

REFERENCES

ภาษาไทย

กัลยา วานิชย์บัญชา. 2552. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 15.

กรุงเทพฯ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2552.

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, 2544.

โครงการส่งเสริมสื่อมวลชนสำหรับเด็ก. คู่มือคู่มือโทรทัศน์กับลูกอย่างสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์รักลูก, 2536.

ชาติชาย มุกสง. ฟาสต์ฟู้ดกลายเป็นพิษ : การเปลี่ยนแปลงความหมายของอาหาร กับการบริโภค
เชิงสัญลักษณ์วัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2549.

ดำรงค์ ฐานดี. หนังสืออ่านประกอบวิชามานุษยวิทยาเบื้องต้นเรื่อง สังคมและวัฒนธรรมเกาหลีใต้.
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.2534.

ธงชัย สันติวงษ์. 15 กลยุทธ์สุดเยี่ยม: กรณีศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจของไทย. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนา
พานิช, 2533.

วชิ เรื่องพรวิสุทธิ. จากตรรกวิทยาแห่งการบริโภค ถึงอุตสาหกรรมวัฒนธรรม [online]. Available
from: <http://www.midnightuniv.org/midnight2544/0009999893.html> [April 1,
2010]

วิภา อุดมฉันท. การผลิตสื่อโทรทัศน์และสื่อคอมพิวเตอร์ : กระบวนการสร้างสรรค์และเทคนิคการ
ผลิต. กรุงเทพฯ : บริษัทบู๊ค พอยท์, 2544.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ : ดวงกมลสมัย, 2538.

สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. วัฒนธรรมการบริโภค : แนวคิดและการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก, 2538.

สุริชัย หวันแก้ว. ปัญหาของไทยยุคสังคมแห่งการบริโภค : บริโภคนิยมและปัญหาความขัดแย้งในการจัดสรรทรัพยากร : เอกสารประกอบการบรรยาย 8-11 กันยายน 2540. กรุงเทพฯ : โครงการ Global Competence Project, 2540.

สุวิทย์ เมษินทรีย์. โลกพลิกโฉม : ความมั่งคั่งในนิยามใหม่ = Post knowledge based society. กรุงเทพฯ : บริษัทมีเดีย แอสโซซิเอตเต็ด จำกัด, 2550.

สุลักษณ์ ศิวรักษ์. วัฒนธรรมและอิทธิพลความคิดแบบฝรั่งต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย. กรุงเทพฯ : เสริมศึกษาลัย, 2538.

เสรี วงษ์มณฑา. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World, 2542.

English

A-Jaree Nopchinda. Consumer buying behavior and perception of marketing criteria for Korean Cosmetics in Bangkok. Master's Thesis, Department of Business Administration, International Kasetsart Graduate University, 2008.

Arisa Witthawaskul. Public relations approach in promoting the Republic of Korea's images through television drama "A Jewel in the Palace". Master's Thesis, Department of Public Relation Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 2006.

Chawalit Kittikusolatham. Consumer behavior and factors in marketing that affect the decision to buy I-berry's Premium ice cream in Bangkok. Master's Thesis, Department of Business Administration, Young Executive M.B.A. program, Kasetsart University, 2007.

- Natha Kietbaramee. The effects of Korean wave on Thai outbound tourists traveling to South Korea. Master's Thesis, Department of International Business Management Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University, 2008.
- Nithat Jaisue. Behaviors and marketing factors influence for consume the imported whisky of consumers in Bangkok. Master's Thesis, of Business Administration, Young Executive M.B.A. program, Kasetsart University, 2008.
- Panita Sabkunakorn. Sushi Tempura Wasabi: Japanese food and consumer behaviors. Individual study, Department of Anthropology, Faculty of Archaeology, Silapakorn University, 2004.
- Pichai Niramansakhum. Factors Affecting Purchasing Behavior Upon Foreign Brand Name Fashion Products. Master's Thesis, Department of public relations, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University, 1996.
- Ramon Chompreda. The World of "High-society" Dog Caring: Form of Consumption in Globalization. Master's Thesis, Department of Sociology, Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasart University, 2004.
- Sirinthorn Jareonkajorn. Coffee house: meanings in the cultural sphere of Thai consumerism. Master's Thesis, Department of Anthropology, Faculty of Sociology and Anthropology, Thammasart University, 2001.
- Sunthorn Onnkedphol. Fast-food consumption behavior: a case study of Chulalongkorn university students. Master's Thesis, Department of Sociology, Faculty of Political Science, Chulalongkorn University, 2005.
- Surangsri Tansiangsom. The relationship between Thailand and the Republic of Korea 1949-1999. Bangkok: Chulalongkorn University Press, 2007.

Suttiaphat Ausawawichiroj. Buying behavior and factor affecting buying decision of ready to drink green tea. Master's Thesis, Department of Business Administration, Graduate School, Kasetsart University, 2005.

Uthairat Yisunted. Behaviors and factors affecting Japanese food consumption among consumers in Bangkok Metropolis. Master's Thesis, Department of Business Administration, Graduate School, Kasetsart University, 2003.

Viparat Panritdam. Foreign Cultural Influence on Thai Adolescent Identity : a Case Study of Japanese music. Master's Thesis, Department of Sociology and Anthropology, Faculty of Political Science, Chulalongkorn University, 2001.

Wichian Kaesing .Handbook: Research Praticce. 3sted. Bangkok: Thaiwattanaphanit Publishing, 1998.

Yamane, Taro. Statistics, An Introductory Analysis. 2nd Ed., New York: Harper and Row, 1967.

Yui Nakamura. The dynamics of consumer culture and lifestyles of the Thai metropolitan youths: a case study of Junior and senior high school students in metropolitan Bangkok. Master's Thesis, Department of Social development, Interdisciplinary program, Kasetsart University, 1996.

APPENDICES

Chu Young Ha. Origin and change in Kim-Chi culture. Korea Journal. 35(1995): 2.

Cultural Spotlight. Kimchi [online]. Available from:
<http://www.lifeinkorea.com/Culture/spotlight.cfm> [April 1, 2010]

Damrong Thandee. Second Korean Waves in Thailand [online]. Journal of Center for Korean Studies Ramkhamhaeng University Available from:
http://www.ru.ac.th/korea/korean_wave_th.html [March 13, 2010]

David Jary and Julia Jary. The Harper Collins Dictionary of Sociology. New York: Harper Collins Publishers, 1991.

Jean Baudrillard. For a critique of the political economy of the sign. New York: Telos Press, 1981.

Joseph F. Hair, Jr., Arthur H. Mobey, Philip Samouel and Mike. Research methods for business. Great Britain: Scotprint, 2006.

Korean Cultural Highlights. Kimchi, the spice of Korean culinary life [online]. Available from: <http://www.korea.net/promotion.do?code=eng020041> [March 28, 2010]

Lee Chung Ja, et al. The book of Kim-Chi. by Kim Young Ok. The Republic of Korea: The Korean overseas culture and information service, 1998.

Montira Tada-amnuaychai. Korean entertainment industry and its cultural marketing strategy of K-Pop. Master's Thesis, Department of Communication Arts, Graduate School, Chulalongkorn University, 2006.

Appendix A

Formula for Sample Size Calculation

Sample size for $\pm 3\%$, $\pm 5\%$, $\pm 7\%$ and $\pm 10\%$ Precision Levels Where Confidence Level is 95% and $P=.5$.

Size of Population	Sample Size (n) for Precision (e) of:			
	$\pm 3\%$	$\pm 5\%$	$\pm 7\%$	$\pm 10\%$
500	a	222	145	83
600	a	240	152	86
700	a	255	158	88
800	a	267	163	89
900	a	277	166	90
1,000	a	286	169	91
2,000	714	333	185	95
3,000	811	353	191	97
4,000	870	364	194	98
5,000	909	370	196	98
6,000	938	375	197	98
7,000	959	378	198	99
8,000	976	381	199	99
9,000	989	383	200	99
10,000	1,000	385	200	99
15,000	1,034	390	201	99
20,000	1,053	392	204	100
25,000	1,064	394	204	100
50,000	1,087	397	204	100
100,000	1,099	398	204	100
>100,000	1,111	400	204	100

a = Assumption of normal population is poor (Yamane, 1967). The entire population should be sampled.

Source: Yamane, Taro. Statistics, An Introductory Analysis, 2nd Ed., New York: Harper and Row, 1967.

Appendix B: The Questionnaire in English



Questionnaire: Consumption Behavior of Korean Cultural Product “Kim-Chi” in Bangkok

This questionnaire is to collect information for composing a thesis, submitted in the requirements for the degree of Master of Arts in Korean Study Department of Chulalongkorn University. Any information obtained from respondents will be confidential and used for presenting and analyzing only.

Respondents are required to be those who have eaten Kim-Chi and those who live in Bangkok area. Please kindly fill out every detail in the questionnaire. Many thanks for your cooperation which help the researcher to be able to collect necessary information for academic purpose.

Part I General Information

1. Gender

- Male
 Female

2. Age

- _____ years old

3. Highest Education Level

- Uneducated
 Elementary School (Grade 1-3) or Equivalence Certificate
 Elementary School (Grade 4-6) or Equivalence Certificate
 Secondary School or Equivalence Certificate
 High School/ Vocational Certificate or Equivalence Certificate

- High-Level Vocational School or Equivalence Certificate
- Vocational Certificate in University/ College/Royal Military Academy
/Royal Police Academy / Other Related Institution
- Bachelor Degree
- Master Degree
- Doctor's Degree

4. Current Occupation Status

- Working (Please select occupation)
 - Government Officer
 - State Enterprises Officer/Government
 - Private Corporate Officer
 - Business Owner/ Self Business
 - Employee
 - Other (please specify).....
- Non-working (Please select)
 - Studying
 - Looking for a job/unemployment
 - Housewife
 - Retirement
 - Illness
 - Disability/ Incapability
 - Other (please specify).....

5. Monthly Salary (Full time job)

- No salary
- Lower than 10,000 baht
- 10,001-20,000 baht
- 20,001-30,000 baht
- 30,001-40,000 baht

- 40,001-50,000 baht
- Upper than 50,001 baht

Part 2 Perceptions that affect Thais' consumer behavior toward Kim-Chi

6. In your opinion, which country does Kim-Chi belong to?
- Korea
 - Japan
 - China
 - Thailand
 - Not sure
7. When talking about Kim-Chi, what kind of food do you think of? / Base on your perceptions which of the following choices are Kim-Chi? (Multiple answers are allowed)
- Pickling cabbages
 - Pickling vegetable such as pickling cucumber, radish, pickled chilli, pickled ginger Pickling seafood such as pickling shrimp, pickling octopus, pickling crab, pickling oyster
 - Different kinds of food which has Kim-Chi as ingredient such as Kim-Chi fried rice, Kim-Chi soup, pork fried with Kim-Chi
 - Products in Thailand that use Kim-Chi as a raw material or ingredient such as Kim-Chi flavored fish snack, Kim-Chi flavored biscuits, Kim-Chi flavored instant noodle, Kim-Chi flavored fried-baked seaweed , Kim-Chi flavored Pizza
 - Other (please specify).....
8. What kind of Kim-Chi do you eat?
- Pickling cabbages

- Pickling vegetable such as pickling cucumber, radish, pickled chilli, pickled ginger Pickling seafood such as pickling shrimp, pickling octopus, pickling crab, pickling oyster
- Different kinds of food which has Kim-Chi as ingredient such as Kim-Chi fried rice, Kim-Chi soup, pork fried with Kim-Chi
- Products in Thailand that use Kim-Chi as a raw material or ingredient such as Kim-Chi flavored fish snack, Kim-Chi flavored biscuits, Kim-Chi flavored instant noodle, Kim-Chi flavored fried-baked seaweed , Kim-Chi flavored Pizza
- Other (please specify).....

Note: From Question number 9 in this questionnaire, the researcher views “Pickling Cabbage Kim-Chi” as “Kim-Chi”.

9. Where did you eat Kim-Chi for the first time?

- at Korea
- at Japan
- at Korean restaurant in Thailand
- at Japanese restaurant in Thailand
- Bought Kim Chi from department store/ supermarket.
- Other (please specify).....

10. When was the first time you ate Kim-Chi?

- Before 2533 B.E. (1990 A.D.)
- 2533 -2537 B.E. (1990 -1994 A.D.)
- 2538 -2542 B.E. (1995-1999 A.D.)
- 2543 -2547 B.E. (2001-2004 A.D.)
- 2548 -2552 B.E. (2005-2009 A.D.)
- 2553 B.E. (2010 A.D.)

11. Do you still eat Kim-Chi?

- Yes

No (Skip to Question 15)

12. At the present, where do you eat or buy Kim-Chi in Thailand? (Multiple answers are allowed)

- Korean restaurant
- Japanese restaurant
- department store/supermarket
- Korean product zone e.g. Korean Town
- Internet
- Self-cooking
- Other (please specify).....

13. How often do you eat Kim-Chi?

- Everyday
- 3-4 times per week
- 1-2 times per week
- Once per month
- Once per 3-6 month
- Once per year
- Occasionally

14. When you have an opportunity to eat Kim-Chi, which forms of Kim-chi do you prefer to have? (Multiple answers are allowed)

- Eat Kim-Chi because it comes with a set meal
- Intentionally order a dish of Kim-Chi
- Intentionally order many dishes of Kim-Chi
- Eat food that use Kim-Chi as an ingredient

15. In the future, are you keeping eating Kim-Chi?

- Yes
- No

Not sure

Part III Cause roots/Influences/ Factors that affect Thai's consumption toward Kim-Chi

16. Do you prefer Korean culture and entertainment media?

Yes (Please select the level of preference)

_very much _much _average _least _very least

Not at all

17. Does the influence of Korean entertainment media or Korean wave affect your decision on try Kim-Chi or Korean food?

Yes

__ Eat only Kim-Chi

__ Eat both Kim-Chi and Korean food

(Please select the level of both factors that affect on your consumption)

_very much _much _average _least _very least

No (Skip to Question 20)

18. Which of the following Korean Media or Korean wave have an affect on your Kim Chi's consumption? Please select only the most three important factors in your opinion from 1 to 3 respectively (Note: 1 is the priority factor)

____ Korean Movie/Korean Series

____ Korean Actors and Singers

____ Korean computer game/ Korean online games

____ Korean TV channel/ Korean Cable channel

____ Korean Songs

____ Korean Tourism Advertising

____ Korean TV game shows

19. Does Dae Jang-geum Series (It was aired on TV 3 in Thailand 2548 B.E.) have an effect on your try decision or interesting toward Kim-Chi and Korean food?

Yes (Please select the level of importance)

_very much _much _average _least _very least

No

20. Besides the entertainment media or Korean wave, which factor has the most influence on your trial or consuming decision toward Kim-Chi and Korean food?

___ Yourself

___ Friend's suggestion

___ Family/ Relative's suggestion

___ Packaging/ Product (label/ Korean language/ Beauty)

___ Distribution Channel (Japanese-Korean restaurant/ Department store)

Part IV Kim-Chi: Thais' Consumerism of Sign toward Korean cultural product

21. Please select the appropriate choice on your perception basis (Note: Strongly agree, Agree, Not sure, Disagree, Strongly disagree)

	Strongly agree	Agree	Not sure	Disagree	Strongly disagree
21.1 "Kim Chi" is a symbol or representative of Korea.					
21.2 Consuming "Kim Chi" is to sense Korean culture.					
21.3 "Kim Chi" is the popular and modern food in the current.					
21.4 "Kim Chi" is tasty and delicious.					

21.5 “Kim Chi” is healthy and nutrient-rich foods.					
21.6 “Kim Chi” generally sold in Thailand are expensive or quite expensive.					
21.7 Most “Kim-Chi” in Thailand is adapted to Thais’ taste which is different from Kim-Chi in Korea.					
21.8 Whenever you eat Korean food, you always eat “Kim Chi”.					
21.9 The atmosphere in Korea restaurant can influence you to eat “Kim Chi”.					

Ending questionnaire
Thank you for your cooperation

Appendix C: The Questionnaire in Thai



แบบสอบถาม : พฤติกรรมการบริโภคกิมจิในฐานะสินค้าทางวัฒนธรรมของคนไทย

ในเขตกรุงเทพมหานคร

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาเกาหลีศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถือเป็นความลับเพื่อนำไปใช้ในการนำเสนอข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น

ขอความร่วมมือผู้ตอบแบบสอบถามเฉพาะผู้ที่เคยรับประทานกิมจิ และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้นในการตอบแบบสอบถามค่ะ รบกวนช่วยกรอกข้อมูลให้ครบถ้วนนะคะ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง และมีส่วนทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค่ะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

22. เพศ

ชาย

หญิง

23. อายุ

____ ปี

24. ระดับการศึกษาสูงสุด

ไม่เคยเรียนหนังสือ

ประถมต้น (ป.1 – ป.4) หรือเทียบเท่า

ประถมปลาย (ป.6) หรือเทียบเท่า

มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า

- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ ปวช. หรือเทียบเท่า
- อนุปริญญา/ ปวส. หรือเทียบเท่า
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูงในมหาวิทยาลัย วิทยาลัย สถาบันทหาร-ตำรวจหรือสถาบันชั้นสูงอื่นๆ
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

25. สถานภาพการทำงานปัจจุบัน

- ทำงาน (กรุณาเลือกอาชีพ)
 - ข้าราชการ
 - พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รัฐบาล
 - พนักงานบริษัทเอกชน
 - กิจการส่วนตัว/นายจ้าง
 - ลูกจ้างของผู้ประกอบกิจการส่วนตัว
 - อื่นๆ (โปรดระบุ).....

- ไม่ได้ทำงาน เนื่องจาก (กรุณาเลือก)
 - กำลังศึกษาอยู่
 - กำลังหางาน / ว่างาน
 - เป็นแม่บ้าน
 - เกษียณ
 - ป่วย
 - ทูพพลภาพ
 - อื่นๆ (โปรดระบุ).....

26. รายได้ต่อเดือน (อาชีพประจำ)

- ไม่มีรายได้
- ต่ำกว่า 10,000 บาท
- 10,001-20,000 บาท
- 20,001-30,000 บาท
- 30,001-40,000 บาท
- 40,001-50,000 บาท
- สูงกว่า 50,001 บาท

ส่วนที่ 2 ภาพการรับรู้ที่ส่งผลต่อการบริโภคและพฤติกรรมการบริโภคกิมจิของคนไทย

27. ท่านคิดว่ากิมจิเป็นอาหารสัญชาติใด

- เกาหลี
- ญี่ปุ่น
- จีน
- ไทย
- ไม่แน่ใจ

28. เมื่อพูดถึง“กิมจิ” ท่านนึกถึงอาหารประเภทใดบ้าง/ ตามทัศนคติของท่านข้อใดคือ “กิมจิ”

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผักกาดขาวดอง
- ผักดองต่างๆ เช่น แดงกวาดอง, ไซเท้าดอง, พริกดอง, ชิงดอง
- อาหารทะเลดอง เช่น กุ้งดอง, ปลาหมึกดอง, ปูดอง, หอยนางรมดอง
- อาหารประเภทต่างๆ ที่มีกิมจิเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าวผัดกิมจิ, น้ำแกงกิมจิ, หมูผัดกิมจิ
- ผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยที่ใช้กิมจิเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ เช่น ปลาเส้นรสกิมจิ, มันฝรั่งทอดกรอบรสกิมจิ, บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสกิมจิ, สาหร่ายทอด-อบรสกิมจิ, พืชข่าหน้ากิมจิ

อื่นๆ (โปรดระบุ).....

29. ท่านบริโภค “กิมจิ” ชนิดใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ผักกาดขาวคอง
- ผักคองต่างๆ เช่น แดงกวาดอง, ไซเท้าคอง, พริกคอง, ชิงคอง
- ประเภทอาหารทะเลคอง เช่น กุ้งคอง, ปลาหมึกคอง, ปูคอง, หอยนางรมคอง
- ประเภทต่างๆ ที่มีกิมจิเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าวผัดกิมจิ, น้ำแกงกิมจิ, หมูผัดกิมจิ, บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสกิมจิ
- ผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยที่ใช้กิมจิเป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบ เช่น ปลาเส้นรสกิมจิ, มันฝรั่งทอดกรอบรสกิมจิ, บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปรสกิมจิ, สาหร่ายทอด-อบรสกิมจิ, พิซซ่าหน้ากิมจิ
- ประเภทอื่นๆ (โปรดระบุ).....

หมายเหตุ ตั้งแต่ข้อ 9 เป็นต้นไปในแบบสอบถามนี้ ผู้วิจัยเลือก “กิมจิประเภทผักกาดคอง” อันหมายถึง “กิมจิ”

30. ท่านรับประทานกิมจิครั้งแรกจากที่ใด

- ประเทศเกาหลี
- ประเทศญี่ปุ่น
- ร้านอาหารเกาหลีในประเทศไทย
- ร้านอาหารญี่ปุ่นในประเทศไทย
- หาซื้อจากผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

31. ท่านรับประทานกิมจิตั้งแต่ปีใด

- ก่อนปี พ.ศ. 2533 (ค.ศ. 1990)
- ปี พ.ศ. 2533 -2537 (ค.ศ. 1990 -1994)

- ปี พ.ศ. 2538 -2542 (ค.ศ. 1995-1999)
- ปี พ.ศ. 2543 -2547 (ค.ศ. 2001-2004)
- ปี พ.ศ. 2548 -2552 (ค.ศ. 2005-2009)
- ปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010)

32. ปัจจุบันท่านยังคงรับประทานกิมจิหรือไม่

- ใช่
- ไม่ใช่ (กรุณาข้ามไปข้อ 15)

33. ปัจจุบันท่านรับประทานหรือหาซื้อกิมจิจากที่ใดบ้างในประเทศไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ร้านอาหารเกาหลี
- ร้านอาหารญี่ปุ่น
- หาซื้อจากผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า/ซูเปอร์มาร์เก็ต
- ย่านขายสินค้าเกาหลี เช่น Korean Town
- สั่งทางอินเทอร์เน็ต
- ทำเอง
- อื่นๆ (โปรดระบุ).....

34. ความถี่ในการรับประทานกิมจิของท่าน

- ทุกวัน
- 3-4 ครั้ง/สัปดาห์
- 1-2 ครั้ง/สัปดาห์
- เดือนละครั้ง
- 3-6 เดือน/ครั้ง
- ปีละครั้ง
- แล้วแต่โอกาส

35. เมื่อท่านมีโอกาสรับประทานอาหารกิมจิในร้านอาหารมักนิยมรับประทานในรูปแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รับประทานเฉพาะที่มากับอาหารชุด (set) โดยไม่ได้สั่งเพิ่มเติม
- สั่งมารับประทานโดยเฉพาะ (จานเดียว)
- สั่งมารับประทานโดยเฉพาะ(จานเดียว) และมากกว่า 1 จาน
- รับประทานอาหารประเภทต่างๆ ที่มีกิมจิเป็นส่วนประกอบ เช่น ข้าวผัดกิมจิ, น้ำแกงกิมจิ, หมูผัดกิมจิ

36. ในอนาคตท่านจะยังคงรับประทานกิมจิต่อไป

- ใช่
- ไม่ใช่
- ไม่แน่ใจ

ส่วนที่ 3 สาเหตุ/อิทธิพล/ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริโภคกิมจิของคนไทย

37. ท่านชื่นชอบวัฒนธรรมและสื่อบันเทิงเกาหลีต่างๆ หรือไม่

- ใช่ (กรุณาเลือกระดับความชื่นชอบ)
 __มากที่สุด __มาก __ปานกลาง __น้อย __น้อยที่สุด
- ไม่ชอบเลย

38. อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีหรือคลื่นกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) มีผลต่อการลองหรือตัดสินใจรับประทานกิมจิและอาหารเกาหลีของท่านหรือไม่

- ใช่ __รับประทานเฉพาะกิมจิ
 __รับประทานทั้งกิมจิและอาหารเกาหลี
 (กรุณาเลือกระดับความสำคัญที่มีผลต่อการรับประทาน)
 __มากที่สุด __มาก __ปานกลาง __น้อย __น้อยที่สุด
- ไม่ใช่ (กรุณาข้ามไปข้อ 20)

39. อิทธิพลของสื่อบันเทิงเกาหลีหรือคลื่นกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) ใดที่มีผลต่อการเลือกบริโภคกิจกรรมของท่าน กรุณาเรียงลำดับ 3 ปัจจัยที่สำคัญ ตามทัศนคติของท่าน ในช่องที่เหมาะสมจากหมายเลข 1 ไป 3 (หมายเหตุ: 1 คือปัจจัยที่สำคัญลำดับแรก)

___ ภาพยนตร์/ละครเกาหลี

___ เพลงเกาหลี

___ ดารานักร้องเกาหลี

___ สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกาหลี

___ เกมคอมพิวเตอร์เกาหลี/เกมออนไลน์เกาหลี

___ รายการเกมโชว์ของเกาหลี

___ ช่องโทรทัศน์/เคเบิลช่องเกาหลี

40. ละครเกาหลีเรื่องแดจังกึม (ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ประเทศไทย ปี พ.ศ. 2548) มีผลต่อท่านในการตัดสินใจทดลองหรือให้ความสนใจรับประทานกิมจิและอาหารเกาหลี

ใช่ (กรุณาเลือกระดับความสำคัญ)

___ มากที่สุด ___ มาก ___ ปานกลาง ___ น้อย ___ น้อยที่สุด

ไม่ใช่

41. นอกเหนือจากสื่อบันเทิงเกาหลีหรือคลื่นกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) แล้ว ปัจจัยใดมีอิทธิพลมากที่สุดต่อการลองหรือตัดสินใจรับประทานกิมจิและอาหารเกาหลี

___ ตัวท่านเอง

___ กลุ่มเพื่อนแนะนำ

___ ครอบครัว/ญาติพี่น้องแนะนำ

___ บรรจุภัณฑ์/ผลิตภัณฑ์ (สลากสินค้า/ภาษาเกาหลี/ความสวยงาม)

___ สถานที่จำหน่ายสินค้า (ร้านอาหารญี่ปุ่น-เกาหลี/ห้างสรรพสินค้า)

ส่วนที่ 4 กิมจิ : การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ค้ำทางวัฒนธรรมเกาหลีของคนไทย

ข้อ 21 กรุณาเลือกตอบตามทัศนคติของท่านในช่องที่เหมาะสมดังต่อไปนี้ (หมายเหตุ: เห็นด้วยอย่างยิ่ง, เห็นด้วย, เฉยๆ, ไม่เห็นด้วย, ไม่แน่ใจ)

	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง
21.1 “กิมจิ” คือ สัญลักษณ์หรือตัวแทนความเป็นเกาหลี					
21.2 การรับประทาน “กิมจิ” หมายถึงการเข้าถึงหรือสัมผัสวัฒนธรรมเกาหลี					
21.3 “กิมจิ” เป็นอาหารที่เป็นที่นิยมหรือมีความทันสมัยในปัจจุบัน					
21.4 “กิมจิ” มีรสชาติดีและอร่อย					
21.5 “กิมจิ” มีคุณค่าทางสารอาหารและมีประโยชน์ต่อร่างกาย					
21.6 โดยทั่วไป “กิมจิ” ที่จำหน่ายในประเทศไทยมีราคาแพงหรือค่อนข้างสูง					
21.7 “กิมจิ” ในประเทศไทยส่วนใหญ่มีการปรับรสชาติให้เข้ากับคนไทย ซึ่งแตกต่างจากกิมจิที่ประเทศเกาหลี					
21.8 เมื่อมีโอกาสรับประทานอาหารเกาหลี ท่านต้องรับประทาน “กิมจิ” ด้วยเสมอ					
21.9 บรรยากาศในร้านอาหารเกาหลีมีความสำคัญต่อท่านในการรับประทาน “กิมจิ”					

จบแบบสอบถาม

ขอขอบพระคุณในความร่วมมือเป็นอย่างสูงค่ะ



BIOGRAPHY

Name : Miss Pantipa Prasertsrisiri

Date of birth : July 27, 1985

Birth Place : Bangkok, Thailand

Education : Silpakorn University
Bachelor of Arts in Anthropology
(May 27, 2004 - March 9, 2008)

