

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่” เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานที่ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกของรายการวิทยุ เอเชียันซอง (Asian Song) จำนวนทั้งสิ้น 80 คน โดยข้อมูลเชิงปริมาณรวบรวมจากการตอบแบบสอบถามด้วยตนเองของกลุ่มตัวอย่าง และข้อมูลเชิงคุณภาพรวบรวมจากการสัมภาษณ์กลุ่มและสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีประเด็นคำถามที่สอดคล้องกับแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้ประมวลผลและนำเสนอทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพแบบผสมผสานเพื่อตรวจสอบเปรียบเทียบ และยืนยันข้อมูลทั้งสองส่วน แบ่งประเด็นในการนำเสนอ ดังนี้

- 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่
- 4.2 พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่
- 4.3 ความคิดเห็นของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลีและวัฒนธรรมเกาหลี
- 4.4 ข้อมูลความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่
- 4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ภูมิภาค เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และแหล่งที่มาของรายได้ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังนี้

ภูมิภาค

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องภูมิภาคของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 หรือประมาณหนึ่งในสาม อาศัยอยู่ในอำเภอเมือง ส่วนที่เหลือมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก โดยกลุ่มที่มีขนาดรองลงมาใกล้เคียงกัน คือ ผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในอำเภอสันทราย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 และผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ใน

อำเภอคอยสะเก็ด จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 ส่วนที่เหลืออีก 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.6 หรือประมาณหนึ่งในสามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีภูมิลำเนากระจายกันไปหลายอำเภอในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามภูมิลำเนา (n = 80)

ภูมิลำเนา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อำเภอเมือง	31	38.8
อำเภอสันทราย	10	12.5
อำเภอคอยสะเก็ด	9	11.3
อำเภอสันกำแพง	6	7.5
อำเภอแม่ริม	6	7.5
อำเภอหางดง	6	7.5
อำเภอสารภี	5	6.3
อำเภอสันป่าตอง	4	5.0
อำเภอแม่แตง	3	3.8
รวม	80	100

แม้ข้อมูลเชิงปริมาณจะบ่งชี้ว่า กลุ่มตัวอย่างสองในสามมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอรอบนอก แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างทุกคนกำลังศึกษา หรือสำเร็จการศึกษาจากสถาบันการศึกษาในเมืองทั้งสิ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ชีวิตประจำวันส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอเมือง ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่นในเมือง

เพศ

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องเพศของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวนถึง 60 คน คิดเป็นร้อยละ 75 หรือสามในสี่ ส่วนที่เหลือเป็นเพศชาย จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25 หรือหนึ่งในสี่ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังตาราง 4.2

ตาราง 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ (n = 80)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	60	75.0
ชาย	20	25.0
รวม	80	100

จากข้อมูลเชิงปริมาณจึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยม เกาหลีส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

อายุ

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องอายุของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง 19-24 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยรุ่นตอนปลาย มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 หรือครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมาในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันคือ ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-18 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยรุ่นตอนกลาง มีจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 หรือเกือบครึ่งหนึ่ง ส่วนผู้ที่มีอายุระหว่าง 12-14 ปี ซึ่งเป็นช่วงวัยรุ่นตอนต้นนั้นมีเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ดังตาราง 4.3

ตาราง 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ (n = 80)

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
12-14 ปี	5	6.3
15-18 ปี	34	42.5
19-24 ปี	41	51.2
รวม	80	100

ข้อมูลเชิงปริมาณดังกล่าวเป็นช่วงอายุในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่าง แต่จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักและฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมานานหลายปี ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนกลางถึงวัยรุ่นตอนปลาย โดยกลุ่มวัยรุ่นเหล่านี้ได้รู้จักและฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมาตั้งแต่มีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนต้น และวัยย่างเข้าสู่วัยรุ่น

ระดับการศึกษา

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 46.2 หรือเกือบครึ่งหนึ่ง รองลงมากำลังศึกษาในระดับมัธยมตอนปลาย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ

35 ถัดมา คือผู้ที่กำลังศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ส่วนผู้ที่กำลังศึกษาในระดับอนุปริญญา/ ปวส. หรือเทียบเท่า นั้น มีจำนวนเพียง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 ดังตาราง 4.4

ตาราง 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น จำแนกตามระดับการศึกษา (n = 80)

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	12.6
มัธยมศึกษาตอนปลาย	28	35.0
อนุปริญญา/ ปวส. หรือเทียบเท่า	5	6.2
ปริญญาตรี	37	46.2
รวม	80	100

ผลจากข้อมูลเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีอยู่ทุกระดับการศึกษา และจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในโรงเรียนในเมืองที่มีชื่อเสียงเช่น ยูพราซวิทยาลัย วัฒนโทัยพายัพ มงฟอร์ตวิทยาลัย หรือคาราวิทยาลัย เป็นต้น ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้น อยู่ในแขนงต่างๆ เช่น แพทยศาสตร์ เกษตรศาสตร์ มนุษยศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และนิติศาสตร์ เป็นต้น กำลังศึกษาในมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยพายัพ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเป็นผู้ที่มีการศึกษา

อาชีพ

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องอาชีพของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 93.8 หรือเกือบทั้งหมดเป็นนักเรียนและนักศึกษา ส่วนที่เหลือเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และมีเพียง 1 คนเท่านั้นที่ประกอบอาชีพส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 1.2 ดังตาราง 4.5

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น จำแนกตามอาชีพ (n = 80)

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/ นักศึกษา	75	93.8
พนักงานบริษัทเอกชน	4	5.0
ประกอบอาชีพส่วนตัว	1	1.2
รวม	80	100

จากข้อมูลเชิงปริมาณจึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเกือบทั้งหมดอยู่ในช่วงวัยเรียน

รายได้

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องรายได้ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 2,500 บาท มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 45 หรือเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 2,501 – 5,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 ถัดมาในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001-7,000 บาท จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 ส่วนผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 7,001 บาทจนถึงมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยลงตามลำดับ ดังตาราง 4.6

ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มวัยรุ่น (n = 80)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 2,500 บาท	36	45.0
ระหว่าง 2,501 – 5,000 บาท	17	21.3
ระหว่าง 5,001 – 7,500 บาท	14	17.5
ระหว่าง 7,501 – 10,000 บาท	10	12.5
ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป	3	3.8
รวม	80	100

จากข้อมูลเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 2,500 บาทต่อเดือน หรือเฉลี่ยวันละประมาณ 83 บาท และสัดส่วนของผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนก็ลดลงตามจำนวนรายได้ในแต่ละช่วง ดังจะเห็นได้จากตาราง 4.6 ว่า ผู้ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่าหนึ่งหมื่นบาทมีเพียงสามคนเท่านั้น และจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับรายได้ทั้งแบบรายวัน รายอาทิตย์ และรายครึ่งเดือน ยกเว้นกลุ่มตัวอย่างที่ทำงานแล้วมีรายได้จากเงินเดือนของตนเอง รายได้ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะใช้เป็นค่าอาหารกลางวัน ค่าขนม ค่ารถโดยสาร และค่าเครื่องเขียน อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างสามารถขอเงินเพิ่มเติมจากผู้ปกครองได้ในกรณีพิเศษ เช่น ค่ารายงาน หรือค่ากิจกรรมพิเศษระหว่างเรียน ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษาที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 2,500 บาท



แหล่งที่มาของรายได้

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องแหล่งที่มาของรายได้ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 91.3 หรือเกือบทั้งหมดมีรายได้จากพ่อแม่หรือผู้ปกครอง ผู้ที่มีรายได้เสริมจากการทำงานพิเศษ มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ผู้ที่มีรายได้เสริมจากทุนการศึกษา มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ส่วนผู้ที่มีรายได้จากการทำงานประจำมีเพียง 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5 เท่านั้น ดังตาราง 4.7

ตาราง 4.7 จำนวนและร้อยละตามแหล่งที่มาของรายได้ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่น (n = 80)

แหล่งที่มาของรายได้	จำนวน	ร้อยละ
พ่อแม่/ ผู้ปกครอง	73	91.3
งานพิเศษ/ พาร์ทไทม์	12	15.0
ทุนการศึกษา	6	7.5
งานประจำ	4	5.0

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากข้อมูลเชิงปริมาณแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีรายได้หลักมาจากผู้ปกครอง ในขณะที่เดียวกันจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีรายได้เพิ่มเติมจากการทำงานพิเศษ เช่น การสอนหนังสือ และการสอนเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี (Cover Dance) เป็นต้น เพราะอยากหารายได้เสริมด้วยตนเอง แต่งานพิเศษดังกล่าวก็เป็นการรับจ้างเพียงครั้งคราวเท่านั้น รายได้เสริมในส่วนนี้จึงไม่มีความแน่นอนในแต่ละเดือน ส่วนผู้ที่มีรายได้เสริมจากการรับทุนการศึกษา ได้มาจากกองทุนเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา (กยศ.) ซึ่งได้รับเป็นประจำทุกเดือน แต่การที่ได้รับเงินจากทุนการศึกษาเป็นประจำนี้ก็ทำให้รายได้ที่ได้รับจากผู้ปกครองลดลง

ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแหล่งมีรายได้หลักมาจากพ่อแม่หรือผู้ปกครองเกือบทุกคน แม้ว่าบางคนจะมีรายได้เสริมจากการทำงานพิเศษหรือได้รับทุนการศึกษา

4.2 พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย ข้อมูลสาเหตุในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ข้อมูลแหล่งที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ข้อมูลปริมาณในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี และข้อมูลลักษณะการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ ดังนี้

สาเหตุในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ผลการศึกษสาเหตุในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีประกอบการสำรวจเบื้องต้นว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมของประเทศใดบ้างก่อนที่จะหันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ข้อมูลการรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลี และข้อมูลเหตุผลในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ดังนี้

การฟังเพลงสมัยนิยมจากประเทศอื่นก่อนรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลี

เพลงสมัยนิยมเกาหลีเริ่มเข้ามาในประเทศไทยราวปี พ.ศ. 2545 ซึ่งก่อนหน้านี้มีเพลงสมัยนิยมจากประเทศต่างๆ อยู่ก่อนแล้ว ผลการศึกษาการฟังเพลงสมัยนิยมของประเทศต่างๆ ที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เลือกฟังก่อนที่จะหันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกฟังเพลงสมัยนิยมของไทยเป็นอันดับหนึ่ง เลือกฟังเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นเป็นอันดับสอง และเลือกฟังเพลงสมัยนิยมอเมริกันเป็นอันดับสาม ตามลำดับ ดังตาราง 4.8

ตาราง 4.8 การเลือกฟังเพลงจากประเทศอื่นก่อนที่จะมาฟังเพลงเกาหลี (n = 80)

ที่	เพลง	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3		ค่าเฉลี่ย
		n	%	n	%	n	%	
1	ไทย	46	57.5	13	16.3	15	18.8	2.23
2	ญี่ปุ่น	20	25.0	15	18.8	25	31.3	1.43
3	อเมริกา	1	1.3	23	28.8	30	37.5	0.98
4	อังกฤษ	9	11.2	16	20.0	4	5.0	0.78
5	ไต้หวัน	4	5.0	8	10.0	1	1.3	0.36
6	จีน	-	-	5	6.3	5	6.3	0.22
รวม		80	100	80	100	80	100	

จากตาราง 4.8 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมไทยเป็นอันดับหนึ่ง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 หรือมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และจากการสัมภาษณ์พบว่าเหตุผลที่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมไทยเพราะฟังภาษาไทยรู้เรื่อง ทำให้สามารถเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงได้ดี เพลงสมัยนิยมไทยที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกฟังจึงเป็นเพลงช้า ฟังสบาย และมีเนื้อหาที่กินใจ กลุ่มตัวอย่างเลือกฟังเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นและอเมริกานั้นเป็นอันดับรองลงมาจากเพลงสมัยนิยมไทย เพราะกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถเข้าใจภาษาญี่ปุ่นและภาษาอังกฤษได้ดีเท่ากับภาษาไทย จึงไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงได้ทั้งหมด แต่ถึงกระนั้นกลุ่มตัวอย่างก็เลือกฟังเพราะเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นและอเมริกันมีดนตรีที่สนุกสนาน มีเอกลักษณ์

เฉพาะตัวและมีความเป็นสากล อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างยังมีความคุ้นเคยกับสื่อบันเทิงอื่นๆ เช่น การ์ตูน ญี่ปุ่น และภาพยนตร์อเมริกัน ซึ่งมีอยู่ในสังคมไทยมานาน ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมไทยเพราะสามารถเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงได้ดี ในขณะที่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมของประเทศอื่นเพราะความชื่นชอบรูปแบบของคนตรีมากกว่าความเข้าใจเนื้อหาของบทเพลง

การรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ในประเด็นการรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้จักและหันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีในลักษณะที่แตกต่างกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

1. รู้จักด้วยตนเอง เป็นการพบเพลงสมัยนิยมเกาหลีโดยบังเอิญจากแหล่งต่างๆ เช่น โทรทัศน์ (Free TV) เคเบิลทีวี (Cable TV) วิทยุ และอินเทอร์เน็ต (Internet) ซึ่งแม้ว่าจะเป็นการรู้จักโดยไม่ได้ตั้งใจ แต่เมื่อได้ทดลองฟังก็เกิดความประทับใจในทันที
2. รู้จักโดยการแนะนำ ผู้ที่แนะนำให้กลุ่มตัวอย่างรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลี ได้แก่ เพื่อนสนิท หรือญาติซึ่งมีอายุรุ่นราวคราวเดียวกัน ลักษณะของการแนะนำคือ แนะนำให้รู้จักศิลปินเกาหลีก่อนแล้วจึงนำผลงานมาให้ชมในภายหลัง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยืนยันว่าเริ่มประทับใจที่รูปโฉมของนักร้องเกาหลีก่อน เมื่อได้ชมผลงานแล้วจึงยิ่งรู้สึกทึ่งและประทับใจมากขึ้น เพราะนักร้องเกาหลีทั้งหน้าตาดีและมีความสามารถสูง เมื่อกลุ่มตัวอย่างรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีแล้ว ตนเองก็จะแนะนำต่อให้คนอื่นได้รู้จัก ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างจึงมีบทบาททั้งการเป็นผู้ถูกแนะนำให้รู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลี และเป็นผู้แนะนำต่อไป
3. ประทับใจละครโทรทัศน์และภาพยนตร์เกาหลีมาก่อน เพราะเพลงประกอบละครโทรทัศน์และภาพยนตร์เกาหลีมีความไพเราะ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จึงหาฟังเพลงเหล่านี้เพิ่มจากวิทยุและอินเทอร์เน็ต (Internet) และขยายไปสู่การทดลองฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่มีใช้เพลงประกอบละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์เกาหลี อีกสาเหตุหนึ่งก็คือ นักร้องเกาหลีหลายแสดงละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ด้วย กลุ่มตัวอย่างจึงติดตามทุกผลงานของศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ ทั้งผลงานการแสดง ผลงานเพลง และผลงานโฆษณาของศิลปินเกาหลี
4. สนใจการเดินแบบเกาหลี กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีความคิดเห็นว่าการเดินของศิลปินเกาหลีมีความแปลกใหม่และมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แตกต่างจากรูปแบบการเดินที่กลุ่มตัวอย่างคุ้นเคยมาก่อนหน้านี้ ประกอบกับกระแสการเดินเลียนแบบศิลปินเกาหลี

(Cover Dance) เริ่มเป็นที่นิยมมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจึงเริ่มฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อเลือกเลียนแบบท่าเต้นของศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบ

5. ชอบฟังเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นมาก่อน รายการเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นทางโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ติดตามชมอยู่ ได้นำเพลงสมัยนิยมเกาหลีมาเปิดในรายการมากขึ้น ซึ่งเป็นช่วงที่ละครโทรทัศน์เกาหลีกำลังได้รับความนิยม ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่ฟังเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีมากขึ้น ประกอบกับศิลปินเกาหลีเดินทางมาโปรโมทผลงานในประเทศไทยมากขึ้น จึงมีข่าวคราวให้ติดตามตลอดเวลา ซึ่งสวนทางกับเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นที่ไม่ค่อยมีข่าวสารให้ติดตาม และศิลปินญี่ปุ่นไม่ค่อยเดินทางมาโปรโมทผลงานในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จึงหันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมากขึ้น แต่ก็ยืนยันว่าความชอบเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นมิได้ลดน้อยลง

6. มีอคติต่อกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีความรู้สึกอคติต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี เพราะคนรอบข้างโดยเฉพาะกลุ่มเพื่อนแสดงความชื่นชอบศิลปินเกาหลีมากเกินไป และกลายเป็นความรู้สึกต่อต้านสื่อบันเทิงเกาหลี ซึ่งความรู้สึกอคตินั้นผลักดันให้ทดลองฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อหาคำตอบว่าเพราะเหตุใดเพลงสมัยนิยมเกาหลีจึงเป็นที่ชื่นชอบของวัยรุ่นหลายคน แต่เมื่อได้ทดลองฟังแล้วก็เกิดความชอบ ความรู้สึกอคติต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่เคยมีก็หมดไปและหันมาติดตามฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีอย่างจริงจัง

เหตุผลในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ผลจากการศึกษาเหตุผลในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อความบันเทิงเป็นลำดับแรก รองลงมาคือฟังเพื่อฆ่าเวลาหรือแก้เหงา และลำดับที่สามคือ เลือกฟังเพื่อเลียนแบบท่าเต้นของศิลปินเกาหลี ดังตาราง 4.9

ตาราง 4.9 เหตุผลในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

เหตุผลที่เลือกฟังเพลงเกาหลี	ระดับเหตุผลในการฟัง					ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เพื่อความบันเทิง	66 (82.5%)	14 (17.5%)	-	-	-	4.82	มากที่สุด
เพื่อฆ่าเวลา, แก้เหงา	12 (15.0%)	49 (61.3%)	18 (22.5%)	1 (1.3%)	-	3.90	มาก

ตาราง 4.9 (ต่อ)

เหตุผลที่เลือกฟังเพลง เกาหลี	ระดับเหตุผลในการฟัง					ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด		
เพื่อเลียนแบบท่าเต้นของ ศิลปินที่ชื่นชอบ	24 (30.0%)	29 (36.3%)	8 (10.0%)	8 (10.0%)	11 (13.8%)	3.58	มาก
เพราะประทับใจละคร, ภาพยนตร์เกาหลีมาก่อน	22 (27.5%)	22 (27.5%)	15 (18.8%)	20 (25.0%)	1 (1.3%)	3.55	มาก
เพื่อจะได้มีเรื่องไปสนทนา กับเพื่อน	3 (3.8%)	37 (46.3%)	23 (28.8%)	6 (7.5%)	11 (13.8%)	3.18	ปานกลาง
เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของ วัยรุ่นเกาหลี	8 (10.0%)	12 (15.0%)	31 (38.8%)	22 (27.5%)	7 (8.8%)	2.90	ปานกลาง
เพื่อให้เห็นว่าตนเป็นคน ทันสมัย	6 (7.5%)	6 (7.5%)	43 (53.8%)	12 (15.0%)	13 (16.3%)	2.75	ปานกลาง

จากตาราง 4.9 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อตอบสนองทางอารมณ์ของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการฟังเพื่อความบันเทิงหรือฟังการฆ่าเวลา ตาราง 4.9 ยังแสดงให้เห็นว่า เพลงสมัยนิยมเกาหลีสามารถดึงดูดความสนใจของวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อเลียนแบบท่าเต้นของนักร้องเกาหลี เช่นเดียวกับการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพราะประทับใจภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เกาหลีมาก่อน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า สื่อบันเทิงเกาหลีนอกจากจะมีความน่าดึงดูดใจในตัวเองแล้ว ยังสามารถกระตุ้นให้วัยรุ่นชื่นชอบสื่อบันเทิงเกาหลีประเภทอื่นได้อีกด้วย

จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมานี้ จึงสามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ฟังเพลงสมัยนิยมของประเทศไทย ญี่ปุ่น และอเมริกามาก่อนที่จะฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี แต่ต่อมาเมื่อได้รู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีแล้ว ก็หันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมากขึ้น โดยวัยรุ่นส่วนใหญ่รู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากการแนะนำของเพื่อนสนิท ซึ่งความสนใจเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เกิดจากความประทับใจในรูปแบบของศิลปินเกาหลีมาก่อน แล้วจึงติดตามผลงานในภายหลัง เมื่อได้รู้จักศิลปินเกาหลีในทุกด้านทั้งหน้าตา ผลงาน และความสามารถ ก็ยิ่งทำให้เกิดความประทับใจในเพลงสมัยนิยมเกาหลีและติดตามเรื่อยมา เหตุผลในการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีคือ ฟังเพื่อความบันเทิง และฟังเพื่อฆ่าเวลา ซึ่งเป็นการฟังเพลงที่ตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ส่วนตัวของวัยรุ่นเอง

แหล่งที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องแหล่งที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างสามารถฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีได้จากหลายแหล่ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต (Internet) เครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP3 Player) ซีดีเพลง (CDs) โทรศัพท์มือถือ เคเบิลทีวี (Cable TV) โทรทัศน์ (Free TV) และวิทยุ ตามลำดับ ดังแสดงในตาราง 4.10

ตาราง 4.10 แหล่งที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

แหล่งที่ฟังเพลงเกาหลี	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	75	93.8
เครื่องเล่น MP3/MP4/ ซาวด์แบทช์	55	68.8
ซีดี/วีซีดี/ ดีวีดี	46	57.5
โทรศัพท์มือถือ	44	55.0
เคเบิลทีวี	44	55.0
โทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, Thai PBS)	43	53.8
เครื่องรับวิทยุ	42	52.5

หมายเหตุ: เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 4.10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างสามารถฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีได้จากหลายแหล่ง แต่แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต มีผู้ที่นิยมฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากอินเทอร์เน็ตมากที่สุดจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3 หรือเกือบสามในสี่ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมานิยมเลือกฟังจาก โทรศัพท์มือถือมากที่สุดมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนผู้ที่นิยมเลือกฟังจากเครื่องรับวิทยุ ฟังจากเครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP3 Player) และฟังจากเคเบิลทีวี (Cable TV) มีจำนวนน้อยลงตามลำดับ ดังตาราง 4.11

ตาราง 4.11 แหล่งที่เลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมากที่สุด (n = 80)

แหล่งที่ฟังเลือกเพลงเกาหลีมากที่สุด	จำนวน	ร้อยละ
อินเทอร์เน็ต	57	71.3
โทรศัพท์มือถือ	10	12.5
เครื่องรับวิทยุ	6	7.5
เครื่องเล่น MP3/MP4/ ซาวด์แบทช์	5	6.2
เคเบิลทีวี	2	2.5
รวม	80	100

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด เพราะเป็นสื่อที่มีอยู่ในบ้านของกลุ่มตัวอย่างทุกคน สามารถเข้าถึงได้ง่าย และเลือกฟังเพลงที่ต้องการได้ตลอดเวลา เช่นเดียวกับการเลือกฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากโทรศัพท์มือถือ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างนิยมเลือกฟังเป็นลำดับรองลงมา เพราะโทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์ส่วนตัวที่วัยรุ่นมีทุกคน โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันนอกจากจะเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารแล้วยังสามารถเป็นอุปกรณ์สำหรับฟังเพลง ฟังวิทยุ ดูโทรทัศน์ และสามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ โทรศัพท์มือถือจึงเป็นของใช้ส่วนตัวชิ้นหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีได้ตลอดเวลา

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีสามารถหาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีได้จากหลายแหล่ง แต่วัยรุ่นนิยมฟังจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด และรองลงมาคือการฟังจากโทรศัพท์มือถือซึ่งเป็นของใช้ส่วนตัวของวัยรุ่นเอง การเลือกแหล่งที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่สะท้อนให้เห็นว่า วัยรุ่นสามารถเลือกฟังเพลงที่ต้องการได้ด้วยตนเอง และสามารถฟังซ้ำได้บ่อยครั้งตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งต่างจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือเคเบิลทีวี ที่วัยรุ่นจะมีสถานะเป็นผู้ฟังเพียงอย่างเดียว ไม่สามารถเลือกฟังเพลงที่ต้องการเป็นพิเศษได้ วัยรุ่นจึงไม่นิยมฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากสื่อเหล่านี้มากนัก

ปริมาณในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

1) ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่แตกต่างกัน จำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละช่วงระยะเวลามีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน ดังนี้ ผู้ที่ฟังมาเป็นระยะเวลา 1-3 ปี มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 หรือประมาณหนึ่งในสาม และผู้ที่ฟังมานาน 4-6 ปี มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 หรือประมาณหนึ่งในสามเช่นกัน ส่วนกลุ่มที่มีขนาดรองลงมาคือผู้ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี มีระยะเวลาในการฟังน้อยกว่า 1 ปี มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ดังตาราง 4.12

ตาราง 4.12 ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

ระยะเวลาในการฟังเพลงเกาหลี	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	18	22.5
1-3 ปี	26	32.5
4-6 ปี	25	31.3
7-9 ปี	6	7.5
9 ปีขึ้นไป	5	6.2
รวม	80	100

จากตาราง 4.12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมานานตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป ซึ่งนับว่าเป็นกลุ่มที่ฟังมาตั้งแต่เพลงสมัยนิยมเกาหลีเริ่มเข้ามาในประเทศไทยนั้นมีจำนวนเพียง 11 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 หรือประมาณหนึ่งในสิบเท่านั้น แม้ว่าจะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนน้อยแต่ก็เป็นกลุ่มที่มีฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมาอย่างยาวนานและจริงจัง เมื่อพิจารณาถึงช่วงอายุที่เริ่มฟัง ก็พบว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เริ่มสนใจเพลงสมัยนิยมเกาหลีตั้งแต่ช่วงย่างเข้าสู่วัยรุ่น และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า ในปัจจุบัน วัยรุ่นกลุ่มนี้มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี สอนเต้นเลียนแบบนักร้องเกาหลี เป็นแกนนำในการจัดงานพบปะสังสรรค์ในกลุ่มแฟนคลับนักร้องเกาหลี เป็นผู้รับส่งชื่อของที่ระลึกของศิลปินเกาหลี หรือจองบัตรคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีให้แก่แฟนคลับของนักร้องเกาหลีอีกด้วย

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีระยะเวลาในการฟังมาแล้วประมาณ 1-6 ปี ส่วนผู้ที่เพิ่งฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีไม่นาน หรือมีระยะเวลาในการฟังน้อยกว่า 1 ปีนั้น ก็มีจำนวนถึงหนึ่งในห้าของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด แสดงให้เห็นว่า เพลงสมัยนิยมเกาหลียังคงได้รับความสนใจจากวัยรุ่นในปัจจุบัน และยังสามารถสร้างกลุ่มผู้ฟังใหม่ได้อยู่เรื่อยๆ ส่วนผู้ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมานานตั้งแต่ 7 ปีขึ้นไป ในปัจจุบันก็ยังคงติดตามอยู่อย่างเหนียวแน่น และเพิ่มบทบาทของตัวเองในการเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร หรือเป็นตัวแทนในการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี

2) ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่อสัปดาห์

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทุกวัน มีจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 56.2 หรือมากกว่าครึ่งหนึ่ง รองลงมาฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และถัดมาในสัดส่วนใกล้เคียงกันฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 ส่วนผู้ที่ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์มีจำนวนเพียง 7 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 หรือไม่ถึงหนึ่งในสิบของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ดังตาราง 4.13

ตาราง 4.13 ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

ความถี่ในการฟังเพลงเกาหลี	จำนวน	ร้อยละ
ฟังทุกวัน	45	56.2
ฟัง 1-2 ครั้ง/ สัปดาห์	7	8.8
ฟัง 3-4 ครั้ง/ สัปดาห์	13	16.2
ฟัง 5-6 ครั้ง/ สัปดาห์	15	18.8
รวม	80	100

ดังนั้น จึงสามารถกล่าวได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีตั้งแต่ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ จนถึงฟังทุกวัน

3) ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแต่ละครั้ง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการฟังระหว่าง 30 นาที - 1 ชั่วโมงต่อครั้ง มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25 เท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการฟังระหว่าง 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ถัดมาคือกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ระยะเวลาในการฟังระหว่าง 2-3 ชั่วโมงต่อครั้ง มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 ดังตาราง 4.14

ตาราง 4.14 ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแต่ละครั้ง (n = 80)

ระยะเวลาในการฟังเพลงเกาหลีแต่ละครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 นาที	16	20.0
30 นาที - 1 ชั่วโมง	20	25.0
1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง	20	25.0
2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง	18	22.5
3 ชั่วโมงขึ้นไป	6	7.5
รวม	80	100

จากตาราง 4.14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ใช้เวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20 หรือหนึ่งในห้าของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด จากการสัมภาษณ์พบว่า แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะเปิดฟังเพลงน้อยกว่า 30 นาทีต่อครั้ง แต่กลุ่มตัวอย่างก็เปิดฟังบ่อยครั้งเท่าที่จะมีโอกาส เช่น ช่วงเปลี่ยนชั่วโมงเรียน ช่วงพักกลางวัน และหลังเลิกเรียน เป็นต้น ซึ่งหากรวมเวลาทั้งหมดที่ฟังก็อาจจะมากกว่า 30 นาที ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีตั้งแต่ 3 ชั่วโมงขึ้นไป มีจำนวนเพียง 6 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 หรือไม่ถึงหนึ่งในสิบ แต่

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า เป็นกลุ่มที่สนใจการเดินเลี่ยนแบบศิลปินเกาหลีอย่างจริงจัง จึงใช้เวลาส่วนใหญ่ในการแกะท่าเต้นและฝึกซ้อมการเต้น

ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีปริมาณในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีค่อนข้างมาก โดยเปิดฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทุกวันและมีการฟังอย่างต่อเนื่องในแต่ละครั้งตั้งแต่ 30 นาทีถึง 3 ชั่วโมง ผู้ที่ใช้เวลาในการฟังแต่ละครั้งน้อยกว่า 30 นาที ก็มีการเปิดฟังบ่อยครั้งในแต่ละวัน ส่วนผู้ที่ฟังมากกว่า 3 ชั่วโมงขึ้นไป ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่สนใจการเดินเลี่ยนแบบศิลปินเกาหลี ซึ่งแม้ว่าจะเป็นกลุ่มผู้ฟังที่มีจำนวนน้อย แต่ผู้ฟังกลุ่มนี้ก็มี ความจดจ่อกับการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีค่อนข้างมาก

ลักษณะการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ผลการศึกษาในส่วนนี้ประกอบด้วยข้อมูลความเข้าใจเนื้อหาของเพลงสมัยนิยมเกาหลี ข้อมูลลักษณะทั่วไปในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ข้อมูลการฟังสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับบุคคลอื่น และ ข้อมูลการฟังสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับการทำกิจกรรมต่างๆ มีผลการศึกษาดังนี้

1) ความเข้าใจเนื้อหาของเพลงสมัยนิยมเกาหลี

เพลงสมัยนิยมเกาหลีใช้ภาษาเกาหลีเป็นภาษาหลักแทรกด้วยคำภาษาอังกฤษในบางท่อน ผู้วิจัยจึงสำรวจความเข้าใจภาษาเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างในขั้นต้น จากตาราง 4.15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจภาษาเกาหลีเป็นบางคำมีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 86.2 ส่วนที่เหลือนั้นไม่เข้าใจภาษาเกาหลีเลย มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 13.8 จึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเกือบทั้งหมดไม่เข้าใจภาษาเกาหลีเลย ดังตาราง 4.15

ตาราง 4.15 ความเข้าใจภาษาเกาหลี (n = 80)

ความเข้าใจภาษาเกาหลี	จำนวน	ร้อยละ
เข้าใจเป็นบางคำ	69	86.2
ไม่เข้าใจเลย	11	13.8
รวม	80	100

เมื่อสำรวจความเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงสมัยนิยมเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใจความหมายของเพลงสมัยนิยมเกาหลีเป็นบางคำมีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 77.5 ผู้ที่ไม่เข้าใจความหมายของบทเพลงที่ฟังอยู่เลยมีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 ส่วนผู้ที่เข้าใจความหมายของบทเพลงที่ฟังเป็นอย่างดีมีจำนวนเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 เท่านั้น ดังตาราง 4.16



ตาราง 4.16 การเข้าใจความหมายของเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

ความเข้าใจความหมายของเพลงเกาหลี	จำนวน	ร้อยละ
เข้าใจเป็นบางคำ	62	77.5
ไม่เข้าใจเลย	15	18.8
เข้าใจเป็นอย่างดี	3	3.7
รวม	80	100

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใจภาษาเกาหลีในเนื้อเพลงเป็นบางคำ เพราะเป็นคำศัพท์ง่ายๆ ที่คุ้นเคยมาจากละครโทรทัศน์เกาหลี หรือได้ยินบ่อยๆ ในเพลงสมัยนิยมเกาหลีหลายเพลง ส่วนผู้ที่เข้าใจความหมายของบทเพลงเป็นอย่างดีนั้น เป็นนักเรียนและนักศึกษาที่กำลังเรียนภาษาเกาหลี กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมิได้ให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงมากนัก แต่ถึงกระนั้น หากกลุ่มตัวอย่างต้องการทราบความหมายของเพลง ก็สามารถสืบค้นได้จากอินเทอร์เน็ต แต่การทราบความหมายของบทเพลงก็ช่วยทำให้เข้าใจเนื้อหาในมิวสิกวิดีโอและท่าเต้นของนักร้องเกาหลีเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเกือบทั้งหมดไม่มีความรู้ความเข้าใจภาษาเกาหลีเลย แต่ความไม่เข้าใจภาษาเกาหลีนี้มิได้เป็นอุปสรรคต่อการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแต่อย่างใด เพราะวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต้องการเพียงแต่ความสนุกสนาน เพลิดเพลินเท่านั้น

2) ลักษณะทั่วไปในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ผลจากการตอบแบบสอบถามเรื่องลักษณะทั่วไปในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมักร้องคลอตามไปด้วยขณะที่ฟังมากที่สุด เป็นการแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมกับเพลงที่กำลังฟังอยู่ และการร้องคลอตามก็สามารถทำได้ง่ายรองลงมา คือการฟังเพียงอย่างเดียวด้วยความตั้งใจ ดังตาราง 4.17

ตาราง 4.17 ลักษณะทั่วไปในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

ลักษณะการฟังเพลงเกาหลี	ระดับของลักษณะการฟัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ฟังและร้องคลอตามไปด้วย	19 (23.8%)	45 (56.3%)	12 (15.0%)	4 (5.0%)	-
ฟังเพียงอย่างเดียว	14 (17.5%)	30 (37.5%)	32 (40.0%)	4 (5.0%)	-

ตาราง 4.17 (ต่อ)

ลักษณะการฟังเพลงเกาหลี	ระดับของลักษณะการฟัง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ฟังและเดินตามทำเต็นของศิลปินไปด้วย .	22 (27.5%)	17 (21.3%)	25 (31.3%)	9 (11.3%)	7 (8.8%)
ฟังร้องและเดินไปพร้อมกับการฟังเพลง	17 (21.3%)	20 (25.0%)	20 (25.0%)	10 (12.5%)	13 (16.3%)

การเดินตามทำเต็นของศิลปินเกาหลีในขณะที่ฟังเพลงเป็นลักษณะการฟังที่มีการแสดงออกค่อนข้างมาก ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะเดินไปพร้อมกับการฟังเพลงเมื่ออยู่รวมกันกับเพื่อนเป็นกลุ่มใหญ่ หรือซ้อมเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี เพราะการเดินรวมกลุ่มกันช่วยลดความเหนื่อยลงไปได้มาก ส่วนผู้ที่ไม่มีทักษะในการเดิน มักจะเดินเมื่อฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีตามลำพังในห้องนอน หรือแสดงท่าทางเพียงแค่อัศจรรย์ร่างกายตามทำเต็นต่างๆ เท่านั้น

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มักจะร้องคลอตามเพลงสมัยนิยมเกาหลีขณะที่ฟัง เพราะเป็นการแสดงออกถึงการมีอารมณ์ร่วมกับเพลงที่ฟังอยู่ได้ง่ายที่สุด ส่วนการเดินตามทำเต็นของนักร้องเกาหลีขณะที่ฟังเพลงนั้น กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะของการแสดงออกที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับทักษะในการเดินและความมั่นใจของแต่ละคน อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการฟังเพลงในลักษณะใด ส่วนสะท้อนให้เห็นถึงการมีอารมณ์ร่วมของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่ฟังอยู่ได้อย่างชัดเจน

3) การฟังเพลงเกาหลีร่วมกับบุคคลอื่น

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีคนเดียว มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 71.2 หรือเกือบสามในสี่ โดยส่วนใหญ่จะฟังในห้องนอนเพราะมีความเป็นส่วนตัว ไม่รบกวนผู้อื่น และสามารถร้องหรือเดินตามทำเต็นของนักร้องเกาหลีได้โดยไม่เงินอายว่าจะมีผู้อื่นเห็น กลุ่มตัวอย่างที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับเพื่อน มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 25 หรือหนึ่งในสี่ โดยการฟังกับเพื่อนมักจะใช้เวลาว่างในช่วงเปลี่ยนชั่วโมงเรียน ช่วงพักกลางวัน และหลังเลิกเรียน ส่วนใหญ่ใช้วิธีการฟังผ่านโทรศัพท์มือถือ หรือเครื่องคอมพิวเตอร์แบบพกพา (Laptop) เหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างนิยมฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับเพื่อน เพราะสามารถแสดงความคิดเห็นศิลปินร่วมกัน และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้ทันที สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับสมาชิกในครอบครัวมีเพียง 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 เท่านั้น ดังตาราง 4.18

ตาราง 4.18 บุคคลที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีด้วย (n = 80)

บุคคลที่ฟังเพลงเกาหลีด้วย	จำนวน	ร้อยละ
ฟังคนเดียว	57	71.2
ฟังกับเพื่อน	20	25.0
ฟังกับสมาชิกในครอบครัว	3	3.8
รวม	80	100

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า เกือบสามในสี่ของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีชอบฟังตามลำพังเพราะต้องการความเป็นส่วนตัว และส่วนที่เหลือชอบฟังกับเพื่อน เพราะสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันได้ทันที มีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับสมาชิกในครอบครัว

4) การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับการทำกิจกรรมอื่นๆ

จากผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีในขณะที่เดินทางมากที่สุด ซึ่งการฟังขณะเดินทางนั้น มีผู้ฟังในระดับมากที่สุดจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 52.5 หรือครึ่งหนึ่งของทั้งหมด ผู้ที่ฟังในระดับปานกลางถึงมากมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ฟังในระดับปานกลางจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ส่วนฟังในระดับมากมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 โดยลักษณะการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีขณะเดินทาง หรือฟังขณะอยู่บนรถโดยสารนั้น กลุ่มตัวอย่างจะใช้หูฟัง (Earphone) เพื่อความเป็นส่วนตัวและไม่รบกวนผู้อื่น กิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมทำพร้อมกับการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเป็นลำดับรองลงมาคือ การทำงาน หรืออ่านหนังสือ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีพร้อมกับการทำงานหรืออ่านหนังสือในระดับปานกลาง มาก และมากที่สุด มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน ดังตาราง 4.19

ตาราง 4.19 การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับการทำกิจกรรมอื่นๆ (n = 80)

กิจกรรม	ระดับความสม่ำเสมอ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ฟังขณะอยู่บนรถโดยสารหรือระหว่างการเดินทาง	42 (52.5%)	14 (17.5%)	16 (20.0%)	6 (7.5%)	2 (2.5%)
ฟังขณะทำการบ้าน/ อ่านหนังสือ/ ทำงาน	23 (28.8%)	23 (28.8%)	27 (33.8%)	6 (7.5%)	1 (1.3%)
ฟังเพียงอย่างเดียวด้วยความตั้งใจ	8 (10.0%)	43 (53.8%)	25 (31.3%)	4 (5.0%)	-

ตาราง 4.19 (ต่อ)

กิจกรรม	ระดับความสม่ำเสมอ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ฟังขณะทำกิจกรรมต่างๆ ในบ้าน เช่น ทำความสะอาดบ้าน รดน้ำต้นไม้ ล้างจาน ฯลฯ	20 (25.0%)	24 (30.0%)	18 (22.5%)	13 (16.3%)	5 (6.3%)
ฟังขณะเล่นกีฬา/ออกกำลังกาย	19 (23.8%)	5 (6.3%)	27 (33.8%)	14 (17.5%)	15 (18.8%)
ฟังขณะทำธุระส่วนตัว เช่น อาบน้ำ เข้าห้องน้ำ เป็นต้น	17 (21.3%)	11 (13.8%)	17 (21.3%)	17 (21.3%)	18 (22.5%)
ฟังระหว่างรับประทานอาหาร	-	4 (5.0%)	27 (33.8%)	40 (50.0%)	9 (11.3%)

จากผลการศึกษาการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับการทำกิจกรรมต่างๆ ในตาราง 4.19 จะเห็นได้ว่า แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีระดับความสม่ำเสมอในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีร่วมกับการทำกิจกรรมต่างๆ ในระดับที่ต่างกัน แต่ผลการศึกษาก็สะท้อนให้เห็นว่า การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีได้กลายมาเป็นกิจกรรมหนึ่งที่แทรกอยู่ในกิจวัตรประจำวันของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

จากข้อมูลทั้งหมดนี้ สามารถสรุปลักษณะการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ได้ว่า วัยรุ่นที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีไม่เข้าใจภาษาเกาหลีเลย แต่ความไม่เข้าใจภาษาเกาหลีและความไม่เข้าใจเนื้อหาของเพลงสมัยนิยมเกาหลีก็มีใช่อุปสรรคสำหรับการฟัง เพราะวัยรุ่นต้องการเพียงแต่ความสนุกสนานเพลิดเพลินในท่วงทำนองและดนตรีของเพลงสมัยนิยมเกาหลีเท่านั้น วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีตามลำพัง เพราะมีความเป็นส่วนตัวและสามารถแสดงอารมณ์ร่วมกับเพลงได้อย่างเต็มที่ โดยมักจะร้องคลอตามไปด้วยขณะที่ฟัง เพราะสามารถทำได้ง่าย วัยรุ่นเปิดฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีบ่อยครั้งเท่าที่จะมีโอกาส โดยเฉพาะระหว่างการเดินทาง เพราะเป็นช่วงเวลาที่ไม่สามารถกิจกรรมอย่างอื่นได้ นอกจากนี้วัยรุ่นยังฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีไปพร้อมกับการทำงานหรืออ่านหนังสือ และยืนยันว่าไม่เป็นการรบกวนสมาธิในการทำงานหรือทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานแย่งลง

4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลีและวัฒนธรรมเกาหลี

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลีและวัฒนธรรมเกาหลีประกอบด้วย ความคิดเห็นของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี กิจกรรมต่างๆ ที่วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ทำหลังจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี และความคิดเห็นของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี มีรายละเอียดดังนี้

ความคิดเห็นของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี

แบ่งเป็น 3 ด้านคือ ด้านตัวศิลปินเกาหลี ด้านบทเพลง และด้านมิวสิกวิดีโอ มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านตัวศิลปิน

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าศิลปินเกาหลีมีความสามารถในการเต้น สามารถเต้นได้อย่างสวยงามและมีความพร้อมเพรียง เช่นเดียวกับ ความชื่นชมหน้าตาของศิลปิน รองลงมาคือเห็นด้วยว่า ศิลปินเกาหลีมีความสามารถทางการแสดง และน้ำเสียงมีคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความคิดเห็นในแต่ละประเด็นอยู่ในระดับเห็นด้วยและเห็นด้วยอย่างยิ่ง ซึ่งเป็นทัศนคติเชิงบวกทั้งสิ้น ดังตาราง 4.20

ตาราง 4.20 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านศิลปิน (n = 80)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
นักร้องมีความ สามารถในการ เต้น ได้สวยงาม และมีความ พร้อมเพรียง	48 (60.0%)	31 (38.8%)	1 (1.3%)	-	-	4.58	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
นักร้องหน้าตาดี	45 (56.3%)	31 (38.8%)	1 (1.3%)	3 (3.8%)	-	4.47	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
นักร้องมีความ สามารถทางการ แสดง	38 (47.5%)	35 (43.8%)	6 (7.5%)	1 (1.3%)	-	4.37	เห็นด้วย
น้ำเสียงนักร้องมีคุณภาพ	34 (42.5%)	35 (43.8%)	7 (8.8%)	4 (5.0%)	-	4.23	เห็นด้วย
รวม						4.41	เห็นด้วย

จากตาราง 4.20 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อศิลปินเกาหลีในเชิงบวกทุกๆ ด้าน โดยภาพรวมแล้วมีความคิดเห็นต่อความสามารถในการเต้นที่สวยงามและมีความพร้อมเพรียง และด้านบุคลิกภาพของศิลปินเกาหลี ทั้งสองประเด็นนี้สอดคล้องกับเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างหันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีว่า เริ่มประทับใจนักร้องเกาหลีจากรูปร่างหน้าตา ก่อน เมื่อได้ฟังเพลงและได้ชมท่าเต้นที่สวยงามพร้อมเพรียงแล้วยังเกิดความประทับใจมากขึ้น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่างประทับใจที่นักร้องเกาหลีมีความพยายามและมีความอดทนสูง ต้องฝึกซ้อมอย่างหนักและฝ่าฟันอุปสรรคมากมายกว่าจะได้ออกอัลบั้มเพลง ศิลปินเกาหลีบางกลุ่มใช้เวลาฝึกซ้อมเกือบแปดปี แต่เมื่อเปิดตัวแล้วก็สามารถร้องและเต้นได้อย่างมีคุณภาพ

ภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีมีส่วนสำคัญอย่างมากที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเพลงสมัยนิยมเกาหลี นักร้องเกาหลีมีหน้าตาที่ขาวใส เป็นธรรมชาติ และดึงดูดวัยรุ่นให้เกิดความประทับใจ แม้ว่าจะมีการเปิดเผยเบื้องหลังความสวยงามของรูปร่างหน้าตาของศิลปินเกาหลีว่าเป็นเพราะการทำศัลยกรรม แต่กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการทำศัลยกรรมของนักร้องเกาหลีเป็นเรื่องปกติ หากทำศัลยกรรมแล้วดูดีก็ไม่ว่าว่าเป็นเรื่องเสียหาย นักร้องเกาหลีหลายคนก็ทำศัลยกรรมมากกว่าหนึ่งครั้ง ในทางกลับกันกลุ่มตัวอย่างกลับมีความคิดเห็นว่าการเปิดเผยเบื้องหลังของนักร้องเกาหลีเช่นนี้เป็นการแสดงความจริงใจอย่างหนึ่งที่นักร้องเกาหลีมีต่อผู้ฟัง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ยังประทับใจลักษณะนิสัยของศิลปินเกาหลี ว่ามีความเป็นตัวของตัวเอง มีความจริงใจและเป็นกันเองต่อแฟนคลับมาก เพราะศิลปินเกาหลีจะแสดงออกให้เห็นว่าตนเองมีทั้งข้อดีและข้อเสีย กลุ่มแฟนคลับจึงยอมรับข้อบกพร่องนั้นและเห็นเป็นเรื่องเล็กน้อย กลับกลายเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อศิลปินเกาหลีมากขึ้น

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่านักร้องเกาหลีมีน้ำเสียงที่มีคุณภาพ เพราะได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี แต่ก็มิได้หมายความว่าสมาชิกทุกคนในวงจะมีน้ำเสียงที่ดีเหมือนกัน เพราะศิลปินเกาหลีหนึ่งกลุ่ม ประกอบด้วยสมาชิกหลายคนในวง ซึ่งแต่ละคนจะมีบทบาทต่างกัน เช่น เป็นผู้ร้องหลัก เป็นผู้ร้องประสาน เป็นผู้ร้องเฉพาะท่อนเรป และเป็นผู้เต้นเดี่ยว (Solo) เฉพาะบางท่อน เป็นต้น ศิลปินเกาหลีกลุ่มหนึ่งจึงประกอบไปด้วยสมาชิกที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในแต่ละด้าน เพื่อให้ภาพรวมของผลงานเพลงนั้นออกมาดูดีที่สุด

กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีความคิดเห็นว่านักร้องเกาหลีมีความสามารถทางด้านการเต้นและการแสดงสูง เพราะได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดี การเต้นของศิลปินเกาหลีจึงมีความแข็งแรงสวยงามและพร้อมเพรียง ไม่ว่าจะเป็นการเต้นในมิวสิกวิดีโอหรือการแสดงสด (Live) บนเวที จึงยังทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบศิลปินเกาหลีมากขึ้น เป็นผู้ที่มีความสามารถอย่างแท้จริง นอกจากนี้

กลุ่มตัวอย่างยังชื่นชอบบทบาทการแสดงของนักร้องเกาหลีนักร้องเกาหลีสวมหน้ากากใน ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์เกาหลี กลุ่มตัวอย่างจึงติดตามทุกผลงานของนักร้องเกาหลีสวมหน้ากาก

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเกือบ ทั้งหมดมีความคิดเห็นตรงกันว่า ศิลปินเกาหลีมีรูปร่างหน้าตาที่ดึงดูดใจ มีน้ำเสียงที่มีคุณภาพ มีความสามารถทางการเต้นและความสามารถทางการแสดงสูง

ด้านบทเพลง

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่เห็นด้วยว่า เพลงสมัยนิยม เกาหลีมีดนตรีไพเราะและทันสมัย ผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งมีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 หรือเกิน กว่าครึ่ง และผู้ที่เห็นด้วยมีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 หรือประมาณหนึ่งในสามของทั้งหมด รองลงมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เห็นด้วยว่าบทเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีเนื้อหาชวนซึ่งน่าประทับใจ และสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี มีสัดส่วนใกล้เคียงกันกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่า บทเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีเนื้อหาชวนซึ่งน่าประทับใจและสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี หรือไม่ ดังตาราง 4.21

ตาราง 4.21 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านบทเพลง (n = 80)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง		
ดนตรีไพเราะและทันสมัย	46 (57.5%)	27 (33.8%)	3 (3.8%)	4 (5.0%)	-	4.43	เห็น ด้วย
บทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี	17 (21.3%)	30 (37.5%)	27 (33.8%)	6 (7.5%)	-	3.72	เห็น ด้วย
เนื้อหาของบทเพลงชวนซึ่ง น่าประทับใจ	17 (21.3%)	29 (36.3%)	28 (35.0%)	6 (7.5%)	-	3.71	เห็น ด้วย
รวม						3.95	เห็น ด้วย

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ไม่เข้าใจภาษาเกาหลีและเข้าใจภาษาเกาหลีที่อยู่ในบท เพลงเพียงบางคำเท่านั้น ดังได้กล่าวมาแล้ว (ตาราง 4.15 และ ตาราง 4.16) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่ม ตัวอย่างมิได้ให้ความสำคัญกับการเข้าใจความหมายของบทเพลงมากนัก และจากตาราง 4.21 ก็แสดง ให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างบางส่วนฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทั้งที่ไม่แน่ใจว่าเนื้อหาของเพลงที่ฟังอยู่เป็น

อย่างไร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างเข้าใจเนื้อหาของเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพราะเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่ฟังจากอินเทอร์เน็ต มักมีการบรรยายความหมายของเนื้อเพลง (Subtitle) เพื่ออธิบายความหมายของเนื้อเพลง ทำให้ผู้ฟังสามารถเข้าใจเนื้อหา ทำทาง การแสดงอารมณ์ ทำเดิน และเรื่องราวในบทเพลงนั้นได้ง่ายยิ่งขึ้น แต่กลุ่มตัวอย่างก็มิได้ให้ความสนใจมากนัก กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับท่วงทำนองของคนตรีที่สนุกสนานมากกว่าการทำความเข้าใจเนื้อหาของบทเพลงอย่างจริงจัง อย่างไรก็ตาม ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างก็สะท้อนให้เห็นว่า แม้กลุ่มตัวอย่างจะไม่เข้าใจเนื้อหาของบทเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่ฟังอยู่ แต่กลุ่มตัวอย่างก็มีความคิดเห็นในเชิงบวกว่า เพลงสมัยนิยมเกาหลีมีเนื้อหาที่ซาบซึ้ง น่าประทับใจ และสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี

ด้านมิวสิควิดีโอ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเกือบทั้งหมดมีทัศนคติเชิงบวกต่อมิวสิควิดีโอเพลงสมัยนิยมเกาหลีในทุกด้าน ดังตาราง 4.22

ตาราง 4.22 ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านมิวสิควิดีโอ (n = 80)

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
มุกตลกในการถ่ายทำสวยงาม	50 (62.5%)	30 (37.5%)	-	-	-	4.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การจัดแสงในมิวสิควิดีโอสวยงาม	41 (51.2%)	39 (48.8%)	-	-	-	4.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
มีความเพลิดเพลินในการผลิตมิวสิควิดีโอ	38 (47.5%)	35 (43.8%)	7 (8.8%)	-	-	4.38	เห็นด้วย
วิธีการนำเสนอ/เรื่องราวในมิวสิควิดีโอน่าสนใจ	38 (47.5%)	34 (42.5%)	8 (10.0%)	-	-	4.37	เห็นด้วย
ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม	37 (46.3%)	36 (45.0%)	7 (8.8%)	-	-	4.37	เห็นด้วย
การตัดต่อมีคุณภาพ	34 (42.5%)	42 (52.5%)	4 (5.0%)	-	-	4.37	เห็นด้วย
ดูทันสมัยและมีความเป็นสากล	35 (43.8%)	38 (47.5%)	6 (7.5%)	1 (1.3%)	-	4.33	เห็นด้วย
รวม						4.42	เห็นด้วย

จากตาราง 4.22 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีเกือบทั้งหมดความคิดเห็นตรงกันว่า มิวสิควิดีโอเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีความพิถีพิถันในการผลิต ไม่ว่าจะเป็นวิธีการนำเสนอ มุมกล้องในการถ่ายทำ การจัดแสง การใช้ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก การตัดต่อ และการใช้เทคนิคพิเศษ (Special Effect) ซึ่งทำให้เพลงสมัยนิยมเกาหลีมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและมีความเป็นสากล แม้ว่ามิวสิควิดีโอเพลงสมัยนิยมเกาหลีมักจะเน้นแต่การเต้น และถ่ายทำในสตูดิโอ แต่ผู้ผลิตก็สามารถทำให้มิวสิควิดีโอเพลงสมัยนิยมเกาหลีแต่ละเพลงมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างและโดดเด่น เป็นที่ดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้

ด้านการประชาสัมพันธ์

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีส่วนหนึ่งแสดงความคิดเห็นว่า ความสำเร็จของเพลงสมัยนิยมเกาหลีส่วนหนึ่งเกิดจากการประชาสัมพันธ์และการวางแผนการตลาดที่ดี ผู้วิจัยจึงสรุปข้อมูลการเผยแพร่ผลงานเพลงสมัยนิยมของนักร้องเกาหลีจากการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากการศึกษาของ Ubonrat Siriyuvasak & Shin Hyunjoon. (2007) และ Shin Hyunjoon (2009) ได้ดังนี้

1. การเตรียมความพร้อมของศิลปินเกาหลีเพื่อเป็นนักร้องเกาหลีที่มีคุณภาพ โดยการฝึกฝนอย่างหนักทั้งการร้องและการเต้น ตลอดจนการปรับปรุงรูปร่างให้สวยงามเป็นที่ดึงดูดความสนใจ โดยการทำศัลยกรรม ผู้ผลิตเปิดเผยข้อมูลทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังของศิลปินเกาหลี ทั้งข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานและข้อมูลส่วนตัว เพื่อเป็นการแสดงความจริงใจของนักร้องเกาหลีที่มีต่อผู้ฟัง และช่วยทำให้ศิลปินเกาหลีมีข่าวสารให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง

2. การสร้างความเป็นสากลให้แก่เพลงสมัยนิยมเกาหลีโดยการใช้ภาษาอังกฤษในการตั้งชื่อนักร้องเกาหลี และการตั้งชื่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี ควบคู่ไปกับชื่อภาษาเกาหลี เพื่อให้เพลงสมัยนิยมเกาหลีสามารถเข้าถึงผู้ฟังได้มากขึ้น ทั้งผู้ฟังชาวเกาหลีและผู้ฟังในต่างประเทศ เช่นเดียวกับการแทรกคำภาษาอังกฤษลงในเนื้อเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อให้สะดุดหูและผู้ฟังสามารถร้องตามได้ง่ายขึ้น

3. การจัดลำดับในการโปรโมทผลงานเพลง กล่าวคือ การแนะนำเฉพาะเพลง (Single) การเปิดตัวมิวสิควิดีโอ การขึ้นเวทีแสดงสด การทัวร์คอนเสิร์ต และการรวมอัลบั้ม ซึ่งมีช่วงระยะเวลาในการโปรโมทที่เหมาะสม ทำให้นักร้องเกาหลีมีข่าวสารให้ติดตามอย่างต่อเนื่อง

4. การเผยแพร่ผลงานเพลงสมัยนิยมเกาหลีในต่างประเทศ โดยการมอบลิขสิทธิ์ให้ตัวแทนจำหน่ายในต่างประเทศเป็นผู้ผลิต ผู้ได้รับลิขสิทธิ์ในการผลิตและเผยแพร่เพลงสมัยนิยมเกาหลีในประเทศไทยคือ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) และบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) ซึ่งทั้งสองเป็นบริษัทสื่อครบวงจรในประเทศไทย ที่มีสถานีวิทยุ และรายการโทรทัศน์ในเครือข่ายจำนวน

มาก การเผยแพร่เพลงสมัยนิยมเกาหลีผ่านสื่อเหล่านี้ในประเทศไทย ช่วยทำให้เพลงสมัยนิยมเกาหลีกลายเป็นเพลงที่อยู่ในกระแสหลักของสังคมไทยได้ง่ายขึ้น

5. การดัดแปลงเพลงสมัยนิยมเกาหลีให้มีความหลากหลายและเข้าถึงผู้ฟังในแต่ละประเทศได้ง่ายขึ้น โดยการเปลี่ยนเนื้อเพลงภาษาเกาหลีให้เป็นภาษาไทย และให้นักร้องไทยเป็นผู้ร้อง เพลงสมัยนิยมเกาหลีหนึ่งเพลงจึงถูกดัดแปลงให้มีหลายฉบับ (Versions) ทั้งต้นฉบับภาษาเกาหลี ฉบับภาษาอังกฤษ ฉบับภาษาไทย ฉบับร่วมร้อง (Featuring) ระหว่างนักร้องเกาหลีและนักร้องไทย เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เจ้าของลิขสิทธิ์เพลงในประเทศไทยก็ยังเป็นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายก่อนการผลิตในขั้นตอนต่างๆ ตามแผนการตลาดในแต่ละประเทศ

จากข้อมูลทั้งหมดจึงสามารถกล่าวได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเกือบทั้งหมดมีทัศนคติเชิงบวกต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลีในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นตัวศิลปิน บทเพลง มิวสิควีดีโอ และการประชาสัมพันธ์ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เพลงสมัยนิยมเกาหลีเป็นผลงานที่มีคุณภาพและอยู่ในกระแสนิยมได้อย่างต่อเนื่อง

กิจกรรมต่างๆ ที่วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ทำหลังจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมิได้สิ้นสุดเพียงแค่การฟังเพลงเท่านั้น แต่ยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีด้วย อันสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจและรูปแบบการแสดงออกถึงความชื่นชมเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่น ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามพบว่า กิจกรรมที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่นิยมเป็นอันดับแรกคือ การติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี รองลงมาคือการดาวน์โหลดเพลงและคลิปของศิลปินเกาหลีจากอินเทอร์เน็ต หาร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ และหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ ตามลำดับ ซึ่งกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเป็น 4 อันดับแรกนี้ ล้วนเป็นกิจกรรมที่กลุ่มตัวอย่างถือว่าทำได้ง่ายและไม่เสียค่าใช้จ่าย จึงได้รับความนิยมมากที่สุด ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างทำหลังจากฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี เรียงลำดับความนิยมในการปฏิบัติ ดังตาราง 4.23

ตาราง 4.23 การทำกิจกรรมต่างๆ หลังจากการได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ชื่นชอบ	48 (60.0%)	13 (16.3%)	17 (21.3%)	2 (2.5%)	-
ดาวน์โหลดเพลง หรือคลิปต่างๆ ของศิลปินจากอินเทอร์เน็ต	34 (42.5%)	30 (37.5%)	16 (20.0%)	-	-
หัดร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ	26 (32.5%)	32 (40.0%)	16 (20.0%)	6 (7.5%)	-
หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ	27 (33.8%)	23 (28.8%)	26 (32.5%)	4 (5.0%)	-
หัดเดินเลียนแบบ (Cover) ท่าเต้นของศิลปิน	35 (43.8%)	19 (23.8%)	11 (13.8%)	7 (8.8%)	8 (10.0%)
ติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ชื่นชอบ	48 (60.0%)	13 (16.3%)	17 (21.3%)	2 (2.5%)	-
ดาวน์โหลดเพลง หรือคลิปต่างๆ ของศิลปินจากอินเทอร์เน็ต	34 (42.5%)	30 (37.5%)	16 (20.0%)	-	-
หัดร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ	26 (32.5%)	32 (40.0%)	16 (20.0%)	6 (7.5%)	-
หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ	27 (33.8%)	23 (28.8%)	26 (32.5%)	4 (5.0%)	-
หัดเดินเลียนแบบ (Cover) ท่าเต้นของศิลปิน	35 (43.8%)	19 (23.8%)	11 (13.8%)	7 (8.8%)	8 (10.0%)
สะสมของที่ระลึกที่เกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ	22 (27.5%)	23 (28.8%)	12 (15.0%)	13 (16.3%)	10 (12.5%)
ซื้อแผ่น CD/DVD เพลงหรือคอนเสิร์ตของแท้	22 (27.5%)	13 (16.3%)	26 (32.5%)	7 (8.8%)	12 (15.0%)
สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับของศิลปินที่ชื่นชอบ	22 (27.5%)	8 (10.0%)	22 (27.5%)	13 (16.3%)	15 (18.8%)

ตาราง 4.23 (ต่อ)

กิจกรรม	ระดับการทำกิจกรรม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เรียนภาษาเกาหลีเพื่อให้เข้าใจเพลงและข่าวสารต่างๆ ของศิลปินเกาหลีได้มากขึ้น	9 (11.3%)	22 (27.5%)	25 (31.3%)	7 (8.8%)	17 (21.3%)
เข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิก	8 (10.0%)	11 (13.8%)	12 (15.0%)	23 (28.8%)	26 (32.5%)
อ่านหรือแต่งนิยาย (fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวละคร	11 (13.8%)	5 (6.3%)	10 (12.5%)	28 (35.0%)	26 (32.5%)
ทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้ศิลปินเมื่อมีโอกาส	4 (5.0%)	12 (15.0%)	14 (17.5%)	18 (22.5%)	32 (40.0%)
ไปดูคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี	-	13 (16.3%)	22 (27.5%)	10 (12.5%)	35 (43.8%)

จากข้อมูลเชิงปริมาณในตาราง 4.23 แสดงให้เห็นประเภทและระดับความสนใจของกิจกรรมที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ทำในแต่ละกิจกรรมเท่านั้น ผู้วิจัยจึงได้ประมวลผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างและนำเสนอรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การติดตามข่าวสารและผลงานของศิลปินเกาหลี
2. การดาวน์โหลดและซื้อเพลงสมัยนิยมเกาหลี
3. การสะสมของที่ระลึกของศิลปินเกาหลี
4. การสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี
5. การเดินเลียนแบบศิลปินเกาหลี
6. การอ่านเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลี
7. การชมคอนเสิร์ตหรืองานโชว์ตัวของศิลปินเกาหลี

1. การติดตามผลงานและข่าวสารของศิลปินเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสนใจติดตามทุกผลงานของศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ มากที่สุด เพื่อให้รู้จักตัวตนและชื่นชมผลงานของศิลปินเกาหลีได้มากขึ้น ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างติดตามสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ข้อมูลส่วนตัวของศิลปินเกาหลี และข้อมูลด้านผลงานของศิลปินเกาหลี

ข้อมูลส่วนตัวของศิลปินเกาหลี ได้แก่ ประวัติส่วนตัว ประวัติการเรียน การเข้าสู่วงการบันเทิง การทำศัลยกรรม ความรัก รวมไปถึงรายละเอียดต่างๆ ของสมาชิกในครอบครัวของศิลปินเกาหลี เช่น สมาชิกในครอบครัว หรือกิจการของครอบครัว เป็นต้น

ข้อมูลด้านผลงานของศิลปินเกาหลี ได้แก่ ทุกผลงานที่ศิลปินเกาหลีปรากฏตัว ไม่ว่าจะเป็นผลงานเพลงทั้งในปัจจุบันและอดีต การขึ้นเวทีคอนเสิร์ต การออกรายการโทรทัศน์ การจัดรายการวิทยุ การขึ้นปกหรือให้สัมภาษณ์ในนิตยสาร การถ่ายโฆษณา การไปร่วมงานต่างๆ รวมไปถึงติดตามตารางงานประจำวันของศิลปินเกาหลีด้วย

แหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ใช้ติดตามข่าวสารของศิลปินเกาหลีมีหลายแหล่ง ได้แก่ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และเพื่อนสนิท โดยแหล่งข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ติดตามมากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากมีความรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยจึงได้สรุปรายละเอียดในการติดตามผลงานของศิลปินเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างทางสื่อประเภทต่างๆ ดังนี้

สื่ออินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มตัวอย่างติดตามผลงานและข่าวสารของศิลปินเกาหลีแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ เว็บไซต์เฉพาะกลุ่มแฟนคลับ และเว็บไซต์ทั่วไป มีรายละเอียดดังนี้

เว็บไซต์เฉพาะกลุ่มแฟนคลับ เป็นเว็บไซต์ที่ตั้งขึ้นมาเพื่อแสดงตัวว่าเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีคนใดคนหนึ่งหรือวงใดวงหนึ่งเป็นพิเศษ เป็นเว็บไซต์ที่ต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกก่อนจึงจะเข้าถึงได้ เนื้อหาและข่าวสารในเว็บไซต์จึงมีเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับศิลปินคนนั้น หรือวงนั้น

เว็บไซต์ทั่วไป เป็นเว็บไซต์ที่สามารถเข้าชมได้โดยไม่ต้องเป็นสมาชิก มีเนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิงในเอเชีย ข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์จะรวมข่าวสารของศิลปินทุกคนหรือทุกวง ซึ่งสะดวกต่อผู้ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี เว็บไซต์ทั่วไปที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวงการบันเทิงในเอเชียที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่กล่าวถึง ได้แก่

- www.pingbook.com,
- www.siamzone.com,
- www.popcomfor2.com,
- www.dek-d.com,
- www.teenee.com
- www.youtube.com



จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า แม้ข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจะสามารถติดตามได้จากหลายเว็บไซต์ แต่ทุกเว็บไซต์ก็เป็นข่าวสารที่มีเนื้อหาเดียวกัน การเข้าชมจากเว็บไซต์ที่ต่างกันจึงเป็นการอ่านความคิดเห็น (Comment) ของคนอื่นๆ ที่มีต่อข่าวนั้น ได้หลากหลายมากขึ้น

สื่อบุคคล

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ติดตามผลงานและข่าวสารของศิลปินเกาหลีจากสื่อบุคคลคือกลุ่มเพื่อนสนิทที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเหมือนกัน ประเด็นในการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกันในกลุ่มเพื่อนคือทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี เช่น ผลงานล่าสุด ประเด็นข่าวล่าสุด หรือแม้แต่เรื่องราวในอดีต ซึ่งแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะรู้ข้อมูลเหล่านี้จากอินเทอร์เน็ต แต่กลุ่มตัวอย่างก็จะนำมาเล่าสู่กันฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกันในประเด็นต่างๆ เพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่ได้แสดงความคิดเห็น (Comment) ของตนเองในเว็บไซต์ที่ตนติดตามข่าวมา

สื่อสิ่งพิมพ์

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ติดตามเนื้อหาของศิลปินเกาหลีจากนิตยสารบันเทิงเกาหลี เช่น A-Star, Seoul Star, Asta Mag และ The Boy Kimchi โดยการติดตามเนื้อหาอันจะเป็นการอ่านอย่างผ่านๆ และรูปภาพประกอบคอลัมน์ มากกว่าการติดตามอ่านเนื้อหาที่เป็นบทสัมภาษณ์อย่างจริงจัง และอ่านเรื่องแต่ง (Fiction) ที่ลงในนิตยสาร โดยกลุ่มตัวอย่างมิได้ชื่อนิตยสารเหล่านี้ทุกฉบับ แต่จะเลือกซื้อเฉพาะฉบับที่ศิลปินที่ตนเองชอบขึ้นปก หรือมีของแถมพิเศษที่ตนเองอยากได้เท่านั้น

สื่อกระจายเสียง

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ติดตามข่าวสารของศิลปินเกาหลีจากสื่อวิทยุกระจายเสียง โดยติดตามรายงานการจัดอันดับเพลงของแต่ละสถานี และร่วมเล่นเกมชิงรางวัลซึ่งมักเป็นของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี ส่วนสื่อโทรทัศน์นั้น สามารถแบ่งได้เป็นสถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free TV) และเคเบิลทีวี (Cable TV) แต่ก็ไม่เป็นที่นิยมมากนัก เพราะรายการบันเทิงเกาหลีสถานีโทรทัศน์แบบไม่เสียค่าใช้จ่ายมีน้อยและออกอากาศดึก ทำให้ไม่ได้ติดตามเป็นประจำ ประกอบกับเนื้อหาของรายการก็เป็นสิ่งที่ทราบมาแล้วจากอินเทอร์เน็ต ส่วนเคเบิลทีวีแม้ว่าจะมีช่องรายการเฉพาะที่เป็นบันเทิงเอเชีย แต่ก็เน้นการเปิดเพลงมากกว่าการรายงานความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงเกาหลีอย่างจริงจัง

2. การดาวน์โหลดและซื้อเพลงสมัยนิยมเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีนิยมบันทึกรูปภาพของนักร้องเกาหลี ดาวน์โหลดเพลงและคลิปวิดีโอต่างๆ ของนักร้องเกาหลีมากที่สุด (ตาราง 4.23) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างฟังเพลงและติดตามข่าวสารของศิลปินเกาหลีจากอินเทอร์เน็ต จึงสามารถบันทึก (Save) รูปภาพของศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบ หรือดาวน์โหลดเพลง และคลิปต่างๆ ของ

ศิลปินเกาหลีเพื่อเก็บไว้ดูในภายหลังได้ การดาวน์โหลดไฟล์เพลงและคลิปของศิลปินเกาหลีนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ การดาวน์โหลดแบบมีค่าใช้จ่าย และการดาวน์โหลดแบบไม่มีค่าใช้จ่าย

การดาวน์โหลดแบบมีค่าใช้จ่าย เป็นการดาวน์โหลดไฟล์เพลง ซึ่งมีทั้งให้เลือกดาวน์โหลดเฉพาะเพลง ดาวน์โหลดทั้งอัลบั้ม หรือดาวน์โหลดเพื่อนำมาใช้เป็นเสียงเรียกเข้า (Ring Tone) โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างสามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ผู้ได้ลิขสิทธิ์จัดจำหน่ายผลงานเพลงของศิลปินเกาหลี หรือผู้ให้บริการดาวน์โหลดที่ลงโฆษณาในหน้าเว็บไซต์ และนิตยสารบันเทิงต่างๆ โดยหักค่าใช้จ่ายจากค่าโทรศัพท์มือถือที่ใช้ทำการสั่งซื้อดาวน์โหลด

การดาวน์โหลดแบบไม่มีค่าใช้จ่าย กลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งเลือกดาวน์โหลดเพลงของศิลปินเกาหลีจากเว็บไซต์ที่ให้บริการดาวน์โหลดฟรี แม้ว่าจะมีข้อดีที่ไม่ต้องเสียเงิน แต่ก็มีข้อเสียคืออาจไม่มีเพลงที่ต้องการดาวน์โหลดทั้งหมด กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการดาวน์โหลดฟรีจึงใช้การติดตามเว็บลิงค์ (Web Link) ไปเรื่อยๆ จนกว่าจะเจอเว็บไซต์ที่ให้บริการดาวน์โหลดฟรี นอกเหนือจากการดาวน์โหลดเพลงแล้ว ยังมีการดาวน์โหลดคลิปต่างๆ ของศิลปินเกาหลีที่มีผู้อัปโหลดไว้ (Upload) ไม่ว่าจะเป็คลิปคอนเสิร์ต รายการโทรทัศน์ โฆษณา การให้สัมภาษณ์ในรายการต่างๆ ที่ไม่สามารถหาซื้อได้เหมือนกับการซื้อแผ่นซีดีเพลง แม้ว่าคลิปเหล่านี้จะถูกอัปโหลดไว้เพื่อให้สามารถชมได้เพียงอย่างเดียว แต่กลุ่มตัวอย่างก็สามารถพลิกเพลงวิธีการต่างๆ ทำให้สามารถบันทึกคลิปวิดีโอที่ตนเองต้องการได้เช่นเดียวกับการดาวน์โหลดไฟล์เพลง

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะนิยมดาวน์โหลดเพลงสมัยนิยมเกาหลี แต่เมื่อมีการรวบรวมผลงานเพลงและคอนเสิร์ตมาจัดจำหน่ายในรูปแบบซีดี (CDs) วีซีดี (VCDs) และดีวีดี (DVDs) กลุ่มตัวอย่างก็ยังสั่งซื้อเพื่อนำมาเก็บไว้เป็นของที่ระลึก โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อผลงานเพลงของศิลปินเกาหลีอย่างน้อยคนละหนึ่งชุด และมีความตั้งใจว่าหากเป็นไปได้อยากสะสมให้ครบทุกชุด ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสามารถสรุปลักษณะผลงานเพลงของศิลปินเกาหลีได้ดังนี้

1. เพลงใหม่ (New Single) จะถูกนำจำหน่ายโดดเด่นการโปรโมทเพลงนั้นเป็นพิเศษ และมีเพลงอื่นๆ ที่เคยออกมาแล้วก่อนหน้านี้รวมอยู่ด้วยประมาณห้าเพลง บางครั้งเพลงเก่าๆ เหล่านี้จะเป็แบบฉบับที่เรียบเรียงดนตรีใหม่
2. การรวมเป็นอัลบั้ม จะมีการออกเป็นมินิอัลบั้ม (Mini Album) และอัลบั้มเต็มตามลำดับ ซึ่งการรวมเป็นมินิอัลบั้มและอัลบั้มเต็มนั้น บางครั้งอาจใช้ระยะเวลานานเป็นปี
3. หน้าปกผลงานเพลงที่วางจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็แบบเฉพาะเพลง (Single) มินิอัลบั้ม (Mini Album) หรืออัลบั้มเต็ม มักมีปกหลายแบบให้เลือกโดยซื้อทั้งที่เนื้อหาเพลงภายในเหมือนกัน

เช่น อัลบั้มเพลงของศิลปินกลุ่ม แต่มีหน้าปกซีดีเป็นเฉพาะศิลปินแต่ละคนในกลุ่ม กลุ่มตัวอย่างจึงเลือกซื้อเฉพาะปกที่เป็นรูปของศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบเป็นพิเศษ หรืออาจซื้อให้ครบทุกปกเพื่อสะสมให้ครบชุด เป็นต้น

4. นอกเหนือจากรูปแบบปกที่หลากหลายแล้ว ยังมีของแถมที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุด เช่น สมุดภาพ สมุดบันทึก ปฏิทินตั้งโต๊ะ หรือเบื้องหลังการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ เป็นต้น ซึ่งผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อชุดใดชุดหนึ่งตามของแถมที่ตนต้องการ หรืออาจซื้อให้ครบทุกชุดเพื่อสะสมก็ได้

ผลงานเพลงของศิลปินเกาหลีที่จัดจำหน่ายในประเทศไทยมีราคาต่ำสุดประมาณ 299 บาท กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าทั่วไปที่จำหน่ายสินค้าบันเทิง ในขณะที่บางคนจะสั่งซื้อจากประเทศเกาหลีโดยตรง ขอมจ่ายค่าขนส่งและค่าภาษี โดยมีเหตุผลในการสั่งซื้อว่า ได้สินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าที่ผลิตขายในประเทศ ได้ของแท้จากต้นสังกัด และเป็นการแสดงความรักต่อศิลปินที่ตนเองชอบอีกทางหนึ่ง

จากข้อมูลทั้งหมดจะเห็นได้ว่า วัยรุ่นมีความสนใจในการดาวน์โหลดภาพ เพลง และคลิปต่างๆ ของศิลปินที่ตนเองชอบเป็นอย่างมาก เพราะหลายเว็บไซต์มีบริการให้ดาวน์โหลดฟรี ซึ่งวัยรุ่นสามารถทำได้ด้วยตนเอง แต่ถึงกระนั้น วัยรุ่นก็ยังคงซื้อซีดีเพลงหรือคอนเสิร์ตมาเก็บไว้ เนื่องจากซีดีเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีรูปแบบสวยงาม และมีของแถมมากมายให้เลือกสำหรับการสะสม

3. การสะสมของที่ระลึกของศิลปินเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่สะสมของที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีทั้งของที่ระลึกที่เป็นลิขสิทธิ์นำเข้ามาจากต่างประเทศ และของที่ระลึกที่มีผู้ผลิตขึ้นเองและนำมาขาย ซึ่งมีราคาถูกกว่าสินค้าที่ถูกลิขสิทธิ์ อย่างไรก็ตามก็ได้สะสมของที่ระลึกของศิลปินเกาหลีเพื่อเป็นแสดงออกถึงความชื่นชมศิลปินเกาหลีคนนั้นๆ โดยสินค้าของที่ระลึกได้แก่ ของแถมที่ขายมาพร้อมซีดีเพลง สมุดภาพ ไปสเตอร์ พวงกุญแจ ที่ห้อยโทรศัพท์มือถือ แท่งไฟ พัด เครื่องเขียนต่างๆ หรือเสื้อแฟนคลับ เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าที่ระลึกของศิลปินเกาหลีจากร้านค้าทั่วไปที่ขายของที่ระลึกโดยเฉพาะ ในศูนย์การค้า ร้านค้าบริเวณรอบสถานศึกษา ใช้บริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และซื้อหน้างานที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี

4. การสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีส่วนใหญ่เป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยมีเหตุผลในการสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ ดังนี้

1. ต้องการเป็นสมาชิก พுகุศลแลกเปลี่ยนกับสมาชิกคนอื่นๆ ที่ชอบศิลปินวงเดียวกันหรือคนเดียวกัน

2. เว็บไซต์ทั่วไปที่มีเนื้อหาและข่าวสารของศิลปินเกาหลีโดยรวมมักมีการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลาย และบ่อยครั้งเป็นการแสดงความคิดเห็นเชิงลบต่อศิลปินเกาหลีที่วัยรุ่นชอบ เกิดความรู้สึกทนไม่ได้ที่ศิลปินที่ตนเองชอบถูกวิพากษ์วิจารณ์ไปในทางเลวร้าย

3. ป้องกันมิให้ผู้อื่นที่มีอคติต่อศิลปินเกาหลีที่ตนชอบเข้ามาแสดงความคิดเห็นเชิงลบได้

4. การเข้าเว็บไซต์ของค่ายเพลงต้นสังกัดที่เป็นภาษาเกาหลี และเว็บไซต์แฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศอื่นๆ มีอุปสรรคด้านภาษาและกระบวนการสมัครเป็นสมาชิกที่ยุ่งยาก กลุ่มตัวอย่างจึงสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีจากเว็บไซต์ในประเทศไทย ซึ่งแต่ละเว็บไซต์จะมีผู้ที่เป็นสมาชิกของเว็บไซต์ต้นสังกัด และเว็บไซต์เครือข่ายอื่นๆ ทำหน้าที่เสมือนเป็นตัวกลางในการนำข่าวสารและความเคลื่อนไหวของศิลปินเกาหลีจากแหล่งต่างๆ มาเผยแพร่ให้สมาชิกได้ติดตาม

5. แฟนคลับบางกลุ่มมีรูปแบบการสนทนาแบบ ยูเอฟโอ (UFO) มีลักษณะพิเศษคือสมาชิกจะสมมติให้ตนเองสวมบทบาทเป็นศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบ การพูดคุยแบบยูเอฟโอจึงเป็นการสนทนาระหว่างสมาชิกด้วยกันเองใน 2 ลักษณะ คือ การสนทนาระหว่างศิลปินเกาหลีด้วยกันเอง และการสนทนาระหว่างศิลปินเกาหลีกับแฟนคลับ ซึ่งเป็นการสร้างความรู้สึกเหมือนจริงให้แก่แฟนคลับศิลปินเกาหลีว่าตนเองได้ใกล้ชิดกับศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ

การเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีทำให้เกิดกิจกรรมต่างๆ ในกลุ่มแฟนคลับดังนี้

1. สนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเว็บบอร์ด

2. จัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิกเมื่อมีโอกาสดูคอนเสิร์ตด้วยกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เล่นเกม ชมมิวสิกวิดีโอหรือคอนเสิร์ตร่วมกัน อดของสะสม แลกเปลี่ยนของสะสมกับสมาชิกคนอื่น สรุปข่าวคราวของศิลปินเกาหลีวงนั้นตลอดปีที่ผ่านมา และรายงานความคืบหน้าของผลงานที่กำลังจะมีในอนาคต

3. ร่วมกันทำกิจกรรมการกุศลในนามของศิลปินเกาหลี เช่น การทำบุญตักบาตร บริจาคเลือด หรือบริจาคสิ่งของ เป็นต้น ทุกครั้งที่มีการทำกิจกรรมจะมีการถ่ายภาพ หรือวิดีโอไว้แล้วอัปโหลด (Upload) ในเว็บไซต์เพื่อให้สมาชิกในประเทศและสมาชิกในเว็บไซต์เครือข่ายได้ชม เมื่อถึงโอกาสพิเศษก็รวบรวมคลิปวิดีโอกิจกรรมของแฟนคลับในเครือข่ายทั้งหมดทำเป็นของขวัญส่งไปให้ศิลปินเกาหลีที่ต้นสังกัดในประเทศเกาหลี เพื่อแสดงความรักที่แฟนคลับมีต่อศิลปิน

การเป็นสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลี กลุ่มตัวอย่างจะมีคำเฉพาะที่ใช้เรียกแทนตนเอง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีทั่วโลก ว่าหมายถึงกลุ่มแฟนคลับของศิลปินวงใด และศิลปินเกาหลีแต่ละวงจะมีสีประจำวงเพื่อให้กลุ่มแฟนคลับแต่งกายด้วยสีนั้นๆ เมื่อชมคอนเสิร์ตหรือร่วมกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลชื่อเรียกแฟนคลับและสีประจำวงศิลปิน

เกาหลี จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่และจากเว็บไซต์บันเทิงเกาหลีเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล นำเสนอในตาราง 4.24

ตาราง 4.24 การเรียกชื่อแทนตัวแฟนคลับและสีประจำวงศิลปินเกาหลี

ศิลปินเกาหลี	ชื่อเรียกแฟนคลับ	สีประจำวง
Tong Vfang Xien Qi	Cassiopeia	แดง (Pearl Red)
Super Junior	E.L.F. (Ever Lasting Friend)	น้ำเงิน (Pearl Sapphire Blue)
2PM	Hottest	เทา (Pearl Gray)
SHINee	SHINee World	ฟ้าอ่อน (Baby Blue)
Girls' Generation	Sone	ชมพู (Peach Pink)
Wonder Girls	Wonderful	ม่วง (Pearl Burgundy)
2NE1	Black Jacks	ชมพู (Hot Pink)

ที่มา: จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่, www.teenee.com

และ www.siamzone.com

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังมีการใช้ภาษาเฉพาะซึ่งเป็นที่เข้าใจกันในกลุ่มผู้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี โดยส่วนใหญ่จะใช้ภาษาเฉพาะเหล่านี้เมื่ออยู่ในกลุ่มแฟนคลับหรือคนที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีด้วยกันเท่านั้น และจากการสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ภาษาเฉพาะหลายครั้ง ผู้วิจัยจึงได้สอบถามความหมายและที่มาของภาษาเฉพาะกลุ่ม นำเสนอในตาราง 4.25

ตาราง 4.25 คำศัพท์เฉพาะกลุ่มวัยรุ่นที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

คำเฉพาะกลุ่ม	ที่มา	ความหมาย
เกา	เกาหลี	ประเทศเกาหลี
คอน	Concert	งานคอนเสิร์ต
ไลฟ์	Live	การขึ้นแสดงสดบนเวที
แฟนแคม	Fan's Camera	คลิปวิดีโอที่แฟนคลับถ่ายศิลปินเกาหลีขณะแสดงคอนเสิร์ตแล้วโพสต์ในอินเทอร์เน็ต
ฟิค	Fan Fiction	เรื่องแต่งที่มีศิลปินเกาหลีในวงเดียวกันเป็นคู่ดำเนินเรื่อง
บ้าน, บ้านใหญ่	-	เว็บไซต์ของศิลปินเกาหลีแบบรวมทั้งวง
บ้านเล็ก	-	เว็บไซต์ของศิลปินเกาหลีแบบแยกเฉพาะบุคคล
จิน	Imagine	การจินตนาการความคิด หรือบทสนทนา จากภาพของศิลปินเกาหลีในอริยาบถต่างๆ
โคฟ	Cover Dance	การเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี

ตาราง 4.25 (ต่อ)

คำเฉพาะกลุ่ม	ที่มา	ความหมาย
อิม	Import	สินค้านำเข้า
หิ้ว	-	การฝากผู้อื่นซื้อสินค้าที่ต้องการจากต่างประเทศ

ที่มา: จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

5. การเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนหนึ่งฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเพื่อต้องการเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี (Cover Dance) อย่างจริงจัง ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็มีความคิดเห็นว่าการเต้นของศิลปินเกาหลีมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เมื่อได้ชมแล้วก็เกิดความรู้สึกอยากเต้นตาม การเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. แข่งขันชิงรางวัลในเวทีต่างๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้จะมีทักษะในการเต้นสูง สามารถแกะท่าเต้นได้ด้วยตนเอง และใช้ระยะเวลาในการซ้อมไม่มากนัก กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมตัวเพื่อการแข่งขันโดยการตัดเสื้อผ้าให้เหมือนต้นฉบับ ซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมาประยุกต์ให้ใกล้เคียง หรือซื้ออุปกรณ์มาตัดเย็บด้วยตัวเอง รวมถึงการเตรียมอุปกรณ์ประกอบการแสดงต่างๆ ให้เหมือนกับต้นฉบับด้วย เนื่องจากศิลปินเกาหลีมีการโชว์บนเวทีหลายครั้ง แต่แต่ละครั้งก็ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่อยู่เสมอ กลุ่มตัวอย่างจึงมีต้นแบบที่หลากหลายจากศิลปินวงเดียวหรือเพลงเดียวกันให้เลือกเลียนแบบ โดยมีหลักในการเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลีคือ ทำให้คนดูรู้สึกที่กำลังชมการแสดงของศิลปินเกาหลีวงนั้นอยู่จริงๆ

2. ต้องการรู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบมากขึ้น โดยวัยรุ่นจะเลือกเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลีที่ตนเองชื่นชอบ ไม่ว่าศิลปินเกาหลีคนนั้นจะมีเพศเดียวกันกับตนเองหรือไม่ จากการสัมภาษณ์จึงพบว่า กลุ่มตัวอย่างเพศหญิงเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลีชาย เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าได้ใกล้ชิดกับศิลปินคนนั้นมากขึ้น เพราะเชื่อว่าตัวตนในแบบที่ศิลปินเกาหลีผู้นั้นเป็นจะอยู่ในจิตวิญญาณของตนเองขณะที่เต้น

3. นำไปแสดงในงานของโรงเรียนหรือคณะที่ตนเองศึกษาอยู่เมื่อมีโอกาส

6. การอ่านเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลี

เรื่องแต่ง หรือ ฟิค (Fic) มาจากคำว่า Fan Fiction มีลักษณะเป็นเรื่องแต่งที่มีเนื้อหาความสัมพันธ์แบบคู่รัก โดยมีตัวละครสองฝ่ายซึ่งเป็นศิลปินเพศเดียวกันและอยู่ในวงเดียวกันเป็นผู้ดำเนินเรื่อง สวมบทบาทเป็นฝ่ายชายและฝ่ายหญิง ในบางครั้งอาจเรียกเรื่องแต่งนี้ว่า วาย (Y) หรือ

ฟิควาย (Fic Y) ตัวอักษร Y ย่อมาจากคำว่า Yaoi ในภาษาญี่ปุ่น อันหมายถึงการ์ตูนที่มีเนื้อหาความสัมพันธ์ของคนเพศเดียวกัน

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ไม่นิยมอ่านเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลีอย่างจริงจังนัก ดังจะเห็นได้จากระดับความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง (ตาราง 4.23) ว่า มากกว่าครึ่งให้ความสนใจในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด แต่ถึงกระนั้น กลุ่มตัวอย่างทุกคนก็รู้ว่าเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลีมีลักษณะเป็นอย่างไร รายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลีมีดังนี้

1. การกำหนดคู่ของศิลปินเกาหลีที่จะนำมาเขียนเรื่องแต่ง ต้องเป็นศิลปินที่อยู่ในวงเดียวกัน แต่ไม่จำเป็นจะต้องจับคู่แบบตายตัวเสมอไป คู่ของศิลปินที่นำมาเขียนเรื่องแต่งจึงขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้เขียนเอง โดยมักเลือกจากศิลปินที่ผู้เขียนชื่นชอบเป็นพิเศษ เมื่อนำมาเขียนเรื่องแต่ง จึงนำชื่อต้น หรือชื่อท้ายของศิลปินมาตั้งเป็นชื่อใหม่ เพื่อให้ผู้อ่านรู้ว่าเป็นคู่ของใคร เช่น คู่ ดง-มิน หมายถึง คู่ของ ดงเฮ กับ ซองมิน หรือ คู่ คิ-เฮ หมายถึง คู่ของ คิบอม กับ ดงเฮ เป็นต้น

2. แนวเรื่องในการเขียนเรื่องแต่ง ผู้เขียนสามารถแต่งได้ทุกแนวตามจินตนาการหรือความถนัดของตนเอง เรื่องแต่งของศิลปินเกาหลีจึงมีทั้งแนวรักกึ่งกึ่ง ตลก เสรี สยองขวัญ ลึกลับซ่อนเงื่อน และบู๊ล้างผลาญ บางเรื่องอาจมีหลายตอนจบ

3. การติดตามอ่านเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลี สามารถหาอ่านได้จากอินเทอร์เน็ตและนิตยสารบันเทิงที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี โดยการอ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น สามารถอ่านได้จากเว็บไซต์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีซึ่งจะมีเรื่องแต่งเฉพาะของศิลปินในวงเท่านั้น และสามารถหาอ่านได้จากเว็บไซต์ทั่วไปซึ่งเป็นเว็บไซต์สาธารณะที่เปิดโอกาสให้ผู้เขียนได้ลง (Post) เรื่องที่ตนเองเขียนให้ผู้อื่นได้อ่าน ส่วนการอ่านในนิตยสารบันเทิงที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลีนั้น บางฉบับมิให้อ่านหลายเรื่อง แต่บางฉบับก็มีให้อ่านเพียงเรื่องเดียว โดยผู้เขียนเรื่องแต่งมีทั้งกองบรรณาธิการของนิตยสารเองและผู้เขียนจากทางบ้านส่งมา

7. การชมคอนเสิร์ตหรืองานโชว์ตัวของศิลปินเกาหลี

งานคอนเสิร์ตหรือโชว์ตัวของศิลปินเกาหลี สามารถแบ่งได้เป็น งานโชว์ตัวในฐานะผู้โฆษณาสินค้า (Presenter) และคอนเสิร์ตเต็มรูปแบบ ซึ่งงานโชว์ตัวในฐานะผู้โฆษณาสินค้านั้นเป็นงานที่สามารถเข้าชมได้ฟรี แต่ถ้ามีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมเช่น มินิคอนเสิร์ต หรือ การพบปะสังสรรค์ระหว่างศิลปินเกาหลีและแฟนคลับชาวไทย จะมีการคัดเลือกผู้โชคดีสำหรับร่วมกิจกรรมดังกล่าว โดยการเล่นเกมนทางอินเทอร์เน็ต หรือการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณาตามราคาที่ผู้จัดงานกำหนด เพื่อได้รับอุปถัมภ์สำหรับชิงโชคเข้าร่วมกิจกรรมพบปะกับศิลปินเกาหลี

เหตุผลในการชมงานโชว์ตัวหรือคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างคือ ต้องการเห็นตัวจริงของศิลปินเกาหลี ต้องการสัมผัสบรรยากาศคอนเสิร์ตจริงๆ และมีโอกาสน้อยที่ศิลปิน

เกาหลีจะมาโชว์ตัวยังต่างจังหวัดนอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร แต่ถึงกระนั้นกลุ่มตัวอย่างบางส่วนก็เข้าไปชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีที่จัดในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมตัวเพื่อชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี ดังนี้

1. การเก็บเงินเพื่อซื้อบัตรคอนเสิร์ต บัตรคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลีมีราคาระหว่าง 700-6,000 บาท กลุ่มตัวอย่างเก็บเงินเพื่อซื้อบัตรจากการหักค่าขนม การขอจากผู้ปกครองเป็นกรณีพิเศษ โดยอ้างว่านำไปใช้ในกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียน และการขอยืมเงินจากคนรู้จักหรือเพื่อนสนิท

2. การซื้อบัตรคอนเสิร์ต ผู้ซื้อต้องไปเข้าแถวที่สถานที่จำหน่ายบัตรก่อนถึงเวลาเปิดจำหน่าย เพราะเปิดขายพร้อมกันทั่วประเทศ หากไปช้าบัตรอาจหมด การเลือกซื้อโซนที่นั่งชมขึ้นอยู่กับงบประมาณของกลุ่มตัวอย่าง แต่หากบัตรในโซนที่ต้องการหมด กลุ่มตัวอย่างก็ยินดีซื้อบัตรในโซนถัดไปที่มีราคาสูงกว่า และในบางกรณี การเลือกซื้อโซนที่นั่งชมก็ขึ้นอยู่กับความชื่นชอบนักร้องเกาหลีคนใดคนหนึ่งเป็นพิเศษ กล่าวคือ ผู้ซื้อจะเลือกซื้อบัตรบริเวณที่ใกล้เวที ในตำแหน่งที่ศิลปินที่ตนเองชอบมายืนบ่อยที่สุด โดยผู้ซื้อจะทราบข้อมูลตำแหน่งการแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินจากคลิปวิดีโอ หรือคอนเสิร์ตที่แสดงมาแล้วในต่างประเทศ ซึ่งมีผู้โพสต์ (Post) ให้ชมทางอินเทอร์เน็ต

3. การเตรียมตัวเดินทางและหาที่พัก กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะซื้อตั๋วรถโดยสารเพื่อเดินทางร่วมกันเป็นกลุ่ม หรือเช่ารถตู้เพื่อความสะดวกตลอดการเดินทางและชมคอนเสิร์ต กลุ่มตัวอย่างจองห้องพักในโรงแรมที่มีราคาไม่สูงมาก พักกับคนรู้จักที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร เช่น บ้านญาติ บ้านเพื่อน หรือบ้านของสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่รู้จักกันในเว็บบอร์ดทางอินเทอร์เน็ต ในบางครั้งกลุ่มตัวอย่างก็มีได้หาที่พัก แต่อาศัยนอนบนรถโดยสารระหว่างการเดินทาง

4. การเตรียมตัวสำหรับการชมคอนเสิร์ต กลุ่มตัวอย่างทราบระเบียบในการชมคอนเสิร์ตเป็นอย่างดีว่า ห้ามนำกล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ หรือโทรศัพท์มือถือที่สามารถถ่ายรูปได้เข้าไปในงานคอนเสิร์ต และมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราอย่างเข้มงวด กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมพร้อมเพื่อให้ศิลปินเกาหลีประทับใจเช่น การสวมเสื้อแฟนคลับหรือเสื้อสีประจำวงของศิลปินที่มาแสดง การทำป้ายไฟ การนัดหมายกับแฟนคลับกลุ่มอื่นๆ เพื่อทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งให้ศิลปินเกาหลีในขณะที่ชมคอนเสิร์ต เพื่อให้ศิลปินประหลาดใจและเป็นการแสดงความรักของแฟนคลับชาวไทยที่มีต่อศิลปินเกาหลี

ความคิดเห็นของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี

ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณด้านความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลีพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่า การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ทำให้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น ทำให้อยากเรียนภาษาเกาหลี และทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น ตามลำดับ แต่กลุ่มตัวอย่างส่วน

ใหญ่ไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากรับประทานอาหารเกาหลี ทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี และทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเองเป็นแบบเกาหลี ตามลำดับ ดังตาราง 4.26

ตาราง 4.26 ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี (n = 80)

การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	ระดับความคิดเห็น					ค่าเฉลี่ย	แปรผล
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง		
ทำให้อยากไปเที่ยวประเทศเกาหลี	38 (47.5%)	22 (27.5%)	9 (11.2%)	8 (10.0%)	3 (3.8%)	4.05	เห็นด้วย
ทำให้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น	17 (21.2%)	43 (53.8%)	19 (23.8%)	-	1 (1.2%)	3.93	เห็นด้วย
ทำให้อยากเรียนภาษาเกาหลี	31 (38.8%)	26 (32.5%)	9 (11.2%)	14 (17.5%)	-	3.92	เห็นด้วย
ทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น	18 (22.5%)	26 (32.5%)	29 (36.2%)	6 (7.5%)	1 (1.3%)	3.67	เห็นด้วย
ทำให้อยากลองรับประทานอาหารเกาหลี	12 (15.0%)	32 (40.0%)	17 (21.2%)	26 (20.0%)	3 (3.8%)	3.42	ไม่แน่ใจ
ให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี	14 (17.5%)	30 (37.5%)	15 (18.8%)	17 (21.2%)	4 (5.0%)	3.41	ไม่แน่ใจ
ทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง ให้เป็นแบบเกาหลี	7 (8.8%)	13 (16.2%)	32 (40.0%)	24 (30.0%)	4 (5.0%)	2.93	ไม่แน่ใจ

แม้ว่าข้อมูลเชิงปริมาณจะแสดงให้เห็นระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลีโดยภาพรวมอยู่ระดับเห็นด้วยและไม่แน่ใจ แต่จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างกลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากรับประทานอาหารเกาหลี ทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี และทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเองให้เป็นแบบเกาหลีหรือไม่นั้น ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจและมีการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี โดยสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

1. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น
2. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้สนใจวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น
3. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

4. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นแบบเกาหลี

5. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี

1. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น

การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้นทางอ้อม ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากการติดตามผลงานและข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี กลุ่มตัวอย่างจึงรู้จักประเทศเกาหลีในภาพรวมมากขึ้น เป็นภาพรวมของวิถีชีวิต บุคลิกลักษณะของชาวเกาหลี ค่านิยมในการทำงาน แต่ไม่รู้ลึกซึ่งในประเด็นที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์หรือการเมืองของประเทศเกาหลี กลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่กำลังเรียนภาษาเกาหลีในโรงเรียนและมหาวิทยาลัยมีความคิดเห็นตรงกันว่า ชาวเกาหลีมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และหากเป็นไปได้ก็อยากไปศึกษาต่อที่ประเทศเกาหลี ทำงานในประเทศเกาหลี หรือทำงานในองค์กรที่มีชาวเกาหลีร่วมอยู่

2. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้สนใจวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น

ความสนใจวัฒนธรรมเกาหลีของกลุ่มตัวอย่าง สามารถแบ่งได้เป็นด้านการเรียนภาษาเกาหลี และการรับประทานอาหารเกาหลี มีรายละเอียดดังนี้

การเรียนภาษาเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมิได้ทำให้เข้าใจภาษาเกาหลีมากเท่ากับการชมละคร โทรทัศน์หรือภาพยนตร์เกาหลี แต่เพลงสมัยนิยมเกาหลีก็มีคำศัพท์ที่โดดเด่นแทรกอยู่ในเนื้อร้อง ทำให้เกิดความสนใจอยากรู้ความหมายของคำศัพท์นั้น สอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณ (ตาราง 4.26) ที่กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 71.3 หรือเกือบสามในสี่ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีความคิดเห็นว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้สนใจเรียนภาษาเกาหลี

สาเหตุที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่สนใจเรียนภาษาเกาหลีคือ ต้องการเข้าใจบทสนทนาของศิลปินเกาหลีในคลิปวิดีโอ เพราะบางคลิปวิดีโอไม่มีคำบรรยาย (Subtitle) ทำให้ไม่เข้าใจบทสนทนาทั้งหมด และต้องการเรียนภาษาเกาหลีเพื่อให้สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ของศิลปินเกาหลีที่เป็นภาษาเกาหลีได้

การเรียนภาษาเกาหลีของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ คือ การเรียนในสาขาวิชาที่สอนภาษาเกาหลีโดยตรง การสมัครเรียนคอร์ส (Course) สั้นๆ ในสถาบันที่เปิดสอน เพื่อให้เข้าใจพื้นฐานของภาษาเกาหลี และการเรียนภาษาเกาหลีด้วยตนเอง จากหนังสือเรียนภาษาเกาหลีหรือเว็บไซต์สอนภาษาเกาหลี

การใช้ภาษาเกาหลีในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มที่เรียนในสาขาวิชาที่สอนภาษาเกาหลีโดยตรงจะใช้เป็นประจำทุกวันเป็นการทบทวนและฝึกฝนไปด้วยในตัว ส่วนกลุ่มที่สมัครเรียนในช่วงเวลาสั้นๆ และกลุ่มที่เรียนด้วยตนเอง จะใช้ภาษาเกาหลีแบบง่ายๆ เช่น คำทักทาย

หรือคำอุทาน เฉพาะกับเพื่อนในกลุ่ม ใช้ภาษาเกาหลีในการเขียนชื่อตนเองบนสมุดบันทึก หรือพื้นที่ ส่วนตัวบนอินเทอร์เน็ตเช่น ไฮไฟว์ (Hi5) มัลติพลาย (Multiply) หรือเฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น

อาหารเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างรู้จักและคุ้นเคยกับอาหารเกาหลีจากละคร โทรทัศน์หรือภาพยนตร์เกาหลี มากกว่ารู้จักจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี เพราะในเพลงสมัยนิยมเกาหลีไม่ค่อยมีภาพอาหาร เกาหลีปรากฏให้เห็นมากนัก จึงสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณ (ตาราง 4.26) ว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นใน จังหวัดเชียงใหม่ไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากรับประทานอาหารเกาหลี แต่ถึง กระนั้น จากการสัมภาษณ์กลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ก็รู้จักและเคย รับประทานอาหารเกาหลี อาหารเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างรู้จักคือ กิมจิ เนื้ออบกิมจิ บิบิมบับ และบะหมี่ คำ โดยกลุ่มตัวอย่างรับประทานอาหารเกาหลีที่ร้านอาหารเกาหลีกับเพื่อนหรือครอบครัว ตลอดจน ซื้อวัตถุดิบหรืออาหารเกาหลีถึงสำเร็จรูปมาปรุงด้วยตนเอง

3. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเดินทางท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่อยากเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ซึ่ง ข้อมูลเชิงปริมาณ (ตาราง 4.26) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยว ประเทศเกาหลีเป็นอันดับแรก และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ได้สนับสนุนความคิดเห็นนี้ให้มีความ น่าเชื่อถือมากขึ้น เพราะกลุ่มตัวอย่างสามารถตอบได้ทันทีอย่างไม่ลังเลว่าต้องการไปเที่ยวประเทศ เกาหลีหากมีโอกาส

สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ต้องการไป สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทดังนี้

การท่องเที่ยวตามรอยศิลปินเกาหลี เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปินเกาหลี ได้แก่ ค่ายเพลงต้นสังกัดของศิลปิน สตูดิโอถ่ายทำรายการต่างๆ สถานีวิทยุที่ศิลปิน เกาหลีเป็นผู้จัดรายการ และชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีในประเทศเกาหลี เพราะเชื่อว่าจะสนุก มากกว่าและใกล้ชิดกับศิลปินมากขึ้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวตามรอยศิลปินเกาฬียังรวมถึงการไป ยังร้านค้าหรือใช้บริการต่างๆ ที่เป็นกิจการในครอบครัวของศิลปินเกาหลี หรือร้านค้าที่ศิลปินเกาหลี เคยแนะนำเมื่อถ่ายทำรายการต่างๆ

การท่องเที่ยวในสถานที่ทั่วไปและการท่องเที่ยวตามรอยละคร กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจ การท่องเที่ยวประเภทนี้น้อยกว่าการท่องเที่ยวตามรอยศิลปินเกาหลี สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมที่ กลุ่มตัวอย่างเฝ้ารอมากที่สุดคือ การคล้องกุญแจบนหอคอยแห่งกรุงโซล (Namsan Tower) ซึ่งปรากฏ ในละครโทรทัศน์เกาหลีหลายเรื่อง การเดินเล่นเลียบแม่น้ำฮันและบริเวณรอบกรุงโซล จากที่เห็นใน เพลง Seoul Song ซึ่งเป็นเพลงประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกรุงโซล และการไปเล่นสวนน้ำ

Caribbean Bay จากที่เห็นในเพลง Cabi Song โดยทั้งสองเพลงนี้ ขับร้องและแสดงมิวสิกวิดีโอโดย นักร้องเกาหลีซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของวัยรุ่น

การซื้อของในประเทศเกาหลี แม้ว่าข้อมูลเชิงปริมาณในภาพรวมจะแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี (ตาราง 4.26) แต่จากการสัมภาษณ์กลับพบว่า หากกลุ่มตัวอย่างมีโอกาสได้เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี ก็อยากไปซื้อสินค้าที่ตลาดเมียงดง (Myeongdong Market) เพื่อซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง และสินค้าบันเทิงที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี โดยมีเหตุผลคือ มีสินค้าให้เลือกหลายรูปแบบ สินค้าบางชนิดไม่มีขายในประเทศไทย ได้สินค้าที่เป็นของจริงจากเกาหลี และราคาถูกกว่าซื้อในประเทศไทย

4. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นแบบเกาหลี

แม้ว่าข้อมูลเชิงปริมาณจะแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นแบบเกาหลี (ตาราง 4.26) แต่จากการสัมภาษณ์และการสังเกตกลับพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ปรับภาพลักษณ์ของตนเองโดยอ้างอิงภาพลักษณ์แบบเกาหลีทั้งที่ รู้ตัวและไม่รู้ตัว โดยกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่สามารถตอบได้ทันทีว่า การแต่งกายของวัยรุ่นเกาหลีในภาพรวมแตกต่างจากการแต่งกายของวัยรุ่นในประเทศอื่นอย่างไร โดยเฉพาะการแต่งกายของวัยรุ่นญี่ปุ่นซึ่งมีรูปแบบคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการแต่งกายสไตล์เกาหลีเป็นรูปแบบที่มีจำหน่ายมานานแล้ว แต่นักร้องเกาหลีสามารถนำเครื่องแต่งกายเหล่านั้นมาผสมผสานให้เป็นรูปแบบการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นได้ และสามารถใช้เป็นแบบอย่างในการสวมใส่จริงในชีวิตประจำวันได้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่อาศัยรูปแบบการแต่งกายของศิลปินเกาหลีเป็นต้นแบบในการแต่งกายของตนเอง ในปัจจุบันโดยการประยุกต์การแต่งกายสไตล์เกาหลีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสังคมของตนเอง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ยังมีความคิดเห็นว่าจะหากเป็นไปได้ก็อยากสวຍแบบเกาหลี แต่ไม่ต้องการทำศัลยกรรมเพราะกลัวเจ็บ เท่าที่จะสามารถทำได้คือ อยากมีผิวหน้าและผิวพรรณที่กระจ่างใสแบบเกาหลี

5. การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี

จากผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณในภาพรวมพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ไม่แน่ใจว่า การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี (ตาราง 4.26) แต่ก็เห็นชัดเจนว่า ผู้ที่เห็นด้วยอย่างยิ่งว่าอยากทดลองใช้สินค้าเกาหลีมีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และผู้เห็นด้วยว่าอยากทดลองใช้สินค้าเกาหลีมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้มีจำนวนรวมกันถึง 34 คน คิดเป็นร้อยละ 44 หรือเกือบครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนข้อมูล

จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มที่เห็นด้วยใช้สินค้าเกาหลีประเภทเครื่องแต่งกายและเครื่องสำอาง ส่วนกลุ่มที่ไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี ก็มีการใช้สินค้าเกาหลีเช่นเดียวกัน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี

4.4 ความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย การซื้อสินค้าเกาหลีประเภทต่าง ๆ ความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าเกาหลี ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี และเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าเกาหลี โดยมีข้อคำถามในแบบสอบถามเป็นการสำรวจเบื้องต้นว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเคยบริโภคสินค้าเกาหลีหรือไม่ ผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมีจำนวนถึง 72 คน คิดเป็นร้อยละ 90 หรือเกือบทั้งหมด ส่วนผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมีเพียง 8 คน คิดเป็นร้อยละ 10 หรือมีจำนวนเพียงหนึ่งในสิบของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น ดังตาราง 4.27

ตาราง 4.27 การเคยซื้อสินค้าเกาหลี (n = 80)

การเคยซื้อสินค้าเกาหลี	จำนวน	ร้อยละ
เคย	72	90.0
ไม่เคย	8	10.0
รวม	80	100.0

เมื่อศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า ทุกคนอยากซื้อหรืออยากทดลองใช้สินค้าเกาหลีหากมีโอกาสดังนั้น การนำเสนอข้อมูลความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณทั้งกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี และกลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีควบคู่กัน โดยกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีทำการวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี เนื่องจากมีจำนวนเพียง 8 คน ผู้วิจัยจึงนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) เพียงอย่างเดียว ผลการศึกษามีดังนี้

การซื้อสินค้าเกาหลีประเภทต่างๆ

จากผลการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีน้อย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่ำและยังอาศัยรายได้จากผู้ปกครอง ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อสินค้าเกาหลีประเภทบันเทิงเป็นอันดับแรก รองลงมาคือสินค้าประเภท

อิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี สินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม สินค้าประเภทเครื่องแต่งกายสไตส์เกาหลี สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลีหรืออั่งอิงสไตส์เกาหลี มาโฆษณา และยานพาหนะจากเกาหลี ตามลำดับ แต่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลับพบว่า สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลีนั้น กลุ่มตัวอย่างมิใช่ในบ้านมานานแล้วก่อนที่กระแสวัฒนธรรมเกาหลีจะเป็นที่นิยม และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองได้แก่ สินค้าบันเทิง เครื่องแต่งกาย และเครื่องสำอาง ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยม เกาหลีนิยมซื้อสินค้าเกาหลีประเภทบันเทิง สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย และสินค้าที่เกี่ยวกับสุขภาพ และความงาม อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับปริมาณการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ ดังนี้

สินค้าเกาหลีประเภทเครื่องแต่งกาย

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อเครื่องประดับเป็นอันดับแรก รองลงมาคือเสื้อ กระโปรง และกางเกง ถัดมาคือสินค้าประเภทเข็มขัดและรองเท้า และท้ายสุดคือสินค้าประเภทหมวก แว่นตา และผ้าพันคอ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อสินค้าแต่ละกลุ่มในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด ดังตาราง 4.28

ตาราง 4.28 ระดับการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องแต่งกาย (n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เครื่องประดับ	5 (6.9%)	15 (20.8%)	20 (27.8%)	10 (13.9%)	22 (30.6%)
เสื้อ, กระโปรง, กางเกง	2 (2.8%)	13 (18.1%)	25 (34.7%)	11 (15.3%)	21 (29.2%)
เข็มขัด, รองเท้า	1 (1.4%)	6 (8.3%)	19 (26.4%)	20 (27.8%)	26 (36.1%)
หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ	3 (4.2%)	-	23 (31.9%)	18 (25.0%)	28 (38.9%)

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมีความสนใจอยากซื้อสินค้าในระดับปานกลางถึงมากที่สุด สินค้าที่สนใจอยากซื้อเป็นอันดับต้น ได้แก่ เสื้อ กระโปรง กางเกง เข็มขัด และรองเท้า เป็นต้น ส่วนสินค้าประเภทเครื่องประดับ (Accessories) กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจรองลงมา ดังตาราง 4.29

ตาราง 4.29 ระดับความสนใจสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องแต่งกาย (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี)

(n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เสื้อ, กระโปรง, กางเกง	2	3	3	-	-
เข็มขัด, รองเท้า	2	2	3	1	-
หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ	2	1	2	3	-
เครื่องประดับ	-	1	5	2	-

แม้ข้อมูลเชิงปริมาณจะแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อเครื่องแต่งกายในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด แต่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการเลือกซื้อเครื่องแต่งกายโดยใช้การประยุกต์และผสมผสาน (Mix & Match) กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มองเห็นว่าการแต่งกายสไตล์เกาหลีมีใช้สิ่งแปลกใหม่ เป็นรูปแบบที่วัยรุ่นคุ้นเคยมานานแล้ว แต่ลักษณะการแต่งกายสไตล์เกาหลีเป็นการนำสิ่งที่มีอยู่แล้วมาผสมผสานให้เกิดเป็นสไตล์การแต่งตัวที่มีเอกลักษณ์ และสามารถใส่สวมใส่ได้ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากสภาพภูมิอากาศและสังคมของประเทศเกาหลีกับประเทศไทยแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างจึงจดจำรูปแบบการแต่งกายสไตล์เกาหลีจากศิลปินเกาหลีที่ตนเองชื่นชอบ เลือกซื้อเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะใกล้เคียงกันตามที่มีขายในท้องตลาดทั่วไป หรือประยุกต์เครื่องแต่งกายที่มีอยู่แล้วมาแต่งให้เป็นสไตล์เกาหลี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีความคิดเห็นว่าการแต่งกายสไตล์เกาหลีเป็นความรู้สึกภายในจิตใจของผู้แต่งเอง ดังนั้น การแต่งกายสไตล์เกาหลีจึงสามารถทำได้ง่ายๆ เพียงแค่ใส่แว่นตา สวมหมวก พันผ้าพันคอ หรือทำผมสไตล์เกาหลี อย่างใดอย่างหนึ่งก็เพียงพอแล้วสำหรับการแต่งกายสไตล์เกาหลี

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีความสนใจสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายอยู่ในระดับมาก แต่มีปริมาณในการซื้ออยู่ในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด เนื่องจากมีรายได้น้อย วัยรุ่นจึงใช้การประยุกต์เสื้อผ้าที่มีอยู่แล้วมาแต่งกายให้เป็นสไตล์เกาหลี เพราะมีความเชื่อว่าการแต่งกายสไตล์เกาหลีขึ้นอยู่กับความรู้สึกของผู้แต่งเอง

สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม

จากผลการศึกษาพบว่า สินค้าประเภทสุขภาพและความงามที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเป็นอันดับแรกคือ เครื่องสำอางจากเกาหลี กลุ่มตัวอย่างที่ซื้อเครื่องสำอางเกาหลีในระดับมากที่สุดมีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 หรือประมาณหนึ่งในสี่ของกลุ่มตัวอย่าง และผู้ซื้อในระดับปานกลางและน้อยมีจำนวนเท่ากันคือ กลุ่มละ 17 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 ต่อกลุ่ม สินค้าที่กลุ่มตัวอย่าง



นิยมซื้อรองลงมาคือ คอนแทคเลนส์บิกายส์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ซื้อคอนแทคเลนส์บิกายส์น้อยที่สุดมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 หรือเกือบครึ่งหนึ่ง ส่วนที่เหลือมีปริมาณในการซื้อคอนแทคเลนส์บิกายส์ตั้งแต่ระดับน้อยไปจนถึงมากที่สุด โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีปริมาณการซื้อในแต่ละระดับมีสัดส่วนเท่าๆ กัน และสุดท้ายกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการจากสถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี่และซื้ออาหารเสริมจากเกาหลี่ในปริมาณน้อยที่สุด ดังตาราง 4.30

ตาราง 4.30 ระดับการซื้อสินค้าเกาหลี่ประเภทสุขภาพและความงาม (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี่)

(n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เครื่องสำอางจากเกาหลี่	20 (27.8%)	8 (11.1%)	17 (23.6%)	17 (23.6%)	10 (13.9%)
คอนแทคเลนส์บิกายส์	11 (15.3%)	11 (15.3%)	10 (13.9%)	11 (15.3%)	29 (40.3%)
สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี่	-	10 (13.9%)	10 (13.9%)	13 (18.1%)	39 (54.2%)
อาหารเสริมจากเกาหลี่	-	5 (6.9%)	8 (25.0%)	11 (15.3%)	38 (52.8%)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า เครื่องสำอางเกาหลี่ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อ ได้แก่ แป้งผัดหน้า บีบีครีม (BB Cream) อายเชโดว์ (Eye Shadow) อายไลเนอร์ (Eye Liner) และสีทาเล็บ เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างมีเหตุผลในการเลือกซื้อเพราะเครื่องสำอางเกาหลี่ส่วนใหญ่มีสีอ่อนหวาน ไม่ฉูดฉาด และมีกลิ่นหอมที่แตกต่างจากกลิ่นที่ตนคุ้นเคย เช่น กลิ่นท้อ หรือกลิ่นพีช เป็นต้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นนักเรียนแสดงความคิดเห็นคล้ายกันว่า เมื่อใช้เครื่องสำอางเกาหลี่แล้วจะทำให้ผิวพรรณดูกระจ่างใสเป็นธรรมชาติคล้ายกับไม่ได้แต่งหน้า ทำให้สามารถแต่งหน้าไปโรงเรียนได้ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาส่วนหนึ่งยอมรับว่าตนเองเป็นคนที่ไม่ชอบการแต่งหน้ามาก่อน แต่เครื่องสำอางเกาหลี่มีคุณสมบัติเด่นที่เมื่อใช้แล้วยังดูเป็นธรรมชาติ เมื่อทดลองใช้เครื่องสำอางเกาหลี่แล้วเกิดความรู้สึกว่าเหมาะสมกับตนเองจึงใช้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบดีว่าเครื่องสำอางเกาหลี่ที่ตนใช้ยู่มีคุณภาพเทียบเท่ากับเครื่องสำอางบางยี่ห้อในประเทศไทย เมื่อต้องตัดสินใจเลือกซื้อยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง กลุ่มตัวอย่างก็มีความคิดเห็นใกล้เคียงกันว่ายินดีเลือกซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี่แม้ว่าจะมีราคาสูงกว่านิคหน้อย เพราะการใช้เครื่องสำอางจากเกาหลี่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของผู้ใช้ได้ดีกว่าการใช้เครื่องสำอางของไทย นอกจากนี้

ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่มีอาการแพ้เครื่องสำอางเกาหลีก็มีความคิดเห็นว่า มิใช่เพราะเครื่องสำอางเกาหลีไม่มีคุณภาพแต่ผิวพรรณของผู้ใช้ไม่เหมาะกับเครื่องสำอางเอง เมื่อใช้แล้วจึงทำให้เกิดการแพ้

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยบริโภคน้ำมันคาถาพบว่ามีกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจอยากซื้อเครื่องสำอางเกาหลีเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ คอนแทคเลนส์บิกอายส์ สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลีและอาหารเสริมจากเกาหลี ตามลำดับ แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็มีความสนใจอยู่ในระดับน้อยที่สุดถึงปานกลางเท่านั้น ดังตาราง 4.31

ตาราง 4.31 ระดับความสนใจสินค้าเกาหลีประเภทสุขภาพและความงาม (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เครื่องสำอางจากเกาหลี	1	1	3	3	-
คอนแทคเลนส์บิกอายส์	-	1	3	1	3
สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี	-	1	1	3	3
อาหารเสริมจากเกาหลี	-	-	2	1	5

จากตาราง 4.30 และ 4.31 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งที่เคยบริโภคและไม่เคยบริโภคสินค้าเกาหลี มีความสนใจและเลือกซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ คอนแทคเลนส์บิกอายส์ ซึ่งสินค้าทั้งสองชนิดนี้เป็นสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างสามารถหาซื้อได้ด้วยตนเอง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการของสถาบันเสริมความงามสไตล์เกาฬีน้อยเพราะมีค่าใช้จ่ายสูงแต่กลุ่มตัวอย่างมีรายได้น้อย แต่ถึงกระนั้นข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า หากกลุ่มตัวอย่างไม่มีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายและไม่ต้องกังวลเรื่องผลข้างเคียงที่อาจเกิดขึ้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็อยากใช้บริการเสริมความงามประเภทรักษาผิว ดูแลผิวหน้า และทำศัลยกรรมแก้ไขข้อบกพร่องของร่างกายเพื่อให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงามแบบเกาหลี กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสนใจอาหารเสริมจากเกาฬีน้อยมากเพราะเกือบทั้งหมดมักนึกถึง โสมเกาหลี ซึ่งรูปแบบของสินค้าไม่อยู่ในความสนใจของวัยรุ่น

สินค้าประเภทบันเทิง

จากผลการศึกษาพบว่า สินค้าบันเทิงที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเป็นอันดับแรกคือ ผลงานเพลงของศิลปินเกาหลี ทั้งที่เป็นซีดีเพลง (CDs) หรือดีวีดี (DVDs) คอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี สินค้าบันเทิงที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อรองลงมาคือ ละครโทรทัศน์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และนิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี ตามลำดับ ดังตาราง 4.32

ตาราง 4.32 ระดับการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทบันเทิง (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	20 (27.8%)	17 (23.6%)	14 (19.4%)	5 (6.9%)	16 (22.2%)
CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์เกาหลี	13 (18.1%)	26 (36.1%)	15 (20.8%)	3 (4.2%)	15 (20.8%)
นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี	14 (19.4%)	17 (23.6%)	21 (29.2%)	14 (19.4%)	6 (8.3%)
นิตยสารไทยสไตส์เกาหลี	10 (13.9%)	14 (19.4%)	18 (25.0%)	7 (9.7%)	23 (31.9%)
นิตยสารแปลจากเกาหลี	7 (9.7%)	17 (23.6%)	16 (22.2%)	13 (18.1%)	19 (26.4%)
เกมออนไลน์	5 (6.9%)	20 (27.8%)	6 (8.3%)	24 (33.3%)	17 (23.6%)

จากตาราง 4.32 จะเห็นได้ว่า สินค้าบันเทิงที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อในสามอันดับแรกคือ อัลบั้มเพลงสมัยนิยมเกาหลี คอนเสิร์ตของนักร้องเกาหลี ละครโทรทัศน์เกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี และนิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นสินค้าที่มีความเชื่อมโยงถึงศิลปินเกาหลีโดยตรง ตรงกันข้ามกับสินค้าบันเทิงในสามอันดับท้ายที่กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณในการซื้ออยู่ในระดับปานกลางก่อนไปทางน้อยที่สุด ได้แก่ นิตยสารไทยสไตส์เกาหลี นิตยสารแปลจากเกาหลี และเกมออนไลน์ เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้ซื้อศิลปินเกาหลีโดยตรง สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่นิยมซื้อนิตยสารไทยสไตส์เกาหลีและนิตยสารแปลจากเกาหลี เพราะกลุ่มตัวอย่างสนใจอ่านเรื่องแต่ง (Fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีที่ตนเองชื่นชอบเป็นตัวละครมากกว่า

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่ซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า สินค้าบันเทิงที่มีความสนใจอยากซื้อเป็นอันดับแรกคือ ซีดีเพลง (CDs) หรือดีวีดี (DVDs) คอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี รองลงมาคือนิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี และละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์เกาหลี ดังตาราง 4.33

ตาราง 4.33 ระดับความสนใจสินค้าเกาหลีประเภทบันเทิง (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี	1	3	4	-	-
นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี	1	2	5	-	-
CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์เกาหลี	1	1	3	2	1
เกมออนไลน์	-	3	3	-	2
นิตยสารแปลจากเกาหลี	1	1	1	3	2
นิตยสารไทยสไตล์เกาหลี	1	-	2	1	4

จากตาราง 4.32 และ 4.33 จึงสามารถสรุปได้ว่า สินค้าบันเทิงที่วัยรุ่นเชียงใหม่นิยมซื้อ และให้ความสนใจเป็นลำดับแรกคือ ซีดีหรือดีวีดีเพลงและคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลีโดยตรง รองลงมาคือ ละคร โทรทัศน์ ภาพยนตร์ และนิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี แต่สินค้านำเข้าประเภทนิตยสาร และเกมออนไลน์ ซึ่งไม่มีความเชื่อมโยงกับศิลปินเกาหลีนั้น ไม่เป็นที่สนใจของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเท่าที่ควร

สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์

จากผลการศึกษาพบว่า สินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อเป็นอันดับแรกคือ โทรศัพท์มือถือ รองลงมาคือ กล้องถ่ายรูปหรือกล้องวิดีโอ เครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP3 Player) และเครื่องคอมพิวเตอร์ ตามลำดับ ดังตาราง 4.34

ตาราง 4.34 ระดับการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
โทรศัพท์มือถือ	14 (19.4%)	14 (19.4%)	14 (19.4%)	12 (16.7%)	18 (25.0%)
กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ	5 (6.9%)	11 (15.3%)	14 (19.4%)	17 (23.6%)	25 (34.7%)
เครื่องเล่น MP3	10 (13.9%)	4 (5.6%)	12 (16.7%)	21 (29.2%)	25 (34.7%)
คอมพิวเตอร์	4 (5.6%)	-	22 (30.6%)	21 (29.2%)	25 (34.7%)

จากตาราง 4.34 จะเห็นได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณในการซื้อ โทรศัพท์มือถือในแต่ละระดับ ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยโทรศัพท์มือถือเป็นของใช้ส่วนตัวที่กลุ่มตัวอย่างมีทุกคน และนี่ก็ถึงเป็น ลำดับแรกในบรรดาสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ทั้งหมด ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่ากลุ่มตัวอย่าง บางส่วนใช้โทรศัพท์ยี่ห้อของเกาหลี แต่กลุ่มตัวอย่างยืนยันว่าเลือกซื้อเพราะการออกแบบที่สวยงาม และคุณสมบัติการใช้งาน (Function) ตามที่ตนเองต้องการ มิได้เลือกซื้อเพราะกระแสนิยมวัฒนธรรม เกาหลี อีกทั้งยังทราบว่าโทรศัพท์มือถือจากประเทศอื่นมีคุณสมบัติที่ดีกว่า แต่หากให้เปลี่ยน โทรศัพท์เครื่องใหม่ กลุ่มตัวอย่างก็จะยังคงใช้โทรศัพท์มือถือจากเกาหลียี่ห้อเดิมที่ตนใช้อยู่ เพราะ คำนึงถึงระบบการทำงานพื้นฐานของโทรศัพท์มือถือจากเกาหลีแล้ว

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์ยี่ห้อต่างๆ แตกต่างกัน แต่กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเคยชมเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่เป็นเพลงโฆษณาโทรศัพท์มือถือเกาหลี ขับร้องและแสดงภาพยนตร์โฆษณาโดยนักร้องเกาหลีที่เป็นที่นิยมของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ก็จดจำได้และเกิดความรู้สึกถูกใจ อยากทดลองใช้หากมีโอกาส โทรศัพท์มือถือที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ กล่าวถึง ได้แก่ โทรศัพท์มือถือเกาหลียี่ห้อแอลจี (LG) รุ่น โลลิปโปป Lollipop ซึ่งมีศิลปินเกาหลี วงบิกแบง (Big Bang) และวงทูเอ็นวัน (2NE1) เป็นผู้โฆษณา และรุ่นช็อกโกแลต Chocolate ซึ่งมี ศิลปินเกาหลีวงเกิร์ลส์เจเนอเรชัน (Girls' Generation) และวงเอฟเอ็กซ์ (f(x)) เป็นผู้โฆษณา กลุ่ม ตัวอย่างสนใจโทรศัพท์มือถือยี่ห้อและรุ่นดังกล่าวเพราะนักร้องวัยรุ่นเกาหลีเป็นผู้โฆษณา ประกอบ กับการออกแบบและคุณสมบัติการใช้งานของโทรศัพท์มือถือตรงตามความต้องการของตนเอง ที่ สำคัญก็คือโทรศัพท์มือถือที่ผลิตในประเทศเกาหลีมีภาษาเกาหลีให้เลือกใช้ ในขณะที่ โทรศัพท์มือถือจากประเทศอื่นๆ ยังไม่ค่อยมี กลุ่มตัวอย่างบางส่วนที่เข้าใจภาษาเกาหลีจึงสั่งซื้อ โทรศัพท์มือถือจากเกาหลี เพื่อจะได้สามารถเขียนข้อความภาษาเกาหลีส่งถึงเพื่อนหรือส่งเป็นอีเมล (E-mail) ให้แก่เพื่อนชาวเกาหลีได้ และกลุ่มตัวอย่างบางส่วนก็ซื้อโทรศัพท์รุ่นดังกล่าวเพราะเป็น แฟนคลับของนักร้องเกาหลีที่เป็นผู้โฆษณา

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณการซื้อสินค้าประเภทกล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ เครื่อง เล่นเอ็มพีสาม และคอมพิวเตอร์จากเกาหลี ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด เพราะเป็นสินค้าที่มีราคาสูง และกลุ่มตัวอย่างไม่สามารถตัดสินใจซื้อตามลำพังได้ อีกทั้งโทรศัพท์มือถือที่กลุ่มตัวอย่างใช้ก็มี คุณสมบัติในการถ่ายภาพ ถ่ายวิดีโอ ฟังเพลง และสามารถเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ตได้ กลุ่ม ตัวอย่างจึงไม่สนใจสินค้าในกลุ่มนี้มากนัก

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี พบว่า สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเป็นอันดับแรก คือ กล้องถ่ายรูปหรือกล้องวิดีโอ รองลงมาคือเครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP3 Player) และโทรศัพท์มือถือ ตามลำดับ ดังตาราง 4.35

ตาราง 4.35 ระดับความสนใจสินค้าเกาหลีประเภทสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ	1	1	3	-	3
คอมพิวเตอร์	-	2	2	3	1
เครื่องเล่น MP3	-	-	5	2	1
โทรศัพท์มือถือ	1	-	2	2	3

จากตาราง 4.34 และ 4.35 พบว่า อันดับในการเลือกซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี ของกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี และอันดับความสนใจของกลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมีลักษณะสวนทางกัน เพราะกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมีความคิดเห็นว่าโทรศัพท์มือถือเป็นสิ่งสามารถเปลี่ยนได้ง่ายที่สุดในบรรดาสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ แต่กลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีกลับมีความคิดเห็นว่าไม่มีความจำเป็นต้องเปลี่ยนไปใช้โทรศัพท์มือถือเครื่องใหม่ หากมีโอกาสซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลีจึงสนใจอยากได้สินค้าประเภทอื่นมากกว่า ซึ่งสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างสนใจล้วนเป็นสินค้าที่มีราคาสูงกว่าโทรศัพท์มือถือทั้งสิ้น

สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี

จากผลการศึกษาพบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเป็นอันดับแรกคือ โทรทัศน์ รองลงมาคือ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น เตาไมโครเวฟ และเครื่องปรับอากาศตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทนี้ในระดับปานกลางก่อนไปทางน้อยที่สุด ดังตาราง 4.36

ตาราง 4.36 ระดับการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
โทรทัศน์	14 (19.4%)	3 (4.2%)	23 (31.9%)	14 (19.4%)	18 (25.0%)
เครื่องซักผ้า	9 (12.5%)	4 (5.6%)	14 (19.4%)	25 (34.7%)	20 (27.8%)

ตาราง 4.36 (ต่อ)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ผู้เขียน	5 (6.9%)	12 (16.7%)	10 (13.9%)	15 (20.8%)	30 (41.7%)
เตาไมโครเวฟ	13 (18.1%)	1 (1.4%)	8 (11.1%)	20 (27.8%)	30 (41.7%)
เครื่องปรับอากาศ	10 (13.9%)	-	18 (25.0%)	8 (11.1%)	36 (50.0%)

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจอยากซื้อโทรทัศน์ยี่ห้อจากเกาหลีเป็นอันดับหนึ่ง เช่นเดียวกับกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี เครื่องใช้ไฟฟ้าที่กลุ่มตัวอย่างสนใจรองลงมาคือ เตาไมโครเวฟ ผู้เขียน เครื่องปรับอากาศ และเครื่องซักผ้า ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางน้อย ดังตาราง 4.37

ตาราง 4.37 ระดับความสนใจสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
โทรทัศน์	-	2	4	2	-
เตาไมโครเวฟ	-	1	5	2	-
ผู้เขียน	-	-	5	3	-
เครื่องปรับอากาศ	-	1	3	4	-
เครื่องซักผ้า	-	1	3	2	2

จากตาราง 4.36 และ 4.37 จะเห็นได้ว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจเป็นอันดับแรก คือ โทรทัศน์ เพราะเป็นสินค้าที่เชื่อมโยงกับความบันเทิงโดยตรง ในขณะที่สินค้าประเภทอื่นๆ นั้น เป็นเครื่องใช้ที่เกี่ยวข้องกับงานบ้าน ไม่เกี่ยวข้องกับความบันเทิง และข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นยี่ห้อจากเกาหลีนั้น ส่วนใหญ่ซื้อมานานแล้วก่อนเกิดกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลี และผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อคือพ่อหรือแม่ และหากมีความต้องการเปลี่ยนเครื่องใหม่ กลุ่มตัวอย่างก็ยังไม่มีความสนใจในการตัดสินใจซื้ออยู่ดี เพราะสินค้าเหล่านี้เป็นสินค้าที่มีได้ซื้อเป็นประจำ และมีราคาสูง การตัดสินใจซื้อจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยในหลายๆ ด้าน และผู้ปกครองมักจะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อเอง อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็

มีความคิดเห็นคล้ายกันว่า โทรทส์นจากเกาหลี เป็นสินค้าที่น่าสนใจมากที่สุด เพราะมีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย และมีการโฆษณามากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ

สินค้าประเภทยานพาหนะ

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดมีปริมาณในการซื้อสินค้านานพาหนะทั้งรถยนต์ และรถจักรยานยนต์ในระดับน้อยที่สุด ดังตาราง 4.38

ตาราง 4.38 ระดับการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทยานพาหนะ (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รถยนต์	-	-	14 (19.4%)	1 (1.7%)	57 (79.2%)
รถจักรยานยนต์	-	-	6 (8.3%)	9 (12.5%)	57 (79.2%)

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า มีความสนใจยานพาหนะจากเกาหลีทั้งรถยนต์และรถจักรยานยนต์ในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด ดังตาราง 4.39

ตาราง 4.39 ระดับความสนใจสินค้าเกาหลีประเภทยานพาหนะ (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รถจักรยานยนต์	1	-	3	2	2
รถยนต์	-	2	5	1	-

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นภาพรถยนต์และรถจักรยานยนต์ปรากฏในมิวสิควิดีโอเพลงสมัยนิยมเกาหลีบ่อยครั้ง แต่ก็เป็ยานพาหนะที่มีการออกแบบอย่างหรูหรา โฉบเฉี่ยวและล้ำสมัย ซึ่งไม่น่าจะนำมาใช้จริงได้ในชีวิตประจำวันได้ ส่วนยานพาหนะยี่ห้อของเกาหลีเช่น ฮุนได (Hyundai) แดวู (Daewoo) และเกีย (Kia) ซึ่งมีจำหน่ายมานานแล้ว กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ไม่คุ้นเคยเท่ากับยี่ห้ออื่นๆ ของญี่ปุ่นและยุโรป แต่ถึงกระนั้น กลุ่มตัวอย่างบางส่วนก็มีความคิดเห็นว่า หากมีโอกาสก็อยากลองใช้ยานพาหนะที่ปรากฏในเพลงสมัยนิยมเกาหลี เพราะมีรูปแบบที่สวยงาม เท่ๆ และไม่เหมือนใคร

จากตาราง 4.38 และ 4.39 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี และไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมาก่อน มีความสนใจยานพาหนะเกาหลีในระดับปานกลางถึงน้อยที่สุด เพราะเป็นสินค้าที่มีราคาสูงมาก ตนเองไม่มีกำลังซื้อ และไม่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อ ประกอบกับไม่คุ้นเคย



กับตราयीห้อยยานพาหนะจากเกาหลี จึงทำให้ยังมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของยานพาหนะจากญี่ปุ่น และยุโรปมากกว่า

สินค้าที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินไทยสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา

กระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีทำให้ผู้ประกอบการของไทยหันมาใช้ศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณา (Presenter) สินค้า หรือใช้สไตล์เกาหลีมาเป็นกลยุทธ์ในการโฆษณาสินค้ามากขึ้น จากผลการศึกษาพบว่า สินค้าในกลุ่มตัวอย่างนิยมซื้อเป็นอันดับแรกคือ เครื่องดื่ม รองลงมาคือสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ขนมอบเคี้ยว โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป สถาบันเสริมความงาม รถจักรยานยนต์ อาหารเสริม และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ตามลำดับ ดังตาราง 4.40

ตาราง 4.40 ระดับการซื้อสินค้าที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินไทยสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

สินค้า	ปริมาณในการซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เครื่องดื่ม	6 (8.3%)	15 (20.8%)	25 (34.7%)	22 (30.6%)	4 (5.6%)
เครื่องสำอาง เช่น ยี่ห้อ 12Plus, Mistine, Eversense เป็นต้น	5 (6.9%)	24 (33.3%)	12 (16.7%)	14 (19.4%)	17 (23.6%)
ขนมอบเคี้ยว	9 (12.5%)	14 (19.4%)	12 (16.7%)	26 (36.1%)	11 (15.3%)
โทรศัพท์มือถือ	11 (15.3%)	7 (9.7%)	17 (23.6%)	17 (23.6%)	20 (27.8%)
กล้องถ่ายรูป	-	9 (12.5%)	15 (20.8%)	20 (27.8%)	28 (38.9%)
สถาบันเสริมความงามและศัลยกรรม เช่น วูมิ-ศีกคี่ นิติพล เป็นต้น	7 (9.7%)	5 (6.9%)	6 (8.3%)	19 (26.4%)	35 (48.6%)
รถจักรยานยนต์	2 (2.8%)	6 (8.3%)	9 (12.5%)	27 (37.5%)	28 (38.9%)
อาหารเสริม	-	7 (9.7%)	9 (12.5%)	18 (25.0%)	38 (52.8%)
เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	-	12 (16.7%)	-	20 (27.8%)	40 (55.6%)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า การซื้อสินค้าต่างๆ ที่ศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณา หรืออ้างความเป็นเกาหลี เช่น เครื่องดื่ม หรือขนมขบเคี้ยว เป็นลักษณะการซื้อตามปกติโดยมิได้ คำนึงว่าเป็นสินค้าที่มีศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณาหรือไม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็น คล้ายกันว่า การนำศิลปินเกาหลีมาเป็นผู้โฆษณาสินค้า หรือการโฆษณาโดยใช้สไตลเกาหลี ทำให้มี ความรู้สึกสนใจสินค้านั้นมากขึ้น แต่ไม่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าสินค้านั้นมีระดับสูงขึ้น และไม่ทำให้ อยากรซื้อแต่อย่างใด เพราะสินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างคุ้นเคยมานานแล้วว่าเป็นสินค้า ไทย และสินค้าบางชนิดกลุ่มตัวอย่างก็ซื้อมาใช้เป็นปกติอยู่แล้ว โดยเฉพาะสินค้าประเภท เครื่องสำอางของไทยที่นิยมนำนักร้องเกาหลีมาเป็นผู้โฆษณา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็น ว่า การนำนักร้องเกาหลีมาโฆษณาสินค้าของไทยช่วยทำให้ตนเองสนใจตัวสินค้ามากขึ้น แต่ถึง กระนั้นกลุ่มตัวอย่างก็จดจำโฆษณาสินค้าในลักษณะของการติดตามผลงานของศิลปินที่เกาหลีที่ชื่นชอบมากกว่า ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมิได้ซื้อสินค้าไทยเพราะการ โฆษณาให้เป็นสไตล เกาหลี แต่กลุ่มตัวอย่างก็ยอมรับว่าผู้ผลิตโฆษณาอาจมีความจำเป็นต้องตามกระแสนิยมวัฒนธรรม เกาหลี อย่างไรก็ดี สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณาที่กลุ่มตัวอย่างซื้อมากที่สุดคือ เครื่องสำอาง โดยกลุ่มตัวอย่างมีการซื้อในสองลักษณะคือ การซื้อเพื่อเก็บเป็นของสะสม เพราะบน บรรจุภัณฑ์มีรูปของศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ และการซื้อเพื่อชิงรางวัล เป็นการซื้อเพราะการจัด โปรโมชันของผู้ผลิตสินค้าเมื่อกิจกรรมพิเศษ (Events) ที่นำศิลปินเกาหลีมาโชว์ตัว กลุ่มตัวอย่างจะ ซื้อสินค้าเพื่อรับอุปถัมภ์ซึ่งโชคสำหรับการจับฉลากเป็นผู้โชคดีที่เข้าร่วมทำกิจกรรมกับศิลปินเกาหลี

สำหรับสินค้าประเภทอื่นๆ ได้แก่ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป สถาบันเสริมความงามและ ศัลยกรรม รถจักรยานยนต์ อาหารเสริม และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านนั้น กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณในการ ซื้ออยู่ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด เพราะเป็นสินค้าที่มีราคาสูงเกินกว่าที่กลุ่มตัวอย่างจะซื้อด้วยตนเอง ได้

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า สินค้าที่สนใจอยากซื้อเป็นอันดับหนึ่งคือ รถจักรยานยนต์ รองลงมาคือเครื่องสำอาง สถาบันเสริมความงาม อาหารเสริม ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี ความสนใจอยู่ในระดับน้อยถึงปานกลาง ดังตาราง 4.41

ตาราง 4.41 ระดับความสนใจสินค้าที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินไทยสไตร์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

สินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รถจักรยานยนต์	-	3	2	3	-
เครื่องสำอาง เช่น ยี่ห้อ 12Plus, Mistine, Eversense เป็นต้น	1	-	4	3	-
สถาบันเสริมความงามและศัลยกรรม เช่น วุฒิ-ศกคิ์ นิติพล เป็นต้น	-	2	3	3	-
อาหารเสริม	-	2	2	4	-
ขนมขบเคี้ยว	-	-	4	3	1
เครื่องดื่ม	1	-	2	3	2
โทรศัพท์มือถือ	-	1	2	3	2
กล้องถ่ายรูป	-	-	3	3	2
เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	-	-	3	3	2

จากตาราง 4.40 และ 4.41 สามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีความคิดเห็นต่อสินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลีหรือใช้ศิลปินไทยสไตร์เกาหลีเป็นผู้โฆษณาว่าทำให้สนใจสินค้านิดนั้นมากขึ้น แต่ก็ยังเป็นลักษณะการติดตามผลงานของศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบมากกว่า ในขณะที่เดียวกันก็เข้าใจว่าผู้โฆษณาจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการตลาดโดยอิงกับกระแสนิยม แต่การโฆษณาในลักษณะเช่นนี้ไม่ทำให้รู้สึกว่าการติดตามสินค้านั้นๆ คุณทันสมัยหรือมีระดับมากขึ้น เพราะกลุ่มตัวอย่างรู้อยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าไทย จึงไม่เกิดความต้องการซื้อถ้าไม่จำเป็น และสินค้าบางประเภทก็ซื้อเพราะรูปแบบการโฆษณา ปัจจัยที่ทำให้วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ซื้อสินค้าเหล่านี้คือ การจัดโปรโมชั่นต่างๆ ที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี หรือซื้อสินค้าที่มีรูปของศิลปินเกาหลีอยู่บนบรรจุภัณฑ์ในลักษณะของสะสม อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ชัดว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมีแนวโน้มอยากซื้อสินค้าที่มีราคาสูงมากกว่าวัยรุ่นที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมาก่อน

การเลือกแหล่งซื้อสินค้าเกาหลี

จากผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างที่เคยบริโภคสินค้าเกาหลีเลือกซื้อสินค้าเกาหลีเป็นอันดับแรกคือ ร้านเฉพาะของยี่ห้อที่ต้องการซื้อ รองลงมาคือใช้บริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต และซื้อจากเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ ดังตาราง 4.42

ตาราง 4.42 ระดับความถี่ในการเลือกแหล่งซื้อสินค้าเกาหลี (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

แหล่งที่ซื้อ	ระดับความถี่ในการเลือก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ร้านเฉพาะของสินค้ายี่ห้ออื่นๆ ที่ต้องการซื้อ	5 (6.9%)	18 (25.0%)	29 (40.3%)	7 (9.7%)	13 (18.1%)
สั่งซื้อจากอินเทอร์เน็ต	12 (16.7%)	9 (12.5%)	19 (26.4%)	13 (18.1%)	19 (26.4%)
เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า	1 (1.4%)	20 (27.8%)	19 (26.4%)	22 (30.6%)	10 (13.9%)
ซูเปอร์มาร์เก็ต	-	9 (12.5%)	12 (16.7%)	33 (45.8%)	18 (25.0%)
ร้านสะดวกซื้อ	3 (4.2%)	6 (8.3%)	11 (15.3%)	31 (43.1%)	21 (29.2%)
ร้านค้าในตลาด และคอมมูนิตีมอลล์	-	5 (6.9%)	20 (27.8%)	25 (34.7%)	22 (30.6%)
ตลาดนัดในชุมชนที่คนอาศัยอยู่	5 (6.9%)	-	11 (15.3%)	15 (20.8%)	41 (56.9%)

จากตาราง 4.42 ได้แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อสินค้าเกาหลีจากแหล่งที่จำหน่ายสินค้าเกาหลีที่ต้องการซื้อโดยตรง ซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างซื้อสินค้าบันเทิงเกาหลีจากร้านขายสินค้าบันเทิงทั่วไป และซื้อเครื่องสำอางเกาหลีจากร้านเฉพาะยี่ห้อที่ต้องการซื้อ โดยเฉพาะการซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีนั้น ผู้ซื้อต้องการความมั่นใจว่าจะได้สินค้าของแท้จากเกาหลี มิใช่ของเลียนแบบ จึงนิยมเลือกซื้อจากร้านเฉพาะของสินค้ายี่ห้อที่ต้องการซื้อแม้จะมีราคาสูงก็ตาม ในขณะที่ผู้ใช้บริการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ตต้องการเครื่องสำอางของแท้จากเกาหลี แต่มีราคาถูกกว่า อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการซื้อจากร้านเฉพาะยี่ห้อหรือการสั่งซื้อทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มตัวอย่างก็มีเป้าหมายเดียวกันคือ ต้องการสินค้าเกาหลีของแท้ที่มีคุณภาพสูง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เกินกว่าครึ่งเลือกซื้อสินค้าเกาหลีจาก ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าทั่วไป และตลาดนัดในชุมชน ในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด สินค้าที่กลุ่มตัวอย่างเลือกซื้อจากแหล่งเหล่านี้ได้แก่ ของที่ระลึกของศิลปินเกาหลี และเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี เพราะสินค้าที่จำหน่ายในแหล่งเหล่านี้มีราคาถูก โดยเฉพาะเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลีนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มิมีความคิดเห็นคล้ายกันว่า เครื่องแต่งกายที่มีจำหน่ายในปัจจุบันล้วนเป็นสไตล์เกาหลีทั้งสิ้น ดังนั้นจึงสามารถเลือกซื้อได้ทุกที่ที่มีจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วน



ใหญ่ไม่นิยมซื้อเครื่องสำอางเกาหลีจากแหล่งเหล่านี้ เพราะราคาถูกมากเกินไปจนขาดความน่าเชื่อถือ ว่าเป็นของจริง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อสินค้ายี่ห้อเกาหลีจากแหล่งที่เชื่อถือได้ ว่าจำหน่ายสินค้าของแท้จากเกาหลี แต่สินค้าที่เป็นสไตส์เกาหลีโดยทั่วไป กลุ่มตัวอย่างจะไม่กังวลกับการเลือกแหล่งที่ซื้อมากนัก

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า มีแนวโน้มจะเลือกซื้อสินค้าเกาหลีจากเคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้าเป็นอันดับแรก รองลงมาคือซื้อจากซูเปอร์มาร์เก็ต และซื้อจากร้านค้าในตลาด ตามลำดับ ดังตาราง 4.43

ตาราง 4.43 ระดับความสนใจในการเลือกแหล่งซื้อสินค้าเกาหลี (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี)

(n = 8)

แหล่งที่ซื้อ	ระดับความสนใจในการเลือก				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า	1	3	3	-	-
ซูเปอร์มาร์เก็ต	1	2	2	3	-
ร้านค้าในตลาด และคอมมูนิตีมอลล์	1	2	2	3	-
ร้านสะดวกซื้อ	1	2	3	1	1
ตลาดนัดในชุมชนที่คนอาศัยอยู่	1	2	3	1	1
ร้านเฉพาะของสินค้ายี่ห้ออื่นๆ ที่ต้องการซื้อ	-	4	1	2	1
สั่งซื้อจากอินเทอร์เน็ต	-	2	2	2	2

จากตาราง 4.42 และ 4.43 จะเห็นได้ว่า ผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีจะเลือกซื้อจากแหล่งที่มั่นใจว่าจะได้สินค้าเกาหลีของแท้ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อจากร้านเฉพาะของยี่ห้ออื่นๆ หรือการสั่งซื้อจากอินเทอร์เน็ต ในขณะที่กลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมาก่อน จะเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นอันดับต้นๆ แต่เมื่อพิจารณาจากแหล่งซื้อประเภทร้านเฉพาะยี่ห้อของสินค้าเกาหลี ก็พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความสนใจในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากมีโอกาสกลุ่มที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีมาก่อนก็อยากซื้อสินค้าของแท้จากเกาหลีเช่นกัน

ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี

จากผลการศึกษาพบว่า อันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจคือ รูปแบบของสินค้าเกาหลี รองลงมาคือ คุณภาพของสินค้าเกาหลี แหล่งที่ซื้อสินค้าเกาหลี และราคาของสินค้าเกาหลี ตามลำดับ

ด้านรูปแบบของสินค้าเกาหลี กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าสินค้าเกาหลีมีรูปแบบที่สวยงามและดูทันสมัยมีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 55.6 หรือมากกว่าครึ่ง ส่วนผู้ที่ไม่เห็นด้วยอย่างยั้งว่าสินค้า

เกาหลีมีรูปแบบที่สวยงามและคุณทันสมัยมีจำนวนเท่ากับผู้ที่ไม่แน่ใจว่าสินค้าเกาหลีมีรูปแบบที่สวยงามและคุณทันสมัยหรือไม่ มีจำนวนกลุ่มละ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 22.2 หรือประมาณหนึ่งในห้าต่อกลุ่ม

ด้านคุณภาพของสินค้า กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าสินค้าเกาหลีมีคุณภาพสูงมีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 66.7 หรือประมาณสองในสามของทั้งหมด ส่วนที่เหลือจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 หรือหนึ่งในสามไม่แน่ใจว่าสินค้าเกาหลีมีคุณภาพ

ด้านแหล่งที่ซื้อสินค้าเกาหลี กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าสามารถหาซื้อสินค้าเกาหลีได้ง่ายมีจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 59.7 หรือเกินกว่าครึ่ง ในขณะที่ผู้ที่ไม่แน่ใจว่าสามารถหาซื้อสินค้าเกาหลีได้ง่ายมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 31.9 หรือประมาณหนึ่งในสามของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ด้านราคาและคุณภาพของสินค้าเกาหลี กลุ่มตัวอย่างที่เห็นด้วยว่าสินค้าเกาหลีมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 หรือครึ่งหนึ่งของทั้งหมด ในขณะที่ผู้ที่ไม่แน่ใจว่าสินค้าเกาหลีมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพหรือไม่มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 หรือเกือบครึ่งหนึ่ง ส่วนผู้ที่ไม่เห็นด้วยว่าสินค้าเกาหลีมีราคาเหมาะสมกับคุณภาพมีเพียง 2 คน หรือเพียงร้อยละ 2.8 เท่านั้น ดังตาราง 4.44

ตาราง 4.44 ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

เหตุผล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย	16 (22.2%)	40 (55.6%)	16 (22.2%)	-	-
มีคุณภาพสูง	-	48 (66.7%)	24 (33.3%)	-	-
สามารถหาซื้อได้ง่าย	2 (2.8%)	43 (59.7%)	23 (31.9%)	4 (5.6%)	-
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	-	37 (51.4%)	33 (45.8%)	2 (2.8%)	-

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีพบว่า สาเหตุที่ทำให้ไม่เคยซื้อเพราะสินค้าเกาหลีมีราคาสูงเกินไปและหาซื้อได้ยาก แต่ในขณะที่เดียวกันผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีก็มีความคิดเห็นว่าสินค้าเกาหลีมีคุณภาพ แต่ก็ไม่แน่ใจว่าสินค้าเกาหลีมีรูปแบบที่สวยงามหรือไม่ ดังตาราง

ตาราง 4.45 ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

เหตุผล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
ราคาสูงเกินไป	1	4	3	-	-
หาซื้อได้ยาก	2	3	3	-	-
สินค้าไม่มีคุณภาพ	-	-	4	2	2
รูปแบบของสินค้าไม่สวยงาม	-	-	5	1	2

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีความคิดเห็นว่า สินค้าเกาหลีมีรูปแบบที่สวยงาม คุณทันสมัย เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และสามารถหาซื้อได้ง่าย

4.5 เกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า

จากผลการศึกษาพบว่า เกณฑ์อันดับแรกในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่างคือ พิจารณาจากความพอใจในขณะที่ต้องการซื้อโดยไม่คำนึงว่าเป็นสินค้าตามกระแสนิยมหรือไม่ รองลงมาคือเลือกซื้อเพราะเป็นสินค้าสไตล์เกาหลี โดยไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นสินค้านำเข้าจากเกาหลี ถัดมาคือเลือกซื้อเพราะศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณาสินค้านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้ศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณาก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่างได้ในระดับหนึ่ง ส่วนการเลือกซื้อสินค้าเพราะเป็นสินค้าของแท้จากเกาหลีนั้น กลุ่มตัวอย่างพิจารณาเป็นอันดับสุดท้าย ดังตาราง 4.46

ตาราง 4.46 เกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า (กรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 72)

เกณฑ์	ลำดับที่ 1		ลำดับที่ 2		ลำดับที่ 3		ไม่เลือก	
	n	%	n	%	n	%	n	%
ไม่จำเป็นต้องเป็นสไตล์เกาหลี ขึ้นอยู่กับความพอใจในขณะนั้น	41	56.9	13	18.1	13	18.1	5	6.9
ไม่จำเป็นต้องเป็นของแท้จากเกาหลี แต่ต้องเป็นสไตล์เกาหลี	14	19.4	23	31.9	9	12.5	26	36.1
เป็นสินค้าที่ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์เท่านั้น ไม่จำเป็นว่าต้องเป็นสินค้าจากเกาหลี หรือสไตล์เกาหลี	5	6.9	24	33.3	21	29.2	22	30.6
ต้องเป็นสินค้าของแท้จากเกาหลีเท่านั้น	9	12.5	14	19.4	27	37.5	22	30.6

หมายเหตุ: จัดลำดับความสำคัญของเหตุผล 1-3

ส่วนผลการศึกษาผู้ที่ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี พบว่า เกณฑ์อันดับแรกในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มตัวอย่างคือ พิจารณาจากความพอใจในขณะที่ต้องการซื้อ โดยไม่คำนึงว่าเป็นสินค้าตามกระแสนิยมหรือไม่ รองลงมาคือ เลือกซื้อเพราะเป็นสินค้าที่ศิลปินเกาหลีเป็นผู้โฆษณา โดยไม่จำเป็นว่าสินค้านั้นจะเป็นสินค้าสไตล์เกาหลีหรือไม่ ลำดับถัดมาคือ เลือกซื้อเพราะเป็นสินค้าของแท้จากประเทศเกาหลี และลำดับสุดท้ายคือ เลือกซื้อเพราะเป็นสินค้าสไตล์เกาหลี ดังตาราง 4.47

ตาราง 4.47 เกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้า (กรณีผู้ไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) (n = 8)

เกณฑ์	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	ไม่เลือก
	n	n	n	n
ไม่จำเป็นต้องเป็นสไตล์เกาหลี ขึ้นอยู่กับความพอใจในขณะนั้น	5	3	-	-
เป็นสินค้าที่ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์เท่านั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าจากเกาหลี หรือสไตล์เกาหลี	2	3	-	3
ต้องเป็นสินค้าของแท้จากเกาหลีเท่านั้น	1	2	2	3
ไม่จำเป็นต้องเป็นของแท้จากเกาหลี แต่ต้องเป็นสไตล์เกาหลี	-	-	6	2

หมายเหตุ: จัดลำดับความสำคัญของเหตุผล 1-3

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบันคือ พิจารณาจากความพอใจของตนเองในขณะนั้นก่อน รองลงมาจึงจะเลือกซื้อเพราะเป็นสินค้าสไตล์เกาหลี หรือเป็นสินค้านำเข้าจากประเทศเกาหลี

4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลี

ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลี เป็นผลจากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มของผู้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่อประเด็นต่างๆ มีตัวแปรต้นคือ ระยะเวลาในการฟังและความถี่ในการฟัง โดยระยะเวลาในการฟังผู้วิจัยแบ่งเป็น 5 ช่วงระยะเวลา คือ น้อยกว่า 1 ปี, 1-3 ปี, 4-6 ปี, 7-9 ปี และตั้งแต่ 9 ปีขึ้นไป ส่วนความถี่ในการฟังผู้วิจัยแบ่งเป็น 4 ช่วงคือ ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์, ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์, ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์ และฟังทุกวัน (ภาคผนวก ก) สำหรับตัวแปรตามในการศึกษาเปรียบเทียบได้แก่ ความคิดเห็นต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี การทำกิจกรรมต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี ปริมาณการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทต่างๆ และความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว One Way Anova (F-Test) ซึ่งเป็นกลุ่มสถิติในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ความคิดเห็นต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี

1) ด้านศิลปิน

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อศิลปินเกาหลี พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อรูปร่างหน้าตาของศิลปินเกาหลีแตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมาเป็นระยะเวลาที่กี่ก็ตาม กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ก็มีความคิดเห็นเหมือนกันว่า ศิลปินเกาหลีหน้าตาดี ส่วนประเด็นอื่นนอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นแตกต่างกัน กล่าวคือ ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่แตกต่างกัน ทำให้กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีความคิดเห็นที่แตกต่างในด้านคุณภาพของน้ำเสียง ความสามารถในการเต้น และความสามารถทางการแสดงของศิลปินเกาหลี ดังตาราง 4.48

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อศิลปินเกาหลี พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกัน ไม่ทำให้ความคิดเห็นด้านหน้าตาและน้ำเสียงของศิลปินเกาหลีแตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะมีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกี่ครั้งต่อสัปดาห์ ก็มีความคิดเห็นตรงกันว่าศิลปินเกาหลีหน้าตาดี และน้ำเสียงของนักร้องเกาหลีมีคุณภาพ แต่ในขณะที่เดียวกัน ความถี่ในการฟังที่ต่างกันก็มีผลทำให้ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อศิลปินเกาหลีด้านความสามารถในการเต้น และความสามารถทางการแสดงแตกต่างกัน ดังตาราง 4.48

ตาราง 4.48 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และความคิดเห็นต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านศิลปิน (n = 80)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
นักร้องหน้าตาดี	1.441	.229	ไม่แตกต่าง	1.625	.191	ไม่แตกต่าง
น้ำเสียงของนักร้องมีคุณภาพ	17.057	.000*	แตกต่าง	2.084	.109	ไม่แตกต่าง
นักร้องมีความสามารถในการเต้น	6.763	.000*	แตกต่าง	10.941	.000*	แตกต่าง
นักร้องมีความสามารถทางการแสดง	6.041	.000*	แตกต่าง	4.115	.009*	แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 1 และ ผ. 4 ใน ภาคผนวก ง

2) ด้านบทเพลง

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อบทเพลง พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อบทเพลงในทุกประเด็นแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อ รูปแบบของดนตรี เนื้อหาของบทเพลง และการเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟัง ของเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน ดังตาราง 4.49

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อบทเพลง พบว่า ความถี่ในการฟังที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อบทเพลงในทุกประเด็นแตกต่างกัน กล่าวคือ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะมีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน แต่ก็มีความคิดเห็นเหมือนกันว่า เพลงสมัยนิยมเกาหลีมีดนตรีไพเราะและทันสมัย เนื้อหาของบทเพลงซาบซึ้งน่าประทับใจ และบทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี ดังตาราง 4.49

ตาราง 4.49 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และความคิดเห็นต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านบทเพลง (n = 80)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ดนตรีไพเราะและทันสมัย	15.968	.000*	แตกต่าง	1.404	.248	ไม่แตกต่าง
เนื้อหาของบทเพลงซาบซึ้งน่าประทับใจ	8.677	.000*	แตกต่าง	1.185	.321	ไม่แตกต่าง
บทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี	17.155	.000*	แตกต่าง	2.057	2.057	ไม่แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 2 และ ผ. 5 ใน ภาคผนวก ง

3) ด้านมิวสิควิดีโอ

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อมิวสิควิดีโอ พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อมิวสิควิดีโอแตกต่างกันในทุกประเด็น ดังตาราง 4.50

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อมิวสิควิดีโอ พบว่า ความถี่ในการฟังที่แตกต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อมิวสิควิดีโอแตกต่างกันในบางประเด็น กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเหมือนกันว่า มิวสิควิดีโอเกาหลีดูทันสมัย มีความเป็นสากล



การตัดต่อมีคุณภาพ และมีความพึงพอใจในการผลิต ในขณะที่เดียวกัน ความถี่ในการฟังที่ต่างกันก็มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อมิวสิกวิดีโอแตกต่างกันในบางประเด็น กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นแตกต่างกันเกี่ยวกับวิธีการนำเสนอมิวสิกวิดีโอ จากและอุปกรณ์ประกอบฉาก การจัดแสง และมุมกล้องในการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ ดังตาราง 4.5

ตาราง 4.50 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และความคิดเห็นต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านมิวสิกวิดีโอ ($n = 80$)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ดูทันสมัยและมีความเป็นสากล	9.056	.000*	แตกต่าง	1.118	.347	ไม่แตกต่าง
วิธีการนำเสนอเรื่องราวในมิวสิกวิดีโอ น่าสนใจ	3.921	.006*	แตกต่าง	10.791	.000*	แตกต่าง
ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม	4.215	.004*	แตกต่าง	13.783	.000*	แตกต่าง
การจัดแสงในมิวสิกวิดีโอสวยงาม	4.762	.002*	แตกต่าง	10.407	.000*	แตกต่าง
มุมกล้องในการถ่ายทำสวยงาม	5.496	.001*	แตกต่าง	6.644	.000*	แตกต่าง
การตัดต่อมีคุณภาพ	4.798	.002*	แตกต่าง	1.739	.166	ไม่แตกต่าง
มีความพึงพอใจในการผลิตมิวสิกวิดีโอ	3.430	.012*	แตกต่าง	1.686	.177	ไม่แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 3 และ ผ. 6 ใน ภาคผนวก ง

อย่างไรก็ดี แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่างกันจะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน แต่ระดับความคิดเห็นที่มีต่อมิวสิกวิดีโอเพลงสมัยนิยมเกาหลีก็เป็นทัศนคติเชิงบวกทั้งสิ้น (ภาคผนวก ง ตาราง ผ. 3) เช่นเดียวกับความถี่ในการฟังเพลงที่แตกต่างกันแม้จะทำให้ความคิดเห็นในบางประเด็นแตกต่างกัน แต่ก็ยังเป็นความคิดเห็นซึ่งเป็นทัศนคติเชิงบวกต่อมิวสิกวิดีโอเพลงเกาหลีเช่นกัน (ภาคผนวก ง ตาราง ผ. 6)

การทำกิจกรรมต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้การเข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิกแตกต่างกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะมีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมานานเท่าใดก็ตาม ก็มีการเข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิกเหมือนกัน นอกจากนี้ ผลการเปรียบเทียบ

พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันมีผลทำให้กลุ่มตัวอย่างมีระดับในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน ดังตาราง 4.51

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและการทำกิจกรรมต่างๆ ที่สืบเนื่องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้การทำกิจกรรมบางอย่างแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีการทำกิจกรรมต่างๆ เหมือนกันคือ การซื้อซีดี (CDs) เพลงหรือคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี การดาวน์โหลด (Download) เพลงหรือคลิป (Clips) ต่างๆ ของศิลปินเกาหลีจากอินเทอร์เน็ต (Internet) การสะสมของที่ระลึกของศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ การหาข้อมูลของศิลปินเกาหลีเพิ่มเติม การติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี การหาร้องเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่ชื่นชอบ การเรียนภาษาเกาหลีเพิ่มเติม การสมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ และการไปดูคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี ในขณะเดียวกัน ความถี่ในการฟังที่ต่างกันก็ทำให้การทำกิจกรรมบางอย่างแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีการเดินเลียนแบบ (Cover) ศิลปินเกาหลี การเข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิก การทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้ศิลปินเกาหลี และการอ่านเรื่องแต่ง (Fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวละคร แตกต่างกัน ดังตาราง 4.51

ตาราง 4.51 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และการทำกิจกรรมต่างๆ หลังจากที่ได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

กิจกรรม	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ซื้อซีดีเพลงหรือคอนเสิร์ตของแท้	8.387	.000*	แตกต่าง	1.374	.257	ไม่แตกต่าง
ดาวน์โหลดเพลง หรือคลิปต่างๆ ของศิลปินจากอินเทอร์เน็ต	8.253	.000*	แตกต่าง	1.034	.383	ไม่แตกต่าง
สะสมของที่ระลึกของศิลปินที่ชื่นชอบ	9.648	.000*	แตกต่าง	1.428	.241	ไม่แตกต่าง
หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ	7.132	.000*	แตกต่าง	.662	.578	ไม่แตกต่าง
ติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบ	6.059	.000*	แตกต่าง	1.967	.126	ไม่แตกต่าง
หาร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ	4.714	.002*	แตกต่าง	1.402	.249	ไม่แตกต่าง
หัดเดินเลียน (Cover) แบบทำเดินของศิลปินเกาหลี	6.436	.000*	แตกต่าง	6.298	.001*	แตกต่าง

ตาราง 4.51 (ต่อ)

กิจกรรม	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เรียนภาษาเกาหลีเพื่อให้เข้าใจเพลงและข่าวสารต่างๆ ของศิลปินเกาหลีได้มากขึ้น	4.578	.002*	แตกต่างกัน	.616	.606	ไม่แตกต่างกัน
สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับของศิลปินที่ชื่นชอบ	2.718	.036*	แตกต่างกัน	.984	.405	ไม่แตกต่างกัน
เข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิก	1.870	.124	ไม่แตกต่างกัน	7.802	.000*	แตกต่างกัน
ทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้ศิลปินเมื่อมีโอกาส	4.068	.005*	แตกต่างกัน	4.641	.005*	แตกต่างกัน
ไปดูคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี	9.709	.000*	แตกต่างกัน	1.353	.264	ไม่แตกต่างกัน
อ่านหรือเขียนเรื่องแต่ง (Fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวละคร	3.126	.020*	แตกต่างกัน	5.293	.002*	แตกต่างกัน

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 7 และ ผ. 8 ใน ภาคผนวก ง

ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นต่อการรับประทานอาหารเกาหลีต่างกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมาเป็นระยะเวลาเท่าใดก็ตาม ก็มีความคิดเห็นเหมือนกันว่า ไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากรับประทานอาหารเกาหลีหรือไม่ ส่วนประเด็นอื่นนอกเหนือจากนี้ ระยะเวลาในการฟังที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลีแตกต่างกัน ดังตาราง 4.52

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้ความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลีต่างกัน กล่าวคือ ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะมีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเท่าใดก็ตาม ก็มีความคิดเห็นเหมือนกันว่า การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากเรียนภาษาเกาหลีและทำให้อยากเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลี แต่ก็ไม่แน่ใจว่าการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลีหรือไม่ ในขณะที่ความถี่ในการฟังที่ต่างกัน ก็มีผลทำให้ความคิดเห็นในบางประเด็นแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่างกันมีความคิดเห็นว่า การฟังเพลงสมัยนิยม

เกาหลีทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น ทำให้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น ทำให้อยากลองรับประทานอาหารเกาหลี และทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเองเป็นแบบเกาหลี แตกต่าง กัน ดังตาราง 4.52

ตาราง 4.52 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี (n = 80)

การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีทำให้	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น	15.174	.000*	แตกต่าง	3.518	.019*	แตกต่าง
สนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น	4.753	.002*	แตกต่าง	2.864	.042*	แตกต่าง
อยากเรียนภาษาเกาหลี	9.981	.000*	แตกต่าง	.248	.863	ไม่แตกต่าง
อยากลองรับประทานอาหารเกาหลี	1.162	.334	ไม่แตกต่าง	4.342	.007*	แตกต่าง
อยากไปเที่ยวประเทศเกาหลี	3.721	.008*	แตกต่าง	1.223	.307	ไม่แตกต่าง
อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเองเป็นแบบเกาหลี	16.890	.000*	แตกต่าง	2.814	.045*	แตกต่าง
อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี	11.927	.000*	แตกต่าง	.891	.450	ไม่แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 9 และ ผ. 10 ใน ภาคผนวก

ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลีประเภทต่างๆ

1) เครื่องแต่งกาย

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกัน ทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายทุกชนิดมีความแตกต่างกัน ดังตาราง 4.53

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี พบว่า ความถี่ในการฟังทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลีแตกต่างกัน ยกเว้นเครื่องประดับ กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเสื้อ กระโปรง กางเกง เข็มขัด รองเท้า หมวก แว่นตา และผ้าพันคอ แตกต่างกัน แต่มีปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องประดับเหมือนกัน ดังตาราง 4.53

ตาราง 4.53 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย (n = 72)

เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เสื้อ, กระโปรง, กางเกง	6.621	.000*	แตกต่างกัน	3.462	.021*	แตกต่างกัน
เข็มขัด, รองเท้า	18.005	.000*	แตกต่างกัน	4.344	.007*	แตกต่างกัน
หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ	9.383	.000*	แตกต่างกัน	3.826	.014*	แตกต่างกัน
เครื่องประดับ	18.778	.000*	แตกต่างกัน	1.004	.397	ไม่แตกต่างกัน

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 11 และ ผ. 18 ใน ภาคผนวก ก

2) สินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทสุขภาพและความงาม พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอางจากเกาหลีและคอนแทคเลนส์บิกายส์ต่างกัน แต่ทำให้ปริมาณในการใช้บริการสถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี และซื้ออาหารเสริมจากเกาหลีต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีปริมาณในการซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลีและคอนแทคเลนส์บิกายส์เหมือนกัน แต่มีปริมาณในการเลือกใช้บริการของสถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลีและซื้ออาหารเสริมจากเกาหลีแตกต่างกัน ดังตาราง 4.54

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทสุขภาพและความงาม พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าเครื่องสำอางจากเกาหลี สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี และอาหารเสริมจากเกาหลีแตกต่างกัน แต่ไม่ทำให้ปริมาณการซื้อคอนแทคเลนส์บิกายส์ต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่างกัน มีปริมาณในการซื้อคอนแทคเลนส์บิกายส์เหมือนกัน แต่มีปริมาณในการซื้อเครื่องสำอางจากเกาหลี การใช้บริการจากสถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี และซื้ออาหารเสริมจากเกาหลีแตกต่างกัน ดังตาราง 4.54

ตาราง 4.54 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าประเภทสุขภาพและความงาม (n = 72)

สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องสำอางจากเกาหลี	1.126	.352	ไม่แตกต่าง	11.091	.002*	แตกต่าง
คอนแทคเลนส์บิกอายส์	.990	.419	ไม่แตกต่าง	2.461	.070	ไม่แตกต่าง
สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี	4.765	.002*	แตกต่าง	7.463	.000*	แตกต่าง
อาหารเสริมจากเกาหลี	14.495	.000*	แตกต่าง	6.230	.001*	แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 12 และ ผ. 19 ใน ภาคผนวก ง

3) สินค้าบันเทิง

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าบันเทิง พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าบันเทิงบางประเภทแตกต่างกัน แต่ไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อเปลี่ยนแปลงจากเกาหลีและนิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลีแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่างกัน มีปริมาณในการซื้อเปลี่ยนแปลงจากเกาหลีและนิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลีเหมือนกัน แต่มีปริมาณในการซื้อซีดี (CDs) เพลงหรือคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์เกาหลี นิยายไทยสไตล์เกาหลี และเกมออนไลน์แตกต่างกัน ดังตาราง 4.55

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าบันเทิง พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าบันเทิงทุกชนิดแตกต่างกัน ดังตาราง 4.55

ตาราง 4.55 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าประเภทบันเทิง (n = 72)

สินค้าบันเทิง	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ซีดีเพลง หรือคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี	10.200	.000*	แตกต่าง	4.042	.011*	แตกต่าง
ซีดีละครหรือภาพยนตร์เกาหลี	12.958	.000*	แตกต่าง	3.147	.031*	แตกต่าง
นิยายแปลจากเกาหลี	1.317	.272	ไม่แตกต่าง	5.106	.003*	แตกต่าง
นิยายไทยสไตล์เกาหลี	4.733	.002*	แตกต่าง	10.078	.000*	แตกต่าง

ตาราง 4.55 (ต่อ)

สินค้าขั้นเชิง	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี	1.849	.130	ไม่แตกต่าง	6.204	.001*	แตกต่าง
เกมออนไลน์	11.775	.000*	แตกต่าง	4.361	.007*	แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 13 และ ผ. 20 ใน ภาคผนวก ง

4) สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ออกจากเกาหลี พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ออกจากเกาหลีทุกประเภทแตกต่างกัน ดังตาราง 4.56

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ออกจากเกาหลีประเภทโทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ และเครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP3 Player) แตกต่างกัน แต่ไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อคอมพิวเตอร์แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีปริมาณในการซื้อคอมพิวเตอร์เหมือนกัน แต่มีปริมาณในการซื้อ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป กล้องวิดีโอ และเครื่องเล่นเอ็มพีสาม (MP3 Player) ต่างกัน ดังตาราง 4.56

ตาราง 4.56 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าประเภทอิเล็กทรอนิกส์ (n = 72)

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรศัพท์มือถือ	14.842	.000*	แตกต่าง	7.035	.000*	แตกต่าง
กล้องถ่ายรูป/ กล้องวิดีโอ	13.980	.000*	แตกต่าง	7.732	.000*	แตกต่าง
เครื่องเล่น MP3	11.834	.000*	แตกต่าง	4.880	.004*	แตกต่าง
คอมพิวเตอร์	6.241	.000*	แตกต่าง	2.436	.072	ไม่แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 14 และ ผ. 21 ใน ภาคผนวก ง



5) เครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดต่างๆ แตกต่างกัน แต่ไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อเครื่องปรับอากาศแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีปริมาณในการซื้อเครื่องปรับอากาศเหมือนกัน ส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทอื่น ได้แก่ โทรทัศน์ ตู้เย็น เตาไมโครเวฟ และเครื่องซักผ้า กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณในการซื้อแตกต่างกัน ดังตาราง 4.57

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า พบว่า ความถี่ในการฟังที่แตกต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดต่างๆ แตกต่างกัน แต่ไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อเครื่องซักผ้าและเครื่องปรับอากาศแตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีปริมาณในการซื้อเครื่องซักผ้าและเครื่องปรับอากาศเหมือนกัน ส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าประเภทอื่น ได้แก่ โทรทัศน์ ตู้เย็น และเตาไมโครเวฟ กลุ่มตัวอย่างมีปริมาณในการซื้อแตกต่างกัน ดังตาราง 4.57

ตาราง 4.57 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า (n = 72)

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรทัศน์	6.392	.000*	แตกต่าง	5.226	.003*	แตกต่าง
ตู้เย็น	5.932	.000*	แตกต่าง	3.540	.019*	แตกต่าง
เตาไมโครเวฟ	3.153	.020*	แตกต่าง	6.614	.001*	แตกต่าง
เครื่องซักผ้า	8.427	.000*	แตกต่าง	1.310	.278	ไม่แตกต่าง
เครื่องปรับอากาศ	1.279	.287	ไม่แตกต่าง	2.518	.065	ไม่แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 15 และ ผ. 22 ใน ภาคผนวก

6) ยานพาหนะจากเกาหลี

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทยานพาหนะ พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อยานพาหนะจากเกาหลีต่างกัน กล่าวคือ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะฟังเพลง

สมัยนิยมเกาหลีมาเป็นระยะเวลาไม่นานเท่าใดก็ตาม ก็มีปริมาณในการซื้อยานพาหนะจากเกาหลีในระดับน้อยที่สุดเหมือนกัน ดังตาราง 4.58

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีประเภทยานพาหนะ พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อยานพาหนะจากเกาหลีต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่างก็มีปริมาณในการซื้อสินค้ายานพาหนะจากเกาหลีแตกต่างกัน ดังตาราง 4.58

ตาราง 4.58 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าประเภทยานพาหนะ (n = 72)

สินค้ายานพาหนะ	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
รถยนต์	2.433	.056	ไม่แตกต่าง	19.796	.000*	แตกต่าง
รถจักรยานยนต์	2.229	.075	ไม่แตกต่าง	9.779	.000*	แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 16 และ ผ. 23 ใน ภาคผนวก ง

7) สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันทำให้ความคิดเห็นต่อสินค้าทุกประเภทที่ใช้ศิลปินเกาหลีหรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณาแตกต่างกัน ดังตาราง 4.59

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและปริมาณในการซื้อสินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทเครื่องสำอาง รถจักรยานยนต์ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป สถาบันเสริมความหรือศัลยกรรม และอาหารเสริม ที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณาต่างกัน แต่ในขณะเดียวกัน ความถี่ในการฟังที่ต่างกันไม่ทำให้ปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ต่างกัน กล่าวคือ แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่จะมีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีต่างกัน แต่ก็มีปริมาณในการซื้อสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน ที่ใช้ศิลปินเกาหลีหรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณาเหมือนกัน ดังตาราง 4.59

ตาราง 4.59 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และปริมาณการซื้อสินค้าที่ศิลปินเกาหลีหรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา (n = 72)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลีหรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องสำอาง	4.610	.002*	แตกต่างกัน	13.235	.000*	แตกต่างกัน
ขนมขบเคี้ยว	2.694	.038*	แตกต่างกัน	1.348	.266	ไม่แตกต่างกัน
เครื่องดื่ม	5.965	.000*	แตกต่างกัน	1.719	.171	ไม่แตกต่างกัน
รถจักรยานยนต์	13.048	.000*	แตกต่างกัน	10.478	.000*	แตกต่างกัน
โทรศัพท์มือถือ	15.402	.000*	แตกต่างกัน	6.704	.000*	แตกต่างกัน
กล้องถ่ายรูป	6.990	.000*	แตกต่างกัน	7.168	.000*	แตกต่างกัน
เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	3.789	.008*	แตกต่างกัน	1.802	.155	ไม่แตกต่างกัน
สถาบันเสริมความงามหรือศัลยกรรม	7.908	.000*	แตกต่างกัน	5.460	.002*	แตกต่างกัน
อาหารเสริม	5.728	.001*	แตกต่างกัน	3.821	.014*	แตกต่างกัน

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 17 และ ผ. 24 ใน ภาคผนวก

ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี พบว่า ระยะเวลาในการฟังที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลีแตกต่างกันในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพ ด้านรูปแบบ ด้านราคา และด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าเกาหลี ดังตาราง 4.60

จากผลการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี พบว่า ความถี่ในการฟังที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นด้านคุณภาพของสินค้าเกาหลีแตกต่างกัน แต่ไม่มีผลต่อความคิดเห็นด้านรูปแบบของสินค้า ด้านราคา และด้านสถานที่จำหน่ายสินค้าเกาหลี กล่าวคือ วัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังต่างกัน มีความคิดเห็นต่างกันในด้านคุณภาพของสินค้าเกาหลี แต่มีความคิดเห็นเหมือนกันว่าสินค้าเกาหลีมีรูปแบบที่สวยงาม ดูทันสมัย มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และสามารถหาซื้อได้ง่าย ดังตาราง 4.60

ตาราง 4.60 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟัง ความถี่ในการฟัง และความคิดเห็นที่มีต่อ
สินค้าเกาหลี (n = 72)

ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี	ระยะเวลาในการฟัง (ปี)			ความถี่ในการฟัง (ต่อสัปดาห์)		
	F	Sig.	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
มีคุณภาพสูง	5.751	.000*	แตกต่าง	2.772	.048*	แตกต่าง
มีรูปแบบที่สวยงามและทันสมัย	10.966	.000*	แตกต่าง	1.217	.310	แตกต่าง
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	2.580	.045*	แตกต่าง	2.079	.111	ไม่แตกต่าง
สามารถหาซื้อได้ง่าย	4.238	.004*	แตกต่าง	1.024	.387	ไม่แตกต่าง

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

หมายเหตุ: รายละเอียดเพิ่มเติมดังตาราง ผ. 25 และ ผ. 26 ใน ภาคผนวก ง

จากข้อมูลทั้งหมดที่ได้นำเสนอมา จึงสามารถกล่าวได้ว่าระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยม
เกาหลีและความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีความสัมพันธ์ต่อความชื่นชอบสินค้าเกาหลี โดย
ความชื่นชอบสินค้าเกาหลีนั้น เกิดจากการที่กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่มีทัศนคติที่ดีต่อ
ศิลปินเกาหลีและเพลงสมัยนิยมเกาหลี อันส่งผลให้เกิดความชื่นชอบวัฒนธรรมเกาหลีในภาพรวม
ก่อน แล้วจึงแปรเป็นความเชื่อมั่นในสินค้าเกาหลีในที่สุด สินค้าเกาหลีที่วัยรุ่นนิยมซื้อได้แก่ สินค้า
บันเทิงเกาหลี เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี และเครื่องสำอางเกาหลี ซึ่งล้วนเป็นผลพวงจากความ
ประทับใจในตัวศิลปินเกาหลีทั้งสิ้น และผลจากการศึกษาเปรียบเทียบก็ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่มี
ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมมานานมีปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีมากกว่าผู้ที่มีระยะเวลาใน
การฟังน้อย เช่นเดียวกับผู้ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีสูงก็มีปริมาณในการซื้อสินค้า
เกาหลีมากกว่าผู้ที่มีความถี่ในการฟังต่ำ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการศึกษานี้จะแสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นใน
จังหวัดเชียงใหม่ที่ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมีปริมาณในการซื้อสินค้าเกาหลีน้อย เพราะวัยรุ่นยังมี
รายได้น้อยและต้องอาศัยรายได้จากผู้ปกครอง แต่วัยรุ่นก็มีความต้องการสินค้าเกาหลีประเภทอื่นๆ
อีกมาก และมีความปรารถนาที่จะซื้อสินค้าเกาหลีที่ต้องการในอนาคตเมื่อมีโอกาสและมีทุนทรัพย์
เพียงพอ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ความสำเร็จในการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีผ่านเพลงสมัยนิยมเกาหลี
มิใช่เพียงแต่การกระตุ้นให้วัยรุ่นซื้อสินค้าเกาหลีบางประเภทเท่านั้น แต่ความสำเร็จที่แท้จริงคือการ
สร้างความต้องการสินค้าเกาหลีที่อยู่ภายใต้ระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลีทั้งหมดให้กลายเป็น
ความต้องการของวัยรุ่นนั่นเอง