำอาหารเกาหลี

4.2.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul

จากการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul พบว่า

1) 한국의 집 Korea House



ภาพที่ 22 Korea House

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/15791>

Korea House เป็นร้านอาหารและสถานที่ทางวัฒนธรรมที่นำเสนอความสวยงามของอาหารและวัฒนธรรมเกาหลีดั้งเดิม ดำเนินการโดยมูลนิธิมรดกวัฒนธรรมเกาหลี และสร้างขึ้นในที่พำนักส่วนตัวของนักวิชาการ Joseon Pak Paeng-Nyeon โดยการออกแบบอาคารนั้นจำลองมาจากโถง Jageongjeon ในพระราชวังเคียงบก

ที่ตั้ง : 10, Toegye-ro 36gil, Jung-gu, Seoul, 04626, Korea

เวลาทำการ : เปิดทำการทุกวัน และหยุดในวันตรุษจีน, วันชูซ็อก และวันจันทร์ที่ 3 ของทุกเดือน

- ร้านอาหาร มื้อกลางวัน 12:00 - 14:00 น. / มื้อเย็น 17:00 - 21:00 น.

- Traditional Experience Program

Food Program : 12:00 - 13:30 (ต้องทำการจองล่วงหน้า)

Culture Program : 18:00 - 21:00 (ต้องทำการจองล่วงหน้า)

- Traditional Performance Arts 20:00 - 21:00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-2266-9101

เว็บไซต์ : <https://www.koreahouse.or.kr/en/main>

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานีชุงมูโร (충무로역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 3, 4) ทางออกที่ 3

รถโดยสารประจำทาง สายสีน้ำเงิน 104, 105, 140, 263, 421, 507, 604 และสายสีเขียว 7011

ลงที่ป้าย Toegyero 3-ga

2) ร้านอาหาร SMT SEOUL

SMT Seoul ร้านอาหารอาหารในย่านชองดัมภายใต้การดำเนินการโดย SM Entertainment มีเอกลักษณ์คือ Tapa (Tapa เป็นคำภาษาสเปนที่แปลว่า ก่อนมีอาหารมื้อหลัก) โดยในร้าน SMT Seoul นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับเมนู Tapa ที่เรียกว่า "สไตล์ทาปาโซล" ที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านเสิร์ฟจานเล็ก ๆ และยังสามารถเพลิดเพลินกับอาหารกลางวัน และของหวานในร้านกาแฟในช่วงบ่ายไปจนถึงช่วงเย็นพื้นที่แห่งนี้เป็นร้านอาหาร โดยบนชั้น 3 และ 4 ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องจองล่วงหน้าก่อน



ภาพที่ 23 ร้านอาหาร SMT SEOUL

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/17650>

ที่ตั้ง : 06013 58 Apgujeong-ro 79-gil, Gangnam-gu, Seoul, South Korea

เวลาทำการ : วันจันทร์ – ศุกร์ (ชั้น 1 Playground) 11:00 - 02:00 น.

ทุกวัน (ชั้น 3 Penthouse) 12:00 - 24:00 น.

ทุกวัน (ชั้น 4 Penthouse) 12:00 - 23:00 น.

ทุกวัน (ชั้น 3 และ 4 Break Time) 15:00 - 18:00 น.

วันอาทิตย์ (ชั้น 1 Playground) 11:00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-6240-9300

เว็บไซต์ : <https://www.facebook.com/smtseoul/>

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานีชองดัม (청담역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 7) ทางออกที่ 12

4.2.4 ที่ตั้งของสถานที่ที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life: Entertainment Retreat จากการศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life: Entertainment Retreat พบว่า

양평 만남의광장 휴게소 (YangPyeong Underground Rendezvous Service Area)

YangPyeong Underground Rendezvous Service Area เป็นพื้นที่พักรถและผ่อนคลายใจที่ตั้งอยู่ในคังนิง (ทางหลวงท้องถิ่นหมายเลข 6) โดยปกติเป็นสถานที่แรกสำหรับผู้ขับขี่หยุดเพื่อพักรถและรับประทานอาหารเมื่อพวกเขาเดินทางไปยังคังวอนโด หรือจังหวัดตะวันออกอื่น ๆ โดยมีบริการปั้มน้ำมัน, ร้านสะดวกซื้อ, ร้านอาหารเกาหลี, ร้านโดนัท, ห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ



ภาพที่ 24 YangPyeong Underground Rendezvous Service Area

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/24123>

ที่ตั้ง : 경기도 양평군 양서면 국수리 391-5

391-5 Guksu-ri, Yangseo-myeon, Yangpyeong-gun, Gyeonggi-do, South Korea

เวลาทำการ : เปิดทำการทุกวัน 24 ชั่วโมง

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า YangPyeong Underground Rendezvous Service Area นั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 2 ใน 6 ประการคือ

1) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยมาร้านค้าในหลากหลายรูปแบบทั้งร้านกาแฟ ร้านอาหาร ร้านขนมต่าง ๆ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มีสถานบริการน้ำมันน้ำมัน สุขา ร้านขายสินค้าที่ระลึกให้บริการแบบครบวงจร

4.2.5 NCT Life: Hot & Young Seoul Trip

จากการศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life: Hot & Young Seoul Trip พบว่า

4.2.5.1 ที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul

จากการศึกษาที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul พบว่า

1) SMTOWN@coexartium (เอสเอ็มทาวน์ แอทโคเอ็กซ์อาร์เทียม)



ภาพที่ 25 SMTOWN@coexartium

ที่มา <https://youtu.be/Bc7jonGjfmC>

SMTOWN Museum (เอสเอ็มทาวน์ มิวเซียม) ตั้งอยู่บนชั้นสามของห้าง coex เป็นสถานที่ที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับการกำเนิดและการเติบโตของศิลปินของค่าย SM Entertainment ตั้งแต่เดบิวต์จนถึงปัจจุบัน โดยในพิพิธภัณฑ์มีการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ทั้ง SM ARCHIVE ที่เต็มไปด้วยอัลบั้ม โฟโต้บุ๊ก เพลง และมิวสิกวิดีโอ SPECIAL EXHIBITION และ ARTIST GALLERY ซึ่งรวบรวมเกี่ยวข้องกับอัลบั้มเพลง ภาพถ่าย เวที เสื้อผ้า และเครื่องประดับ รวมถึงเรื่องราวเบื้องหลังต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมี SMTOWN External Media เป็นจอแสดงผลที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ที่มีขนาดเทียบเท่าสนามบาสเก็ตบอลสี่สนาม, ห้องออกอากาศรายการสดแบบเรียลไทม์“! tLive” ออกอากาศผ่านทาง Vlive ทั้งนี้ยังมีโรงละครโอโลแกรมที่ใหญ่ที่สุดในเกาหลีใต้ที่ตั้งอยู่บนชั้นห้าและชั้นหกซึ่งจะแสดงวิดีโอคอนเสิร์ตของศิลปิน SM Entertainment เป็นส่วนใหญ่โดยนักท่องเที่ยวสามารถรับชมคอนเสิร์ตที่ยังไม่ได้มีการนำมาทำเป็นดีวีดีขายสู่ท้องตลาดได้ที่นี่ และจุดสุดท้ายคือร้านขายสินค้าของที่ระลึกที่ศิลปินสวมใส่, ผลิตภัณฑ์ที่มีภาพถ่ายของศิลปิน SM และยังมีร้านกาแฟให้บริการ



ภาพที่ 26 SMTOWN Museum

ที่มา <https://youtu.be/Bc7jonGjfmC>

ที่ตั้ง : 513, Yeongdong-daero, Gangnam-gu, Seoul, Korea

เวลาทำการ : 11:00 - 21:00 เปิดให้บริการทุกวัน

หมายเลขโทรศัพท์ : บริเวณชั้น 2 SMTOWN GIFTSHOP +82-2-6002-5811

บริเวณชั้น 4 SMTOWN CAFE +82-2-6002-5838

บริเวณชั้น 5 THEATRE +82-1670-6330

เว็บไซต์ : <https://www.smtownland.com/>

การเดินทาง : รถโดยสารประจำทางสายที่ 143, 2413, 4419, 9407, 9414, 9507, 9607,

Gangnam 08

รถไฟใต้ดินสถานีซัมซอง (삼성역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 2) ทางออกที่ 5, 6

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า SMTOWN@coexartium (เอสเอ็มทาวน์ แอทโคเอ็กซ์อาร์เทียม) นั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยมีการขนส่งสาธารณะผ่านสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ซึ่งสถานที่ใกล้ที่สุดคือรถไฟใต้ดินสถานีซัมซอง (삼성역)

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยมีพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับศิลปินค่าย SM Entertainment ที่เป็นค่ายต้นสังกัดของวง NCT

3) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการถ่ายภาพแบบ AR เสมือนจริงทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเหมือนถ่ายรูปกับศิลปินจริง ๆ

4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) โดยมีการให้บริการขายของที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปินค่าย SM Entertainment

2) สวนตุ๊กซอมฮันกัง (Ttukseom Hangang River Park, **뚝섬한강공원**)

เป็นหนึ่งในสวนสาธารณะ 11 แห่งในกรุงโซล ตั้งอยู่ริมแม่น้ำฮัน โดยเป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการเพลิดเพลินไปกับสายลมสดชื่น และกีฬาทางน้ำและกิจกรรมกีฬาอื่นๆ เช่น วินด์เซิร์ฟ, สกีน้ำ, เรือยนต์, สนามฟุตบอล, สนามบาสเก็ตบอล, สนามเทนนิส, สนามแบดมินตัน, สนามวอลเลย์บอล, ศูนย์ออกกำลังกาย, บ่อตกปลา, เลนจักรยาน, สระว่ายน้ำกลางแจ้ง เป็นต้น พร้อมกับสถานที่สำหรับทำกิจกรรมสันทนาการต่างๆ ได้แก่ ท่าเรือบริการล่องแม่น้ำ (Cruise Dock), หอดูดาวแห่งการภาวนา (Deck of Rosary Observatory), น้ำพุน้ำตกตุ๊กซอม (Ttukseom Water Fountain) เป็นต้น สำหรับในช่วงฤดูหนาวของทุกๆ ปี ตั้งแต่ปลายเดือนธันวาคม ถึงต้นเดือนกุมภาพันธ์ ยังมีลานเลื่อนหิมะ (Snow Sledding, **눈썰매장**)

ที่ตั้ง : 139, Gangbyunbukro, Gwangjin-gu, Seoul (704-1, Jayang-dong)

서울특별시 광진구 강변북로 139 (자양동)

เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน 24 ชั่วโมง

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-3780-0521

เว็บไซต์ : <http://hangang.seoul.go.kr/>

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานีตุ๊กซ็อมยูวอนจี (독섬유원지역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 7) ทางออกที่ 2, 3



ภาพที่ 27 สวนตุ๊กซ็อมฮันกังกัง

ที่มา <https://youtu.be/n5EKFk22bHk>

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า สวนตุ๊กซ็อมฮันกังกังนี้มีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ได้โดยการขนส่งสาธารณะ ซึ่งสถานีรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีที่ใหญ่ที่สุดคือรถไฟฟ้าใต้ดินสถานีตุ๊กซ็อมยูวอนจี

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยมีสวนต่าง ๆ แบ่งออกเป็นหลาย ๆ โซนให้นักท่องเที่ยวได้เลือกชมธรรมชาติตามความสนใจ

3) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) โดยมีกิจกรรมริมน้ำอันเช่น การพายเรือคายัค ให้บริการโดยผู้เชี่ยวชาญแก่นักท่องเที่ยว

3) พระราชวังเคียงบก



ภาพที่ 28 พระราชวังเคียงบก

ที่มา <https://youtu.be/4udfcDJFpcl>

พระราชวังเคียงบก ถูกสร้างขึ้นครั้งแรกในปีค.ศ.1935 และได้รับการสถาปนาเป็นวังหลวงของราชวงศ์โชซอนเป็นเวลายาวนานถึง 500 ปี โดยในพระราชวังเคียงบกมีอาคารหลักคือตำหนักจ็องจ็อนที่ซึ่งใช้เป็นสถานที่ประกอบพระราชพิธีสำคัญต่าง ๆ, ตำหนักที่ประทับของพระมหากษัตริย์และพระมเหสี รวมถึงตำหนักอื่นๆ

ที่ตั้ง : 161 เขตจงโน ถนนซาลิก เขตการปกครองพิเศษโซล

เวลาทำการ : มีนาคม - พฤษภาคม เวลา 09.00 – 18.00 น. (เปิดเข้าชมรอบสุดท้ายเวลา 17.00 น.)

มิถุนายน - สิงหาคม เวลา 09.00 – 18.30 น. (เปิดเข้าชมรอบสุดท้ายเวลา 17.30 น.)

กันยายน - ตุลาคม เวลา 09.00 – 18.00 น. (เปิดเข้าชมรอบสุดท้ายเวลา 17.00 น.)

พฤศจิกายน - กุมภาพันธ์ เวลา 09.00 น. – 17.00 น. (เปิดเข้าชมรอบสุดท้ายเวลา 16.00 น.)

*เปิดให้เข้าชมรอบสุดท้าย 1 ชั่วโมงก่อนเวลาปิดบริการ

**พระราชวังปิดบริการทุกวันอังคาร

***เวลาเปิด-ปิดบริการอาจมีการเปลี่ยนแปลง

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-37003900

เว็บไซต์ : <http://www.royalpalace.go.kr/>

การเดินทาง : สถานีเคียงบกุง (รถไฟใต้ดินสาย 3) ทางออกที่ 5

ค่าบริการ : ผู้ใหญ่ (อายุ 19 – 64 ปี) – 3,000 วอน

เด็ก (อายุ 7 – 18 ปี) – 1,500 วอน

เด็กอายุต่ำกว่า 6 ปี | ผู้ใหญ่อายุ 65 ปีขึ้นไป | ผู้ที่สวมชุดฮันบก – ไม่เสียค่าเข้าชม

เข้าชมฟรีทุกวันพุธสุดท้ายของเดือน

มีส่วนลดสำหรับการเข้าชมเป็นกลุ่ม (ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป)

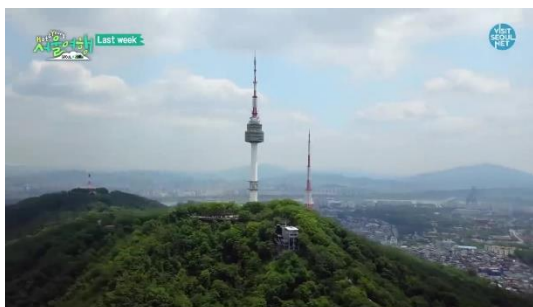
บริการนำเที่ยว (ไม่มีค่าใช้จ่าย) : ภาษาอังกฤษ เวลา 11.00 น. 13.30 น. 15.30 น.

ภาษาญี่ปุ่น เวลา 10.00 น. 12.30 น. 14.30 น.

ภาษาจีน เวลา 10.30 น. 13.00 น. 15.00 น.

บริการนำเที่ยวจะเริ่มที่ศูนย์บริการข้อมูลการท่องเที่ยวด้านใน ประตูฮึงนเยมุน (Heungnyemun Gate) และจะใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที และหากต้องการใช้บริการเป็นกลุ่มตั้งแต่ 10 ขึ้นไป กรุณาจองบริการล่วงหน้า

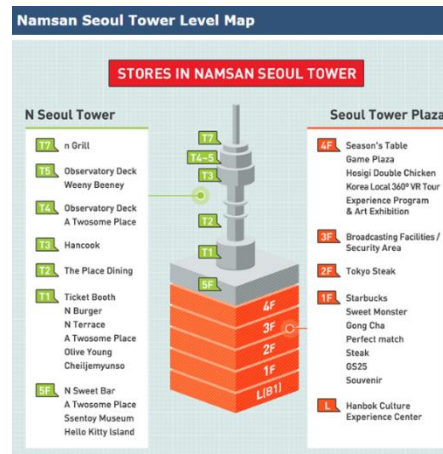
4) นัมซันโซลทาวเวอร์



ภาพที่ 29 นัมซันโซลทาวเวอร์

ที่มา <https://youtu.be/w-dQ16sze90>

จุดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอดนิยมที่สุดบนภูเขานัมซัน มีความสูง 236.7 เมตร ทำให้สามารถชมทัศนียภาพของกรุงโซลได้อย่างทั่วถึง โดยมีการแบ่งออกเป็นชั้นต่าง ๆ โดยนักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับการล่องสวมชุดฮันบกและเยี่ยมชมนิทรรศการต่าง ๆ ภายในนี้ยังมีร้านอาหารและคาเฟ่หลายแห่งบริการ



ภาพที่ 30 ภาพแสดงแผนผังชั้นต่าง ๆ ของนัมซันโซลทาวเวอร์

ที่มา <https://www.kto.or.th/post/a-must-see-landmark-of-seoul-namsan-seoul-tower>
ในแต่ละชั้นมีสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น

- ชั้น T4 - T5 หอดูดาวแห่งนี้มีทิวทัศน์มุมกว้าง 360 องศาสามารถเหมนทัศนียภาพของกรุงโซลรวมถึงยังมีข้อมูลเกี่ยวกับกรุงโซลและภูเขาอิมซาน หากต้องการไปยังหอดูดาวซื้อตั๋วจากจุดจำหน่ายตั๋วที่ Plaza Square หรือชั้นใต้ดิน



ภาพที่ 31 หอดูดาวนัมซันโซลทาวเวอร์

ที่มา <https://youtu.be/Jdani-sGA1I>

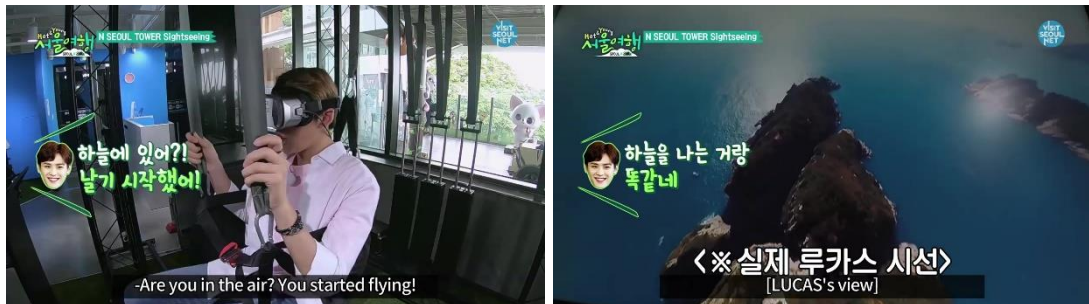
- ชั้น 1-2F และ 4F โซน Pledge of Love เป็นพื้นที่ภายในอาคารนัมซันโซลซึ่งเป็นพื้นที่ที่สามารถแบ่งปันความทรงจำของครอบครัว, คู่รักและเพื่อนฝูง เพียงถ่ายภาพในตู้ถ่ายภาพแล้วแปะสติ๊กเกอร์รูปถ่ายของคุณบนผนัง Pledge of Love



ภาพที่ 32 โซน Pledge of Love

ที่มา <https://youtu.be/w-dQ16sze90>

- ชั้น 4 สัมผัสประสบการณ์ไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในเกาหลีที่มีได้ด้วย 360 ° VR ทัวร์ สามารถเลือกได้ถึงแปดรูปแบบแตกต่างกัน เช่น การบิน, การขับรถ หรือขี่รถจักรยานยนต์ รวมทั้งยังสามารถขี่ม้าหรือจักรยาน ผ่านแว่น VR และยังมีคำอธิบายในภาษาเกาหลี, อังกฤษ, ญี่ปุ่น และ จีน



ภาพที่ 33 360 ° VR ทัวร์

ที่มา <https://youtu.be/w-dQ16sze90>

- ชั้น B1 Namsan Seoul Tower Hanbok Culture Experience Center

ศูนย์ประสบการณ์วัฒนธรรมฮันบก มีชุดฮันบกมากกว่า 300 ชุดให้นักท่องเที่ยวได้เช่าใส่ถ่ายรูป มีฮันบกหลากหลายรูปแบบให้บริการทั้งพระราชวังดั้งเดิม, ฮันบกสมัยใหม่ และฮันบกแต่งงาน และยังมีโซนภาพถ่ายที่มีลักษณะคล้ายกับห้องรับแขกแบบดั้งเดิมของเกาหลี, จำลองพระราชวัง และสถานที่จัดงานแต่งงานแบบดั้งเดิมที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายภาพ



ภาพที่ 34 Namsan Seoul Tower Hanbok Culture Experience Center

ที่มา <https://youtu.be/w-dQ16sze90>

การเดินทาง : รถบัส - Namsan Circular Shuttle Bus

- รถบัส Namsan Circular Shuttle Bus สาย 02 ขึ้นรถบัสได้จากสถานีรถไฟใต้ สถานี Chungmuro Station (รถไฟใต้ดินสาย 3, 4) ทางออกที่ 2 (หน้าโรงภาพยนตร์ Daehan Cinema) หรือสถานี Dongguk University Station ทางออก 6 โดยให้บริการทุก ๆ 15 นาที เวลาทำการของ Namsan Circular Shuttle Bus สาย 02 คือ 07:00 – 24:00 น.
- รถบัส Namsan Circular Shuttle Bus สาย 03 ขึ้นรถบัสได้จากสถานีรถไฟใต้ดินสถานี Seoul Station, Seoul Square (สาย 1, 4) ทางออกที่ 9 หรือ สถานี Itaewon Station (สาย 6) ทางออกที่ 4 หรือ สถานี Hangangjin Station (สาย 6) ทางออกที่ 2 โดยให้บริการทุก ๆ 20 นาที ช่วงเวลาเวลาทำการของ Namsan Circular Shuttle Bus สาย 03 คือ 07:30 – 23:30 น.
- รถบัส Namsan Circular Shuttle Bus สาย 05 ขึ้นรถบัสได้จากสถานีรถไฟใต้สถานี Myeong-dong Station (สาย 4) ทางออกที่ 3 หรือ สถานี Chungmuro Station (สาย 3) ทางออกที่ 2 โดยให้บริการทุก ๆ 15 นาที ช่วงเวลาให้บริการของ Namsan Circular Shuttle Bus สาย 05 คือ 07:30 – 23:30 น.

เคเบิลคาร์

- สถานีเคเบิลคาร์ : สถานีรถไฟใต้ดิน Myeong-dong Station (สาย 4) ทางออกที่ 3 ช่วงเวลาให้บริการของสถานีเคเบิลคาร์ 10:00 - 23:00 น.

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่านัมซันโซลทาวเวอร์นั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ใน 6 ประการคือ

- 1) ความสามารถเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) โดยมีการจัดโปรแกรมทัวร์โดยจัดให้มีการซื้อบัตรผ่านทางรอบเดียวเพื่อเข้าได้ทุกแห่งในนัมซันโซลทาวเวอร์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
- 2) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) จะเห็นได้จากการเดินทางไปที่นัมซันโซลทาวเวอร์สามารถไปได้โดยการคมนาคมขนส่งหลากหลายช่องทางที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว
- 3) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยมีการจัดให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมต่าง ๆ และมีสิ่งดึงดูดในที่สุดคือการคล้องกุญแจบนรั้วของหอคอยสำหรับคู่รัก
- 4) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) โดยมีกิจกรรมต่าง ๆ ในชั้นต่าง ๆ ของหอคอยที่ไม่ซ้ำซากและจำเจ เช่นการสวมแว่นวีอาร์สามมิติเพื่อสัมผัสประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่
- 5) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) โดยมีการให้บริการของร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม รวมถึงไปรษณีย์เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4.2.5.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาระดีโซว์ NCT Life in Seoul

จากการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Seoul พบว่า

1) Ikdong Butcher and Bistro



ภาพที่ 35 Ikdong Butcher and Bistro

ที่มา <https://youtu.be/lxDO3fn2UCA>

ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในหมู่บ้านโบราณอีกซ็อนดงซึ่งเป็นท่องเที่ยวแนววัฒนธรรมในกรุงโซล ที่นี่เป็นที่ที่ถูกสร้างขึ้นในปี 1920 โดยที่นี่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยบ้านบางหลังเปลี่ยนเป็นร้านอาหาร สมาชิก NCT ไปที่ร้านอาหารในละแวกนี้เพื่อลิ้มรสชาติของอาหารเกาหลีและอาหารนานาชาติที่ถูกรวมไว้ที่ย่านนี้

ที่ตั้ง : 21-5 Supyoro 28 gil, Jongnogu, Seoul

เวลาทำการ : เปิดทำการทุกวัน 11:30 - 21:30 น. (เวลาพักในวันธรรมดา 15:00-17:30 น.)

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-765-8215

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานี Jongno 3-ga (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 1, 3, และ 5) ทางออกที่ 4

2) Mokmyeoksanbang

ตั้งอยู่ใจกลางหุบเขานัมซันมีภูมิทัศน์ที่สวยงามของนัมซัน และอาหารจานเด่นของร้านนี้คือบิบิมบับที่ไม่ใส่ผงชูรสลงในจานซึ่งทำให้ได้รสชาติที่อร่อยแตกต่างจากร้านอาหารอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีการชงชาแบบดั้งเดิมโดยเจ้าของร้าน เมื่อนักท่องเที่ยวได้ดื่มชาพุทราของพวกทางแล้วจะรู้สึกว่าคุณภาพดีขึ้น



ภาพที่ 36 Mokmyeoksanbang

ที่มา <https://youtu.be/Jdani-sGA1I>

ที่ตั้ง : 71, Toegye-ro 20-gil, Jung-gu, Seoul

เวลาทำการ : เปิดทำการทุกวัน 11:00 - 21:00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-318-4790

การเดินทาง : รถบัส - Namsan Circular Shuttle Bus

- รถบัส Namsan Circular Shuttle Bus สาย 02 ขึ้นรถบัสได้จากสถานีรถไฟใต้ดิน สถานี Chungmuro Station (รถไฟใต้ดินสาย 3, 4) ทางออกที่ 2 (หน้าโรงภาพยนตร์ Daehan Cinema) หรือสถานี Dongguk University Station ทางออก 6 โดยให้บริการทุก ๆ 15 นาที

เวลาทำการของ Namsan Circular Shuttle Bus สาย 02 คือ 07:00 – 24:00 น.

- รถบัส Namsan Circular Shuttle Bus สาย 03 ขึ้นรถบัสได้จากสถานีรถไฟใต้ดินสถานี Seoul Station, Seoul Square (สาย 1, 4) ทางออกที่ 9 หรือ สถานี Itaewon Station (สาย 6) ทางออกที่ 4 หรือ สถานี Hangangjin Station (สาย 6) ทางออกที่ 2 โดยให้บริการทุก ๆ 20 นาที

ช่วงเวลาเวลาทำการของ Namsan Circular Shuttle Bus สาย 03 คือ 07:30 – 23:30 น.

- รถบัส Namsan Circular Shuttle Bus สาย 05 ขึ้นรถบัสได้จากสถานีรถไฟใต้ดินสถานี Myeongdong Station (สาย 4) ทางออกที่ 3 หรือ สถานี Chungmuro Station (สาย 3) ทางออกที่ 2 โดยให้บริการทุก ๆ 15 นาที ช่วงเวลาให้บริการของ Namsan Circular Shuttle Bus สาย 05 คือ 07:30

3) My Boss is Watching Rooftop Glamping



ภาพที่ 37 My Boss is Watching Rooftop Glamping

ที่มา <https://youtu.be/pcbNNGjJrU>

เป็น Rooftop Glamping ใจกลางกรุงโซลเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจแห่งใหม่ที่นักท่องเที่ยวสามารถสนุกได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงสภาพอากาศและยังเพลิดเพลินไปกับการ glamping (มาจากการเล่นคำ โดยรวมคำว่า แคมป์ปิ้ง Camping และ หูหรา Glamorous เข้าด้วยกัน โดยมีความหมายว่าการไปแคมป์ปิ้งในแบบหรูหรา) ฟรีในที่โล่งกับครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน

ที่ตั้ง : aFIRST Hotel Myeongdong 131 Myeong-dong, Jung-gu, Seoul

เวลาทำการ : วันจันทร์ – ศุกร์ เวลา 17:30 - 23:00 น. (วันหยุดสุดสัปดาห์ต้องทำการจองล่วงหน้า)

หมายเลขโทรศัพท์ : +8227688777

เว็บไซต์ : <http://afirsthotelgroup.com/> และ <https://www.facebook.com/afirsthotel>

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดิน สถานี Euljiro 1-ga Station (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 2) ทางออกที่ 1-1
 สถานี Jonggak Station (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 1) ทางออกที่ 5
 สถานี City Hall Station (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 1, 2) ทางออกที่ 5
 สถานี Gwanghwamun (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 5) ทางออกที่ 5

3) ร้านอาหาร Flying bowl Egg Factory Seongsu Branch (플라이볼 계란공장)



ภาพที่ 38 ร้านอาหาร Flying bowl Egg Factory Seongsu Branch

ที่มา <https://youtu.be/W7dkxV9WhGE>

ที่ตั้ง : 136, Wangsimni-ro, Seongdong-gu, Seoul 04789, South Korea

เวลาทำการ : วันจันทร์ – ศุกร์ 12:00 - 21:30 น. เวลาพัก 15:00 - 17:00 น.

วันหยุดนักขัตฤกษ์ 12:00 - 21:30 น. เวลาพัก 16:00 - 17:00 น.

วันเสาร์ – อาทิตย์ 12:00 - 21:30 น. เวลาพัก 16:00 - 17:00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +82 2-6495-1218

เว็บไซต์ : <http://flyingtable.co.kr/>

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานีตึกซ็อม (뚝섬역) (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 2) ทางออกที่ 1

4) ร้านอาหาร Saladaeng Bangkok (살라당방콕)

ร้านอาหารไทยในย่านอิกซอนดง ที่มีอาหารไทยหลายหลายชนิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น ผัดไทย, ปูผัดผงกะหรี่, ข้าวผัดปูสับปะรด เป็นต้น

ที่ตั้ง : 166-16, Ikseon-dong, Jongno-gu, Seoul

서울특별시 종로구 돈화문로 11 다길 40

เวลาทำการ : เปิดทุกวัน 11:30 - 21:30 น. (เวลาพัก 15:00-17:00 น.)

หมายเลขโทรศัพท์ : +822-764-8215

เว็บไซต์ :

การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานี Jongno 3-ga (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 1, 3, และ 5) ทางออกที่ 4



ภาพที่ 39 ร้านอาหาร Saladaeng Bangkok
 ที่มา <https://youtu.be/lxDO3fn2UCA>

6) ร้านอาหาร Simple Tokyo

ร้านอาหารสไตล์ฟิวชั่น (Fusion Food) ระหว่างอาหารตะวันตกและอาหารญี่ปุ่น



ภาพที่ 40 ร้านอาหาร Simple Tokyo
 ที่มา <https://youtu.be/lxDO3fn2UCA>

ที่ตั้ง : 166-20, Ikseon-dong, Jongno-gu, Seoul

서울특별시 종로구 돈화문로 11 다길 32

หมายเลขโทรศัพท์ : +822-745-8215

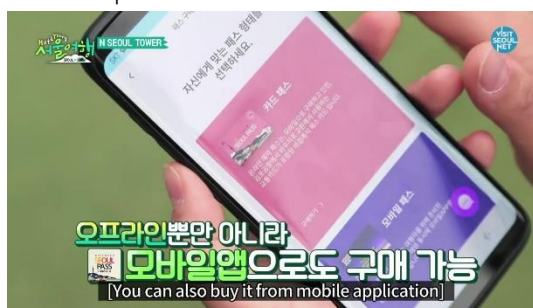
การเดินทาง : รถไฟฟ้าใต้ดินสถานี Jongno 3-ga (รถไฟฟ้าใต้ดินสายที่ 1, 3, และ 5) ทางออกที่ 4

5) บัตร Discover Seoul Pass



ภาพที่ 41 บัตร Discover Seoul Pass ลายพิเศษรูปนักร้องวง NCT
 ที่มา <https://youtu.be/VPvCM9IcJSA>

เป็นบัตรที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้เข้าชมและเดินทางไปยังสถานที่สำคัญต่าง ๆ และสถานที่ที่มีชื่อเสียง เช่น พระราชวังเคียงบก, นัมซันโซล ทาวเวอร์, เอสเอ็มทาว์น มิวเซียม ฯลฯ รวมไปถึงการคมนาคมขนส่งทุกช่องทางได้ฟรีโดยรวมไว้ในเพียงบัตรใบเดียว โดยมีเวลาในการใช้บัตร 24/48/72 ชั่วโมงตามลำดับ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถจัดตารางการเที่ยวชมสถานที่ต่างๆในโซลเองได้อย่างง่ายดาย และนอกจากนี้บัตร Discover Seoul Pass ยังมีแอปพลิเคชันที่สามารถใช้งานแทนบัตรเพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว บัตรนี้ยังใช้เป็นบัตร T-Money (ใช้ขึ้นรถไฟใต้ดิน, รถเมล์, บัตรเงินสดใช้กับร้านสะดวกซื้อ) ไปในตัวเพียงแค่เติมเงินเข้าไปในบัตรใบนี้ และเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2560 มีการออก Discover Seoul Pass เป็นรูปภาพของนักร้อง K-pop ของค่าย SM Entertainment เยซอง (สมาชิกซูเปอร์จูเนียร์), Red Velvet และ NCT ขายให้กับแฟน ๆ ชาวต่างชาติ



ภาพที่ 42 แอปพลิเคชัน Discover Seoul Pass

ที่มา <https://youtu.be/MPvCM9IcJSA>

อัตราราคาบัตร Discover Seoul Pass

	24 ชั่วโมง	48 ชั่วโมง	72 ชั่วโมง
Card Pass	39,900 วอน	55,000 วอน	70,000 วอน
Mobile Pass	39,900 วอน	55,000 วอน	70,000 วอน

(เมื่อใช้บัตรผ่านแบบ 24 ชั่วโมงเพื่อเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแรกในวันที่ 1 เวลา 09:00 น. บัตรจะใช้ได้จนถึงเวลา 08.59 น. ของวันที่ 2)

ตารางเปรียบเทียบระหว่าง Discover Seoul Pass ระหว่าง Card Pass และ Mobile Pass

	รูปแบบ	ใช้เป็นบัตร T-Money	สิทธิประโยชน์
Card Pass	บัตรพลาสติก	ได้	จำเป็นรับบัตรด้วยตนเอง
Mobile Pass	บัตรเสมือนจริงแสดงในแอปพลิเคชัน	ไม่ได้	ไม่จำเป็นรับบัตรด้วยตนเอง, ใช้บัตรได้เพียงแค่แสดงโทรศัพท์มือถือ

ช่องทางการจำหน่ายบัตร

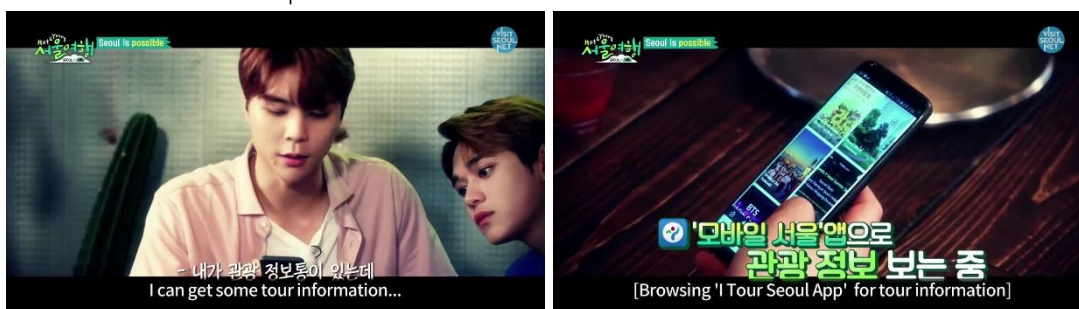
ในกรุงโซล	สนามบินอินชอน	ออนไลน์
<ul style="list-style-type: none"> - Myeong – dong Tourist Informatiom Center - KEB Hana Bank Hongik University station Branch - Hongik University Tourist Informatiom Center - Dongdaemun Tourist Informatiom Center - Seoul City Tour Bus (DDP) - Seoul City Tour Bus (Gwanghwamun) 	<ul style="list-style-type: none"> - KEB Hana Bank Currency Exchange Office - Arrivals Hall (4 locations) - KEB Hana Bank Incheon International Airport B1 - CU convenience stores located at Arrival Hall (3 locations) 	<ul style="list-style-type: none"> - www.seoultravelpass.com - www.konest.com

หมายเลขโทรศัพท์ : +82-2-3788-1819

เว็บไซต์ : <https://www.discoverseoulpass.com/>

6) แอปพลิเคชัน i Tour Seoul

เป็นแอปพลิเคชันที่ต้องมีติดโทรศัพท์สำหรับนักท่องเที่ยวเมื่อไปเที่ยงกรุงโซลมีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมถึงแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น 10 อันดับรายการสถานที่ท่องเที่ยวที่แนะนำ กิจกรรมและเทศกาล รวมทั้งยังมีบริการจองโรงแรมและข้อมูลรถบัสตามเวลาจริง แผนที่รถไฟใต้ดินและอื่น ๆ อีกมากมาย



ภาพที่ 43 แอปพลิเคชัน i Tour Seoul

ที่มา <https://youtu.be/n5EKFk22bHk>

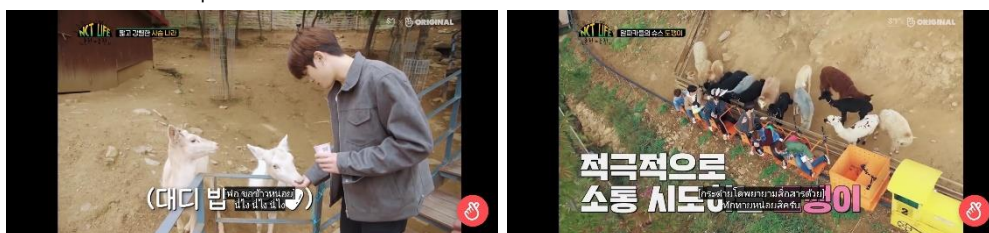
4.2.6 ที่ตั้งของสถานที่ที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon

จากการศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon พบว่า

4.2.6.1 ที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏ
ในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon

จากการศึกษาที่ตั้ง และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่
ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon พบว่า

1) Alpaca World



ภาพที่ 44 Alpaca World

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/169580?channelCode=DE441D>

อัลปาก้าเวิร์ล นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปใช้เวลา และอยู่ใกล้ชิดกับเหล่าสัตว์ต่าง ๆ
ๆไม่แค่เพียงอัลปาก้า เช่น ม้า, กระจ่าง, นก, กวาง, นกอินทรีฯ ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวสามารถให้
อาหาร หรือพาอัลปาก้าไปเดินเล่นได้ เนื่องจากพื้นที่ภายในอัลปาก้าเวิร์ลเป็นพื้นที่ชั้นแบบภูเขา ทำให้
มีบริการรถรางนั่งชมรอบ ๆ ทั้งยังมีกิจกรรมประทับใจตามจุดต่าง ๆ เพื่อไปแลกของรางวัลกับทาง
อัลปาก้าเวิร์ล เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สนุกสนานไป

ที่ตั้ง : 310 Pungcheon-ri, Hwacheon-myeon, Hongcheon-gun, Gangwon-do

(강원도 홍천군 화촌면 풍천리 310)

เวลาทำการ : เปิดทุกวันพุธ – วันอาทิตย์ (เวลาเปิด – ปิดในแต่ละเดือนจะแตกต่างกันไป)

พฤศจิกายน – มีนาคม 10.00 – 17.00 น.

พฤษภาคม – กันยายน 10.00 – 19.00 น.

เมษายน และตุลาคม 10.00 – 18.00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : 1899-2250

เว็บไซต์ : <http://www.alpacaworld.co.kr/>

การเดินทาง : นั่งรถบัสจากซอฮุลบัสเทอร์มินัล(Dong Seoul Bus Terminal) ลงที่ป้ายชองซาน
(Seongsan bus stop) และขึ้นรถเมย์ แนนชอน-ฮงชอน(Naechon-Hongcheon) ลงที่ป้ายคูซองโพริ
(Guseongpo-ri bus stop) จากนั้นให้ต่อรถเมย์ ฮงชอน-พุงด็อก(Hongcheon-Pungdeok) ลงที่ป้าย
ทอกบัทแจอิพุก แล้วตรงเข้าไปตามทางประมาณ 800 เมตร

อัตราค่าบริการ : ค่าเข้า 15,000 วอน, ชมการแสดง 5,000 วอน, นั่งรถราง 3,000 วอน, เดินเล่น
กับอัลปาก้า 5,000 วอน(วันธรรมดา) / 10,000 วอน(วันหยุด), ให้อาหารสัตว์ ฤๅละ 1,000 วอน

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่าอัลปาก้า
เวิร์ลนั้นมีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ใน 6 ประการคือ

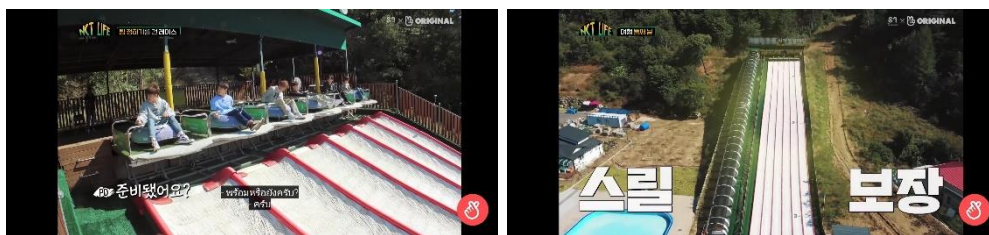
1) ความสามารถเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) โดยมีการจัดโปรแกรมและแจกแผ่นพับแนะนำจุดแสดงสัตว์ให้นักท่องเที่ยวเดินตามเส้นทางเพื่อวนรอบได้อย่างครบทุกจุดแสดงสัตว์

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) มีสัตว์ที่หลากหลายไม่ใช่เพียงแค่อัลปาก้าให้นักท่องเที่ยวสามารถชมได้อย่างใกล้ชิด

3) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) มีกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ระบายสีให้อาหารสัตว์ และที่เป็นที่นิยมคือการป้อนนมตามจุดแสดงสัตว์ต่าง ๆ และให้นักท่องเที่ยวนำไปแลกของรางวัลที่หาได้เฉพาะพบอัลปาก้าเวิร์ลแห่งนี้

4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มีบริการขายของที่ระลึกเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวได้ระลึกถึงสัตว์ทั้งหลายในพบว่าอัลปาก้าเวิร์ลแห่งนี้เมื่อกลับไป

2) 가람리조트 Garam Valley Resort



ภาพที่ 45 Garam Valley Resort

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/167264?channelCode=DE441D>

เป็นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงามซึ่งเต็มไปด้วยทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงามและได้สูดอากาศบริสุทธิ์ โดยเป็นสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการและการพบปะสังสรรค์ รวมไปถึงการทำกิจกรรมกลุ่มนอกสถานที่ โดยมีให้บริการหลากหลาย เช่น ห้องพัก, แคมป์ปิ้งคาร์, สวนน้ำ, สนามฟุตบอล, สระว่ายน้ำ, ลานเล่นกระดานเลื่อน 4 ถู ฯลฯ

ที่ตั้ง : 강원도 홍천군 두촌면 부채들길 29 가람리조트

หมายเลขโทรศัพท์ : +8270-4348-3880

เว็บไซต์ : <http://www.garamvalley.co.kr/>

ซึ่งในรายการ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon ได้ใช้ลานเล่นกระดานเลื่อน 4 ถูเป็นสถานที่ถ่ายทำมีอัตราค่าบริการ ดังนี้

ประเภท	ราคา
คนทั่วไป	18,000 วอน
คนในพื้นที่ (สงฆ์)	12,000 วอน
ผู้เข้าพัก	9,000 วอน
หมู่คณะ	ราคาพิเศษ

*การเข้าใช้เป็นหมู่คณะต้องติดต่อไปโดยตรง

เวลาทำการ : เปิดให้บริการทุกวัน 10.30 – 16.30 น. (เวลาพักและเวลาการบำรุงรักษาเครื่อง 12.00 – 13.00 น., 14.30 – 15.00 น.)

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า Garam Valley Resort มีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ใน 6 ประการคือ

1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยมีสิ่งดึงดูดเป็นกระดานเลื่อนสกีฤดูที่นักท่องเที่ยวสามารถสนุกได้ทุกเวลา

2) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) โดยใน Garam Valley Resort แห่งนี้มีบริการต่าง ๆ เช่น โซนรีสอร์ท โซนแคมป์ปิ้ง โซนกิจกรรม สนามกีฬา ให้บริการกับนักท่องเที่ยว

3) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) มีกิจกรรมต่างๆที่น่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย เช่น สวนน้ำเด็กสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีเด็กมาท่องเที่ยวด้วย

4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มีการให้บริการร้านค้าสำหรับแคมป์ปิ้งภายใน Garam Valley Resort และรวมไปถึงการให้บริการห้องน้ำส่วนรวมในจุดต่าง ๆ สำหรับการทำแคมป์ปิ้ง

3) 춘천의암호스카이워크 Uiam Lake Skywalk



ภาพที่ 46 Uiam Lake Skywalk

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/163945?channelCode=DE441D>

เป็นสกายวอล์คที่สร้างขึ้นกลางทะเลสาบอียัมโฮ เมืองชุนซอนอยู่ช่วงกลาง ๆ ของทางปั่นจักรยานชมวิว ตรงกลางจะมีลานชมวิวเป็นรูปทรงกลมโดยมีพื้นเป็นกระจกใสมองเห็นน้ำข้างล่าง มีความสูง 12 เมตรจากผิวน้ำ

ที่ตั้ง : 486, Chiljeon-dong, Chuncheon-si, Gangwon-do, Korea

เวลาทำการ : มีนาคม - พฤศจิกายน 09.00 – 18.00 น.

การเดินทาง : หากเดินทางจากสนามบินอินชอนให้ขึ้นรถบัสที่ 인천공항 2 터미널 (Incheon International Airport Terminal 2) ไปลงที่ 춘천시외버스터미널 (Chuncheon Bus Terminal) และเดินไปขึ้นรถโดยสารประจำทางสายสีเขียว หมายเลข 2058 จากป้าย 시외버스터미널 (Bus Terminal) ลงที่ป้าย 대원사 (Daewonsa) จากนั้นเดินต่อประมาณ 700 เมตร

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะพบว่า Uiam Lake Skywalk มีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ใน 6 ประการคือ

1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) โดยมีจุดชมวิวคือสะพานชมวิวกว้างที่พื้นเป็นกระจกใสยื่นออกไปทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์การชมวิวยุทธศาสตร์ในรูปแบบใหม่

2) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานแทนการเดินชมวิวยุทธศาสตร์ ทะเลสาบ

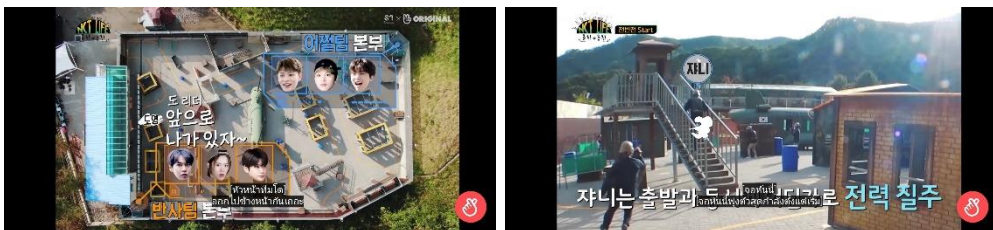
3) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มีสุขาตามจุดต่าง ๆ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีร้านค้ากาแฟและของว่างเล็ก ๆ ตรงด้านหน้าทางเข้าเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4) Garisan Leports Park

เป็นสวนสนุกสำหรับเล่นกีฬาผาดโผนแห่งแรกในฮงเชอนที่มอบประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นมากมายให้กับนักท่องเที่ยว โดยรายการ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon ได้ใช้ฐานเกมยิงปืนจำลอง และฐานผจญภัยในป่าจำลองเป็นพื้นที่ในการถ่ายทำ

ฐานเกมยิงปืนเพื่อการเอาชีวิตรอดโดยเป็นเกมการทำสงครามที่เกิดขึ้นภายในลานยิงปืนจำลองมีกฎและคำสั่งเพื่อเอาตัวรอดในเกมสงครามนี้นักท่องเที่ยวจะได้รับความสนุกสนานและประสบการณ์ซึ่งมีเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ทั้งแสงและเสียงอย่างสนุก ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพทั้งยังมีระบบติดตั้งเซ็นเซอร์ดิจิทัล (เทคโนโลยีการกรองขั้นสูงเพื่อตรวจจับกระสุนปืนมีขนาด 6 มม.) เพื่อนับคะแนนของเกมนี้อีกด้วย



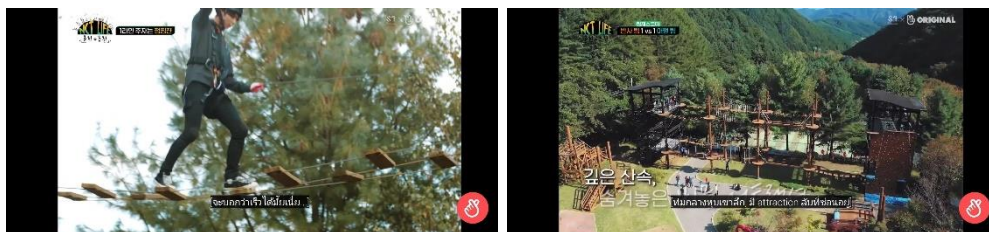
ภาพที่ 47 ฐานเกมยิงปืนใน Garisan Leports Park

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/167267?channelCode=DE441D>

ฐานผจญภัยในป่าจำลองเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถปั่นจักรยานเคลื่อนย้ายระหว่างต้นไม้บนอากาศคล้ายธารน้ำตกอย่างสนุกสนานและปลอดภัย

ที่ตั้ง : 93, Seokhwa-ro, Hongcheon-eup, Hongcheon-gun, Gangwon-do

เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน 09.00 – 18.00 น. (เวลาทำการอาจมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ)



ภาพที่ 48 ฐานผจญภัยในป่าจำลองใน Garisan Leports Park

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/168438?channelCode=DE441D>

หมายเลขโทรศัพท์ : +8270-8831-8138

เว็บไซต์ : <http://www.hcleports.com/>

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะเห็นได้ว่า Garisan Leports Park มีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ใน 6 ประการคือ

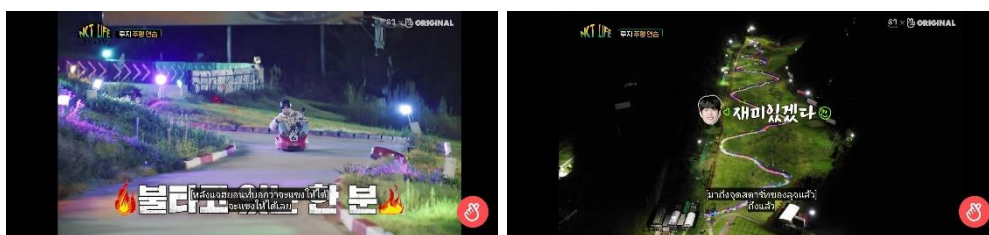
1) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) มีฐานการทำกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่ไม่ซ้ำซากให้บริการ

2) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) มีโซนโรงแรม สระว่ายน้ำ สนามกีฬา ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) มีกิจกรรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจมากมายเช่น สนามบาสเก็ตบอลในน้ำ

4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มีบริการร้านอาหาร ที่จอดรถสำหรับผู้พิการ และห้องน้ำสาธารณะตามจุดต่าง ๆ

5) 루지월드 Luge World



ภาพที่ 49 Luge World

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/165232?channelCode=DE441D>

สนามแข่งรถที่มีลักษณะลาดชันคล้ายกับลานสกีที่เป็นทางลาดทำให้เป็นการแข่งรถที่น่าตื่นเต้นและปลอดภัยสำหรับทุกเพศ ทุกวัย โดยสนามแข่งรถเป็นทางโค้งสลับไปมาความยาว 850 เมตร

ที่ตั้ง : 262 Hanchigol-gil, Seo-myeon, Hongcheon-gun, Gangwon-do

เวลาทำการ : เวลาทำการมีการเปลี่ยนแปลงขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ

หมายเลขโทรศัพท์ : +8233-439-8454

เว็บไซต์ : www.daemyungresort.com/en

การเดินทาง : ชัทเทิลบัส (Shuttle bus) ให้บริการฟรี โดยขึ้นจากสถานียองแด, มย็องดง และคังนัม โดยสามารถตรวจสอบเวลาการออกรถได้ที่ www.vivaldiskibus.com

หากใช้แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) จะเห็นได้ว่า Luge World มีคุณลักษณะตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ใน 6 ประการคือ

1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โดยถึงแม้ว่าจะอยู่นอกเมืองแต่ก็ยังมีรถชัทเทิลบัสให้บริการฟรีเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถได้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย

2) สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นรถที่ใช้แข่งขันนั้นเป็นรถที่ไม่ต้องใช้พลังงาน เนื่องจากเป็นการไหลลงตามความลาดชันของภูเขาทำให้ปลอดภัยกับนักท่องเที่ยว

3) สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) เนื่องจากนี่เป็นการแข่งรถที่ลงมาจากภูเขาทำให้มีบริการกระเช้าเพื่อขึ้นไปยังจุดปล่อยตัวรถเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวทำให้สามารถเล่นได้หลายรอบมากขึ้นโดยที่ไม่เหนื่อย

4) กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) โดยกิจกรรมหลักใน Luge World แห่งนี้เป็นการแข่งรถลงเนินภูเขาที่มีให้บริการตั้งแต่เช้าจรดเย็นทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์การแข่งรถที่ต่างกัน

5) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) มีการให้บริการร้านค้า และห้องน้ำสาธารณะกับนักท่องเที่ยว

4.2.6.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon

จากการศึกษา สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life in Chuncheon & Hongcheon พบว่า

1) ร้านอาหารอุซ็องทักคาลบี 우성닭갈비 본점

เป็นร้านอาหารซึ่งตั้งอยู่ใกล้กับน้ำตกเทียมฮูย็อง (후평동 인공폭포) โดยวัตถุประสงค์หลักของทางร้านคือไก่ที่เลี้ยงในประเทศเกาหลีเท่านั้น ซึ่งเมืองชุนซอนมีอาหารที่มีชื่อเสียงคือ ทักคาลบี (닭갈비) คือการนำไก่ที่หมักไว้มาหั่นเป็นชิ้นพอดีคำ แล้วนำไปผัดร่วมกับผักบนกระทะ โดนทางร้านก็มีทักคาลบีสูตริพิเศษของทางร้านให้นักท่องเที่ยวได้ลิ้มลองทักคาลบีจากเมืองชุนซอน



ภาพที่ 50 ร้านอาหารอุซ็องทักคาลบี

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/163938?channelCode=DE441D>

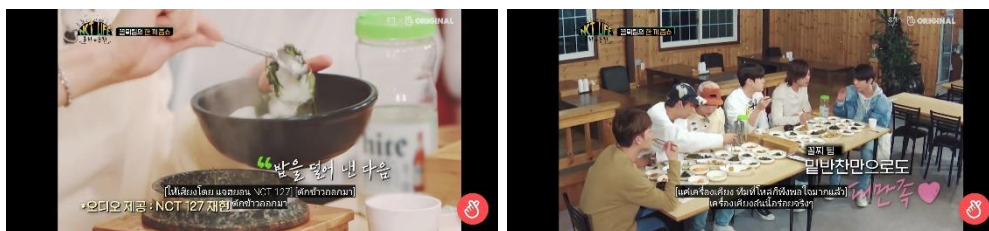
ที่ตั้ง : 87, Mancheonyangji-gil, Dong-myeon, Chuncheon-si, Gangwon-do

เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน 11.00 – 22.00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +8233-242-3833

เว็บไซต์ : <http://www.woosungdk.com/>

2) 흥천농가맛집 ร้านอาหารบ้านไร่ซองซอน



ภาพที่ 51 ร้านอาหารบ้านไร่ซองซอน

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/165233?channelCode=DE441D>

เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถลิ้มรสอาหารเพื่อสุขภาพที่ทำจากพืชที่ปลูกเองของทางร้านอาหาร ร้านอาหารเป็นสไตล์บ้านไร่แบบเกาหลีที่และเป็นเอกลักษณ์ในแบบของของเมืองซองซอน และทางร้านมีเอกลักษณ์คือมีเครื่องเคียงมากกว่า 20 รายการ ให้บริการควบคู่กับการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพรวมถึงยังมาผักป่านานาชนิดที่หารับประทานได้ยาก

ที่ตั้ง : 강원도 흥천군 서면 팔봉리 782

เวลาทำการ : 09:00 - 21:00

หมายเลขโทรศัพท์ : +8233-434-8079

การเดินทาง : หากเดินทางจากสนามบินอินชอนให้ขึ้นรถไฟ AREX จากสนามบินอินชอน ไปลงสถานี 디지털미디어시티 (Digital Media City) และไปต่อรถไฟฟ้ายใต้ดินสายที่สองที่สถานี 홍대입구역 (Hongik University Station) ลงที่สถานี 강변역 (Gangbyeon Station) ทางออกที่ 4 และไปขึ้นรถบัสที่ 동서울종합터미널 (Dong Seoul Bus Terminal) ลงที่ 흥천터미널 (Hongcheon Terminal) ต่อจากนั้นให้ขึ้นรถประจำทางสายสีเขียวจากป้าย 흥천여고 (Hongcheon Girl's High school) ไปลงที่ป้าย 팔봉 (Palbong) และเดินต่ออีกประมาณ 700 เมตร

3) 펜션푸름 (Pooreum Pension)

ที่ตั้ง : 132-11, Palbonggangbyeon-gil, Seo-myeon, Gangwon, 25101

เวลาทำการ : เช็คอินได้ตั้งแต่เวลา 15.00 น. เช็คเอาท์ได้จนถึงเวลา 11.00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +8233-432-9411

เว็บไซต์ : <http://pooreum.com/>

จากห้องที่ NCT เข้าพักคือห้องพักแบบ Special S room (스페셜 S 객실) โดยมีอัตราค่าบริการ ดังนี้

	กลางสัปดาห์	วันศุกร์	วันเสาร์ – อาทิตย์
นอกฤดูกาลท่องเที่ยว	900,000 วอน	900,000 วอน	1,000,000 วอน
ฤดูกาลท่องเที่ยว	1,200,000 วอน	1,200,000 วอน	1,300,000 วอน

สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ได้แก่ เตียง, โซฟา, โต๊ะรับประทานอาหาร, ที่วีดีตผนัง, เต้าไฟฟ้า, ตู้เย็น, โต๊ะเครื่องแป้ง, เครื่องปรับอากาศ, อุปกรณ์ทำอาหาร, หม้อหุงข้าว, หม้อกาแฟ, ไดรเป้าผม, เตาบาร์บีคิว, ห้องน้ำ, สระน้ำส่วนตัว และมีการแบ่งจำนวนห้องออกเป็น ห้องนอน 3 ห้อง, ห้องนั่งเล่น 1 ห้อง, ห้องครัว 1 ห้อง)

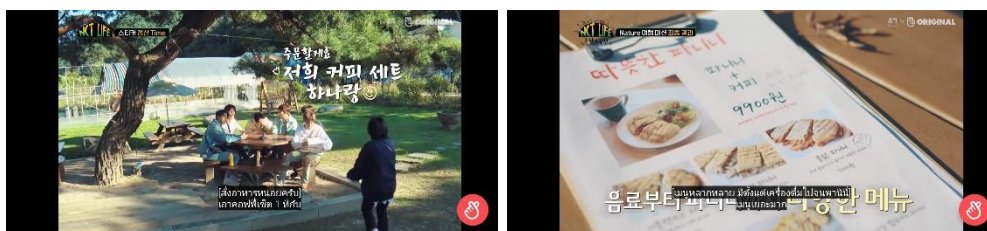


ภาพที่ 52 ห้องพักแบบ Special S room

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/166647?channelCode=DE441D>

4) 카페보니타 (Cafe Bonita)

ร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ด้านหน้าของทะเลสาบอียอัมโฮ เฟลิดเฟลินกับกาแฟและบรรยากาศอันโรแมนติก โดยนักท่องเที่ยวจะได้รู้สึกผ่อนคลายในวันที่เหนื่อยโดยกาแฟที่ซิงจากบาร์ิสต้าฝีมือดี ทั้งยังมีอาหารว่างหลากหลายชนิดให้บริการ



ภาพที่ 53 Cafe Bonita

ที่มา <https://www.vlive.tv/video/163945?channelCode=DE441D>

ที่ตั้ง : 253-22, Old Gyeongchun-ro, Chuncheon-si, Gangwon-do

เวลาทำการ : เปิดบริการทุกวัน 11.00 – 19.00 น.

หมายเลขโทรศัพท์ : +8233-264-2001

เว็บไซต์ : <http://caffebonito.co.kr/>

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life โดยผู้วิจัยสามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

จากการศึกษาความเป็นมาและรูปแบบรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life พบว่าจากทั้งหมด 9 ซีซั่นที่ผ่านมา มีทั้งหมด 6 ซีซั่นที่ถ่ายทำในประเทศเกาหลีใต้เป็นหลักโดยไม่เพียงแต่ถ่ายทำในเมืองหลวงอย่างกรุงโซลแต่ยังรวมถึงเมืองที่มีท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น ในซีซั่นล่าสุด NCT Life in Chuncheon & Hongcheon ที่มีการถ่ายทำในเมืองชุนช็อนและฮงช็อน จังหวัดคังวอนที่เป็นที่จับตามองในภาคการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ โดยการผลิตรายการมีความแตกต่างกันไปในแต่ละซีซั่นจึงทำให้เป็นรายการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ และไม่ซ้ำซาก ทั้งยังมีการปรับบทบาทดำเนินรายการให้แตกต่างกันในแต่ละซีซั่น และการผลิตรายการยังได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลเกาหลีใต้

5.1.2 ที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life

จากการศึกษาที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life พบว่าที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในรายการส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยง่ายจากระบบคมนาคมขนส่งไม่ว่าจะเป็นรถไฟฟ้าใต้ดิน รถโดยสารประจำทาง รวมไปถึงรถซัทเทิลบัสของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในรายการได้แก่ แอปพลิเคชันสำหรับการท่องเที่ยว ร้านอาหารหลากหลายรูปแบบที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามใจชอบไม่เพียงแต่อาหารเกาหลีเท่านั้น ยังมีอาหารไทย อาหารญี่ปุ่น ฯลฯ สุดท้ายคือองค์ประกอบของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรากฏในรายการผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจากแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวทั้ง 6 ประการ (6A's) คือ 1. ความสามารถเกี่ยวกับการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) 2. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 3. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 4. สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว (Amenities) 5. กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activities) 6. การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) ทำให้ทราบว่าแหล่งที่ท่องเที่ยวที่รายการได้นำเสนอนั้นส่วนใหญ่มี

องค์ประกอบการท่องเที่ยว 3 ประการขึ้นไป ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายกับการท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life” ทำให้เห็นได้ว่าประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่สามารถท่องเที่ยวได้ในหลากหลายรูปแบบทั้งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เนื่องจากรัฐบาลและเอกชนเข้ามามีส่วนในการพัฒนาแหล่งที่ท่องเที่ยวและมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีใต้มากยิ่งขึ้นเช่น นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้ที่รัฐบาลได้เล็งเห็นเห็น k-pop เป็นหนึ่งในปัจจัยความสำเร็จของ Korean Wave ในการส่งออกวัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยวการเผยแพร่ Korean cultural content ทำให้นโยบายด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลดำเนินไปด้วยดี นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และเผยแพร่ความเป็นเกาหลีใต้อุตสาหกรรมทั้งส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น รายการวาไรตี้โชว์ ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น โดยเฉพาะในรายการวาไรตี้โชว์ที่มีการสนับสนุนให้จัดทำขึ้นโดนภาครัฐและเอกชนโดยให้สามารถออกอากาศได้ทั่วโลก จะเห็นได้ว่าในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life จะเน้นในเรื่องของการถ่ายบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวไปในตัว

จากบทความวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านอาหารจากศิลปะการแสดงละครประเภทละครโทรทัศน์กรณีศึกษา ละครโทรทัศน์เกาหลีเรื่อง Let's eat ของปีรินา งามเลิศ (2558) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการส่งออกทางวัฒนธรรมเกาหลีใต้ที่มีการส่งผ่านสื่อบันเทิงของประเทศเกาหลีใต้โดยศึกษาจากการค้นคว้าข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ต่างๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องพบว่ารายการวาไรตี้เกาหลีก็มีเนื้อหาที่เน้นความสนุกสนานบันเทิง โดยส่วนใหญ่จะเป็นการแข่งขัน และมุ่งเน้นไปที่แซ่กรับเชิญที่เป็นดารารหรือศิลปินที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดผู้ชม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสังเกตได้ว่ารายการวาไรตี้ที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยมักจะเป็นรายการที่มีคำบรรยายภาษาไทยจากเว็บไซต์ต่างๆเนื่องจากสะดวกในการรับชมและเข้าใจภาษาเกาหลี เช่นเดียวกับรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ที่มีศิลปินวง NCT เป็นผู้ดึงดูดผู้ชม และยังมีช่องทางการออกอากาศในหลากหลายประเทศทั้งยังมีคำบรรยายในภาษาต่าง ๆ ทำให้การส่งออกทางวัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศเกาหลีใต้เป็นได้อย่างราบรื่น และทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศหันมาท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีใต้มากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง “รูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลีโดยผ่านรายการวาไรตี้โชว์ : กรณีศึกษารายการวาไรตี้โชว์ NCT Life” พบว่าประเทศเกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเน้นการกำหนดไปที่

สถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทำให้สามารถท่องเที่ยวไปในประเทศเกาหลีได้อย่างสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น และยังมีมาให้ศิลปิน K-POP เป็นผู้ดำเนินรายการเพื่อดึงดูดความสนใจในการเข้าชมทำให้นักท่องเที่ยวอยากไปสัมผัสบรรยากาศแบบเดียวกันกับศิลปิน

ผู้วิจัยจึงมีความเห็นว่าหากผู้ผลิตรายการวาไรตี้โชว์ของประเทศไทยศึกษาและพัฒนาการถ่ายทำรายการวาไรตี้โชว์ในรูปแบบเดียวกันนี้โดยประเทศไทยก็เป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลายไม่แพ้กันกับประเทศเกาหลีได้ แต่ในปัจจุบันรายการแนะนำท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังเป็นรูปแบบของสารคดีทำให้ไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ไม่สนใจในรายการแบบที่เป็นสารคดี

5.4 ข้อจำกัดในการศึกษา

5.4.1 ข้อจำกัดในด้านข้อมูล

เนื่องจากในบางสถานที่ถ่ายทำไม่สามารถเดินทางได้ด้วยระบบขนส่งสาธารณะ จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถระบุข้อมูลการเดินทางได้

5.4.2 ข้อจำกัดในด้านงบประมาณและระยะเวลา

เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแหล่งท่องเที่ยวที่ปรากฏในรายการวาไรตี้โชว์ NCT Life ที่มีการถ่ายทำในประเทศเกาหลีได้และต้องเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศเกาหลีได้ แต่เนื่องจากงบประมาณและระยะเวลาในการเดินทางที่ใช้เวลาการเดินทางนานทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลจากสถานที่จริงได้

บรรณานุกรม

1. สื่อสิ่งพิมพ์

หนังสือ

อดิศักดิ์ จันทรวง. **Trip To KOREA : ใครๆก็ไปเที่ยวเกาหลี**. กรุงเทพฯ: พอร์เวิร์ด, 2562.

Pike, Steven D.(2008).Destination Marketing : anintegrated marketing communication approach. Butterworth-Heinmann, Burlington, MA.

เอกสารทางวิชาการ

กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). “สื่อละครโทรทัศน์เกาหลี กับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย.” ม.ป.ท คณะ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ชุตินธร อัครสินธวัจกุล. (2558). “รูปแบบและผลกระทบทางด้านการท่องเที่ยวจากรายการรันนิ่งแมน (Running Man)” สาขาวิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ดำรงค์ ฐานดี, “ยุทธศาสตร์การพัฒนาของสาธารณรัฐเกาหลี,” กระบวนการพัฒนาและทางเลือก สาธารณะ. หน่วยที่ 9 ตอนที่ 9.1 #83705 บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548. หน้า 9-4 – 9-23.

ภัทรจาริน ต้นติวังศ์. (2552). “อิทธิพลของละครโทรทัศน์เกาหลีที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสินค้าวัฒนธรรมเกาหลีของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร”. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วารสาร

สมานลักษณ์ ตันทิกุล. “Korean Wave... ต้นแบบที่ดีในการพัฒนา อุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทย,” เศรษฐกิจอุตสาหกรรม. ปีที่ 8 ฉบับที่ 27. (เดือนมกราคม - มีนาคม พ.ศ. 2555) : 25-29.

2. สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ภาษาไทย

จตุรงค์ พยอมแย้ม. (2561). **สตรีมมิ่ง (Streaming)**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563.

<https://il.mahidol.ac.th/th/i-Learning-Clinic/computer-articles/%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A1%E0%B8%A1%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%87-streaming/>

ธเนศ เจยเสนานนท์. (2550). **การใช้วัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ของเกาหลีใต้: บทเรียนของประเทศไทย KOCCA: เกาหลีกับการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <http://61.47.2.69/-midnight/midnight2544/0009999551.html>

ภาคิน นิมมานนรงค์. (2557). **Korean Wave in Southeast Asia**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <http://aseanwatch.org/2014/01/17/korean-wave-in-southeast-asia/>

- พลอย มัลลิกะมาส. (2554). **อันยอง ฮาเซโย “โคเรีย เวฟ” (Korea Wave) ตอนที่ 3: อุตสาหกรรมดนตรี การท่องเที่ยว และศัลยกรรมเพื่อความงาม**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <https://web.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/อันยอง-ฮาเซโย-โคเรีย-เวฟ-Korea-Wave-ตอนที่-3-อุตสาหกรรมดนตรี-การท่องเที่ยว-และศัลยกรรมเพื่อความงาม>
- Korea Tourism Organization. (2562). **แลนด์มาร์คที่ต้องไปดูของโซล, นัมซาน โซลทาวเวอร์ (A Must-see Landmark of Seoul, Namsan Seoul Tower)**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.kto.or.th/post/a-must-see-landmark-of-seoul-namsan-seoul-tower>
- kyobo. (2559). **SMROOKIES SHOW in BANGKOK โชว์เคสของกลุ่มเด็กฝึกสุดฮอต!**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://music.mthai.com/news/newsasia/233559.html>
- Level Up Thailand. (2561). **Youku Tudou แอปใช้แทน Youtube ในจีน**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.levelupthailand.com/post/2018/12/04/youku-tudou-e0-b9-81-e0-b8-ad-e0-b8-9e-e0-b9-83-e0-b8-8a-e0-b9-89-e0-b9-81-e0-b8-97-e0-b>
- Mr. ONE. (2560). **YouTube คืออะไร**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.technoin-trend.com/what-is-youtube/>
- popcornfor2. (2563). **SM C&C Studio ปลอ่ยรายการเรียลลิตี "NCT LIFE in Chiang Mai" ทาง Youtube**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <http://www.popcornfor2.com/content/-news-113903>
- Smile Monkey. (2563). **เกาะลอยน้ำโซลเซบิท (SEBITSEOM Seoul Floating Island)**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.jointtravel.com/south-korea-travel-information/sebitseom-seoul-floating-island.html/>
- The Knowledge Provider. (2561). **โอทีที (OTT) คืออะไร?**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.ar.co.th/kp/th/416>
- VisitKorea. (2562). **สวนตุ๊กซอมฮันกัง (Ttukseom Hangang Park)**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.kto.or.th/post/ttukseom-hangang-park>
- wvkungx. (2559). **V LIVE เปิดตัวบริการ V Fansubs ชวนเหล่าแฟนๆ มาแปล subtitle ในคลิปของศิลปิน**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.blognone.com/node/84925>
- ภาษาอังกฤษ**
- alpacaWorld. (2563). **AlpacaWorld's Attractions**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. https://www.alpacaworld.co.kr/global/e_alpacaworld.php

- Boy band NCT to compete on cooking variety show.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561.
<http://kpopherald.koreaherald.com/view.php?ud=2016092115361719216832&ACESEARCH=1>
- EMMA LEE. (2561). **NetEase and Alibaba copyright swap deal may put an end to China's music streaming war.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563.
<https://technode.com/2018/03/06/netease-ali-music-copyright-swap/>
- Fandom. (2561). **NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561.
<http://smtown-nctzens.wikia.com/wiki/NCTLife:Hot%26YoungSeoulTrip>
- Grace Yu. (2558). **Seoul Foodie Find: Melting Monkey.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563.
<https://10mag.com/seoul-foodie-find-melting-monkey-gyeongnidan/>
- Julie Jackson. (2559). **[V Report] NCT welcomes new overseas idols.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <http://www.kpopherald.com/view.php?ud=2016052210580948728922>
- katherinedoeskpop. (2561). **NCT LIFE: A SUMMARY.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563.
<https://katherinedoeskpop.wordpress.com/nct-life-a-summary/>
- koreahouse. (2563). **Location.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.koreahouse.or.kr/en/house/map>
- SEOUL METROPOLITAN GOVERNMENT. (2563). **Hangang (River).** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <http://english.seoul.go.kr/life-information/natural-attractions-parks/hangang/00-parks-hangang-river/>
- SEOUL METROPOLITAN GOVERNMENT. (2563). **SM Hallyu Limited Edition 'Discover Seoul Pass' Launched.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <http://english.seoul.go.kr/sm-hallyu-limited-edition-discover-seoul-pass/>
- Seoul Tourism Organization. (2563). **Pass Introduction.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563.
<https://www.discoverseoulpass.com/introduce>
- Shin Chan-ok, Lee Eun-joo. (2562). **S. Korea's mega OTT platform Wavve readies for launch next month.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://pulsenews.co.kr/view.php?year=2019&no=646827>
- smtownland. (2563). **Directions.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.smtownland.com/about/map.php>
- SUNGCHAN PARK. (2559). **SMT Seoul.** เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.timeout.com/seoul/restaurants/smt-seoul>

- Tamar Herman. (2560). **Examining NCT and Its Various K-Pop Units**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <https://www.billboard.com/articles/columns/k-town/7647980/nct-k-pop-group-guide-explainer>
- The Korea Herald. (2559). **Boy band NCT to compete on cooking variety show**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://kpopherald.koreaherald.com/view.php?ud=201609211536171921683_2&ACE_SEARCH=1
- visitseoul. (2559). **i Tour Seoul Mobile App Guide**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://english.visitseoul.net/website-Info-article/i-Tour-Seoul-Mobile-App-Guide_/17767
- visitseoul. (2561). **Korea House**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://english.visitseoul.net/restaurants/Korea-House_/1884
- visitseoul. (2561). **NCT's 'Hot & Young Seoul Trip'**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://english.visitseoul.net/tours/NCT-Hot-Young-Seoul-Trip_/27243
- visitseoul. (2563). **Seoul City Tour Bus Guide and Usage**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <http://english.visitseoul.net/citytourbus>
- visitseoul. (2562). **SMTOWN@coexartium**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://english.visitseoul.net/Hallyu/SMTOWN-Coex-Artium_/15904
- ภาษาเกาหลี
- hanpens. (2563). **춘천의암호스카이워크**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://hanpens.net/tour/outside_index.html?tr_no=506
- 'NCT LIFE' 세 번째 시즌, 韓中 동시 방영 확정. (2559). เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <https://entertain.naver.com/read?oid=396&aid=0000397884>
- OSEN. (2559). **'NCT LIFE', 한식왕 도전기로 돌아온다..韓·中 동시 공개**. เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2016/10/21/2016102101594.html
- pooreum. (2563). **스페셜 S**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. http://pooreum.com/mobile/room_view.html?rno=14
- seoulwatertaxi. (2563). **선착장 안내**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.seoulwatertaxi.com/sub01/sub03/>
- seoulcitybus. (2563). **투어 코스**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <https://www.seoulcitybus.com/course/courseList.do>
- visitseoul. (2563). **한식문화관**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563. <http://korean.visitseoul.net>

net/attractions/%ED%95%9C%EC%8B%9D%EB%AC%B8%ED%99%94%EA%B4%80_/28748

김아름. (2563). **홍천맛집 농가맛집, 건강한 한끼 제안**. เข้าถึงเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563.

<https://www.polinews.co.kr/news/article.html?no=382210>

현지민. (2560). **NCT 드림, '예능 수련회'로 예능 도전...이특·신동 특별출연**.

เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. <https://www.hankyung.com/news/article/2017030316674>

7030316674

ฐานข้อมูลที่เป็นคลิปวิดีโอ

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP01.” <https://www.vlive.tv/video/8718/NCT-LIFE-in-Seoul-EP01>. 21 พฤษภาคม 2559.

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP02.” <https://www.vlive.tv/video/8736>. 22 พฤษภาคม 2559.

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP03.” <https://www.vlive.tv/video/9042>. 28 พฤษภาคม 2559.

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP04.” <https://www.vlive.tv/video/9065>. 29 พฤษภาคม 2559.

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP05.” <https://www.vlive.tv/video/9378>. 4 มิถุนายน 2559.

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP06.” <https://www.vlive.tv/video/9394>. 5 มิถุนายน 2559.

NCT LIFE in Seoul. “NCT LIFE in Seoul EP07.” <https://www.vlive.tv/video/9729>. 11 มิถุนายน 2559.

NCT Life in Paju. “NCT LIFE **단합대회** EP01.” <https://www.vlive.tv/video/11574>. 23 กรกฎาคม 2559.

NCT Life in Paju. “NCT LIFE **단합대회** EP02.” <https://www.vlive.tv/video/11834>. 30 กรกฎาคม 2559.

NCT Life in Paju. “NCT LIFE **단합대회** EP03.” <https://www.vlive.tv/video/12103>. 6 สิงหาคม 2559.

NCT Life in Paju. “NCT LIFE **단합대회** EP04.” <https://www.vlive.tv/video/12269>. 13 สิงหาคม 2559.

NCT Life in Paju. “NCT LIFE **단합대회** EP05.” <https://www.vlive.tv/video/12555>. 20 สิงหาคม 2559.

- NCT Life: Korean Food King Challenge. “NCT LIFE 한식왕 도전기 EP 01.”
<https://www.vlive.tv/video/15791>. 22 ตุลาคม 2559.
- NCT Life: Korean Food King Challenge. “NCT LIFE 한식왕 도전기 EP 02.”
<https://www.vlive.tv/video/16075>. 29 ตุลาคม 2559.
- NCT Life: Korean Food King Challenge. “NCT LIFE 한식왕 도전기 EP 03.”
<https://www.vlive.tv/video/16505>. 5 พฤศจิกายน 2559.
- NCT Life: Korean Food King Challenge. “NCT LIFE 한식왕 도전기 EP 04.”
<https://www.vlive.tv/video/16879>. 12 พฤศจิกายน 2559.
- NCT Life: Korean Food King Challenge. “NCT LIFE 한식왕 도전기 EP 05.”
<https://www.vlive.tv/video/17352>. 19 พฤศจิกายน 2559.
- NCT Life: Korean Food King Challenge. “NCT LIFE 한식왕 도전기 EP 06.”
<https://www.vlive.tv/video/17650>. 26 พฤศจิกายน 2559.
- NCT Life: Entertainment Retreat. “NCT LIFE 예능 수련회 EP 01.”
<https://www.vlive.tv/video/24123>. 4 มีนาคม 2560.
- NCT Life: Entertainment Retreat. “NCT LIFE 예능 수련회 EP 02.”
<https://www.vlive.tv/video/24124>. 5 มีนาคม 2560.
- NCT Life: Entertainment Retreat. “NCT LIFE 예능 수련회 EP 03.”
<https://www.vlive.tv/video/24596>. 11 มีนาคม 2560.
- NCT Life: Entertainment Retreat. “NCT LIFE 예능 수련회 EP 04.”
<https://www.vlive.tv/video/24597>. 12 มีนาคม 2560.
- NCT Life: Entertainment Retreat. “NCT LIFE 예능 수련회 EP 05.”
<https://www.vlive.tv/video/25143>. 18 มีนาคม 2560.
- NCT Life: Entertainment Retreat. “NCT LIFE 예능 수련회 EP 06.”
<https://www.vlive.tv/video/25144>. 19 มีนาคม 2560.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip. “Looking for the Seoul’s hidden gems The start of NCT’s youth journey!.” <https://www.vlive.tv/video/81442>. 23 มิถุนายน 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip. “Kicking off our adventure with searching for good restaurants in Korea.” <https://www.vlive.tv/video/81787>. 25 มิถุนายน 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip. “Youth’s Burning Excitement! Activities at the Han River!.” <https://www.vlive.tv/video/82134>. 27 มิถุนายน 2561.

- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “Tasting Korea's Various Delivery Foods!.”
<https://www.vlive.tv/video/82478>. 30 มิถุนายน 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “Enjoying the Night View of Seoul at Hangang River.” <https://www.vlive.tv/video/82816>. 1 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “Seoul's Beautiful Nights.”
<https://www.vlive.tv/video/83144>. 3 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “Who's the best sportsman of NCT?.”
<https://www.vlive.tv/video/83444>. 6 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “NCT Seoul Korean Mukbang (eating broadcasting).” <https://www.vlive.tv/video/83814>. 8 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “Who's the best quizzee of NCT?.”
<https://www.vlive.tv/video/84174>. 10 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “NCT Enjoying 'N Seoul Tower' 100 times more!.”
<https://www.vlive.tv/video/84411>. 13 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “NCT Travel to Seoul's 'hot place', Ikseon-dong.”
<https://www.vlive.tv/video/84789>. 15 สิงหาคม 2561.
- NCT Life: Hot & Young Seoul Trip.** “NCT A Special Night in Seoul!.”
<https://www.vlive.tv/video/85013>. 17 สิงหาคม 2561.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “WELCOME BACK NCT LIFE!.”
<https://www.vlive.tv/video/163938?channelCode=DE441D>. 9 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “The mission begins in Chuncheon.”
<https://www.vlive.tv/video/163939?channelCode=DE441D>. 11 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “Last mission's result revealed!.”
<https://www.vlive.tv/video/163945?channelCode=DE441D>. 13 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “First time to try a luge race?.”
<https://www.vlive.tv/video/165232?channelCode=DE441D>. 16 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “Competitive luge race for dinner.”
<https://www.vlive.tv/video/165233?channelCode=DE441D>. 18 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “I know what you did during the dinner.”
<https://www.vlive.tv/video/165235?channelCode=DE441D>. 20 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon.** “Dangerous Room Assignment (feat. wanderer's visit).” <https://www.vlive.tv/video/166647?channelCode=DE441D>.
23 ธันวาคม 2562.

- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “The end of Room Assignment.”
<https://www.vlive.tv/video/166649?channelCode=DE441D>. 25 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “Be careful what you say.”
<https://www.vlive.tv/video/166650?channelCode=DE441D>. 27 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “missions! Start of thrill.”
<https://www.vlive.tv/video/167264?channelCode=DE441D>. 30 ธันวาคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “Revenge Match. Fun comes from victory.”
<https://www.vlive.tv/video/167265?channelCode=DE441D>. 1 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “to.Eojeol team “There's still one shot left...”.” <https://www.vlive.tv/video/167267?channelCode=DE441D>. 3 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “Rabbit and turtle, run in the sky.”
<https://www.vlive.tv/video/168438?channelCode=DE441D>. 6 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “Shh, if you are caught, it's gonna be hot.”
<https://www.vlive.tv/video/168439?channelCode=DE441D>. 8 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “A mysterious guest to NCT.”
<https://www.vlive.tv/video/168440?channelCode=DE441D>. 10 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “The full moon has risen~ Secrets of the birth of werewolves.” <https://www.vlive.tv/video/169579?channelCode=DE441D>. 13 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “Alpaca's Invitation.”
<https://www.vlive.tv/video/169580?channelCode=DE441D>. 15 มกราคม 2562.
- NCT LIFE in Chuncheon & Hongcheon. “Where is the next destination~?”
<https://www.vlive.tv/video/169588?channelCode=DE441D>. 17 มกราคม 2562.

	ประวัติผู้วิจัย
ชื่อ - สกุล	โสภิตสุดา ผันสืบ
วันเกิด	11 พฤศจิกายน พ.ศ. 2540
ที่อยู่	159 ม.3 ต.คั่งพยอม อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 70110
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นจากโรงเรียนนารีนุวัติและ มัธยมศึกษาตอนปลายจากโรงเรียนราชินีบูรณะ ปัจจุบันกำลังศึกษาในระดับปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต เอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี มหาวิทยาลัยศิลปากร