

บรรณานุกรม

- กมล ชัยวัฒน์. (2551). การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2541). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์: แนวคิดและตัวอย่างงานวิจัย. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). เมื่อสื่อส่องและสร้างวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ศาเลาแดง.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการสื่อสารศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). “สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2541). ข้าฯ คือบัณฑิต: หลอมแนวคิดคนรุ่นใหม่สู่ภาวะปัญญาชนแห่งยุค. กรุงเทพฯ: ชัคเซสมิเดีย.
- เขมิกา ทองประพันธ์. (2552). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากสาธารณรัฐเกาหลีของผู้หญิงในเขตกรุงเทพมหานคร”. งานวิจัยเฉพาะเรื่อง เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คุณากร วานิชย์วิรุฬห์. (2552). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เข้มแข็งจากความคิดกันอย่างไร. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- โคมศรี งามจิตจรุง. (2548). “Korean Teen มหาอำนาจการตลาดยุคใหม่”. *marketeer*, ฉบับที่ 62, หน้า 50-122.
- ชโลธร สีสด. (2550). “รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นเข้าสู่วัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชุติมา ชูณหากาญจน์. (2550). “พฤติกรรมการเล่นแบบวัฒนธรรมของวัยรุ่นไทยจากสื่อบันเทิงเกาหลี” วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนากิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จุนีส มานูวงศ์. (2544). “อิทธิพลของวัฒนธรรมตะวันตกต่อพฤติกรรมบริโภคของเยาวชนไทย ผ่านสื่อภาษาอังกฤษ”. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐวดี ศรีกัตตัญญ. (2540). “รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และพฤติกรรมการบริโภคสินค้าของเจนเอเรชั่นวาย”. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เดลินิวส์. “สยามเซ็นเตอร์ปลุกอารมณ์นักช้อป อัดแคมเปญ/คอนเสิร์ตเกาหลีถึยิบ”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.dailynews.co.th> (30 ธันวาคม 2550)
- ต้นติมา เสลาหอม และคณะ. (2550). “วัฒนธรรมเกาหลีที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิตของวัยรุ่นไทย ในช่วงอายุ 12-18 ปี”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ทยากร แซ่เต้. (2551). “มายาคติทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในละครเกาหลีและการสร้างประโยชน์ทางธุรกิจ”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธิดารัตน์ รักประยูร. (2545). “การเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย. (2549). เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- บุญธรรม กิจปริดาปริสุทธิ์. (2542). เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เบญจา รักพงษ์. (2542). “การเรียนรู้พฤติกรรมทางสังคมของวัยรุ่นในเขตเมือง”. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาจากระบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปกรณ์ สิทธิเลิศ. (2545). “รูปแบบการใช้ชีวิตของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปราณี रामสูตร. (2528). จิตวิทยาวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาการ.
- ปิยะการณ ไกรนรา. (2552). “นโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง: กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์”. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2541). พัฒนาการอุตสาหกรรมและพัฒนากิจการเศรษฐกิจ ประสพการณ์ของเกาหลีใต้ บราซิล ไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ฝนทิพย์ บารมีรัตนชัย. (2551). “อิทธิพลของละครเกาหลีที่มีต่อการท่องเที่ยวของคนในเขตกรุงเทพมหานคร”. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ โรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เยาวลักษณ์ กล้ามาก. (2549). “การนำเสนอตัวตนของวัยรุ่นผ่านสัญลักษณ์ของการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ด”. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รวีพร อัมโรจน์. (2544). “การเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคของวัยรุ่นในเขตเมือง”. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารนอกระบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรนุช ตันดิวิตตพงษ์. (2551). “พฤติกรรมความคลั่งไคล้ศิลปินนักร้องเกาหลีของวัยรุ่นไทย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรากรณ์ สามโกเศศ. (2552). “รู้จักเศรษฐกิจสร้างสรรค์”. มติชนรายวัน. 18 มิถุนายน ปีที่ 32 ฉบับที่ 11422.
- วลัยลักษณ์ เศรษฐฤทธิ์. (2539). “รูปแบบและแรงจูงใจในการฟังวิทยุเจาะเฉพาะกลุ่มของผู้รับสารวัยรุ่น”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันชัย เหมะประสิทธิ์. (2539). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าเสื้อผ้าของกลุ่มช่างเข้าสู่วัยรุ่นจากห้างสรรพสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่”. การค้นคว้าแบบอิสระ เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วัฒนะชัย ยะนินทร. (2549). “เกาหลีศึกษา เทรนด์ตะวันออกขอดฮิต”. POSITIONING. ฉบับที่ 21.
- วิทยา ดำรงเกียรติศักดิ์. (2531). ทักษะวิชาชีพตามความต้องการของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ภาคปกติและภาคสมทบวิชาเอกส่งเสริมวิชาการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้. เชียงใหม่: สถาบันเทคโนโลยีการเกษตรแม่โจ้.
- วิภา อุดมฉันท. (2541). โลกของสื่อ ลำดับที่ 2 วัฒนธรรม: สื่อสารเพื่อสถานสร้าง. กรุงเทพฯ: เค.ซี. พรินท์ แอนด์ แอด.
- วิภา อุดมฉันท. (2546). โลกของการกระจายเสียง จากจุดเริ่มต้นสู่ยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

วิภารัตน์ พันธุ์ฤทธิคำ. (2544). “อิทธิพลของวัฒนธรรมต่างประเทศที่มีต่อเอกลักษณ์ของวัยรุ่นไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีดนตรีญี่ปุ่น”. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วีระวรรณ สนิทนอก และคณะ. (2550). “การศึกษาอิทธิพลของละครเกาหลีที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การบริโภคสินค้าเทรนด์เกาหลีของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร”. การค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ศรัณย์ รักสัตย์มัน. (2547). “วัยรุ่นกับกระบวนการสร้างความเป็นจริงเรื่องรักผ่านเพลงไทยสมัยนิยม”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรัณย์ สิงห์ทน. (2552). “การเรียนรู้ทางสังคมของวัยรุ่นไทยจากวัฒนธรรมเพลงสมัยใหม่ของ ประเทศเกาหลีใต้”. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรีกัญญา มงคลศิริ. “Creative Economy: Connecting Creativity to Commerce and Community”.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.brandage.com> (15 กุมภาพันธ์ 2554).

ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2540). จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย (เล่ม 2). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับพื้นฐาน. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). “กระแสเกาหลีพีเวอร์...กระแสนิยมเสื้อผ้าสำเร็จรูปสไตล์ เกาหลี: แนะนำผู้ประกอบการไทยเร่งปรับกลยุทธ์อิงกระแส”. มองเศรษฐกิจ. ฉบับที่ 2972.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2553). “เครื่องสำอางนำเข้าขยายตัวต่อเนื่อง...ผู้ประกอบการไทยเร่งปรับตัว”. มองเศรษฐกิจ. ฉบับที่ 2980.

เศรษฐกิจพิเศษ กระจ่างวงษ์. “เกาหลีพีเวอร์: การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อ”. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา: <http://www.mfa.go.th> (19 เมษายน 2550).

สันติ กิติพิมล. (2550). “ความต้องการรายการวิทยุกระจายเสียงสำหรับวัยรุ่นในเขต กรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานสารนิเทศภาคโพ้นทะเล สาธารณรัฐเกาหลี. (1993). ความจริงเกี่ยวกับเกาหลี. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สิริดา เตจ๊ะสา. (2551). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมละครเกาหลีทางโทรทัศน์ของผู้ชมในเขต เทศบาลนครเชียงใหม่”. ปัญหาพิเศษศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- สุกรี แมนชัยนิมิต และอรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2554). “เสกสวยสไตล์เกาหลี คลินิกเสริมความงามหมิ่นล้านสะท้านเมือง” **POSITIONING**. ฉบับที่ 80, หน้า 40-73.
- สุชา จันทน์เอม. (2529). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุราสีณี มาสขาว. “กลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรางค์ศรี ดันเสียงสม. (2550). **ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐเกาหลี ค.ศ.1949-1999**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. (มปป.). **คู่มือท่องเที่ยวเกาหลี**. กรุงเทพฯ: องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี.
- อติตตา. (2547). **คู่มือนักเดินทางฉบับพกพา เกาหลีใต้**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อติตตา.
- อนัญญา ชูลี. (2545). “การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นกับการสร้างตัวตน”. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อนิวัตร ประกิจวรพงษ์. (2553). “Korean Wave คิดพลิกโลก”. **บิสิเนสพลัส**. ฉบับที่ 254, หน้า 76-92.
- อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ. (2545). **สื่อบันเทิง: อำนาจแห่งความไร้สาระ**. กรุงเทพฯ: ออด อเบ้าท์ พรินท์.
- อลงกต ปราบไพรี. (2553). “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการสินค้าเกาหลีของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อลิสา วิทวัสกุล. (2549). “การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ประเทศสาธารณรัฐเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัจฉรา ทองอยู่. (2550). “การเปิดรับสื่อโทรทัศน์กับวัฒนธรรมการแต่งกายของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร”. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2542). **ระบบวิทยุและโทรทัศน์ไทย: โครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและผลกระทบต่อเสรีภาพ**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2549). **คลื่นวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี โฉมหน้าทุนวัฒนธรรมเอเชีย**. เอกสารประกอบการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 5: วัฒนธรรมบริโภค บริโภค วัฒนธรรม.

Adorno, Theodor W. (1991). **The Culture Industry: selected essays on mass culture**. London: Routledge.

George E. Belch & Michael A. Belch. (2007) **Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective**. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Hallyu The Korean Wave. Korea Tourism Organization.

Hyunjoon, Shin. (2009). **Have you ever see the Rain? And who'll stop the Rain? : the globalizing project of Korean pop (K-Pop)**. London: Routledge.

Michael A. Belch & George E. Belch. (2009) **Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective**. New York: McGraw-Hill/Irwin.

Michael R. Solomon. (2009). **Consumer behavior: buying, having and being**. 8th edition, Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.

Schiller, Herbert I. (1971). **Mass Communication and American Empire**. Boston: Beacon Press.

Shuker, Roy. (1994). **Understanding Popular Music**. London : Routledge.

Singhton, Saran. (2008). **Thai cultural impacts from transitional popular culture : A case study of Japanese and Korean media**. Paper presented at The 10th International conference on Thai studies.

Siriyuvasak, Ubonrat and Hyunjoon, Shin. (2007). **Asianizing K-Pop: production, consumption and identification patterns among Thai youth**. London: Routledge.

www.creativethailand.org

www.dek-d.com

www.koreacontent.org

www.siamzone.com

www.sujudaily.com

www.teenee.com

www.thaiticketmajor.com

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

พฤติกรรมกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารศึกษา คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน ตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ภูมิลำเนา ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....
2. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
3. อายุ 1. 12-14 ปี 2. 15-18 ปี 3. 19-24 ปี
4. ระดับการศึกษา 1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษาตอนต้น 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย 4. ปวช./หรือเทียบเท่า 5. อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า 6. ปริญญาตรี 7. อื่นๆ โปรดระบุ.....
5. อาชีพ 1. นักเรียน/นักศึกษา 2. รับจ้างทั่วไป 3. พนักงานบริษัทเอกชน 4. ประกอบอาชีพส่วนตัว 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....
6. รายได้ต่อเดือน 1. ต่ำกว่า 2,500 บาท 2. ระหว่าง 2,501 – 5,000 บาท 3. ระหว่าง 5,001 – 7,500 บาท 4. ระหว่าง 7,501 – 10,000 บาท 5. ตั้งแต่ 10,001 บาทขึ้นไป
7. แหล่งที่มาของรายได้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 1. พ่อแม่/ผู้ปกครอง 2. งานประจำ 3. งานพิเศษ/พาร์ทไทม์ 4. ทุนการศึกษา 5. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2: ข้อมูลพฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

1. ก่อนที่ท่านจะนิยมฟังเพลงเกาหลี ท่านชอบฟังเพลงจากประเทศใด

(กรุณาใส่หมายเลข 1-3 โดยเรียงลำดับความชอบจากมากไปหาน้อย)

- | | | |
|-----------------|------------------------------|------------------|
| 1. ไทย | 2. ญี่ปุ่น | 3. จีน |
| 4. ฮองกง | 5. ไต้หวัน | 6. อเมริกา |
| 7. อังกฤษ | 8. อื่นๆ โปรดระบุ..... | |

2. ท่านฟังเพลงเกาหลีมาเป็นระยะเวลาานเท่าใด

- | | | |
|---|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 1 ปี | <input type="checkbox"/> 2. 1-3 ปี | <input type="checkbox"/> 3. 4-6 ปี |
| <input type="checkbox"/> 4. 7-9 ปี | <input type="checkbox"/> 5. 9 ปีขึ้นไป | |

3. ท่านฟังเพลงเกาหลีจากแหล่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เครื่องรับวิทยุ | <input type="checkbox"/> 2. โทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, Thai PBS) |
| <input type="checkbox"/> 3. เคเบิลทีวี | <input type="checkbox"/> 4. อินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> 5. ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี | <input type="checkbox"/> 6. เครื่องเล่น MP3/MP4/ ซาวด์แบทซ์ |
| <input type="checkbox"/> 7. โทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

4. ท่านฟังเพลงเกาหลีจากแหล่งใดมากที่สุด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> 1. เครื่องรับวิทยุ | <input type="checkbox"/> 2. โทรทัศน์ (ช่อง 3, 5, 7, 9, NBT, Thai PBS) |
| <input type="checkbox"/> 3. เคเบิลทีวี | <input type="checkbox"/> 4. อินเทอร์เน็ต |
| <input type="checkbox"/> 5. ซีดี/วีซีดี/ดีวีดี | <input type="checkbox"/> 6. เครื่องเล่น MP3/MP4/ ซาวด์แบทซ์ |
| <input type="checkbox"/> 7. โทรศัพท์มือถือ | <input type="checkbox"/> 8. อื่นๆ โปรดระบุ..... |

5. ความถี่ในการฟังเพลงเกาหลีของท่านเป็นอย่างไร (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ฟังทุกวัน | <input type="checkbox"/> 2. ฟัง 1-2 ครั้ง/สัปดาห์ |
| <input type="checkbox"/> 3. ฟัง 3-4 ครั้ง/สัปดาห์ | <input type="checkbox"/> 4. ฟัง 5-6 ครั้ง/สัปดาห์ |

6. ท่านใช้ระยะเวลาในการฟังเพลงเกาหลีแต่ละครั้งนานเท่าใด (เลือกเพียงคำตอบเดียว)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. น้อยกว่า 30 นาที | <input type="checkbox"/> 2. 30 นาที - 1 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 3. 1 ชั่วโมง - 2 ชั่วโมง | <input type="checkbox"/> 4. 2 ชั่วโมง - 3 ชั่วโมง |
| <input type="checkbox"/> 5. 3 ชั่วโมงขึ้นไป | |



12. ท่านฟังเพลงเกาหลีร่วมกับการทำกิจกรรมใดบ้าง

กิจกรรม	ระดับความสม่ำเสมอ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
12.1 ฟังเพียงอย่างเดียวด้วยความตั้งใจ					
12.2 ฟังขณะทำการบ้าน/ อ่านหนังสือ/ ทำงาน					
12.3 ฟังระหว่างรับประทานอาหาร					
12.4 ฟังขณะทำธุระส่วนตัว เช่น อาบน้ำ เข้าห้องน้ำ เป็นต้น					
12.5 ฟังขณะทำกิจกรรมต่างๆ ในบ้าน เช่น ทำความสะอาดบ้าน รดน้ำต้นไม้ ล้างจาน ฯลฯ					
12.6 ฟังขณะเล่นกีฬา/ ออกกำลังกาย					
12.7 ฟังขณะอยู่บนรถโดยสารหรือระหว่างการเดินทาง					
12.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 3: ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลีและวัฒนธรรมเกาหลี

1. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงเกาหลีอย่างไรบ้าง

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
1. ด้านศิลปิน					
1.1 นักร้องหน้าตาดี					
1.2 น้ำเสียงนักร้องมีคุณภาพ					
1.3 นักร้องมีความสามารถในการเต้น เต้นได้สวยงาม และมีความพร้อมเพรียง					
1.4 นักร้องมีความสามารถทางการแสดง					
2. ด้านบทเพลง					
2.1 คนตรีไพเราะและทันสมัย					
2.2 เนื้อหาของบทเพลงซาบซึ้ง น่าประทับใจ					
2.3 บทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี					

ความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
3. ด้านมิวสิควิดีโอ					
3.1 คุณทันสมัยและมีความเป็นสากล					
3.2 วิธีการนำเสนอ/เรื่องราวในมิวสิควิดีโอน่าสนใจ					
3.3 ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม					
3.4 การจัดแสงในมิวสิควิดีโอสวยงาม					
3.5 มุมกล้องในการถ่ายทำสวยงาม					
3.6 การตัดต่อมีคุณภาพ					
3.7 มีความพิถีพิถันในการผลิตมิวสิควิดีโอ					
3.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
4. ด้านอื่นๆ					
โปรดระบุ.....					

2. หลังจากการฟังเพลงเกาหลีแล้ว ท่านสนใจทำสิ่งใดบ้างต่อไปนี้

กิจกรรม	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
2.1 ซื้อแผ่น CD/DVD เพลงหรือคอนเสิร์ตของแท้					
2.2 ดาวน์โหลดเพลง หรือคลิปต่างๆ ของศิลปินจาก อินเทอร์เน็ต					
2.3 สะสมของที่ระลึกที่เกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ					
2.4 หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ					
2.5 ติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ชื่นชอบ					
2.6 หัดร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ					
2.7 หัดเดินเลียนแบบ (Cover) ทำเดินของศิลปิน					
2.8 เรียนภาษาเกาหลีเพื่อให้เข้าใจเพลงและข่าวสารต่างๆ ของศิลปินเกาหลีได้มากขึ้น					
2.9 สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับของศิลปินที่ชื่นชอบ					
2.10 เข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิก					

กิจกรรม	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2.11 ทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้ศิลปินเมื่อมีโอกา					
2.12 ไปดูคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี					
2.13 อ่านหรือแต่งนิยาย (fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวเอก					
2.14 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรในประเด็นต่อไปนี้

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
3.1 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านรู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น					
3.2 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านสนใจศิลปะและวัฒนธรรม เกาหลีมากขึ้น					
3.3 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากเรียนภาษาเกาหลี					
3.4 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากลองรับประทานอาหาร เกาหลี					
3.5 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากไปเที่ยวประเทศเกาหลี					
3.6 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ ตนเอง ให้เป็นแบบเกาหลี					
3.7 การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี					
3.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ส่วนที่ 4: ข้อมูลความชื่นชอบสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง สินค้าเกาหลี หมายถึง สินค้าใดๆ ที่ท่านรู้ดีว่าเป็นสไตส์เกาหลี

1. ท่านเคยซื้อสินค้าเกาหลิบ้างหรือไม่

1. เคย (กรุณาตอบข้อถัดไป)

2. ไม่เคย (กรุณาข้ามไปตอบข้อ 6)

2. ท่านซื้อสินค้าเกาหลีประเภทใดบ้าง ต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี					
1.1 เสื้อ, กระโปรง, กางเกง					
1.2 เข็มขัด, รองเท้า					
1.3 หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ					
1.4 เครื่องประดับ					
1.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
2. สุขภาพและความงาม					
2.1 เครื่องสำอางจากเกาหลี เช่นยี่ห้อ Etude, Missha, Skin Food, Rojukiss ฯลฯ					
2.2 คอนแทคเลนส์สีที่เกาหลี					
2.3 สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี					
2.4 อาหารเสริมจากเกาหลี					
2.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
3. สินค้าบันเทิง					
3.1 CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี					
3.2 CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์เกาหลี					
3.3 นิยายแปลจากเกาหลี					
3.4 นิยายไทยสไตล์เกาหลี					
3.5 นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี					
3.6 เกมออนไลน์					
3.7 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
4. สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี					
4.1 โทรศัพท์มือถือ					
4.2 กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ					
4.3 เครื่องเล่น MP3					
4.4 คอมพิวเตอร์					
4.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

(ต่อ)

ประเภทสินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
5. เครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี					
5.1 โทรทัศน์					
5.2 ตู้เย็น					
5.3 เต้าไมโครเวฟ					
5.4 เครื่องซักผ้า					
5.5 เครื่องปรับอากาศ					
5.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
6. ยานพาหนะจากเกาหลี					
6.1 รถยนต์ เช่นยี่ห้อ ฮุนได, เกีย และ แดว					
6.2 รถจักรยานยนต์ เช่นยี่ห้อ YAMUDA เป็นต้น					
6.3 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
7. สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินไทยที่ เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา					
7.1 เครื่องสำอาง เช่นยี่ห้อ 12Plus, Mistine, Eversense					
7.2 ขนมขบเคี้ยว					
7.3 เครื่องดื่ม					
7.4 รถจักรยานยนต์					
7.5 โทรศัพท์มือถือ					
7.6 กล้องถ่ายรูป					
7.7 เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน					
7.8 สถาบันเสริมความงาม, ศัลยกรรม เช่น วุฒิสักดิ์คลินิก, นิตพลคลินิก, ราชเทวีคลินิก					
7.9 อาหารเสริม					
7.10 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
8. สินค้าอื่นๆ โปรดระบุ.....					

3. ท่านซื้อสินค้าเกาหลีจากแหล่งใดบ้าง

แหล่งที่ซื้อ	ระดับความถี่ในการเลือกแหล่งที่ซื้อ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
3.1 ร้านเฉพาะของสินค้าชิ้นนั้นๆ ที่ต้องการซื้อ ทั้งที่ตั้งอยู่ภายในและนอกศูนย์การค้า					
3.2 เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดพร้าว หรือ เซ็นทรัลเชียงใหม่ แอร์พอร์ต เป็นต้น					
3.3 ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโกโลดัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์					
ร้านค้าในตลาด และคอมมูนิตีมอลล์ เช่น ตลาดวโรรส รินคำพลาซ่า สันติธรรมพลาซ่า ร้านค้าบริเวณหน้าสถานศึกษา เป็นต้น					
3.4 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 หรือ 108-Shop เป็นต้น					
3.6 ตลาดนัดในชุมชนที่ท่านอาศัย					
3.7 สั่งซื้อจากอินเทอร์เน็ต					
3.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

4. ท่านมีความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลีอย่างไร

หัวข้อ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
4.1 มีคุณภาพสูง					
4.2 มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย					
4.3 ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
4.4 สามารถหาซื้อได้ง่าย					
4.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

5. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบันอย่างไร (เลือกเพียง 3 ข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยจัดลำดับ 1-3 จากเหตุผลที่สำคัญที่สุด)

- ต้องเป็นสินค้าของแท้จากเกาหลีเท่านั้น
- ไม่จำเป็นต้องเป็นของแท้จากเกาหลี แต่ต้องเป็นสไตส์เกาหลี
- เป็นสินค้าที่ศิลปินเกาหลีเป็นพรีเซนเตอร์เท่านั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าจากเกาหลี หรือสไตส์เกาหลีก็ได้
- ไม่จำเป็นต้องเป็นสไตส์เกาหลี ขึ้นอยู่กับความพอใจในขณะนั้น
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

จบแบบสอบถาม (สำหรับผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลี) ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามเป็นอย่างดี

6. ท่านไม่เคยซื้อสินค้าเกาหลีเพราะอะไร

เหตุผล	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
6.1 สินค้าไม่มีคุณภาพ					
6.2 รูปแบบของสินค้าไม่สวยงาม					
6.3 ราคาสูงเกินไป					
6.4 หาซื้อได้ยาก					
6.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

7. หากมีโอกาส ท่านอยากซื้อหรือทดลองใช้สินค้าเกาหลีหรือไม่

1. ซื้อ / อยากทดลองใช้ (ตอบคำถามข้อต่อไป)
2. ไม่ซื้อ / ไม่อยากทดลองใช้ (จบแบบสอบถาม)

8. หากมีโอกาสซื้อสินค้าเกาหลี ท่านสนใจสินค้าเกาหลีประเภทใดบ้างต่อไปนี้

ประเภทสินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	5	4	3	2	1
1. เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี					
1.1 เสื้อ, กระโปรง, กางเกง					
1.2 เข็มขัด, รองเท้า					
1.3 หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ					
1.4 เครื่องประดับ					
1.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
2. สุขภาพและความงาม					
2.1 เครื่องสำอางจากเกาหลี เช่น ยี่ห้อ Etude, Missha, Skin Food, Rojukiss ฯลฯ					
2.2 คอนแทคเลนส์บิกอายส์					
2.3 สถาบันเสริมความงามสไตล์เกาหลี					
2.4 อาหารเสริมจากเกาหลี					
2.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

(ต่อ)

ประเภทสินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
3. สินค้าบันเทิง					
3.1 CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี					
3.2 CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์เกาหลี					
3.3 นิยายแปลจากเกาหลี					
3.4 นิยายไทยสไตล์เกาหลี					
3.5 นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี					
3.6 เกมออนไลน์					
3.7 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
4. สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี					
เช่นยี่ห้อ LG และ Samsung					
4.1 โทรศัพท์มือถือ					
4.2 กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ					
4.3 เครื่องเล่น MP3					
4.4 คอมพิวเตอร์					
4.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
5. เครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลี					
เช่นยี่ห้อ LG และ Samsung					
5.1 โทรทัศน์					
5.2 ตู้เย็น					
5.3 เต้าไมโครเวฟ					
5.4 เครื่องซักผ้า					
5.5 เครื่องปรับอากาศ					
5.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
6. ยานพาหนะจากเกาหลี					
6.1 รถยนต์ เช่นยี่ห้อ ฮุนได, เกีย และ แดว					
6.2 รถจักรยานยนต์ เช่นยี่ห้อ YAMUDA เป็นต้น					
6.3 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

ประเภทสินค้า	ระดับความสนใจ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
7. สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินไทยที่ เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา					
7.1 เครื่องสำอาง เช่น ยี่ห้อ 12Plus, Missteeen, Eversense					
7.2 ขนมขบเคี้ยว					
7.3 เครื่องดื่ม					
7.4 รถจักรยานยนต์					
7.5 โทรศัพท์มือถือ					
7.6 กล้องถ่ายรูป					
7.7 เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน					
7.8 สถาบันเสริมความงาม, ศัลยกรรม เช่น วุฒิสกคัลคลินิก, นิตพลคลินิก, ราชเทวีคลินิก					
7.9 อาหารเสริม					
7.10 อื่นๆ โปรดระบุ.....					
8. สินค้าอื่นๆ โปรดระบุ.....					

9. หากท่านต้องการซื้อสินค้าเกาหลี ท่านคิดว่าจะหาซื้อได้จากแหล่งใด

แหล่งที่ซื้อ	ระดับความคิดเห็นในการเลือกแหล่งที่ซื้อ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
9.1 ร้านเฉพาะของสินค้ายี่ห้อต่างๆ ที่ต้องการซื้อ ทั้งที่ตั้งอยู่ภายในและนอกศูนย์การค้า					
9.2 เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า เช่น เซ็นทรัลลาดสวน แก้ว หรือเซ็นทรัล เชียงใหม่ แอร์พอร์ต เป็นต้น					
9.3 ซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น เทสโก โลตัส บิ๊กซี คาร์ฟูร์					
9.4 ร้านค้าในตลาด และคอมมูนิตีมอลล์ เช่น ตลาดวโรรส รินคำพลาซ่า สันติธรรมพลาซ่า หรือร้านค้าบริเวณหน้าสถานศึกษา เป็นต้น					
9.5 ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11 หรือ 108-Shop เป็นต้น					
9.6 ตลาดนัดในชุมชนที่ท่านอาศัย					
9.7 สั่งซื้อจากอินเทอร์เน็ต					
9.8 อื่นๆ โปรดระบุ.....					

10. ท่านมีเกณฑ์ในการเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบันอย่างไร (เลือกเพียง 3 ข้อที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด โดยจัดลำดับ 1-3 จากเหตุผลที่สำคัญที่สุด)

- ต้องเป็นสินค้าของแท้จากเกาหลีเท่านั้น
- ไม่จำเป็นต้องเป็นของแท้จากเกาหลี แต่ต้องเป็นสไตส์เกาหลี
- เป็นสินค้าที่คิดปิ่นเกาหลีเป็นพร็เซนต์เท่านั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นสินค้าจากเกาหลี หรือสไตส์เกาหลีก็ได้
- ไม่จำเป็นต้องเป็นสไตส์เกาหลี ขึ้นอยู่กับความพอใจในขณะนั้น
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

จบแบบสอบถาม

ขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามเป็นอย่างดี

ภาคผนวก ข

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

ส่วนที่ 1: พฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

1. ท่านรู้จักเพลงเกาหลีได้อย่างไร
2. แล้วก่อนหน้านี้ท่านฟังเพลงของประเทศใดบ้าง เพราะเหตุใด
3. ท่านเปลี่ยนมาฟังเพลงเกาหลีเพราะเหตุใด
4. ท่านฟังเพลงเกาหลีจากแหล่งใด รายการอะไร พร้อมเหตุผล
5. ท่านฟังเพลงเกาหลีในช่วงเวลาใดบ้าง เพราะเหตุใด

ส่วนที่ 2: ความคิดเห็นของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลี

1. ท่านคิดว่าเพลงเกาหลีมีลักษณะเด่นหรือแตกต่างจากเพลงของประเทศอื่นอย่างไรบ้าง
2. ท่านคิดว่ามิวสิกวิดีโอเพลงเกาหลีคืออะไร เหมือนหรือแตกต่างจากมิวสิกวิดีโอของไทยหรือไม่ อย่างไร
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อศิลปินเกาหลี
4. ท่านชอบศิลปินเกาหลีวงไหน หรือคนไหนมากที่สุด เพราะเหตุใด
5. ท่านทราบข้อมูลอะไรบ้างที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลีที่ท่านชื่นชอบ และท่านทราบข้อมูลเหล่านี้ได้อย่างไร
6. ท่านพูดคุยแลกเปลี่ยนเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีกับใครบ้าง คุยกันในประเทศใดบ้าง และพูดคุยผ่านช่องทางใด เพราะเหตุใด
7. ท่านเป็นสมาชิกของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีหรือไม่ เพราะเหตุใด
8. ท่านสะสมของที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปินที่ท่านชอบหรือไม่ เพราะเหตุใด และท่านหาซื้อของสะสมเหล่านี้จากที่ใดบ้าง กรุณาอธิบาย
9. ท่านเคยชมคอนเสิร์ตหรืองานโชว์ตัวของศิลปินเกาหลีหรือไม่ เพราะเหตุใด
10. ท่านชื่นชอบแบบศิลปินเกาหลีหรือไม่ เพราะเหตุใด

ส่วนที่ 3: ความชื่นชมวัฒนธรรมและสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่

ด้านวัฒนธรรม

1. ท่านรู้จักสถานที่ต่างๆ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเกาหลีหรือไม่ เพราะเหตุใด
2. ท่านประทับใจสถานที่ใดที่ใช้ในการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอเกาหลี ท่านอยากไปเที่ยวหรือไม่ เพราะเหตุใด

3. ท่านเข้าใจภาษาเกาหลีหรือไม่ เพราะเหตุใด
4. ท่านเคยกินอาหารเกาหลีหรือไม่ เพราะเหตุใด

ด้านสินค้า

1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ความสวยงามแบบเกาหลีมีลักษณะเป็นอย่างไร
2. สไตส์การแต่งตัวของท่านในปัจจุบันเป็นอย่างไร
3. ท่านจำได้หรือไม่ว่า ศิลปินเกาหลีคนไหน (วงไหน) โฆษณาสินค้าอะไร แล้วท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสินค้าชนิดนั้น อยากทดลองใช้หรือไม่ เพราะเหตุใด

ด้านสังคม

1. ท่านคิดว่าวิถีชีวิตของวัยรุ่นไทยและวัยรุ่นเกาหลีเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อศิลปินไทยในปัจจุบันที่มีภาพลักษณ์เป็นแบบเกาหลี
3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อเพลงไทยในปัจจุบัน ที่มีทแรกเนื้อร้องภาษาเกาหลี หรือมีศิลปินเกาหลีมาร่วมร้อง กรุณาอธิบาย
4. ท่านชอบดารา/ นักร้องไทยคนไหนเป็นพิเศษ เพราะเหตุใด

ภาคผนวก ก

ตัวอย่างการถอดเทปสัมภาษณ์ในประเด็นต่างๆ

1. การรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากเพื่อน และญาติที่สนิทกันเป็นผู้แนะนำ โดยจะเป็นการแนะนำให้รู้จักหน้าตาของศิลปินก่อน จากนั้นจึงแนะนำผลงานอื่นๆ ตามมา เช่นเดียวกับผู้ถูกแนะนำก็จะเกิดความประทับใจรูปร่างหน้าตาของศิลปินเกาหลีก่อน แล้วจึงหาผลงานของศิลปินเกาหลีที่ตนชอบมาฟัง ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...รู้จักนักร้องเกาหลีจากเพื่อน เพื่อนแนะนำให้ดูหน้าตา ก่อน ว่าคนนี้หล่อ น่ารักดี แล้วก็ไปหาเพลงมาฟัง ฟังจากอินเทอร์เน็ต...” (ผู้ให้ข้อมูล 9, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...ทีแรกก็ไม่รู้เลย เพื่อนมันคุยกัน แล้วเราก็ได้ยิน เลยไปหาดูบ้าง จะได้คุยกับเพื่อนรู้เรื่อง เขาก็พูดกันถึงศิลปินก่อน ว่าหน้าตาดี กรี๊ดๆ กัน...” (ผู้ให้ข้อมูล 10, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...ลูกพี่ลูกน้องที่อยู่บ้านเดียวกันเป็นคนแนะนำให้รู้จัก ตอนแรกเขาก็บอกว่า Super Junior เพลงเพราะดี หน้าตาก็น่ารักดี เขาก็เปิดอินเทอร์เน็ตให้ดู ก็เห็นว่าน่ารักดี ก็เริ่มฟังมาเรื่อยๆ...” (ผู้ให้ข้อมูล 31, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...ชอบเอสเจ (Super Junior) ทั้งวง ตอนแรกก็ชอบเพราะหน้าตาดีก่อน ต่อมาก็ฟังเพลง แล้วก็มาดูเขาขึ้นไลฟ์ (Live) ตอนแรกก็สนใจหน้าตา ก่อน ต่อมาก็ฟังเพลงก็ชอบเพลง ตอนนั้นก็ไม่สนใจหน้าตาแล้ว ฟังแต่เพลง...” (ผู้ให้ข้อมูล 9, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...ตอน ป. 6 รู้จักอยู่คนเดียว พี่ที่เรียนพิเศษเอาหนังสือเกาหลีมาให้ดู เอาเพลงมาให้ฟัง ตอนเรียนซัมเมอร์ด้วยกัน หนูก็เลยรู้จัก...” (ผู้ให้ข้อมูล 35, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...รู้จักจากเพื่อนตั้งแต่ตอน ม. 2 ค่ะ ตอนนั้นเขาจะรูปมาให้ดูก่อน บอกว่ามันเจ๋งดี หล่อด้วยหน้าตาดี แล้วก็เด่นเจ๋ง ทั้งร้องทั้งเต้นเขาพร้อมกันมากค่ะ...ชอบเพราะเขาหล่อก่อน วงแรกที่ฟังก็คือ วงดบังชินกิ...” (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...ตอนแรกก็รู้จักนิดๆ หน่อยๆ แต่พอมาเจอรายการดีเจจูนก็ฟังจริงจังมากขึ้น เริ่มชอบเพราะพี่สาวชวนไปดูคอนเสิร์ต Big Bang ตอนนั้นเรายังไม่ได้สนใจอะไร แต่ก็ไปดูเป็นเพื่อน อยู่แค่ข้างหน้างาน เราก็เดินดูบรรยากาศหน้างานก็เห็นไปสเตอร์ก็ว่าหล่อดี แล้วก็ชอบ...” (ผู้ให้ข้อมูล 26, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

“...เพื่อนมัธยมห้องเดียวกัน อารมณ์แบบบ้าเกาหลีอะ แล้วเขาก็เปิดให้ฟังทุกวัน ฟังกันทั้งห้อง ช่วงที่เอ็มวีเพลงใหม่ออกก็จะเปิดกันถี่มาก พอเพลงเก่าเริ่มชา ก็จะมีเพลงใหม่มาเปลี่ยน...ตอน



แรกจะเป็น Super Junior ก่อน เขาทุกอย่างมาให้ดู ทั้งเพลง เอ็มวี รายการที่เขาไปออก ทุกสิ่งอย่าง... ตอนแรกหนูก็ไม่ได้ชอบนะ แต่พอมันว่าง ไม่มีอะไรทำแล้วเล่นเน็ต ก็เริ่มลองเปิดดู เริ่มหาฟังเอง แล้วก็ชอบตั้งแต่เมื่อไหร่ก็ไม่รู้...” (ผู้ให้ข้อมูล 33, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างที่ชมละคร โทรทัศน์เกาหลีมาก่อน จะประทับใจเพลงประกอบละคร จากนั้นจึงลองหาเพลงสมัยนิยมเกาหลีที่มีใช้เพลงประกอบละคร โทรทัศน์มาฟัง แล้วจึงเกิดความชอบ ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...แรกๆ ก็ดูจากในโทรทัศน์ก่อน แล้วก็เห็นว่าน่าสนใจ คิดดู ฟังแล้วสนุกก็เลยไปตามสืบหาจากในอินเทอร์เน็ตแล้วก็อัปเดตข้อมูลเรื่อยๆ ดูซีรีส์เกาหลีที่ออกช่องทั่วไป มันสนุก มันคิด เรื่องแรกๆ ที่ดูก็ Full House แล้วก็ชอบ แล้วก็เลยเริ่มตามหาว่าเกาหลีมีอะไรบ้าง มีเพลงอะไรยังไง...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...เริ่มมาจากดูหนัง Full House แล้วก็เริ่มฟังเพลงประกอบละคร แต่ที่มาบ้างจริงๆ ก็ตอน ม. 1 พี่ยิมซี้ติงบังซิงกิกของเพื่อนมาให้ดู ก็เปิดดูตอนเย็นทุกวัน กลับจากโรงเรียนมาก็ต้องเปิดดู แล้วก็ชอบหนูไรท์ไว้ดูทุกวันเลย พ่อก็ดูไปด้วย...ไม่เบื่อค่ะ ความหล่อ เขาหล่อมาก นักร้องเกาหลีมันจะมีแรงดึงดูดอะไรบางอย่าง เหมือนกับว่ากล้องเกาหลีมันจะมีคุณภาพกว่า มุมกล้องมันจะสวยกว่า แล้วเขาถ่ายออกมาจนดูเหมือนว่าจะดูเขาเสน่ห์ของนักร้อง นักแสดงออกมา ทำให้มันยิ่งน่าสนใจเข้าไปใหญ่...” (ผู้ให้ข้อมูล 39, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...เริ่มจากดูหนังก่อนแล้วก็ชอบเพลงประกอบละครก่อน แล้วจากนั้นก็มาหาฟังในวิทยุคลื่นพีจูน นอกจากวิทยุ ก็ฟังจากเน็ต เว็บปิงบุ๊ก (www.pingbook.com) หนูว่ามันอัปเดตเร็วกว่าเว็บอื่น... ตอนแรกหนูฟังเพลงญี่ปุ่นก่อน เพราะหนูเรียนศิลป์-ญี่ปุ่น แล้วพอฟังรายการพีจูนมันก็จะจะมีเพลงเอเชียสองสามประเทศ พอฟังเกาหลีแล้วก็ว่ามันก็สนุกดี ก็ชอบ ช่วงนั้นก็ชอบเป็นบางเพลง ตอนนี้ชอบเกาหลีมากกว่าญี่ปุ่นแล้ว เพราะช่วงนี้ญี่ปุ่นไม่ค่อยมีอัปเดตอะไรเลย ไม่ค่อยรู้ข่าวเกี่ยวกับญี่ปุ่นเลยค่ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 16, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นมาก่อน ส่วนหนึ่งหันมาฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีเนื่องจากกระแสญี่ปุ่นแผ่ลงไป เพราะไม่ค่อยมีข่าวคราวของนักร้องให้ติดตาม ประกอบกับเกิดกระแสนิยมเกาหลีพอดี ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอีกบางส่วนที่ฟังเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่นมาก่อนจะมีอคติต่อเพลงสมัยนิยมเกาหลีและต่อต้าน แต่เมื่อได้ลองฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแล้วก็ชอบเช่นเดียวกับเพลงสมัยนิยมญี่ปุ่น ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...แรกๆ รู้จักเพลงญี่ปุ่นก่อน ฟังจากรายการเจโซน (J-Zone) ช่อง 7 หลังบิกซีนีมีมา มีทั้งจีนเกาหลี ญี่ปุ่น แต่แรกๆ ผมฟังญี่ปุ่นก่อน เพราะว่าเกาหลียังไม่ดัง ญี่ปุ่นมันบูมก่อน ก็เลยฟังแต่ญี่ปุ่น

ก่อน เริ่มฟังตั้งแต่ ป.3 (ปัจจุบัน ม.5) ก็ฟังมาเรื่อยๆ จนช่วงที่เรน (Rain) ดัง ก็เริ่มฟังเพลงเกาหลีมา ตั้งแต่ตอนนั้น...” (ผู้ให้ข้อมูล 11, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...ตอนแรกก็ฟังเอเชียนซอง (Asian Song) นั้นแหละค่ะ มีเพลงเกาหลีก็ฟังแต่ก็ไม่ได้ชอบ เพราะตอนนั้นชอบญี่ปุ่นอยู่ ก็ฟังญี่ปุ่นมาตลอด อยู่เว็บแฟนคลับญี่ปุ่น แล้วได้ซิกเนเจอร์ (Signature) แฟนคลับคนหนึ่งใช้รูปศิลปินเกาหลี เราเห็นแล้วชอบ ก็ไปเสิร์ชหาในอินเทอร์เน็ต แล้วก็กลายเป็น แฟนคลับของเขาไปเลย ตอนนั้นชอบเกาหลีมากกว่าแล้ว...เพราะตัวศิลปินค่ะ เพราะว่าศิลปินกลุ่มนี้เขา เริ่มมาจากเล็กๆ แล้วก็มาในยุคที่มีการต่อต้านวงผู้หญิงมีแค่คนต่อต้านต่อว่า เขาก็พยายามเรื่อยมาจน ดังได้อย่างทุกวันนี้...” (ผู้ให้ข้อมูล 17, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...หนูเริ่มรู้จักญี่ปุ่นก่อน ตอน ม.1 เพื่อนๆ จะบ้าญี่ปุ่นมาก เป็นเด็กเจป๊อป (J-Pop) กันหมด เลย พอสักประมาณ ม.2 ก็เริ่มมี ดงบังชินกิมา ดงบังฯ เปิดตัวที่เกาหลีก่อน เราก็สนใจว่าวงอะไร เพราะเขาจะร้องแบบอะคาเปลล่า เพราะมาก ก็ติดตามตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา...เจป๊อปหนูก็ฟังอยู่นะ ยัง ชอบเหมือนเดิม แต่แรกๆ ก็แอบแอนด์เกาหลีเบาๆ เพราะมันมากระแสแรงมาก ด้านเจป๊อปมาก แต่ สุดท้ายก็มาชอบดงบังฯ เพลงเขาก็สนุกดี...” (ผู้ให้ข้อมูล 55, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างบางราย มีอคติต่อกระแสนิยมเกาหลี แต่เมื่อคนรอบตัวเปิดเพลงสมัยนิยมเกาหลี เป็นประจำก็เกิดความเคยชิน จนทดลองไปหาฟังด้วยตนเองและเกิดความชอบในที่สุด ดังคำให้ สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างบางราย ดังนี้

“...ตอนแรกเพื่อนบ้าเกาหลีมาก ตอนนั้นแอนด์เกาหลีมาก เพราะเพื่อนบ้าเกาหลีจนนำ หมั่นไส้ ตอนเรียนมหา'ลัยแล้วก็ได้เป็นรุมเมทกัน เขาก็เปิดเพลงเกาหลีทั้งวันเลย ส่วนใหญ่จะเป็น Wonder Girls, 2PM หรือ 2NE1 แบบนี้อะค่ะ แล้วมันก็เหมือนเริ่มซึมซับ เราก็เลยไปลองหาเพลง เกาหลีมาฟังเองบ้าง....ก็นอนฟังอยู่ทุกวัน เวลาจะนอนเขาก็เปิด เวลาปลุกก็เปิด เสียงโทรศัพท์ก็เปิด เป็นเกาหลีหมดเลย ไม่มีเพลงไทยสักเพลงเลยคะ...พอเลิกแอนด์ ก็ลองไปเสิร์ชหาในเน็ตว่าตอนนี้มัน มีเพลงอะไรบ้าง วงเกาหลีที่เขาฟังกันมีอะไรบ้าง ลองไปโหลดเพลงมาฟัง แล้วส่วนใหญ่เพลงที่ ชอบๆ ก็เป็นของ SHINee หมดเลย ตอนนั้นก็กลายเป็นแฟนคลับ SHINee แล้วคะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 54, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

“...ตอนเข้าคณะใหม่ๆ รุมเมทจะเปิดทุกวัน มันก็ซึมซับไปเอง นานๆ ไปมันก็เหมือนเป็น กิจวัตรว่าต้องเปิด....รู้คะว่าเป็นเพลงเกาหลี แต่ไม่รู้ว่าป็นวงอะไร ฟังๆ ไปมันก็เพราะดี ถ้าเพื่อน เปิดเอ็มวีก็จะเรียกไปดู บอกว่าอันนี้ออกใหม่ นะ เราดูก็ว่ามันก็สวยดี จากนั้นก็ดูมาตลอดเลย...” (ผู้ให้ ข้อมูล 32, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ชอบการเต้น ก็เริ่มรู้จักเพลงสมัยนิยมเกาหลีจากการประกวดเต้น ซึ่งในตอนแรกจะยังไม่ค่อยสนใจเพลงสมัยนิยมเกาหลีเท่าไร แต่เมื่อกระแสการเต้นเลียนแบบเป็นที่นิยมมากขึ้น ก็ทำให้สนใจฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีมากขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง ดังนี้

“...รู้จักตามเพื่อนด้วย แล้วก็ก็มีกระแสโคฟเวอร์ (Cover Dance) ตอนนั้นประมาณ ม.3 มีการจัดประกวดโคฟเวอร์ ตอนแรกก็ไม่รู้ว่าโคฟเวอร์คืออะไร เราก็ไปดูกฎระเบียบ เขาก็ว่าต้องใช้เพลงเกาหลี ต้องไปเลียนแบบศิลปินเกาหลีมาแบบปะๆ ก็ไปลองหาว่ามีวงไหนที่น่าสนใจ หรือตรงกับแบบที่เราชอบ หาเพลงต่างๆ แล้วก็ค่อยเอามาเลือกอีกที ก็เลยเริ่มฟังตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า เพลงสมัยนิยมเกาหลีมีคุณภาพในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นตัวศิลปิน บทเพลง มิวสิควิดีโอ และการประชาสัมพันธ์ ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...รูปแบบการนำเสนอของเกาหลีน่าสนใจกว่า เอ็มวีของเพลงเกาหลีกับสากลจะไม่เหมือนกัน เกาหลีมันจะดูแปลกกว่า ดูมีอะไร สีสันสดใส โดยเฉพาะท่าเต้น และเสื้อผ้า...” (ผู้ให้ข้อมูล 5, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...อย่างแรกคือหล่อมาก เวลาเขาแสดงละครหรือร้องเพลงมันดูเท่หึกว่าไทยเยอะเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 24, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

“...บอยแบนด์เกาหลีต่างจากไทยเยอะ บอยแบนด์ไทยไม่ค่อยมีอะไร นักร้องเกาหลีวงที่ต่างๆ เขาจะทำได้หลายอย่าง ไม่ใช่ว่าหน้าตาดี แล้วเอามาฝึกสักสองสามเดือน แล้วก็ออกเทป อย่างวันเดอร์เกิร์ล (Wonder Girls) นี้ เขาเริ่มฝึกซ้อมตั้งแต่อายุ 12 ฝึกมาแปดปีกว่าจะได้ออกเป็นเกิร์ลกรุ๊ป เขาออกอัลบั้มก็อายุสี่สิบกว่าๆ แล้ว แต่เขาจะทั้งร้องทั้งเต้นได้ทุกอย่างเลย บางคนก็ถามว่าทำไมถึงไปทำเกาหลี ไม่สนับสนุนศิลปินไทย มันก็ต้องดูที่คุณภาพด้วย ทางนั้นเขาจริงจัง เน้นคุณภาพจริงๆ แต่ของเราหลังๆ นี้มันเริ่มเน้นแต่หน้าตา ผมก็เลยเลือกฟังทางโน้นดีกว่า...” (ผู้ให้ข้อมูล 53, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

“...ส่วนมากวงบอยแบนด์ เกิร์ลกรุ๊ปของไทยชอบเอามาแค่หน้าตา ร้องก็ไม่ค่อยดี เต้นก็แบบจ๋าๆ ไม่เหมือนเกาหลี คือเกาหลีนี่ต้องเอาให้ดีจริงๆ ถึงจะพีริเซนต์ออกมา ไม่ใช่ว่าเอาคนหน้าตาดีมา แล้วก็เอามารวมๆ กันแค่นั้น...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

ความคิดเห็นด้านตัวบทเพลง จากคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ไม่ค่อยได้สนใจเนื้อหาเท่าไร ผมเน้นจังหวะเพลง ส่วนมากเพลงเกาหลีฟังแล้วมันเพราะดี เขาไม่ค่อยเน้นเพลงหนักอะไรเท่าไร...” (ผู้ให้ข้อมูล 11, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...เพลงไทยกับเพลงเกาหลีต่างกัน เพราะว่าเพลงเกาหลีฟังไม่รู้เรื่อง แต่สนุก ส่วนเพลงไทยนี้ฟังรู้เรื่อง แต่รำคาญเสียงร้อง ร้องอะไรก็ไม่รู้ ฟังไม่รู้เรื่อง...” (ผู้ให้ข้อมูล 25, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

ส่วนความคิดเห็นด้านการประชาสัมพันธ์เพลงสมัยนิยมเกาหลี จากตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ที่เกาหลีมันคืออยู่อย่างหนึ่งคือ เขาสามารถเอานักร้องหลายๆ ค่ายมารวมกันในรายการเดียวกันได้ แต่ไทยมันไงคะ มันต้องค่ายไหนคายนั่น เลยทำให้จำใจ ว่าถ้าของค่ายนี้ก็ต้องดูแต่คนนี่เท่านั้น อย่างทูพีเอ็ม (2PM) อยู่ค่าย เจวายพี (JYP) ส่วน เอสเจ (Super Junior) อยู่ค่าย เอสเอ็ม (SM) เขาก็เอารวมกันได้ เขาก็เล่นกัน เหมือนเป็นเพื่อนกัน...” (ผู้ให้ข้อมูล 32, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...แต่ละอัลบั้มเขานานมาก เหมือนว่าเขาวางแผน โปร โมทติ เท่าที่สังเกตมา ที่แรกเขาก็จะเปิดตัวก่อน ปลัอยเอ็มวีมา แล้วก็เริ่มขึ้นสเตจ พอขึ้นสเตจเพลงแรกจบ ก็จะต่อด้วยขึ้นสเตจเพลงสอง พอขึ้นสเตจเพลงสองจบก็อาจจะมีทัวร์คอนเสิร์ตรอบนอก จะหยุดขึ้นสเตจละ ถ้าวางค์ๆ หน่อยก็จะมีคอนเสิร์ตใหญ่ อะไรอย่างนี้ แล้วสักพักหนึ่งก็จะมีอัลบั้มใหม่ อะไรอย่างนี้ มันทำให้เขาวันไม่เฉียบ...” (ผู้ให้ข้อมูล 33, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

การแสดงความคิดเห็น บ่อยครั้งที่ผู้ให้ข้อมูลจะเปรียบเทียบระหว่างเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับเพลงสมัยนิยมไทย เพื่อให้เห็นความแตกต่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยความคิดเห็นส่วนมากจะคล้อยไปในทางเดียวกันคือ เพลงสมัยนิยมของไทยมีคุณภาพด้อยกว่าเพลงสมัยนิยมเกาหลีแทบทุกด้าน ดังตัวอย่างคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ฟังเพลงไทยอยู่บ้าง ฟังได้หมดเลย ออกใหม่มาก็ฟัง ฟังทุกแนว แต่พวกป๊อปวัยรุ่นนี่เหมือนเกาหลีนี่ไม่ฟังเลยนะ ทั้งที่ลื้ก็เป็นเกาหลีนะ แต่มันไม่เหมือนกัน เกาหลีนี่ถ้าดูเอ็มวี เขาเต้นแข็งแรง มันก็ดูสวย แต่ของไทยนี่มันเหยาเหยะ มันก็อปมาแต่ไม่ปะอะ ดูแล้วรำคาญมากกว่า เลยไม่ดู...” (ผู้ให้ข้อมูล 6, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...แรกๆ คิดว่าก็อปนะ อย่างเคนดิมาเพียนี่มันเกาหลี เกาหลี จนแทบไม่เป็นไทยเลยนะ ไปดิงคนตรีจากอันนั้นมาบ้าง ไปดิงท่าเต้นจากอันนี้มาบ้าง มันยังไม่ใช่ของเราจริงๆ มันเอามาประยุกต์ แต่มันยังรูปเดิมว่าเป็นเกาหลีอย่างเห็นได้ชัด” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...ไม่ค่อยชอบ เพราะมันไม่เป็นตัวเองนะ อย่างศิลปินบางคนเขาเป็นแนวหนึ่ง อยู่ๆ ก็เปลี่ยนแนว เปลี่ยนสไตล์ไปเลย ถ้ามันเปลี่ยนไปหลายๆ วง มันก็คล้ายกับว่า ฟังแล้วเหมือนๆ กันนะ ไม่ต่างกันเลย เพลงไทยแล้วสมัยนี้ เคยฟังแล้วมันตลกๆ ยังไงไม่รู้ ก็ไม่ฟังเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 11, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...ไม่ชอบแนวนั้นเลย เพราะว่าถือปเกาหลิม่า บางทีเราฟังผ่านๆ ไม่ได้ใส่ใจอะไรมากนักว่า เพลงเกาหลิม่า แต่พอฟังดีๆ ก็ อ้าว ภาษาไทยนี่ เลยไม่ฟังค่ะ ฟังไม่รู้เรื่อง ปัญญาอ่อน...” (ผู้ให้ข้อมูล 18, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...อย่าเอาแบบเพลงเกาหลิม่าแล้วไปใส่เนื้อไทยเลย มันน่าเกลียดค่ะ มันให้ความรู้สึกที่ว่า เพลงไทย ภาษาไทยก็ต้องซัดลิ อย่างบางคำฟังไม่รู้เลย แทบไม่ใช่ภาษาไทยแล้ว มันฟังแล้วรู้สึกแย่อะ แล้วนักร้องบางคนก็เลียนแบบเกาหลิม่าก็ไม่ใช่ร้องคินะ แต่เอาดนตรีเข้าช่วย...” (ผู้ให้ข้อมูล 32, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

3. การติดตามข่าวสารและผลงานอื่นๆ ของศิลปินเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะติดตามผลงานอื่นๆ ของศิลปินเกาหลีที่ตนชอบ ทราบข้อมูลส่วนตัว และข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิงเกาหลี ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ข้อมูลของนักร้อง เมื่อก่อนรู้อาก แต่ช่วงหลังๆ นี้ไม่ค่อยได้ติดตามเท่าไรก็ลืมๆ ไปบ้าง อย่างเมื่อก่อนที่รู้จักก็พวก ซ็องจิง ซ็องเต็ม ฉายาที่เรียกๆ กัน วันเกิด การศึกษา รู้ว่าที่บ้านเป็นยังไง อะไรอย่างนี้ค่ะ รู้มาจากเน็ต เมื่อก่อนเป็นเว็บสยาม โซน (www.siamzone.com) เป็นบอร์ดของเอเชียนี้แหละ ค่ะ ตอน ม. ต้น คือพอเข้าไปปุ๊บก็มีแต่ ดงบังๆ (ดงบังชินกิ) แต่พอหลังๆ นี้มันก็มีวงใหม่ๆ มากขึ้น...ตอนนี้เราโตขึ้น แล้วก็มันมีอะไรทำเยอะกว่าเมื่อก่อน มันก็ไม่ค่อยมีเวลา แต่เมื่อก่อนนี่บ้ามากเลยล่ะ บ้ามากๆ ขนาดว่าพอกลับถึงบ้านต้องเปิดเน็ต เช็คเน็ตทุกวัน แต่เดี๋ยวนี้ก็ไม่ค่อยเท่าไรละ... ในเว็บบอร์ดก็จะคุยบ้าง ตอบบ้าง เรื่องว่ามีเอ็มวีตัวใหม่มาแล้วนะ ส่วนมากจะเป็นรูปมากกว่าโพสรูปใหม่ๆ ของศิลปิน หรือเล่าว่าคนนั้นเป็นยังไง ประสบอุบัติเหตุอย่างนี้ ก็จะเอามาบอกกัน... เมื่อก่อนเข้าเว็บดงบังๆ ไทยแลนด์ (www.tvxq-thailand.com) เมื่อก่อนหนูไม่ค่อยจะอะไรกับอินเตอร์เน็ตเท่าไร แล้วเมื่อก่อนมันก็เขี่ยาก ไม่ค่อยจะสนิทกับกลุ่มตรงนั้นด้วยค่ะ ก็เลยมาคุยที่สยามโซนเอา แล้วเพื่อนก็มาแนะนำรายการเอเชียนซอง (Asian Song) นี้ละค่ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...ไม่ได้สมัครเว็บที่เป็นออฟิเชียล (Official) ของเกาหลิม่าค่ะ เพราะมันยุ่งยาก สมัครยากมาก อ่านภาษาเกาหลีก็ไม่รู้เรื่องก็เลยติดตามก็เลยไม่เอาละ ก็เลือกเข้าหลายๆ เว็บที่มันเข้าไปดูได้เลยแทน เราก็ชอบแบบแค่ปลื้มเอง แต่ก็ไม่ได้ถึงกับนานาเป็นเอลฟ์ (ELF- ชื่อเรียกแฟนคลับวง Super Junior) หลัๆ จะอยู่ที่ www.sujudaily.com มันจะรวมลิงค์ทุกเว็บของ Super Junior ดูแบบนี้มันได้ทั่วถึงดี ในเว็บบอร์ดก็อ่านอย่างเดียว ถ้าในเมกกาซีนจะอ่านตอนที่อยู่ร้านหนังสือ แต่ไม่ซื้อ...” (ผู้ให้ข้อมูล 33, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...รู้มาจากเว็บแล้วก็แมกกาซีน แต่ก็เลือกเฉพาะคนที่เราชอบ ถ้าเริ่มชอบคนไหนก็จะดูประวัตินิดหน่อย แล้วก็ดูรูป ไม่ค่อยอ่านพวกบทสัมภาษณ์อะไรเท่าไร เมื่อก่อนเคยเซฟรูปจากในเน็ต แต่ตอนนี้ไม่ค่อยละ มันจะมีช่วงที่ถอยห่างออกมา...อ้อเทคนิคๆ น้อย ถ้ามีอะไรใหม่ เป็นวงที่ชอบก็จะเปิด แต่ถ้าไม่ใช่ช่วงที่ชอบหรือไม่รู้จักก็จะไม่เปิด ส่วนใหญ่จะเข้าเว็บปิงบุ๊ก (www.pingbook.com) เพลงใหม่ๆ ที่อัพเดทจะอยู่ข้างบน เพลงเก่าๆ ก็จะอยู่ข้างล่าง มีทั้งเพลงและเอ็มวี (Music Video) ส่วนมากเอ็มวีนี้ตัวใหม่ๆ จะอยู่ข้างบน ตัวเก่าๆ ก็จะถอยลงมา บางทีก็จะมีให้ฟังทั้งอัลบั้มเลย แต่โหลด (Download) ไม่ได้ ฟังได้อย่างเดียว...นานๆ ทีจะโหลด เฉพาะเพลงที่ชอบๆ จะเข้ากูเกิ้ลแล้วเสิร์ชหาเพลงที่อยากได้ เว็บไหนมันมีให้โหลดฟรีก็เข้าไปโหลด...ซิติ ที่ซื้อเก็บก็มีของบิกแบง (Big Bang) เพราะชอบ ชื่อที่เป็นซิงเกิ้ล จะมีโพ่ได้บู้คเล็กๆ มีเนื้อเพลงภาษาเกาหลี แต่อ่านไม่เป็นหรอก จะดูรูปมากกว่า...” (ผู้ให้ข้อมูล 6, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

แม้ว่าจะมีนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี แต่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็ได้ติดตามชื่อทุกฉบับ แต่จะเลือกชื่อเฉพาะบางเล่มที่มีรูปของศิลปินที่ตนเองชอบเท่านั้น หรือเลือกชื่อตามเพื่อน ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งว่า

“...พวกแมกกาซีนจะไม่ได้ชื่อทุกฉบับ เดือนไหนมีเงินก็ซื้อ คือตอนแรกๆ ที่อยากรู้เรื่องศิลปิน ก็จะยืมจากเพื่อนก่อน ดูว่าเขานิยมอ่านเล่มไหนมากกว่ากัน แล้วก็เห็นเพื่อนเขาชอบชื่อเอสตาร์ กับกิมจิ หนูก็เลยคิดว่าข้อมูลมันคงจะเยอะ ก็เลยซื้อตามเพื่อนค่ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

ส่วนกลุ่มที่นิยมการเดินเลียนแบบ จะติดตามข้อมูลส่วนตัวและข่าวสารของศิลปินเกาหลีที่ตนเองสวมบทบาทอยู่ เพื่อให้เข้าถึงบุคลิกลักษณะของศิลปินคนนั้นได้มากขึ้น ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งว่า

“...รู้ข้อมูลส่วนตัวของคนที่เราเดินเป็นเขา รู้ว่าคนนั้นชอบอะไร คนนี้ชอบอะไร คือเราเดินโคฟเวอร์เป็นคนไหน เราก็คควรจะรู้ข้อมูลของคนนั้นดีว่าเขาเป็นคนยังไง ลักษณะเป็นยังไง เราจะได้สวมบทบาทให้เหมือนเขามากขึ้น...ส่วนใหญ่ได้ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต แล้วก็นิตยสารที่มันมีเรื่องนักร้องเกาหลี...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

ส่วนประเด็นการสนทนานั้น กลุ่มตัวอย่างจะสนทนากับเพื่อนในเรื่องทั่วไปเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีที่ตนเองทราบมา ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ก็รู้ข้อมูลทั่วไปว่าบ้านอยู่ไหน พ่อแม่เป็นใคร ทำอะไร ตารางงานก็ดูบ้างว่าเขาไปออกรายการหรือคอนเสิร์ตอะไรที่ไหน แต่ก็ไม่ได้ดูตลอดเพราะมันก็ไม่จำเป็นต้องรู้ทั้งหมด แต่ถ้ารู้ก็จะได้เอาไปคุยกับคนอื่นได้ หรือคนที่กำลังมาดู เพิ่งรู้จัก เราก็บอกกับเขาได้...มันก็มีทั้งกลุ่มที่ชอบชอบ และกลุ่มที่เฉยๆ แต่เขาอยากรู้จักมี อย่างคนที่ชอบเขาก็จะตามดูตลอด อย่างเพื่อนผมวงไหนมา

เมืองไทยเขาก็จะตามไปดูตลอดเลยนะ...ส่วนใหญ่อัพเดทข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต แล้วก็ห้องแฟนคลับ ไซน์ไทยแลนด์ (www.shinee-thailand.com) ผมเป็นสมาชิกเว็บนี้ด้วย มันจะมีเว็บรวมของทั้งวง แล้วก็แยกเป็นบ้าน บ้านแทมิน บ้านมิน โหะโฮะโฮะอย่างนี้ แล้วก็จะมีเว็บเพจหลักๆ ผมก็อยู่บ้านหลักๆ แล้วก็เว็บไปบ้านเล็กๆ ด้วย...เว็บพวกนี้ต้องลอคอินทั้งหมด...นอกจากนี้แล้วก็ยังมีเว็บของจีเอ็มเอ็มอินเตอร์ เขาเป็นคนนำเข้ามา ก็จะมีอัพเดทว่าจะมีผลงานหรือคอนเสิร์ตอะไรเมื่อไหร่..." (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

"...เวลาคุยกับเพื่อนก็เป็นเรื่องประวัตินักร้องที่ชอบกับเพลงใหม่ๆ เวลาที่มีเพลงอะไรออกใหม่ เราก็จะมาบอกมาแชร์กัน ส่วนใหญ่จะตามແ່ງແ່ງ วงที่ไม่ແ่งง ถ้าเราไปเห็นแล้วสะดุดตา ก็ฟังบ้างล่ะ...ข้อมูลส่วนใหญ่อัพเดทจาก อินเทอร์เน็ต..." (ผู้ให้ข้อมูล 26, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

4. การเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะเป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบ โดยสมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์แฟนคลับศิลปินเกาหลี เพื่อติดตามข้อมูล ข่าวสาร และสนทนาแลกเปลี่ยนกับสมาชิกคนอื่นที่ชอบศิลปินคนเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกัน ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

"...เป็นสมาชิกเกิร์ลส์เจเนชั่น (Girls' Generation) ทั้งวง แล้วก็แยกไปอีก แต่ส่วนใหญ่จะเข้าเว็บรวม สมัครเพราะเวลาเข้าไปแล้วเจอคนที่ชอบเหมือนกัน ถึงจะอยู่คนละจังหวัดแต่มันก็ทำให้รู้จักกันมากขึ้น แล้วเวลาที่เขามีเพลง หรือมีคอนเสิร์ตมา เราก็ไปพักกับเขาได้ มีครั้งหนึ่งในเว็บทั่วไปเขาโพสรูปนักร้องที่เราชอบ แล้วมีแต่กระแสด่ามากกว่าชม เราเป็นแฟนคลับเขา ไปอ่านเจอมันก็รู้สึกไม่ดี ดังนั้น พอเรามาอยู่กับคนที่ชอบอะไรเหมือนกัน มันก็เลยคุยถูกคอ และเป็นการสร้างมิตรภาพได้ เว็บแฟนคลับของเกาหลีก็เข้าบ่อย มีทั้งเว็บที่ต้องเป็นเมมเบอร์ กับเข้าไปดูได้เลย ทีแรกก็เข้าไม่ได้ เพราะแปลไม่ออก แต่เข้าไปในบอร์ดของไทยเรา คนที่เขารู้ภาษาเกาหลีก็บอกเรา เราก็ไปดูเว็บเกาหลีตามที่เขาได้..." (ผู้ให้ข้อมูล 17, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

"...ชอบบิกแบง (Big Bang) ตอนแรกก็ไม่รู้จักเลย ดูวงอื่นๆ ก็รู้จักบ้าง แต่พอได้ฟังเพลงก็สนุก เพลงแบบมันส์มากเลย พอได้ฟังแล้วเราก็ไปดูไลฟ์ในเน็ต รู้ข้อมูลทั่วไปนิดหน่อย รู้จากเว็บแฟนคลับบิกแบงไทยแลนด์ แล้วก็ฟังบิกแบง อย่างบิกแบงไทยแลนด์ก็เป็นเว็บหลัก มีอยู่เว็บเดียว ถ้าไม่ใช่สมาชิกก็เข้าเว็บไม่ได้ ต้องลงทะเบียนก่อน..." (ผู้ให้ข้อมูล 10, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี จะเป็นทัศนคติเชิงบวกและเข้าใจในตัวตนของศิลปินว่า ไม่จำเป็นต้องสมบูรณ์แบบ แต่แฟนคลับยอมรับศิลปินเกาหลีคนนั้นๆ ได้เพราะเขาเป็นตัวของตัวเอง ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

"...ต้องเข้าใจก่อนว่าภาพลักษณ์กับตัวจริงนี้มันคนละอย่างกัน ภาพลักษณ์ที่ออกมาสู่สายตาคน หรือเวลาที่เขาลเล่นคอนเสิร์ตนี้ เขาจะเป็นอย่างหนึ่ง แต่พอเวลาที่มีรายการเจาะลึกหรืออะไรที่ไป

ข้อมูลเขาเนียเขาจะเป็นตัวจริง เราก็คชอบที่เขาเป็นตัวเขา...” (ผู้ให้ข้อมูล 18, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...บางเรื่องเราก็คไม่จำเป็นต้องรู้เนาะ ว่าเขาเกิดวันไหน ชอบกินอะไร แต่เราชอบที่เขาเป็นตัวเขา เขาได้ทำในสิ่งที่เขาชอบแล้วมีความสุข เขาได้ร้องเพลงให้เราฟัง ที่สำคัญคือ เขารักแฟนคลับของเขาด้วย เช่นครั้งหนึ่ง เพยอน หัวหน้าวงเกิร์ลส์เจนฯ ก็บอกว่าตอนนี้เราก็คพยายามกันอย่างหนัก และถึงแม้ว่าเราจะไม่ได้ไปทุกประเทศ แต่ก็รอเราหน่อยเนาะ เรากำลังจะไปหาพวกคุณ แล้วก็เราชอบคุณพวกคุณมาก เขาจะคลิบมีแบบนี่ตลอด...” (ผู้ให้ข้อมูล 17, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้สมัครเป็นสมาชิกเว็บไซต์แฟนคลับศิลปินเกาหลี จะติดตามข้อมูล ข่าวสาร และผลงานอื่นๆ ของศิลปินเกาหลีที่ตนเองชอบจากเว็บไซต์ทั่วไปที่สามารถเข้าชมได้ทันที

“...ไม่ได้สมัครเป็นแฟนคลับ แต่ก็จะแวะเข้าไปในเว็บของนักร้องคนที่เราชอบ เว็บที่มันไม่ต้องสมัครก็มี ส่วนใหญ่ก็ดูเรื่องทั่วไปที่เขาที่อัปเดตกัน พวกข่าว หนังสือที่เขาเล่น เพลงใหม่ที่จะออก หรือโฟโต้บูค ภาพนั่นภาพนี้ รายการทีวีที่กำลังออกที่เกาหลี...” (ผู้ให้ข้อมูล 6, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

การพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิกแฟนคลับศิลปินเกาหลีในเชียงใหม่มีไม่บ่อยนัก เพราะรวมตัวกันยาก แต่ผู้ที่เป็นแฟนคลับก็จะพยายามหาโอกาสมาพบปะกันเท่าที่มีโอกาส ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...เกิร์ลส์เจนฯ นี้ อย่างตอนนั้นครบสามสามปี ที่กรุงเทพฯ เขาก็รวมกลุ่มกันไปปรีจากเลือดที่เชียงใหม่ก็นัดเจอกันแถวโรบินสัน กับเซ็นทรัลคะ ตอนนั้นก็มีการเอบสามสิบคน หรือบางทีก็เจอตามงานโคฟเวอร์ (Cover Dance) ส่วนใหญ่ก็จะนั่งพูดคุยกัน แลกการ์ด แลกปลีเยนของสะสม ดันสังกัดเขามักจะทำการครูปศิลปินเป็นคณา เวลาเจอกันเราก็คเามาอวดกันบ้าง มาแลกกันบ้าง เวลาที่ทำกิจกรรมเราก็คถ่ายเป็นคลิปเก็บไว้ แล้วโพสต์ลงในเว็บ แฟนคลับจากที่อื่น หรือประเทศอื่นก็จะได้เห็น จากนั้นทางเครือข่ายเว็บเขาก็คจะรวบรวม ทำเป็นวิดีโอไปส่งให้สาวฯ (Girls Generation) อีกทีหนึ่ง เพื่อให้เขารู้ว่าทุกอย่างที่น่าเสนอมานั้น เป็นการแสดงออกว่าพวกเรารักพวกเธอเนาะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 17, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...แฟนคลับชิงกิกจะมีงานแฟนมีท (Fan Meet) จัดที่โรงแรมโลตัสปางสวนแก้ว ปีที่แล้วก็มีเขาจะวันที่ 26 ธันวาคมตลอดเลยคะเพราะเป็นวันที่ดงบังฯ เปิดตัวเป็นครั้งแรก...คนมาร่วมงานนี้ส่วนใหญ่จะเป็นแฟนคลับดงบังฯ เชียงใหม่ แต่ต่างจังหวัดก็มาได้เนาะ จะมีพี่คนหนึ่งที่เขาเป็นแกนนำของภาคเหนือคะ...ส่วนมากก็มีแต่แฟนคลับ แต่คนอื่นถ้าอยากเข้าไปร่วมงานก็ได้ ต้องซื้อบัตรเข้างานทุกคน 250 บาท ในงานก็จะมีเอ็มวี (Music Video) คลิป (Clip) ต่างๆ มีเกมเล่น แล้วก็ให้แฟน

คลับเขียนความรู้สึก เขียนป้ายผ้า แคนนำเชียงใหม่เขาก็จะขึ้นมาพูด ขึ้นมาแล้วว่าในปีนี้มีอะไรเกิดขึ้นบ้างที่เกี่ยวกับดวงดั่งๆ ค่ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

5. การซื้อซีดีเพลงและของสะสมที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี

หลังจากฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแล้ว กลุ่มตัวอย่างมีการสะสมของที่ระลึกเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี โดยของที่ระลึกเหล่านั้นสามารถหาซื้อได้จากร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทนี้โดยเฉพาะ ชื่อจากหน้างานคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี และสั่งซื้อจากอินเทอร์เน็ต ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ของสะสมก็มี โปสเตอร์ ซีดีที่เป็นซิงเกิ้ลเพลงของดั่งดั่งๆ ไม่มีทุกชุด เพราะดั่งดั่งๆ ออกมาเยอะมากๆ หนูซื้อไม่ไหว เพลงเยอะมากจริงๆ อย่างอื่นก็มีพวกพวงกุญแจ แท่งไฟ ปฏิทิน ชื่อที่หน้าคอนเสิร์ต เพราะหนูไปทำงานเอสเอ็ม (SM Town) ครั้งแรก แท่งไฟราคาอันละประมาณร้อยกว่าบาท...” (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...มีพวกซีดี แล้วก็พวงอุ้งน เข็มกลัด พวงกุญแจ ของวงซูเปอร์จูเนียร์ ถ้าซีดีก็มีทั้งวง แต่ถ้าเข็มกลัดนี่ก็แยกเป็นคน ชื่อเฉพาะคนที่เราชอบ แถวๆ โรงเรียนก็มีขาย หรือว่าร้านทั่วไปถ้าเจอแล้วถูกใจก็ซื้อ ถ้าเป็นร้านเฉพาะที่ที่โรบินสันค่ะ ร้านนี้เป็นของอิมพอร์ต เจ้าของเป็นคนเกาหลี ราคาก็เหมือนกับสั่งจากเน็ต แต่เขาไม่คิดค่าขนส่งก็จะถูกกว่าหน่อย ตอนนี้อยู่ที่สะสมก็เยอะอยู่ก็อาจจะเลี้ยวพันแล้วนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 9, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...มีค่ะ พวกซีดี พวงอุ้งน โปสเตอร์ แล้วก็ของที่ได้ในงานแฟนมีท แล้วก็ไปซื้อเองบ้าง.... ที่ได้ในงานแฟนมีทมีโปสเตอร์ การ์ด โปสเตอร์ เข็มกลัด ป้าย...กลุ่มแฟนคลับทำกันเอง ทำแจกด้วยขายหน้างานด้วย...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...มีซีดีอัลบั้มเต็มของไชนี่ (SHINee) ถ้ารวมออกมาเป็นซีดีก็ซื้อ ปกติก็โหลดมาฟัง แต่ซื้อซีดีอีกเพราะอยากมีสะสมไว้ เป็นผลงานของที่เขาว่าครั้งหนึ่งเขาเคยออกผลงานชุดนี้ ก็จะซื้อเก็บไว้ โฟโต้บู๊คนี่ยังไม่มี มีแต่ที่แถมมากับซีดี ตอนนี้มีอัลบั้มเต็ม 2 อัลบั้ม แล้วก็มินิอัลบั้มอีก 3 แต่ก็ยังมีไม่ครบทุกอัน ของสะสมอย่างอื่นมีโปสเตอร์ มีพวงกุญแจ เข็มกลัด มีแฟ้มเป็นรูปไชนี่ ชื่อมาจากหลายๆ ที่ บนภาคสวนแก้วก็มี ตรงไบเบี จะเป็นร้านขายเสื้อผ้า แล้วก็ซีดีมาตั้งขาย แล้วก็รับสั่งซื้อจากเกาหลี เพราะเจ้าของร้านเขามีแฟนอยู่ที่เกาหลี เขาก็อิมมาจากเกาหลี ราคามันก็แพงเป็นบางชิ้น พวกเข็มกลัดก็จะเลือกซื้อเฉพาะคนที่เราชอบ แต่ถ้าแฟ้มนี่ก็เป็นรูปทั้งวง ใช้เป็นแฟ้มไปโรงเรียนด้วย เพื่อนเห็นก็ทักว่าสวยดี บางคนก็ว่าจะไปซื้อตาม แต่ก็ยังไม่เห็นใครซื้อนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 30, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

ของที่ระลึกอีกอย่างหนึ่งที่กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีนิยมทำกัน เสื้อแฟนคลับ ซึ่งมีการผลิตหลายครั้ง ในแต่ละครั้งก็จะมีการนับจำนวนผู้สั่งซื้อก่อนสั่งผลิต ดังทำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...มีเสื้อของกลุ่มแฟนคลับ โปสเตอร์ ซีดี อย่างเสื้อนี้ส่วนใหญ่จะหาซื้อในเว็บที่เขาประชาสัมพันธ์ว่าเขาจะสั่งทำเสื้อของศิลปินกลุ่มนี้ๆ ไม่รู้ว่าเขาทำกี่ครั้งแล้ว แต่หนูซื้อแค่ครั้งเดียวเว็บที่สั่งซื้อก็เป็นของกลุ่มแฟนคลับ...” (ผู้ให้ข้อมูล 20, สัมภาษณ์ 11 ธันวาคม 2553)

“...มีพวกกุญแจ ซีดี แล้วก็เสื้อของทางเว็บแฟนคลับ เสื้อแฟนคลับนี้ เราต้องสั่งก่อนแล้วเขาถึงจะทำ ตัวละร้อยกว่าบาท รวมค่าส่งก็สองร้อย...” (ผู้ให้ข้อมูล 10, สัมภาษณ์ 00 ธันวาคม 2553)

ส่วนการซื้อซีดีเพลงของศิลปินเกาหลีนั้น กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึงเหตุผลในการตัดสินใจซื้อว่าอยากเก็บผลงานของศิลปินที่ตนเองชอบ แต่ไม่สามารถซื้อได้ครบทุกชุด เพราะมีราคาแพง และซีดีเพลงสมัยนิยมเกาหลีมักเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์บ่อยทั้งที่เนื้อหาเหมือนเดิม แต่บางครั้งก็ตัดสินใจซื้อเพราะอยากได้ของแถม ดังทำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งว่า

“...ถ้าเป็นซิงเกิ้ลจะยังไม่ซื้อ รอซื้ออัลบั้มเต็ม เกาหลีมักจะออกหลายเซต บางทีที่ออกมาหลายครั้งก็เป็นเพลงเก่าๆ แต่เอามารีมิคซ์ใหม่เป็นแนวอื่นมากกว่า แบบว่ามันเพลงเดียวกันนั่นแหละ แต่ว่าของแถมแต่ละเซตก็ไม่เหมือนกัน เราก็เลือกซื้อเฉพาะที่เราชอบๆ ก็ดูก่อนว่าอยากได้ของแถมอะไร บางทีก็เป็นโฟโต้บุ๊ก (Photo Book) บางอันก็เป็นเบื้องหลังเอ็มวี (Music Video) หรือทำปกหลังเป็นรูปคนใดคนหนึ่งในวง เราก็จะซื้อที่เป็นรูปคนที่เราชอบ ส่วนของสะสมอย่างอื่นก็มีที่ห้อยมีถือถือป้ายไฟ อะไรพวกนี้ ซื้อจากหน้างานคอนเสิร์ต หรือถ้าเพื่อนไปเที่ยวเกาหลีเราก็ฝากซื้อพวกของสะสมที่มันไม่มีขายในไทยนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างบางกลุ่ม จะเน้นการซื้อซีดีเพลงและของสะสมของศิลปินเกาหลีจากต้นสังกัดในประเทศเกาหลี หรือจากประเทศที่ศิลปินเกาหลีไปออกอัลบั้ม เพื่อเป็นการแสดงความรักต่อศิลปินเกาหลีอย่างจริงใจ และมีความคิดเห็นว่าได้สินค้าที่มีคุณภาพมากกว่าสินค้าชนิดเดียวกันแต่ผลิตในประเทศไทย ดังทำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...พวกซีดีหรือของสะสมจะสั่งซื้อจากเน็ต เว็บของคนไทยนี้แหละ ค่ะ ราคาที่ขึ้นอยู่กับชนิดของ แต่เราจะเสียค่าอื่นๆ ด้วย ค่านำเข้า ค่าภาษีอีก แต่ก็คุ้มนะ เพราะคุณภาพต่างกันมาก ของที่นี้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทของคนไทยที่ได้ลิขสิทธิ์มา แล้วก็ทำขาย คุณภาพสื่ออย่างหน้าปกซีดี ถ้าลองเอามาเปรียบเทียบกัน จะเห็นเลยว่าต่างกันมาก กระดาษเขาดีด้วย ของไทยนี่สีจะออกมัวๆ ไม่สดใส ลักษณะของจะเหมือนกัน แต่คุณภาพต่างกันมาก ราคาก็ต่างกัน อย่างสมมติว่า นำเข้าจากเกาหลีหนึ่งพัน ไทยจะแค่สามร้อยกว่า แต่หนูก็เน้นซื้อของจริงจากเกาหลีมากกว่าคะ เราเก็บเงินแล้วเราไปซื้อมาแล้วเราก็ภูมิใจ มันรู้สึกว่าเป็นของจริงจริงๆ แล้วแฟนคลับญี่ปุ่นหรือเกาหลี เขาจะแสดงความรัก



ต่อศิลปินที่เขาชอบด้วยการซื้อซีดีของจริงเท่านั้น ไม่ควันโหลดเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 19, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...ซีดีของไชนี่ (SHINee) ทุกอัลบั้ม ต้องอิมพอร์ตมาจากเกาหลีเท่านั้น เป็นของที่แฟนคลับเกาหลีเขาทำกันออกมา พวก ปฏิทิน โฟโต้บู๊ค หรือเป็นของจากต้นสังกัดผลิตเอง หรืออย่างของที่เขาไปโฆษณาอะไร เช่น โปสเตอร์ สมุดโน้ต อย่างไชนี่ไปโฆษณาไก่ทอด แล้วมีสมุดโน้ตบู๊คอย่างเจ็ยก็จะสั่งซื้อ ตอนนี้มีของสะสมเกือบทุกชิ้นของไชนี่ พวกเก่าๆ ที่ออกมาก่อนที่จะมาชอบก็ไล่เก็บ แต่ก็ยังได้ไม่ครบ ปกติจะสั่งซื้อจากเน็ต แต่ร้านในเชียงใหม่ก็เคยซื้อ เคยไปดูที่หน้ามอ มีสมุดโน้ตที่เขาอิมเข้ามาละ ก็เลยซื้อ เพราะมันเป็นของสะสมจากต้นสังกัดนะละ แต่ถ้าเป็นอย่างที่คนไทยทำเองจะไม่ซื้อ เพราะเขาเอารูปในเว็บมาทำของเราได้ ราคาแต่ละชิ้น ห้าร้อยกว่านี่คือถูกแล้วนะละ บางเว็บก็ขายเป็นพัน เราก็ดูไปเรื่อยๆ เว็บไหนถูกก็สั่งเว็บนั้น ใช้วีซี ไอโฟนเงินเข้าธนาคาร เคยโดนเก็บเหมือนกัน โทรไปค่า แล้วเขาก็ยังไม่คืนเงิน เสียความรู้สึกมากๆ ตอนนั้นส่งนิศสารเกี่ยวกับไชนี่นี้แหละละ...ของสะสมพวกนี้เวลาอยู่ว่างๆ ไม่มีอะไรทำก็จะเอาของพวกนี้มาดู มีลิ้นชักเฉพาะของไชนี่เลย ดูแล้วก็แบบว่ามีความสุข ภูมิใจ ไชนี่อยู่ในมือเรา...” (ผู้ให้ข้อมูล 54, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

“...ส่วนใหญ่ซื้อซีดีของเกาหลี ถ้าเขาไปออกที่ญี่ปุ่นก็ซื้อของญี่ปุ่น พยายามจะซื้อเก็บให้ครบทุกอัน แต่ก็ยังไม่ครบเพราะมันเยอะมาก และมันแพงมากทุกชิ้น ที่ญี่ปุ่นก็เกือบจะสามสิบบังเกิดแล้ว เพราะเขาจะออกมาเป็นซิงเกิ้ลก่อน แล้วปีนึงเขาก็รวมอัลบั้ม ก็จะมีอัลบั้มเพลง ซีดีคอนเสิร์ต แล้วก็ซีดีที่รวมหลายๆ อย่างเกี่ยวกับดั่งบังฯ...” (ผู้ให้ข้อมูล 55, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

ส่วนผู้ที่ไม่ได้สะสมของที่ระลึกของศิลปินเกาหลีเลย เพราะไม่มีเงินซื้อ แต่ถ้ามีโอกาสก็อยากได้ของสะสมเหล่านั้นบ้าง ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง ว่า

“...ไม่ได้สะสมของที่ระลึก เพราะไม่มีเงิน แต่ก็มีที่อยากได้คือ เสื้อ กับผ้าพันคอ ของบิกแบง (Big Bang) ที่เขาเอาเนื้บกระเป๋าดอนเล่นคอนเสิร์ตนะ สวยดี มันจะสกรีนคิดเลยว่า บิกแบง (Big Bang) กับวีไอพี (V.I.P.) แท่งไฟนั่นก็สวย เป็นรูปมงกุฎ หนูไม่ได้ซื้อแต่น้องข้างบ้านมี เราก็จะไปดูของน้องแทน...” (ผู้ให้ข้อมูล 6, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

6. การชมคอนเสิร์ตและงานโชว์ตัวของศิลปินเกาหลี

คอนเสิร์ตที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึงมากที่สุดคือคอนเสิร์ต SM Town และคอนเสิร์ตของวง Super Juniorซึ่งจัดที่กรุงเทพฯ แต่กลุ่มตัวอย่างหลายคนก็ได้ไปร่วมงานนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมตัวหลายด้านไม่ว่าจะเป็นการหักเงินจากค่าขนมเพื่อซื้อบัตรคอนเสิร์ต การจองตั๋วรถสำหรับการเดินทาง การเตรียมหาที่พัก รวมไปถึงข้อปฏิบัติในการชมคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลีด้วย ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...เคยไปครั้งหนึ่งตอนงาน SM2009 จำไม่ได้ว่าซื้อบัตรเท่าไร? ไม่ 3,500 ก็ 4,000 นี่แหละ เก็บเงินซื้อเอง ไปคุยกับเพื่อน แล้วก็มีนัดกับแฟนคลับในเว็บ ไปเจอกันที่งานคอนเสิร์ตแล้วก็เข้าไปด้วยกัน อยู่จนจบคอนเสิร์ต คุ่มค่าบัตร ตอนจองบัตรมันจะมีแผนผังให้ดู เพื่อนที่เขาไปคุยบ่อยๆ เขาก็จะมีประสบการณ์ว่าอยู่ตรงไหนจะเห็นชัด อยู่ตรงไหนจะไม่ค่อยเห็น เพราะมันอาจจะมีลำโพง ฉาก หรืออะไรอย่างอื่นมาบัง หรือบางคนชอบศิลปินคนนี้ เขารู้ว่าศิลปินจะอยู่ประจำตำแหน่งไหนบนเวที เขาก็จะไปจองที่แถวๆ นั้น ให้เจอศิลปินคนที่เขาชอบ เพราะคอนเสิร์ตเกาหลีในไทยไม่ให้เอากล้อง หรือโทรศัพท์เข้าไปเลย ต้องฝากไว้ข้างนอก เคยมีคนเอามือถือออกมาถ่ายนะ การ์ดมาคุมตัวออกไปเลย ไม่รู้ว่าทำไม เขาอาจจะไม่ยอมให้เอาไปโพสซิ่ง แต่ประเทศอื่นเขาก็ทำได้ปกติ เวลาเราดูพวกแฟนแคม (Fan Cam)...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

“...ไปดูคอนเสิร์ตเอสเอ็มทาวน์ (SM Town) ตอนนั้นอยู่ ม. 3 ไปกับเพื่อน นั่งรถทัวร์ไป ดูบัตร 1,500 อยู่ไกลมากๆ ตอนแรกหนูจะเอาบัตร 700 แล้วด้วยซ้ำ แต่บัตรมันเต็มเร็วมากเลย หนูก็เลยต้องซื้อบัตร 1,500 เก็บเงินซื้อเอง...” (ผู้ให้ข้อมูล 39, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...ตอนนั้นเรียนอยู่ ม. 5 ห้า ไปดูคอนเสิร์ต SM Town ที่กรุงเทพฯ หนูแอบไปเอง โกหกญาติที่นี่ว่าจะไปนอนบ้านเพื่อน แต่ไปพักกับญาติที่กรุงเทพฯ ความเลยแตก ญาติเขาไม่ว่า แต่แม่ก็บ่นๆ ตอนนั้นเดินทางไปคนเดียว แต่พอมาที่คอนเสิร์ตก็มาเจอเพื่อนที่โรงเรียน เพราะที่แรกหนูบอกเขาว่าไม่ไป แต่พอใกล้วันคิดอยากไปมาก แต่ไปกับเพื่อนเขาไม่ทัน ก็ต้องไปเอง ซื้อบัตร 1,500 อยู่หลังๆ เลยค่ะ ไกลมาก อยากไปอยู่ข้างหน้ามากๆ แต่มันติดตรงเรื่องเงิน เพราะหนูเก็บเงินซื้อเอง แล้วก็ขยี้มพี่ด้วยอีกนิดหน่อย หนูไปที่หลัง บัตรก็หมดแล้ว พอดีมีคนมาโพลในเน็ตว่ามีบัตรเหลือ ก็ไปได้บัตรจากตรงนั้น ติดต่อเขาแล้วนัดไปเจอกันที่หน้างาน แล้วก็จ่ายเงินกันตรงนั้น ส่วนที่เชียงใหม่ก็ไปดูนิชคุณ ไปรออยู่ตั้งแต่ห้าโมง เขามาสามทุ่ม ร้องนิดเดียว...ข้างหน้าเวทีมันจะแบ่งเป็นโซนวีไอพี ต้องซื้อของครบตามที่เขากำหนดไว้ ถึงจะได้ใบชิงโชคว่าใครจะได้เข้าไปอยู่ในนั้นร้อยคน พวกของที่เขาเอามาขายมันจะเป็นของที่ระลึกพวกหมอน แก้วน้ำ อะไรพวกนี้ มันมีรูปนิชคุณอยู่หนูก็ซื้อแต่ไม่ได้ เลยต้องอยู่ข้างนอก พองานใกล้เริ่ม ข้างในคนมันไม่เต็ม เราก็แอบเนียนเข้าไปอยู่ข้างหน้าเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...คอนเสิร์ต Super Junior ที่จะจัดนี้ก็เตรียมรถตู้ไว้สองคันแล้ว นั่งลงไปกรุงเทพฯ ด้วยกัน เสียขายว่าคอนเสิร์ตที่ไทยนี้เขาไม่ให้เอากล้องเข้าไปเลย มือถือก็ไม่ได้ ต้องฝากไว้ข้างนอกหรือไม่ต้องเอาไปเลย การ์ดเยอะมากแล้วก็ตรวจเข้มมาก ครั้งหนึ่งมีคนเอามือถือขึ้นมาถ่าย ไม่รู้หลุดเข้ามาได้ยังไง เจ้าหน้าที่เชิญออกไปเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 43, สัมภาษณ์ 18 ธันวาคม 2553)

การซื้อบัตรเข้าชมคอนเสิร์ต กลุ่มตัวอย่างต้องเตรียมความพร้อมเป็นอย่างมาก เพราะเป็นการเปิดขายพร้อมกันทั่วประเทศ นอกจากนี้ ก็ยังมีการเล่นเกมที่ทางผู้จัดงานกำหนดขึ้นเพื่อลุ้นรับบัตรเข้าชมในระยะเวลาที่ใกล้ชิดกับศิลปิน ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ไปดูซุเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) งานที่เขามาที่ไปมาแบบเจตต์เป็นๆ นี่ก็สามครั้ง ที่กรุงเทพฯ สองครั้ง ที่เชียงใหม่ครั้งหนึ่ง งาน 12Plus นั้นนะค่ะ ที่เชียงใหม่ไปตั้งแต่ 11 โมง ก็อยู่ข้างหน้าเลย เกาะราวเหล็ก อยู่ตรงกลาง ไม่อยู่ข้างๆ เลือกลงตรงกลางเพราะจะได้เห็นชัดๆ ที่กรุงเทพฯ มีคอน (Concert) ค่ะ แล้วก็งานมอเตอร์โชว์ ไปดูคอนเสิร์ตซุเปอร์จูเนียร์โชว์ 2 ซื้อบัตร 4,500 เกือบหน้าสุด บัตรแพงสุด 5,000 บาทค่ะ ตอนซื้อบัตรต้องรีบมากเพราะขนาดว่าไปก่อนห้างเปิดแถวก็ยาวแล้วอะค่ะ แล้วก็ต้องแย่งซื้อกันกับที่กรุงเทพฯ ด้วย เพราะเขาเปิดขายพร้อมกันแบบออนไลน์ แต่กลุ่มหนูก็ได้ชนะค่ะ ไปกันสี่คน ค่าบัตรก็เก็บจากค่าขนม...” (ผู้ให้ข้อมูล 8, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...ต้องเล่นเกมผ่านเว็บ เราต้องเล่นทุกวัน ทีมงานจะดูแลแนะนำแล้วก็ดูจำนวนครั้งที่เราเข้ามาเล่นด้วย เพื่อแลกบัตรเข้างาน Meet & Greet วง Super Junior ผู้โชคดีหนึ่งรางวัลเข้าได้สองคนก็เลยเล่นชื่อตัวเอง กับชื่อแม่ ปรากฏว่าแม่ได้เป็นผู้โชคดี ก็ไปร่วมงานด้วยกัน ตอนคอนเสิร์ตก็ได้เข้าไปอยู่โซนหน้าๆ ที่เขาจัดไว้ให้ผู้โชคดี...” (ผู้ให้ข้อมูล 21, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

ส่วนงานที่ศิลปินเกาหลีมาโชว์ตัวที่จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้มาร่วมแม้ว่าบางคนจะไม่ได้เป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลีคนนั้นก็ตาม เพราะคิดว่าโอกาสที่ศิลปินเกาหลีจะเดินทางไปต่างจังหวัดมีน้อย และอยากเห็นว่า ตัวจริงของศิลปินเกาหลีเหมือนหรือต่างจากที่เห็นในรูปหรือไม่ ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ไม่ได้ไปคอนเสิร์ตเอสเอ็มทาวน์ (SM Town) เพราะตอนนั้นเรียนอยู่ ม.ปลาย พ่อแม่ก็ไม่ให้ไป เขาเป็นห่วงว่าเราจะไปอยู่ยังไง แต่อยากไปมาก ถึงมากที่สุด อีกครั้งหนึ่งตอนเขาจัดงานคอนเสิร์ต เฉพาะเกิร์ลเจเนชั่น (Girls Generation) ที่พัทยา พวกหนูเตรียมบัตร จองรถกันเรียบร้อยแล้วแต่เกิดชุมนุมการเมืองกันเสียก่อน เขาก็ยกเลิกเลย ดันสังกัดเขาเป็นห่วงศิลปินเขาไป เราก็เป็นห่วงเขาด้วย ก็เสียคายนะ แต่ก็ยังเป็นห่วงความปลอดภัยของเขามากกว่า...ถ้าเกิร์ลเจเนชั่น (Girls Generation) มาเชียงใหม่ นะ โอ๊ยกรี๊ดแตก จะมารอตั้งแต่หัววันเลย ซื้อบัตรหน้าเวทีเลขที่เดียว ขนาดนักร้องเกาหลีหรือแม้แต่ นักร้องต่างชาติอื่นๆ ก็เยอะที่ไม่ได้สนใจอะไรมาก พวกหนูก็ยังมาดูเลย เพราะว่าพวกนี้เวลาเขามาเมืองไทยก็จะอยู่แต่ที่กรุงเทพฯ มันน้อยมากที่จะมาต่างจังหวัด ดังนั้นเมื่อเขาทำให้เห็นถึงที่เรา ก็ขอไปดูตัวเป็นๆ สักครั้งหนึ่ง ตัวเป็นๆ ตอนชิวอน (Choy Sewon) มา ยังไม่ส่งที่สนามบินเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 19, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...ไปดูเพราะอยากเจอตัวจริง มันเป๊าะมากเลยอะ เหมือนกับที่เราเห็นในรูปหรือเอ็มวี (Music Video) เลย ตอนนั้นรีบมาตั้งแต่สามโมงครึ่ง ก็ยังทันอยู่นะ ยั้ๆ เข้าไปข้างเวที แต่พอคนเยอะมากขึ้น มันก็ไม่ไหวแล้ว พอได้เห็นแล้วหนุกก็กลับออกไปก่อน...” (ผู้ให้ข้อมูล 30, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

7. การเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี

การเต้นเลียนแบบศิลปินเกาหลี หรือโคฟเวอร์ (Cover Dance) ของกลุ่มตัวอย่างนั้น ส่วนใหญ่เกิดจากความชอบการเต้นอยู่แล้ว เมื่อรู้สึกว่าการเต้นของศิลปินเกาหลีสวยงาม มีความพร้อมเพียง จึงสนใจฝึกซ้อม โดยแกะท่าเต้นกันเองเพราะมีทักษะด้านการเต้นอยู่แล้ว ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...รวมกันได้ เพราะความชอบเต้นเหมือนกัน อยู่โรงเรียนเดียวกัน ซ้อมเต้นที่โรงเรียน และที่ลานข้างบนเซ็นทรัล เพื่อนจะแกะท่ามา แล้วมาสอนเต้น แต่ละเพลงใช้เวลาซ้อมประมาณวันหรือสองวัน แต่ครั้งก็ประมาณ 3-4 ชั่วโมงเป้าหมายในการซ้อมเต้นคือเพื่อเอาไปประกวด...” (ผู้ให้ข้อมูล 5, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...ฟอร์มทีมกับเพื่อนที่ชอบเต้นด้วยกันอยู่แล้ว เลือกเพลงที่ชอบได้แล้วก็เลือกคน ที่จะให้ใครเป็นนักร้องคนไหนคิดตอนที่ประกวด ท่าเป๊าะ ชูคเป๊าะ การร้อง มีไมค์ เหมือนทุกอย่างกับศิลปินจริงเลย ตอนที่เต้นคราวนั้น ก็อปมาจากไลฟ์ เพราะในเอ็มวี (Music Video) มันจะเห็นไม่ค่อยชัด ตอนซ้อมก็แกะท่ากันเอง เต้นกันเองประมาณ 1 อาทิตย์ก็ได้ละ...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...ดูในเอ็มวีแล้วก็แกะท่ากันเอง เบื้องต้นก็จะศึกษาท่าของตัวเองก่อน พอเราจำท่าตัวละครของใครของมันได้ก็เอามารวมกัน มาซ้อมด้วยกัน แล้วก็ช่วยกันแก้ว่าผิดตรงไหน ต้องแก้ตรงไหน เพราะบางคนก็อาจจะดูมาไม่ชัดเจน แล้วก็มาช่วยกันอีกที บางทีเราก็กเพิ่มสไตล์ของเราเข้าไปด้วยนะ การซ้อมเพลงหนึ่งใช้เวลาประมาณ 2 อาทิตย์นี่คือเป๊าะเลย ส่วนใหญ่จะโชว์ในโรงเรียน... ซ้อมเต้นเพราะชอบ ชอบท่าเต้น เห็นท่าเต้นมันสวยดีก็อยากเต้นแบบนั้นบ้าง พอซ้อมไปซ้อมมาแล้วมันมีงาน โชว์ก็เป็นผลพลอยได้...” (ผู้ให้ข้อมูล 13, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...เต้นโคฟวง Super Junior เต้นเป็นคิบบอม แกะท่าเอง โหลดไลฟ์ (Live) มาดู แกะท่าเฉพาะคนที่เราเป็น เปลี่ยนบล็อกกิ่งเอง ขยับเอง แต่ตอนแรกจะแกะท่าเองเอาแต่ทำให้ได้ก่อน พอแกะท่าได้ค่อยไปที่ลานซ้อม แล้วก็มารวมกันกับเพื่อนคะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...โคฟวงคงบังฯ ตอน ม. ต้น ส่วนมากตอนนั้นมันจะมีแต่ผู้หญิงที่โคฟผู้ชาย เป็นทอมบ้าง เป็นผู้หญิงบ้าง ก็ไปคัดผมสั้นให้เหมือนศิลปิน...เลือกเต้นเพลงผู้ชายเพราะว่าเป็นศิลปินที่เราชอบ ก็เลยอยากทำเหมือนเขา...ดูท่าเต้นจากในเว็บ เมื่อก่อนมันจะมีแค่ที่เป็นคอนเสิร์ตให้ดูได้ แต่ท่าบางท่า

มันก็ไม่ชัด ก็มั่วๆ ไป แต่ตอนนี้มันมีโรงเรียนสอนเต้นของเกาหลี ที่เขาเอาท่ามาสอนเต้นแบบชัดๆ ก็
จะง่ายขึ้น โรงเรียนในเกาหลีเขาจะโพสลงในเว็บ...เมื่อก่อนถ้าเอาแบบโชว์ได้จริงๆ ก็ ประมาณเดือน
หนึ่ง แต่ตอนนี้ก็ไวขึ้น ประมาณสองอาทิตย์..." (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

"...ผมแกะท่าเองอยู่แล้ว พอมีงานก็เอาไปโชว์ ก็เต้นบ่อยๆ ตอนแรกชอบ Wonder Girls แต่ก็
เต้นไม่ได้ เพราะเราเป็นผู้ชาย พอมาชอบ 2PM ก็เลยเต้น 2PM มากกว่า...ซ้อมเวลาว่าง เป็บเดียวสัก
สองอาทิตย์ก็ได้แล้ว เพื่อนในคณะคนไหนที่อยากเต้นเราก็สอนให้เขา..." (ผู้ให้ข้อมูล 53, สัมภาษณ์
20 ธันวาคม 2553)

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีทักษะการเต้นมากนัก จะอาศัยการฝึกซ้อมที่นานกว่า และมี
เป้าหมายในการฝึกซ้อมเพื่อแสดงในงานของโรงเรียน หรือคณะที่ตนเรียนอยู่ ดังคำให้สัมภาษณ์ของ
ผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

"...ไม่เคยเต้นแบบที่เขาไปประกวด แต่ว่า ที่คณะของหนูนะจะเต้น มันจะมีงานมีที่ต้ง
(Meeting) กับบายเนียร์ (Goodbye Senior) ทุกปี ก็จะมีแข่งโคฟเวอร์กัน แต่ละชั้นปีต้องส่งเข้า
ประกวด หนูก็ต้องเต้น เพื่อนเป็นคนแกะท่าละ ดูหลายๆ รอบ แล้วก็เอามาสอนเต้น ช่วยกันดู แล้วก็
ทำตาม พวกหนูไม่มีทักษะการเต้นเลย เราเต้นไม่ค่อยเหมือนเขาอะคะ เพราะว่าเราเต้นไม่เข้มแข็งดู
อ่อนแอ แต่ว่ารวมๆ ก็คล้ายๆ อะ ถ้าพร้อมกันก็โอเค ใช้เวลาซ้อมตอนเลิกเรียน ประมาณหนึ่งเดือน..."
(ผู้ให้ข้อมูล 16, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

"...แต่งงาน โรงเรียนนะคะ เขากำหนดให้แต่ละห้องส่งการแสดงไป เราก็เลือกเต้น โคฟ ตัด
เอาเพลงของ 2PM กับ Shinee มามิกซ์ด้วยกัน...เต้นโคฟนี้ ถ้าเราชอบคนไหนเราก็เลยอยากเต้นเป็น
คนนั้นนะ พวกหนูก็เลยเต้นวงผู้ชายมากกว่า..." (ผู้ให้ข้อมูล 30, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มตัวอย่างอีกบางส่วนที่ชอบทำเต้นของศิลปินเกาหลี แต่ตนเองไม่มีทักษะ
ในการเต้น จึงฝึกซ้อมด้วยตนเองเฉพาะบางท่อน ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง ดังนี้

"...อยากเต้นอยู่ แต่มันเต้นไม่ได้ ได้แค่ท่อนกลางท่อนเดียว อยากเต้นเพราะอยากเท่ๆ อยาก
สวยอย่างเขา ถ้าเต้นได้เก่งๆ เหมือนคนอื่นเขาก็อยาก ไปประกวด แต่ทำได้เท่านี้ก็เต้นเอาสนุกเท่านั้น
อะ แกะท่าเองเป็นเดือนเหมือนกัน ได้แค่ท่อนกลางนิดเดียว เพราะท่อนกลางทุกคนจะเต้นทำเดียวกัน
เหมือนกันหมดเลย เพลงที่เต้นตามส่วนมากจะเป็นวงผู้หญิง ตอนนี้ก็กำลังฝึกอีกเพลงอยู่..." (ผู้ให้
ข้อมูล 25, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

สำหรับการเตรียมเครื่องแต่งกาย และอุปกรณ์ประกอบการแสดงนั้น มีทั้งการตัดชุดให้
เหมือนกับศิลปินต้นแบบ หรือเลือกซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมาดัดแปลงให้ใกล้เคียงกับศิลปินต้นแบบมาก
ที่สุด ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...การเตรียมเสื้อผ้า ตัดชุดเลยก็มี ให้เหมือนที่สุด อาจจะไม่ต้องเหมือนเป๊ะๆ แต่จำเป็นต้องให้เหมือน ถึงแม้ว่าจะไม่เกี่ยวกับการให้คะแนน เพราะเพื่อนกลุ่มอื่นที่เดินด้วยกันก็อาจจะดูถูกเราได้ว่าชุดไม่เห็นเหมือนเลย ส่วนใหญ่เสื้อผ้าจะอแด็ป (Adapt) เอาให้คล้ายๆ สีต้องให้เหมือน หรือมีพรีพอะไรก็ต้องให้เหมือน...” (ผู้ให้ข้อมูล 5, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...เสื้อผ้าส่วนมากก็หาซื้อแบบสำเร็จรูป แล้วเอามาอแด็ปเอง ดัดให้มันเหมือนศิลปินมากที่สุด แต่ถ้างานหลายๆ ก็ไปตัดเลย ดูแบบจากอินเทอร์เน็ตคะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...เสื้อผ้าก็หาในเซ็นทรัลนั่นแหละคะ ชุดส่วนมากจะใส่สูทมากกว่า กางเกงจะเป็นสแล็คหลักๆ ก็ดูในไลฟ์คะ ว่าศิลปินเขาแต่งตัวแนวไหน แล้วเราก็เอาแนวของเขามาดูว่าร้านที่เราสามารถไปหาซื้อได้เนี่ย มันจะมีเสื้อผ้าแนวไหนที่ใกล้เคียง...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

8. การเขียนและอ่านเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลี

การเขียนและอ่านเรื่องแต่ง หรือฟิคชั่น (Fiction) เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องมาจากการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี โดยเรื่องแต่งนี้จะมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักแบบหนุ่มสาว แต่มีตัวละครสองฝ่ายเป็นเพศเดียวกัน โดยใช้ศิลปินเกาหลีที่อยู่ในวงเดียวกันเป็นตัวละครของเรื่อง เรียกกันอีกอย่างว่า Y (มาจากคำว่า Yaoi ในภาษาญี่ปุ่น หมายถึงเรื่องแต่งที่มีตัวละครเป็นเพศเดียวกัน) ในบรรดากลุ่มตัวอย่างทั้งหมด มีเพียงหนึ่งรายเท่านั้นที่เป็นผู้เขียนเรื่องแต่ง ดังคำให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“...คนแต่งฟิค (Fiction) ก็เป็นแฟนคลับที่ชอบศิลปินวงนั้น ชอบใครก็จับคู่กัน หนูทั้งอ่านและเขียน คู่เทียบกับทิฟฟานี่ เวลาจะแต่งฟิคเราต้องดูว่าสองคนนี้มีอะไรกันหรือเปล่า หรือเราชอบใครสองคนมากที่สุดในวงก็เอามาแต่ง อย่างเทียบ กับทิฟฟานี่ หนูก็ดูว่าสองคนนี้มีอะไรที่น่ารัก กู๊กก๊ก คล้ายๆ กัน เขาเป็นเพื่อนสนิทกันมาก ส่วนใหญ่หนูจะแต่งออกแนวบู๊ล้างผลาญ แต่งแล้วก็โพสต์ลงเว็บบอร์ด ให้เพื่อนๆ แฟนคลับได้อ่านกัน...” (ผู้ให้ข้อมูล 17, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างหาอ่านเรื่องแต่งของศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเว็บบอร์ดของเว็บไซต์แฟนคลับ เว็บบอร์ดทั่วไปที่สามารถโพสต์เรื่องแต่งได้ และนิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...มันจะมีให้อ่านทั้งในเว็บ แล้วก็ในแม็กกาซีน อย่าง โชลสตาร์จะมีเยอะหน่อย แต่เอสตาร์มันจะมีเล่มละเรื่อง แล้วก็จะมีเดอะบอยกิมจิ... ไม่เคยแต่ง เป็นคนไม่ค่อยมีจินตนาการทำไหร...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังแสดงความคิดเห็นที่มีต่อศิลปินเกาหลี จากการอ่านเรื่องแต่งนี้ว่า ไม่ได้มีความรู้สึกว่าศิลปินเกาหลีที่ตนชอบมีลักษณะเบี่ยงเบนทางเพศแต่อย่างใด ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...อ่านคู่ของซีเฮ กับ คยูมิน คงเฮ กับ คิบอม จะเลือกอ่านแต่คู่ที่เราชอบ แต่ไม่เคยแต่ง ไม่มีความสามารถพอ มันก็มีหลายแนว บางแนวก็อ่านไม่จบ หนูชอบอ่านไปเรื่อยๆ เรื่องไหนสนุกก็อ่านต่อ บางเรื่องถ้าอ่านแล้วมันไม่ไหวก็เลิก...แฟนคลับเกาหลีนี้ ถ้านักร้องในวงก็ก๊ากกันนะ โอเค แต่ถ้ามีนอกวงนะไม่ได้เลย อย่างตอนนี้ ชงยอน วงไชนี่ (Shinee) มีแฟนผู้หญิง แฟนเขาก็โดนแฟนคลับแอนตี้หมดเลย เว็บบไชนี่ล่มเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 33, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...บางทีนะ หนูไม่อยากจะให้นักร้องพวกนี้มีแฟนเลย อยากให้เขาเป็น Y ไปเลย พวกนักร้องผู้หญิงนี้ถ้าอยากมีแฟนก็มีไปหอะ แต่นักร้องผู้ชายนี้ไม่อยากจะเลย มันเสียค่าย แต่ไม่ได้หมายความว่าเขาเป็นเกย์นะ เขาก็เป็นผู้ชายทั้งแท่งนี่แหละ...” (ผู้ให้ข้อมูล 26, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

9. การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดเมื่อฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแล้วมีความรู้สึกอยากไปเที่ยวประเทศเกาหลี โดยสถานที่แรกที่กลุ่มตัวอย่างต้องการไปมากที่สุดคือ ค่ายเพลงที่ศิลปินเกาหลีที่ตนชื่นชอบสังกัดอยู่ ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ไปหาศิลปิน ต้องไปเจอสักที ไปตีกเอสเอ็ม (SM Entertainment) ไปติดต่อหา คิมยองมิน ตามรอยศิลปิน อย่างไปคูที่เขาโชว์ที่เกาหลี ที่เราเคยดูไลฟ์ผ่านเน็ต ไปดูสถานีโทรทัศน์...” (ผู้ให้ข้อมูล 8, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปหลายที่ แต่ที่อยากไปมากที่สุดคือตีก เอสเอ็ม (SM Entertainment) ค่ะ อยากไปกอดเจ็ท ฮยยูอน ต้อง คยู เจ็ยค๊ะ แต่เขาบอกว่าส่วนมากนักร้องพวกนี้จะไม่ออกมาให้ใครเห็นมากนักจะค๊ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 26, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปโซลก่อน แล้วค่อยให้เขาแนะนำต่อ ไปตีก SM ไปฮันดูเฉยๆ ก็ยังดี เพื่อเขาเดินผ่านมาหรือออกมาจะได้กรี๊ดกร๊าด...” (ผู้ให้ข้อมูล 30, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปตีก SM อยากเจอนักร้องตัวเป็นๆ แต่ก็คงยาก ถึงไม่เจตัวก็ยังอยากเห็นที่ที่พวกเขาอยู่ ให้ไปเป็นแม่บ้านก็ได้...” (ผู้ให้ข้อมูล 26, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปตีก SM จะไปนั่งรอนักร้องอยู่หน้าตึก...” (ผู้ให้ข้อมูล 54, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปค่ายเพลง JYP...” (ผู้ให้ข้อมูล 27, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)



นอกจากค่ายเพลงแล้ว กลุ่มตัวอย่างยังต้องการไปชมคอนเสิร์ต ชมการถ่ายรายการโทรทัศน์ และร้านอาหารหรือสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ตนชอบ เป็นการเที่ยวตามรอยศิลปิน ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...อยากไปดูคอนเสิร์ตที่เขาจัดที่นู่น เพราะมันจะเป็นรายการแบบไลฟ์มีวีสิก มันจะใกล้ชิดศิลปินมากๆ มันจะมีทุกอาทิตย์ละ แล้วก็อยากไปเดินช้อปปิ้งในโซล...” (ผู้ให้ข้อมูล 34, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...ไปดูคอนเสิร์ตที่นู่นมันได้บรรยากาศมากกว่า ว่ามาเกาหลี แล้วก็ได้มาคูนักร้องเกาหลีถึงที่เลย ที่จัดคอนเสิร์ตบ่อยๆ ก็เป็น โซลสเตเดียมมั้ง ต้องติดตามว่าคอนฯ ไหนที่เราอยากไปดู นอกจากคอนฯ แล้ว ก็จะไปดูถ่ายรายการทีวี เขาจะพาไปคูนักร้องที่เข้าไปอัดรายการ อันนั้นก็ยิ่งใกล้มากกว่าคอนฯ อีกนะ ถ้าไปกับทัวร์ เขาก็จะจัดการไว้เรียบร้อยแล้วว่าจะมีกรุ๊ปทัวร์มาดู ในหนังสือเดอะบอยกิมจิ (The Boy Kimchi) มันชอบมี พาไปร้านของนักร้อง อย่างจุงซู วงดบังฯ มันเป็นพิซซาซ่าเกาหลี ในร้านก็จะมีรูปของเขากับวงของเขา บางวันเขาก็จะมาที่ร้านบ้าง แล้วก็มีการเจอได้ของ มิกกี-ยูซอน เป็นร้านขายไอติม หรือร้านเครื่องสำอางทริบิว ของแจจุง เป็นทัวร์ตามรอยศิลปิน...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปร้านพิซซาของพ่อจุงซู เป็นร้านเล็กๆ ในร้านมีรูปวงดบังชินกิดิดเต็มเลย ส่วนใหญ่พ่อกับน้องสาวเขาจะอยู่ จุงซูไม่ค่อยมาเท่าไร เรา ก็ไปคุยกับพ่อกับน้องสาวเขาแทน บ้านเขาแฟนคลับี่มากเลย ออกออกก็ได้ ถ้าถ่ายรูปด้วยก็ได้...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปเจอซูปเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) ไปที่คิสเรดิโอ (Kiss Radio) เป็นรายการวิทยุของซูปเปอร์จูเนียร์ เขาเป็นดีเจเองเลย เขาเป็นดีเจแค่สองคน ประจำคือ อีทีก กับ อึนยอก แต่ถ้าคนใดคนหนึ่งไม่ว่าง ก็จะเอาคนอื่นในวงมาจัดแทน...” (ผู้ให้ข้อมูล 32, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...อยากสุดๆ อยากไปโซล (Soeul) อันดับแรก ไปเมียงดง ไปซื้อของก่อน แล้วค่อยไปเดินหาดารเกาหลีว่าอยู่ทางไหนบ้าง อยากไปที่นัมซานทาวเวอร์ (Namsan Tower) ที่เขาเอาคุณแจไปคล้อง เพราะคนเกาหลีเขามีความเชื่อแบบนั้นว่าคนเรากู๋กันก็จะอยู่ด้วย มีในซีรีส์หลายเรื่องเลย ของได้วันก็มี ความเชื่อแบบนี้...” (ผู้ให้ข้อมูล 24, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

“...อยากไปที่ที่เขาถ่ายเอ็มวีสวยๆ เช่น แม่น้ำฮัน เพลง Soeul Song...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังอยากไปซื้อของที่ประเทศเกาหลี โดยสินค้าที่ต้องการซื้อคือ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง และสินค้าเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...ตอนที่ดูซีรีส์ก็อยากไปเที่ยวตามรอยละคร แต่ตอนนี้อยากไปดูคอนเสิร์ตอย่างเดียว หรือว่าไปซื้อของ ไปซื้อป๊ิงที่เมียงคอง ดองเคมุน อะไรอย่างนี้ อยากซื้อพวกเสื้อผ้า ซีดี แล้วก็พวกของสะสมทั้งหลายแหล่...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

“...ไปซื้อเสื้อผ้ากับเครื่องสำอางที่เมียงคอง มีให้เลือกเยอะดี ถูกด้วย โดยเฉพาะเครื่องสำอาง ถ้าซื้อที่บ้านเราจะราคาแพงกว่าเป็นเท่าตัวเลย มั่นใจได้ด้วยว่าเป็นของแท้...” (ผู้ให้ข้อมูล 50, สัมภาษณ์ 19 ธันวาคม 2553)

ส่วนกลุ่มที่เรียนภาษาเกาหลีโดยตรง กลับมีความรู้สึกที่ว่า อยากไปเรียนต่อ หรือใช้ชีวิตในประเทศเกาหลี ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง ดังนี้

“...อยากไปอยู่ อยากไปเรียนต่อที่ อีฮวา (Ewha Womans University) เป็นมหาวิทยาลัยสตรีล้วนที่ดังมากๆ เลยผู้หญิงเกาหลีทุกคนใฝ่ฝันอยากจะทำ เป็นมหาวิทยาลัยผู้หญิงที่ใหญ่ที่สุดในโลก อันดับสามของประเทศ มีชื่อเสียงด้านสื่อสารมวลชน คนที่เข้าได้ก็จะเก่งๆ สวยๆ กันทั้งนั้น อยากเรียนเกี่ยวกับสื่อสารมวลชนของเกาหลี เพื่อจะได้กลับมาพัฒนาของไทย แต่ไม่รู้จะเป็นไปได้ไหม...” (ผู้ให้ข้อมูล 39, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

10. การเรียนภาษาเกาหลี

กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มวัยรุ่นที่ชอบฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ส่วนการเรียนภาษาเกาหลีนั้น มีทั้งการเรียนด้วยตัวเอง จากหนังสือหรือเว็บไซต์สอนภาษาเกาหลี รวมกลุ่มกันไปเรียนกับครูชาวเกาหลี และสมัครเรียนภาษาเกาหลีอย่างจริงจัง ดังคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างบางราย ดังนี้

“...พวกภาษาเฉพาะนี่ก็ใช้ไม่นาน ช่วงหลังๆ ที่มันบูม แต่อย่างคอนเสิร์ต (คอนเสิร์ต) นี่ก็จะใช้กับเพื่อนเฉพาะกลุ่มที่ชอบเกาหลีเหมือนกัน ถ้าไปพูดกับคนอื่นที่เขาไม่รู้เรื่อง เขาก็จะถามว่าอะไร เราก็พูดคำปกติคิดว่า ส่วนภาษาเกาหลี เคยเรียนมานานแล้ว เรียนกับครูเกาหลีที่เพื่อนรู้จัก เพื่อนก็อยากเรียนเกาหลีด้วย เราก็รวมกลุ่มกันไปเรียน ตอนนั้นยังคิดว่า เราบ้าเกินไปหรือเปล่า...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 00 ธันวาคม 2553)

“...เคยเรียนที่สถาบันภาษาของ มช. เรียนมาสองคอร์ส ตอนนั้นเรียนเพราะอยากเข้าใจภาษาเกาหลี อยากรู้ว่าเขาพูดอะไรกัน บางทีดูคลิป (Clip) ดาราเกาหลีแล้วก็โมโห ไม่รู้เรื่อง ไม่รู้ว่าเขาพูดอะไรกัน แล้วก็ไม่มีใครทำซับ (Subtitle) ก็เลยไปเรียนเองเผื่อจะได้รู้เรื่อง แต่เดี๋ยวนี้ก็ได้เรียนต่อ เพราะเรียนหนักขึ้น เลยไม่มีเวลา... ไม่อยากนะกะ หนูว่ามันง่ายกว่าภาษาญี่ปุ่นกะ เพราะว่าหนูก็เคยเรียนญี่ปุ่นมาก่อนเหมือนกัน ญี่ปุ่นยากมาก...ภาษาเกาหลีนี่ใช้บ่อยๆ ตอนอยู่ ม.ปลาย พูดเล่นๆ กับเพื่อน...” (ผู้ให้ข้อมูล 55, สัมภาษณ์ 20 ธันวาคม 2553)

“...ซื้อหนังสือมาเรียนเอง ถ้าอ่านเข้าใจ ค่อยๆ พยายามไปมันก็ได้ค่ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 7, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...รู้เป็นบางคำ หาเอาจากเน็ต เวลาฟังเพลงใหม่มาเราก็จะหาจากเนื้อเพลง แล้วก็พวกซีรี่ย์ มันก็จะมีซับ (Subtitle) เราก็อ่านจากตรงนั้น แล้วก็ซื้อหนังสือมาอ่านเสริมด้วย เป็นหนังสือเรียน ภาษาเกาหลีด้วยตนเอง แต่ไม่ค่อยมีเวลาอ่านเท่าไร ตอนนั้นก็พอเขียนชื่อตัวเองได้ แต่ไม่ได้เอาไปใช้ ที่ไหน ในกลุ่มก็มีทักทายกันบ้าง อย่างอันของง้อะค่ะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 30, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

การใช้ภาษาเกาหลีในชีวิตประจำวัน กลุ่มตัวอย่างที่เรียนสาขาเกี่ยวกับภาษาเกาหลีโดยตรง จะใช้เป็นประจำทุกวัน เพื่อเป็นการฝึกฝนไปในตัว แต่ก็มีเหตุผลอื่นแอบแฝงด้วย ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งว่า

“...พูดได้ เขียนได้ อ่านได้ ใช้กันเองในกลุ่มค่ะ ต้องใช้บ่อยๆ เพราะเป็นการฝึกกันเองด้วย หรืออย่างบางครั้งเราจะนิทานใครเราก็ใช้ศัพท์เกาหลี คนถูกนิทานก็ไม่รู้ว่ากำลังถูกพวกเรานิทานอยู่ ...” (ผู้ให้ข้อมูล 38, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

ส่วนกลุ่มที่ไม่ได้เรียนภาษาเกาหลีโดยตรง จะใช้ภาษาเกาหลีอย่างง่ายๆ ที่จำมาจากเพลงสมัยนิยมและซีรี่ย์ มาใช้กับเพื่อนในกลุ่ม ดังคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่างบางราย ดังนี้

“...ไม่รู้ภาษาเกาหลีเลย รู้แค่บางคำง่ายๆ เช่น อันของฮาเซโย แปลว่า สวรรค์ ถ้าเป็นคำยากๆ ก็ไม่รู้แล้ว รู้มาจากการฟังเพลงบ้าง แล้วก็จากซีรี่ย์เกาหลีบ้าง ส่วนมากจะมาจากซีรี่ย์เกาหลีมากกว่า เพราะเพลงนี้ฟังแบบไม่ค่อยได้สนใจเนื้อหาเท่าไร ถ้าเข้าไปดูในเว็บมันก็มีคำแปล ก็อ่านผ่านๆ ว่าเพลงนี้มันหมายความว่าอย่างนี้ แต่ไม่ได้เจาะจงว่า คำนี้แปลว่าอะไร ความหมายรวมๆ มากกว่า... ก็อยากรู้ภาษาเกาหลีบ้าง แต่ไม่จำเป็นถึงกับต้องไปเรียนนะ แต่ก็คิดว่าตอนนี้กระแสเกาหลีมันก็บูม (Boom) มันก็ควรจะรู้ไว้บ้าง เอาไว้ใช้เล่นๆ กับเพื่อนบ้าง แชวๆ กัน เช่นว่า โอโตะคะ แปลว่า ทำใจดี อันของฮาเซโย แปลว่า สวรรค์ อะไรทำนองนี้...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...รู้จากการฟังเพลงนี้แหละค่ะ อยากรู้คำไหน ก็ไปเปิดหาในอินเทอร์เน็ต แล้วก็รู้จากซีรี่ย์... อยากเรียนเหมือนกัน แต่แค่ภาษาไทยกับอังกฤษยังไม่ค่อยรอด ทุกวันนี้ก็แค่ใช้เล่นๆ กับเพื่อนที่โรงเรียน เช่นทักทายว่า อันของ เพื่อนก็ตอบกลับมาว่า อันของเจ้า ก็สนุกสนานกันไป...” (ผู้ให้ข้อมูล 25, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

“...รู้พวกคำที่เขาทักทายกันนะค่ะ ใช้ทักทายกับเพื่อนบางครั้ง เคยเขียนชื่อตัวเองเป็นภาษาเกาหลีในไฮไฟว์ (Hi-5) หนูก็อปตัวหนังสือจากเว็บแปลภาษาในกูเกิ้ลมาเรียงกันเป็นชื่อหนู ตัวหนังสือเกาหลีมันน่ารักดี...” (ผู้ให้ข้อมูล 27, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

“...ใช้นะ มันหลุดออกมาเอง อย่างเวลาเล่นๆ แล้วมันได้อารมณ์นั้น มันก็หลุดออกมาเอง เช่นคำว่า โอโตะคะ-ทำไงดี ใช้กันในกลุ่มเพื่อนเท่านั้น คำอุทานอื่นๆ ก็มีอย่างเช่น อุโม๊ะ ไอกุ อ็อกกันจิ แบบนี้อะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

11. การรับประทานอาหารเกาหลี

การรับประทานอาหารเกาหลี กลุ่มตัวอย่างหลายคนคุ้นเคยกับอาหารเกาหลีจากละครโทรทัศน์เกาหลีมากกว่าการฟังเพลงสมัยนิยม แต่การฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีก็มีส่วนทำให้สนใจอยากทดลองรับประทานอาหารเกาหลี กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเคยรับประทานอาหารเกาหลีจากร้านอาหารเกาหลีโดยตรง ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...เคยกินหลายอย่าง แต่ที่ชอบจริงๆ จะเป็น เนื้ออบกิมจิ น้ำพาไปกินที่กรุงเทพฯ แล้วก็ชอบกิมจิเขาร่อยมากเหมือนอยู่ที่เกาหลีเลย แต่พอกินที่เชียงใหม่ ไม่ร่อยเลย เต็มมาก หนุยังคิดเลยว่า ถ้าได้ไปกินที่เกาหลีคงจะดี มันต้องร่อยมากๆ แน่เลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 26, สัมภาษณ์ 13 ธันวาคม 2553)

“...ตอนแรกอยากกินเอง แต่ตอนนี้พอเรียนมันก็จำเป็นต้องกิน อย่างบางครั้งอาจารย์ก็พาไปกิน ร้านอาหารเกาหลีที่หนูเคยไปกินก็ที่ท่าธรรมโชค แดวหนองหอย แล้วก็ที่นิมมาน เจ้าของเป็นคนเกาหลีเลยคะ แต่ถ้าถามความรู้สึกหนูนะ หนูไม่ชอบเท่าไรหรอก มันมีผักเยอะคะ หนูไม่ชอบกินผักแล้วอีกอย่างเราเคยกินอาหารไทย ก็ชินกับรสชาติอาหารไทยมากกว่า พอไปกินอาหารเกาหลีมันไม่เหมือนกัน ถึงมันจะเผ็ด ก็เผ็ดไม่เหมือนกัน...” (ผู้ให้ข้อมูล 16, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...เคยกินข้าวยำ บีบิมบับ กินที่ร้านอาหารที่ตรง 12 ห้วยแก้ว ที่ตรงนิมมานก็มี กินเพราะอยากลองกิน เพราะปกติก็เป็นคนที่ชอบหาที่กินใหม่ๆ อยู่แล้ว...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

กลุ่มตัวอย่างบางส่วน เคยรับประทานอาหารเกาหลี โดยทดลองทำด้วยตัวเอง ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...พี่ที่โบสถ์ที่สนิทกันเขาทำกิมจิให้กิน เขาเป็นคนเกาหลีคะ เขาก็ชอบทำกิมจินำมากินกับข้าว...” (ผู้ให้ข้อมูล 30, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...กินกับพี่ พี่ชอบทำอาหาร แล้วพอพี่เขาชอบเกาหลีเขาก็ทดลองทำอาหารเกาหลีหลายอย่างแล้วก็เอามาให้เรากิน...” (ผู้ให้ข้อมูล 37, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...เคยกิน จางังเมียน มันเป็นเหมือนกวยเตี๋ยวแห้งบ้านเรานั้นแหละคะ เส้นสีดำๆ ซ้อมมาทำกินกันเอง เป็นซองเหมือนมาม่าอะคะ ตอนเห็นในทีวีก็อยากกินมาก ดูเขากินมันน่าอร่อยมากเลย กิมจิกี้เหมือนกัน ดูเหมือนจะอร่อย แต่พอกินแล้วก็ไม่อร่อยเลย...” (ผู้ให้ข้อมูล 25, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

“...เคยกินบะหมี่สำเร็จรูปของเกาหลี อร่อยดีนะ ที่มันนำเข้าอะ แต่ก็ซื้อไม่บ่อย เพราะมันแพง ซองละประมาณ 40 บาท เส้นมันจะต่างกับบะหมี่ของไทย เส้นมันจะใหญ่กว่า มีผักแห้ง แล้วก็เครื่องเยอะกว่าด้วย...” (ผู้ให้ข้อมูล 31, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างอีกส่วนหนึ่งไม่เคยรับประทานอาหารเกาหลีในร้านอาหารเกาหลี แต่คุ้นเคยกับกิมจิ ซึ่งเป็นเครื่องเคียงของเกาหลี เพราะในปัจจุบัน ร้านอาหารต่างๆ ซึ่งแม้มิใช่ร้านอาหารเกาหลี ก็เสิร์ฟกิมจิเป็นเครื่องเคียงด้วย ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่ง ดังนี้

“...เคยกินแต่กิมจิ แต่ไม่ใช่ในร้านอาหารเกาหลีนะ เพราะเดี๋ยวนี้หลายๆ ร้านจะเสิร์ฟกิมจิแถมมาด้วย เราก็เลยคิดไปเหมือนกันถ้าร้านไหนมี ก็จะต้องสั่งกิมจิมาด้วยตลอด...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

12. ความคิดเห็นต่อสินค้าไทยสไตล์เกาหลี

สินค้าอีกประเภทหนึ่งคือ สินค้าไทยที่ใช้นักแสดงเกาหลี หรือนักแสดงไทยสไตล์เกาหลี เป็นผู้โฆษณา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการโฆษณาดังกล่าวเป็นไปตามกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งก็ช่วยดึงดูดความสนใจให้กับสินค้าชนิดนั้นๆ ได้ แต่ก็ไม่ได้คิดว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าเกาหลี เพราะมีความคุ้นเคยอยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าของไทย ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...พวกที่เอาดารเกาหลีมาโฆษณาไม่ค่อยมีผลอะไรกับเรา ไม่สนใจของนั้นมากขึ้นเลย ก็คิดว่าเขาเอามาฟรีเซนต์เฉยๆ แต่ถามว่าอยากใช้ไหมก็ไม่นะ ก็ต้องดูก่อนว่าคนใช้เยอะไหม ใช้แล้วเป็นอย่างไร คุณภาพมัน โอเคไหม แต่มันก็คงจะดูอินเตอร์ขึ้นนิดหน่อย ถ้าเทียบกับว่าถ้าเอาดาราไทยมาโฆษณา พอเป็นเกาหลีเราก็จะหยุดมองหน่อย ว่าเป็นใคร สินค้ามันก็จะดูเด่นขึ้นมา...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...ถ้ามองในแง่การตลาดมันก็เพิ่มยอดขายได้มาก อย่างบางคนไม่เคยใช้สินค้านั้นเลย แต่พอแค่ศิลปินเกาหลีมาโฆษณาก็ขอลองใช้ดูหน่อย หรือถ้าไม่ใช่ก็ขอซื้อมาเก็บไว้หน่อย อย่างพวกโคโลญจน์ก็จะมีรูปของศิลปินติดอยู่เป็นคอลเลกชัน ใครชอบคนไหนก็ซื้ออันนั้น ขอให้มียูทูปคนที่เราชอบ...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

“...ชอบแต่ฟรีเซนต์อ่ะ ไม่สนใจของอะ อย่างมอเตอริไซค์ ถามว่าอยากได้ไหม ก็อยากได้นะ แต่ไม่มีเงิน ชอบเพราะตัวแบบรถมันน่ารักดี แล้วเอาเอสเจ (Super Junior) มาโฆษณาด้วยมันก็ประกอบกันนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 36, สัมภาษณ์ 00 ธันวาคม 2553)

“...ถ้าเป็นสินค้าตัวใหม่ๆ มันก็จะดึงดูดมากกว่า อย่างขนม หรือโคโลญจน์มันมีมานานแล้วเรารู้ว่าเป็นของไทย เอาเกาหลีมาโฆษณาก็เท่านั้น ถ้าจะซื้อก็จะเป็นลักษณะสะสมมากกว่า เวลาซื้อก็

มักจะซื้อสองชิ้น อย่างเช่นแก้วแฟนคลับ อันหนึ่งใช้ อีกอันหนึ่งเก็บ...” (ผู้ให้ข้อมูล 19, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...เราไม่ได้คิดว่าเป็นเกาหลี แต่ก็แอบมีผล ไปเจอแป๊ะอะไรสักอย่าง สกรีนรูปหน้าคองเฮ เรา ก็ซื้อมาเลย ทั้งที่มันก็ไม่ได้เกี่ยวอะไรกับคองเฮก็ซื้อมา เวลาใช้ เห็นคองเฮก็มีความสุข...” (ผู้ให้ข้อมูล 6, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...สงสารคาราไทยไม่มีงาน เปลืองงบอีก สินค้านั้นก็เหมือนเดิม หนูไม่ได้คิดที่โฆษณา อยู่ที่ว่าชอบหรือไม่มากกว่า ที่เอาคาราเกาหลีมาโฆษณา หนูคิดว่าเป็นการ โปร โมท เพื่อดีตลาดวัยรุ่นอะ แต่พวกหนูก็เฉยๆ แต่ถ้าเป็นแฟนคลับคาราเกาหลีนี่เขาก็จะซื้อกันนะ อย่างวันนั้นที่เขาจัดงานกัน เขา ให้ชื่อของแก้วจะได้คู่ปองชิงรางวัลถ้วยคู่กับคารา เขาก็ซื้อ ซื้อกันถล่มทลายมาก...” (ผู้ให้ข้อมูล 33, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...ร้านขายเสื้อผ้า อย่างที่เขียนว่านำเข้ามาจากเกาหลี เราก็ไม่รู้หรือกว่านำเข้ามาจากเกาหลี จริงๆ หรือเปล่า แต่ถ้าเขาโฆษณาอย่างนั้นก็ดึงดูดความสนใจได้มากขึ้นนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

13. ความคิดเห็นต่อสินค้าไทยสไตล์เกาหลี

สินค้าอีกประเภทหนึ่งคือ สินค้าไทยที่ใช้นักแสดงเกาหลี หรือนักแสดงไทยสไตล์เกาหลี เป็นผู้โฆษณา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการ โฆษณาดังกล่าวเป็นไปตามกระแสนิยม วัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งก็ช่วยดึงดูดความสนใจให้กับสินค้าชนิดนั้นๆ ได้ แต่ก็ไม่คิดว่าสินค้านั้นเป็น สินค้าเกาหลี เพราะมีความคุ้นเคยอยู่แล้วว่าสินค้านั้นเป็นสินค้าของไทย ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...พวกที่เอาคาราเกาหลีมาโฆษณาไม่ค่อยมีผลอะไรกับเรา ไม่สนใจของนั้นมากขึ้นเลย ก็คิดว่าเขาเอามาฟรีเซนต์เฉยๆ แต่ถามว่าอยากใช้ใหม่ก็ไม่นะ ก็ต้องดูก่อนว่าคนใช้เยอะไหม ใช้แล้วเป็นอย่างไร คุณภาพมันโอเคไหม แต่มันก็คงจะดูอินเตอร์ขึ้นนิดหน่อย ถ้าเทียบกับว่าถ้าเอาคาราไทยมา โฆษณา พอเป็นเกาหลีเราก็จะหยุดมองหน่อย ว่าเป็นใคร สินค้ามันก็จะดูเด่นขึ้นมา...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...ถ้ามองในแง่การตลาดมันก็เพิ่มยอดขายได้มาก อย่างบางคนไม่เคยใช้สินค้านั้นเลย แต่พอแค่ศิลปินเกาหลีมาโฆษณาก็ขอลองใช้ดูหน่อย หรือถ้าไม่ใช้ก็ขอซื้อมาเก็บไว้หน่อย อย่างพวก โคโลญจน์ก็จะมีรูปของศิลปินติดอยู่เป็นคอลเลกชัน ใครชอบคนไหนก็ซื้ออันนั้น ขอให้มียุโรปคนที่เรา ชอบ...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)



“...ชอบแต่พีริเซนเตอร์ ไม่สนใจของกะ อย่างมอเตอร์ไซค์ ถามว่าอยากได้ไหม ก็อยากได้นะ แต่ไม่มีเงิน ชอบเพราะตัวแบบรดมันน่ารักดี แล้วเอาเอสเจ (Super Junior) มาโฆษณาด้วยมันก็ประกอบกันนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 36, สัมภาษณ์ 00 ธันวาคม 2553)

“...ถ้าเป็นสินค้าตัวใหม่ๆ มันก็จะดึงดูดมากกว่า อย่างขนม หรือ โคลโลญจน์มันมีมานานแล้ว เรารู้ว่าเป็นของไทย เอาเกาหลีมาโฆษณาก็เท่านั้น ถ้าจะซื้อก็จะเป็นลักษณะสะสมมากกว่า เวลาซื้อก็มักจะซื้อสองชิ้น อย่างเช่นแก้วแฟนคลับ อันหนึ่งใช้ อีกอันหนึ่งเก็บ...” (ผู้ให้ข้อมูล 19, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...เราไม่ได้คิดว่าเป็นเกาหลี แต่ก็แอบมีผล ไปเจอเป็งอะไรสักอย่าง สกรีนรูปหน้าดวงเฮ เราก็อ้อมมาเลย ทั้งที่มันก็ไม่ได้เกี่ยวอะไรกับดงเฮก็ซื้อมา เวลาใช้ เห็นดงเฮก็มีความสุข...” (ผู้ให้ข้อมูล 6, สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...สงสารคาราไทยไม่มีงาน เปลืองงบอีก สินค้านั้นก็เหมือนเดิม หนูไม่ได้ติดที่โฆษณา อยู่ที่ว่าชอบหรือไม่มากกว่า ที่เอาคาราเกาหลีมาโฆษณา หนูคิดว่าเป็นการ โปรโมท เพื่อติดตลาดวัยรุ่นนะ แต่พวกหนูก็เฉยๆ แต่ถ้าเป็นแฟนคลับคาราเกาหลีนี่เขาก็จะซื้อกันนะ อย่างวันนั้นที่เขาจัดงานกัน เขาให้ชื่อของแล้วจะได้รูปชิงรางวัลถ้วยกับคารา เขาก็ซื้อ ซื้อกันถล่มทลายมาก...” (ผู้ให้ข้อมูล 33, สัมภาษณ์ 15 ธันวาคม 2553)

“...ร้านขายเสื้อผ้า อย่างที่เขียนว่านำเข้าจากเกาหลี เราก็มารู้หรือกว่านำเข้ามาจากเกาหลีจริงๆ หรือเปล่า แต่ถ้าเขาโฆษณาอย่างนั้นก็ดึงดูดความสนใจได้มากขึ้นนะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

14. การแต่งตัวของวัยรุ่นหญิงใหม่ในปัจจุบัน

การแต่งกายในปัจจุบันของกลุ่มตัวอย่างได้รับอิทธิพลมาจากศิลปินเกาหลี โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทราบดีว่า การแต่งกายสไตล์เกาหลีนั้น ก็เลียนแบบมาจากการแต่งกายแบบอเมริกาและญี่ปุ่น แต่เกาหลีมีความสามารถในการผสมผสานเครื่องแต่งกายให้มีความน่าสนใจผ่านศิลปินเกาหลี ทำให้กลุ่มตัวอย่างใช้ศิลปินเกาหลีเป็นต้นแบบในการแต่งกาย ดังคำให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลบางราย ดังนี้

“...หนูไม่รู้ว่าจะแต่งแบบเกาหลีใหม่ แต่ก็จะเป็นประมาณว่า เอ้อ..แบบนี้เขาสวย ก็อยากได้ก็ไม่จำเป็นว่าต้องเหมือน เพราะว่าหน้าเราก็ไม่ได้สวยอย่างเขา ก็เอาแค่ว่ามันสวยแล้วก็ยังเหมาะกับเราอยู่ ปกติก็จะดูว่า ตอนนี้สไตล์ที่หนูเขาเป็นยัง ใบบ้าง แล้วก็มาดูว่า แบบนี้ที่ของประเทศไทยเรามีไหม ก็ลองไปหาดู เช่น รองเท้า กางเกง เสื้อผ้า แบบนี้อะคะ... หนูว่าตอนนี้ประเทศไทยก็เริ่มจะเอาของเขามาเออะเหมือนกันนะคะ เคียวนี่คนไทยชอบใส่บู๊ทอะ หรือไม่ก็ชอบใส่เลคกิ้งอะไรอย่างเนี่ย

ต้นแบบมาจากวงทูเอ็นนี้วัน (2NE1) เขาชอบใส่เลกกิ้ง ถ้าเป็นผู้ชาย จะนึกถึงวงทูพีเอ็ม (2PM) พวกเขา
รองเท้ามีปีกคู่ใหญ่ๆ นะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 16, สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...ถ้าเทียบกับญี่ปุ่นแล้ว ญี่ปุ่นเวอร์กว่าเกาหลีนะ เกาหลีมันจะเวอร์แบบรับได้ ใช้ใน
ชีวิตประจำวันได้ แต่ไม่ใช่เอามาทั้งหมดนะ เพราะถ้าแต่งที่เกาหลีมันอาจดูปกติ แต่ถ้าแต่งแบบนั้น
ในบ้านเรามันก็จะดูเวอร์ไป เราก็หยิบเอาบางส่วนมา เช่น เอาเสื้อตัวนั้นมา เอารองเท้าแบบนั้นมา
แล้วเอามาผสมผสานกัน...เดี๋ยวนี้มันจะเริ่มคล้ายๆ กันแล้วนะ อย่างพวกสไตล์การแต่งตัว พวกบ๊ิก
อายส์ส์ กับ รองเท้าผ้าใบคู่ใหญ่ๆ แบบวงทูพีเอ็ม (2PM) ก็เห็นใส่กันเยอะมาก...” (ผู้ให้ข้อมูล 5,
สัมภาษณ์ 8 ธันวาคม 2553)

“...ก็มีแต่งแบบเกาหลีบ้าง อย่างหน้าหนาวนี่ก็ใส่ผ้าพันคอกัน เสื้อผ้ากางเกงนี่ก็มีเกาหลีบ้าง
แต่แค่บ้างนิดๆ ไม่ถึงกับเหมือนเด๊ะ อแด็ป (Adapt) ให้เข้ากับเรามากกว่า...ก็ดูจากเอ็มวี (Music
Video) บ้าง ซีรีส์ (Series) บ้าง ว่าเขาใส่กันยังไง แต่ส่วนมากจะดูจากการแต่งตัวของนักร้องที่เป็น
บอยแบนด์ (Boy Band) หรือเกิร์ลกรุ๊ป (Girl Group) มากกว่า เพราะเราสนใจในการเต้นโคฟเวอร์
(Cover Dance) อยู่แล้วไง ยิ่งถ้าเราไปประกวดนี่ มันก็ต้องแต่งตัวให้เหมือนเขาเด๊ะ แต่ถ้าแต่งตามปกติ
เราก็จะจำสไตล์ว่า เสื้อแบบนี้ กางเกงแบบนี้ แขนงแบบนี้นะ ผ้าพันคอสีนี้ แล้วก็ลองเอามาเอ้าดูให้
มันเหมาะกับเรา เท่าที่ผ่านมาก็จะใส่เสื้อแขนยาวหรือเสื้อคอเต่าบ้าง....จริงๆ แล้วหนูก็ไม่ได้คิดว่า
เป็นเกาหลีนะ หนูว่าเกาหลีก็เอามาจากฝรั่ง ญี่ปุ่น มาอีกที แต่บางทีก็อินนะ พอเห็นเกาหลีเขาใส่กันแล้ว
มันสวย เราก็อยากลองใส่แบบนั้นบ้าง ทั่วๆ ที่รู้ว่าเกาหลีก็ไปเอาของเมืองนอกเขามาเหมือนกัน
ไม่ได้เป็นออริจินอล (Original) แต่พอเราเห็นเกาหลีใส่แล้วมันสวยดี เราก็เลยอยากใส่...” (ผู้ให้ข้อมูล
12, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...หนูใช้หนังยางมัดผม พวกเกาหลีจะมีหนังยางมัดผมที่มันเป็นรูปหัวใจ รูปโบ อันใหญ่ๆ
แบบเอ๊บบิ้ววหน่อย...” (ผู้ให้ข้อมูล 39, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...บางทีหนูก็แค่ใส่เสื้อยืด กางเกงขาสั้น ใส่แว่น ใส่หมวก แคนันหนูก็รู้สึกว่าเป็นเกาหลี
แล้วละ ได้พีวแล้ว ส่วนมากเกาหลีก็แต่งประมาณอย่างนี้ แต่มีแว่นกับหมวกก็เป็นเกาหลีแล้วนะ...”
(ผู้ให้ข้อมูล 38, สัมภาษณ์ 16 ธันวาคม 2553)

“...หนูเคยไปเข้าบล็อก (Blog) ของคนคนหนึ่ง เขาเคยไปเที่ยวเกาหลี แล้วเขาก็บอกว่าเสื้อผ้า
ที่ชายที่เกาหลีก็เหมือนไทยเรานั่นแหละ อย่างที่เห็นในหนังว่าน่ารักดี ก็เพราะเขามีหัวในการมิกซ์
แอนด์แมทช์ (Mix and Match) ได้ลงตัวเท่านั้นเอง ในเอ็มวีอาจจะเห็นว่าสวยดี ดูแปลกๆ แต่เอาเข้า
จริงๆ เสื้อผ้าก็เหมือนของไทยเรา คนไทยเรามิกซ์แอนด์แมทช์ไม่เป็นมากกว่า...” (ผู้ให้ข้อมูล 18,
สัมภาษณ์ 10 ธันวาคม 2553)

“...เกาหลีแต่งแล้วสวยงาม คุณน่ารัก เราก็อยากสวยงาม คุณน่ารักแบบเกาหลีบ้าง พยายามแต่งแต่ก็บอกไม่ถูกเหมือนกันว่าแต่งประมาณไหน อย่างทรงผม ตอนที่เพลงจีนนี้ (Tell Me Your Wish) ออกที่เขามัดจุกข้างหน้าเราก็ดองทำ ส่วนมากจะเลียนทำผมแบบเกิร์ลเจนฯ (Girls Generation) สไตส์การมัดผมจริงๆ แล้วมันก็ทั่วไป แต่พอเห็นเกาหลีทำแล้วมันน่ารักดี เราก็เลยคิดว่ามันเป็นแบบเกาหลีมังคะ...” (ผู้ให้ข้อมูล 24, สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม 2553)

“...บางที่จะตัดผมไม่รู้จะเอาทรงไหนก็เปิดเน็ต พิมพ์ชื่อนักร้องคนนั้น มันก็จะมีรูปออกมาเราก็ปริ้นท์ (Print) เอาไปให้ที่ร้านดู แล้วก็บอกว่าเอาทรงนี้นะ ส่วนใหญ่จะค้นหาจากรูปนักร้อง แต่ไม่ได้เจาะจงใครเป็นพิเศษ มันก็มีหลายๆ คน ขึ้นอยู่กับว่าตอนนั้นผมของเรานั้นเป็นยังไง สามารถทำทรงไหนได้บ้าง เราก็เลือกทำ ...พวกเสื้อผ้าไปที่ไหนก็หาซื้อเสื้อสไตล์เกาหลีได้ แต่เรารู้จักเอามิกซ์แอนด์แมทช์ (Mix and Match) กัน ก็เป็นเกาหลีแล้ว...” (ผู้ให้ข้อมูล 14, สัมภาษณ์ 9 ธันวาคม 2553)

“...เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะฝากเพื่อนซื้อมากกว่า คือ ไปดูแบบในเน็ต แล้วก็ฝากเพื่อนไปหาแบบที่เราต้องการ จดไซส์ให้เขาไป บางทีก็หาเผื่อไปหลายๆ แบบ หาจากเว็บแฟชั่นเกาหลี...บางทีแต่งแล้วก็คิดว่ามันเยอะเกินไปหรือเปล่า บางทีก็รู้สึกประหม่า ไม่ค่อยกล้าที่ออกไปข้างนอกเท่าไร มันก็ต้องลดๆ ลงบ้าง ให้มันพอเหมาะกับบ้านเรา...” (ผู้ให้ข้อมูล 29, สัมภาษณ์ 14 ธันวาคม 2553)

ภาคผนวก ง

การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง

การทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้วัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีและความชื่นชมสินค้าเกาหลีของวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ มีตัวแปรต้นคือ ระยะเวลา (ปี) ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี และความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (ต่อสัปดาห์) ตัวแปรตามคือความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี การทำกิจกรรมต่างๆ หลังจากได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี การซื้อสินค้าเกาหลีประเภทต่างๆ และความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติความแปรปรวนทางเดียว One Way Anova (F - Test) ซึ่งเป็นกลุ่มสถิติในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ตาราง ผ. 1 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านศิลปิน (n = 80)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
นักร้องหน้าตาดี	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.28	เห็นด้วย	1.441	.229	ไม่แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.40	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	4.33	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.47	เห็นด้วย			
นักร้องมีคุณภาพ	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.22	เห็นด้วย	17.057	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.00	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.72	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	2.67	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.24	เห็นด้วย			
นักร้องมีความสามารถในการเต้น ได้สวยงาม และมีความพร้อมเพรียง	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.17	เห็นด้วย	6.763	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.80	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	4.33	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
นักร้องมีความสามารถทางการแสดง	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.00	เห็นด้วย	6.041	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.46	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	3.67	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านศิลปิน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อน้ำเสียงนักร้องมีคุณภาพ นักร้องมีความสามารถในการเต้น เต้นได้สวยงาม และมีความพร้อมเพรียง และนักร้องมีความสามารถทางการแสดงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ. 2 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านบทเพลง (n = 80)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ดนตรีไพเราะและทันสมัย	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.33	เห็นด้วย	15.968	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.72	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	2.67	ไม่แน่ใจ			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.44	เห็นด้วย			
เนื้อหาของบทเพลงซาบซึ้ง น่าประทับใจ	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.28	ไม่แน่ใจ	8.677	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.42	ไม่แน่ใจ			
	4-6 ปี	25	4.16	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	3.33	ไม่แน่ใจ			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	3.71	เห็นด้วย			
บทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.39	ไม่แน่ใจ	17.155	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.50	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.48	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	2.33	ไม่เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	เห็นด้วย			
	รวม	80	3.73	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านบทเพลง พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อดนตรีไพเราะและทันสมัย เนื้อหาของบทเพลง

ซาบซึ่ง น่าประทับใจ และบทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟัง ได้เป็นอย่างดี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.3 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านมิวสิกวิดีโอ (n = 80)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
คูทันสมัยและมีความเป็นสากล	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.94	เห็นด้วย	9.056	.006*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.23	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.88	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	4.00	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.34	เห็นด้วย			
วิธีการนำเสนอ/เรื่องราวใน มิวสิก-วิดีโอน่าสนใจ	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.94	เห็นด้วย	3.921	.006*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.40	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	4.33	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			
ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.94	เห็นด้วย	4.215	.004*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.40	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	4.33	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			
การจัดแสงในมิวสิก-วิดีโอสวยงาม	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.17	เห็นด้วย	4.762	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	4.33	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			

ตาราง ผ.3 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
มุมมองในการถ่าย ทำสวยงาม	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.22	เห็นด้วย	5.496	.001*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.68	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	4.67	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
การตัดต่อมีคุณภาพ	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.06	เห็นด้วย	4.798	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	4-6 ปี	25	4.24	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	4.67	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			
มีความพึงพอใจใน การผลิตมิวสิควิดี โอ	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.11	เห็นด้วย	3.430	.012*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.23	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.56	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	7-9 ปี	6	4.67	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.39	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านมิวสิควิดีโอ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมิวสิควิดีโอที่ดูทันสมัยและมีความเป็นสากล วิธีการนำเสนอ/เรื่องราวในมิวสิควิดีโอน่าสนใจ จากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม การจัดแสงในมิวสิควิดีโอสวยงาม มุมกล้องในการถ่ายทำสวยงาม การตัดต่อมีคุณภาพ มีความพึงพอใจในการผลิตมิวสิควิดีโอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



2. การทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ตาราง ผ.4 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านศิลปิน (n = 80)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
นักร้องหน้าตาดี	ฟังทุกวัน	45	4.38	เห็นด้วย	1.625	.191	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.47	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.47	เห็นด้วย			
น้ำเสียงนักร้องมีคุณภาพ	ฟังทุกวัน	45	4.31	เห็นด้วย	2.084	.109	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.15	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.87	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.24	เห็นด้วย			
นักร้องมีความสามารถในการเต้น ได้สวยงาม และมีความพร้อมเพรียง	ฟังทุกวัน	45	4.76	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	10.941	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.15	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.27	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
นักร้องมีความสามารถทางการแสดง	ฟังทุกวัน	45	4.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	4.115	.009*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.43	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.00	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านศิลปิน พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อนักร้องมีความสามารถในการเต้น ได้สวยงาม

และมีความพร้อมเพียง และนักร้องมีความสามารถทางการแสดงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ. 5 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านบทเพลง (n = 80)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ดนตรีไพเราะและทันสมัย	ฟังทุกวัน	45	4.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1.404	.248	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.46	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.07	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.44	เห็นด้วย			
เนื้อหาของบทเพลงซาบซึ้ง น่าประทับใจ	ฟังทุกวัน	45	3.62	เห็นด้วย	1.185	.321	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.54	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.07	เห็นด้วย			
	รวม	80	3.71	เห็นด้วย			
บทเพลงสามารถเข้าถึงอารมณ์ของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี	ฟังทุกวัน	45	3.80	เห็นด้วย	2.057	.113	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.14	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.77	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.27	ไม่แน่ใจ			
	รวม	80	3.73	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านบทเพลง พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อบทเพลงเกาหลีไม่แตกต่างกัน

ตาราง ผ.6 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นเกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านมิวสิกวิดีโอ (n = 80)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ดูทันสมัยและมีความเป็นสากล	ฟังทุกวัน	45	4.40	เห็นด้วย	1.118	.347	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.27	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.34	เห็นด้วย			
วิธีการนำเสนอ/เรื่องราวในมิวสิกวิดีโอน่าสนใจ	ฟังทุกวัน	45	4.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	10.791	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.69	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.20	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			
ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม	ฟังทุกวัน	45	4.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	13.783	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.62	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.27	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			
การจัดแสงในมิวสิกวิดีโอสวยงาม	ฟังทุกวัน	45	4.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	10.407	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.27	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
มุมมองในการถ่ายทำสวยงาม	ฟังทุกวัน	45	4.67	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	6.644	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.15	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.87	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			

ตาราง ผ. 6 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
การตัดต่อมีคุณภาพ	ฟังทุกวัน	45	4.42	เห็นด้วย	1.739	.166	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.15	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.27	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.38	เห็นด้วย			
มีความพึงพอใจใน การผลิตมิวสิควิดีโอ	ฟังทุกวัน	45	4.42	เห็นด้วย	1.686	.177	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.40	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.39	เห็นด้วย			

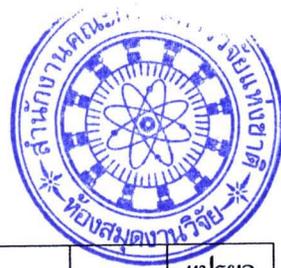
* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความถี่ในการ
เกี่ยวกับเพลงสมัยนิยมเกาหลี ด้านมิวสิควิดีโอ พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการ
ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อวิธีการนำเสนอ/เรื่องราวในมิวสิควิดีโอ
น่าสนใจ ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากสวยงาม การจัดแสงในมิวสิควิดีโอสวยงาม และมุมมองในการ
การถ่ายทำสวยงามแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. การทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการทำกิจกรรมต่างๆ หลังจากได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ตาราง ผ.7 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการทำกิจกรรมต่างๆ หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

การทำกิจกรรมต่างๆ หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ซื้อแผ่น CD/DVD เพลงหรือคอนเสิร์ตของแท้	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.00	ปานกลาง	8.387	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.23	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	3.80	น้อยที่สุด			
	7-9 ปี	6	1.33	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	ปานกลาง			
	รวม	80	3.33	ปานกลาง			
ดาวน์โหลดเพลง หรือคลิปต่างๆ ของศิลปินจากอินเทอร์เน็ต	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.28	มาก	8.253	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.96	มาก			
	4-6 ปี	25	4.60	มากที่สุด			
	7-9 ปี	6	4.67	มากที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	80	4.22	มาก			
สะสมของที่ระลึกที่เกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.33	ปานกลาง	9.684	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.77	มาก			
	4-6 ปี	25	3.40	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	80	3.43	ปานกลาง			
หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.72	มาก	7.132	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.81	มาก			
	4-6 ปี	25	4.24	มาก			
	7-9 ปี	6	2.67	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	80	3.91	มาก			



ตาราง ผ.7 (ต่อ)

การทำกิจกรรมต่างๆ หลัง ได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	ระยะเวลาในการฟัง เพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ติดตามผลงานอื่นๆ ที่ เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ชื่นชอบ	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.11	มาก	6.059	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.58	มากที่สุด			
	4-6 ปี	25	4.44	มาก			
	7-9 ปี	6	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	80	4.34	มาก			
หัดร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.94	มาก	4.714	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.27	มาก			
	4-6 ปี	25	4.12	มาก			
	7-9 ปี	6	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	80	3.98	มาก			
หัดเดินเลียนแบบ (Cover) ท่าเต้นของศิลปิน	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.72	มาก	6.436	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.04	มาก			
	4-6 ปี	25	3.96	มาก			
	7-9 ปี	6	1.67	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	80	3.83	มาก			
เรียนภาษาเกาหลีเพื่อให้ เข้าใจเพลงและข่าวสาร ต่างๆ ของศิลปินเกาหลีได้ มากขึ้น	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.06	ปานกลาง	4.578	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.15	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	3.24	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	80	2.99	ปานกลาง			
สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแฟน คลับของศิลปินที่ชื่นชอบ	น้อยกว่า 1 ปี	18	2.83	ปานกลาง	2.718	.036*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.54	มาก			
	4-6 ปี	25	3.36	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	2.00	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	80	3.11	ปานกลาง			

ตาราง ผ. 7 (ต่อ)

การทำกิจกรรมต่างๆ หลัง ได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	ระยะเวลาในการฟัง เพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เข้าร่วมกิจกรรมพบปะ สังสรรค์ในกลุ่มสมาชิก	น้อยกว่า 1 ปี	18	2.56	ปานกลาง	1.870	.124	ไม่ แตกต่าง
	1-3 ปี	26	2.23	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.80	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	1.33	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	80	2.40	ปานกลาง			
ทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้ ศิลปินเมื่อมีโอกาส	น้อยกว่า 1 ปี	18	1.72	น้อย	4.068	.005*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	2.35	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.80	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	80	2.23	น้อย			
ไปดูคอนเสิร์ตของศิลปิน เกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	18	1.83	น้อย	9.709	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	2.04	น้อย			
	4-6 ปี	25	3.04	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	80	2.16	น้อย			
อ่านหรือแตงนิยาย (fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวเอก	น้อยกว่า 1 ปี	18	2.50	ปานกลาง	3.126	.020*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	1.92	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.84	ปานกลาง			
	7-9 ปี	6	2.67	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	80	2.34	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการทำกิจกรรมต่างๆ หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันมีการทำกิจกรรมต่างๆ หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีโดยซื้อแผ่น

CD/DVD เพลงหรือคอนเสิร์ตของแท้ ความนิยมเพลง หรือคลิปต่างๆ ของศิลปินจากอินเทอร์เน็ต
 สะสมของที่ระลึกที่เกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ หาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีจากสื่อต่างๆ
 ติดตามผลงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ชื่นชอบ หัดร้องเพลงเกาหลีที่ชื่นชอบ หัดเดินเลียนแบบ
 (Cover) ท่าเต้นของศิลปิน เรียนภาษาเกาหลีเพื่อให้เข้าใจเพลงและข่าวสารต่างๆ ของศิลปินเกาหลีได้
 มากขึ้น สมัครเป็นสมาชิกกลุ่มแฟนคลับของศิลปินที่ชื่นชอบ เข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่ม
 สมาชิก ไปดูคอนเสิร์ตของศิลปินเกาหลี และอ่านหรือแต่งนิยาย (fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวละคร
 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการทำกิจกรรมต่างๆ หลังจากได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี

ตาราง ผ.8 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการทำกิจกรรมต่างๆ
 หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี (n = 80)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ซื้อแผ่น CD/DVD เพลงหรือคอนเสิร์ต ของแท้	ฟังทุกวัน	45	3.49	ปานกลาง	1.374	.257	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.92	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.93	ปานกลาง			
	รวม	80	3.33	ปานกลาง			
ความนิยมเพลง หรือ คลิปต่างๆ ของศิลปิน จากอินเทอร์เน็ต	ฟังทุกวัน	45	4.16	มาก	1.034	.383	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.57	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.40	มาก			
	รวม	80	4.22	มาก			
สะสมของที่ระลึกที่ เกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ	ฟังทุกวัน	45	3.67	มาก	1.428	.241	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.57	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.92	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.07	ปานกลาง			
	รวม	80	3.43	ปานกลาง			

ตาราง ผ.8 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
หาข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี จากสื่อต่างๆ	ฟังทุกวัน	45	4.02	มาก	.662	.578	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.62	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.87	มาก			
	รวม	80	3.91	มาก			
ติดตามผลงานอื่นๆ ที่ เกี่ยวข้องกับศิลปินที่ ชื่นชอบ	ฟังทุกวัน	45	4.53	มากที่สุด	1.967	.126	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.29	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.92	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.13	มาก			
	รวม	80	4.34	มาก			
หัดร้องเพลงเกาหลีที่ ชื่นชอบ	ฟังทุกวัน	45	4.13	มาก	1.402	.249	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.85	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.60	มาก			
	รวม	80	3.98	มาก			
หัดเต้นเลียนแบบ (Cover) ท่าเต้นของ ศิลปิน	ฟังทุกวัน	45	4.29	มาก	6.298	.001*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.57	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.62	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.73	ปานกลาง			
	รวม	80	3.83	มาก			
เรียนภาษาเกาหลี เพื่อให้เข้าใจเพลงและ ข่าวสารต่างๆ ของ ศิลปินเกาหลีได้มาก ขึ้น	ฟังทุกวัน	45	3.07	ปานกลาง	.616	.606	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.29	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.00	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.60	ปานกลาง			
	รวม	80	2.99	ปานกลาง			
สมัครเป็นสมาชิกกลุ่ม แฟนคลับของศิลปินที่ ชื่นชอบ	ฟังทุกวัน	45	3.22	ปานกลาง	.984	.405	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.71	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.69	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.87	ปานกลาง			
	รวม	80	3.11	ปานกลาง			

ตาราง ผ.8 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เข้าร่วมกิจกรรม พบปะสังสรรค์ใน กลุ่มสมาชิก	ฟังทุกวัน	45	2.67	ปานกลาง	7.802	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.71	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.92	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.40	น้อยที่สุด			
	รวม	80	2.40	น้อย			
ทำของที่ระลึกเพื่อ มอบให้ศิลปินเมื่อมี โอกาส	ฟังทุกวัน	45	2.42	น้อย	4.641	.005*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.29	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.77	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.53	น้อยที่สุด			
	รวม	80	2.23	น้อย			
ไปดูคอนเสิร์ตของ ศิลปินเกาหลี	ฟังทุกวัน	45	2.27	น้อย	1.353	.264	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	2.71	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.77	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.93	น้อยที่สุด			
	รวม	80	2.16	น้อย			
อ่านหรือแต่งนิยาย (fiction) ที่มีศิลปิน เกาหลีเป็นตัวเอก	ฟังทุกวัน	45	2.44	น้อยที่สุด	5.293	.002*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.77	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.80	น้อย			
	รวม	80	2.34	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการทำกิจกรรมต่างๆ หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันมีการทำกิจกรรมต่างๆ หลังได้ฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี โดยหัดเดินเลียนแบบ (Cover) ท่าเต้นของศิลปิน เข้าร่วมกิจกรรมพบปะสังสรรค์ในกลุ่มสมาชิก ทำของที่ระลึกเพื่อมอบให้ศิลปินเมื่อมีโอกา และอ่านหรือแต่งนิยาย (fiction) ที่มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวเอก ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี

ตาราง ผ.9 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี (n = 80)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านรู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.44	ไม่แน่ใจ	15.174	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.54	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.12	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	2.00	ไม่เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	3.68	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านสนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.78	เห็นด้วย	4.753	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.08	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	3.84	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	3.33	ไม่แน่ใจ			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	3.94	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากเรียนภาษาเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	18	4.11	เห็นด้วย	9.981	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.69	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.28	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	2.00	ไม่เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	3.93	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลีทำให้ท่านอยากลองรับประทานอาหารเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.11	ไม่แน่ใจ	1.162	.334	ไม่แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.31	ไม่แน่ใจ			
	4-6 ปี	25	3.68	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	3.33	ไม่แน่ใจ			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	เห็นด้วย			
	รวม	80	3.43	ไม่แน่ใจ			

ตาราง ผ.9 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยากไป เที่ยวประเทศเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.94	เห็นด้วย	3.721	.008*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	4.04	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.28	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	2.67	ไม่แน่ใจ			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	4.05	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยาก เปลี่ยนภาพลักษณ์ของ ตนเอง ให้เป็นแบบ เกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	18	2.50	ไม่แน่ใจ	16.890	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	2.77	ไม่แน่ใจ			
	4-6 ปี	25	3.80	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	1.33	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ไม่แน่ใจ			
	รวม	80	2.94	ไม่แน่ใจ			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยาก ทดลองใช้สินค้า เกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	18	3.39	ไม่แน่ใจ	11.927	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	26	3.04	ไม่แน่ใจ			
	4-6 ปี	25	3.92	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	6	1.67	ไม่เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	รวม	80	3.41	ไม่แน่ใจ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฟังเพลงเกาหลีทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น ทำให้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น ทำให้อยากเรียนภาษาเกาหลี ทำให้อยากไปเที่ยวประเทศเกาหลี ทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเอง และทำให้อยากทดลองใช้สินค้าเกาหลี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. การทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี

ตาราง ผ.10 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี (n = 80)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านรู้จัก ประเทศเกาหลีมากขึ้น	ฟังทุกวัน	45	3.87	เห็นด้วย	3.518	.019*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.69	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.00	ไม่แน่ใจ			
	รวม	80	3.68	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านสนใจ ศิลปะและวัฒนธรรม เกาหลีมากขึ้น	ฟังทุกวัน	45	3.96	เห็นด้วย	2.864	.042*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.92	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.60	เห็นด้วย			
	รวม	80	3.94	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยากเรียน ภาษาเกาหลี	ฟังทุกวัน	45	3.96	เห็นด้วย	.248	.863	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.73	เห็นด้วย			
	รวม	80	3.93	เห็นด้วย			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยากลอง รับประทานอาหาร เกาหลี	ฟังทุกวัน	45	3.38	ไม่แน่ใจ	4.342	.007*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.08	ไม่แน่ใจ			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.27	ไม่แน่ใจ			
	รวม	80	3.43	ไม่แน่ใจ			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยากไป เที่ยวประเทศเกาหลี	ฟังทุกวัน	45	4.09	เห็นด้วย	1.223	.307	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	4.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.92	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.73	เห็นด้วย			
	รวม	80	4.05	เห็นด้วย			

ตาราง ผ.10 (ต่อ)

ความคิดเห็น	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยาก เปลี่ยนภาพลักษณ์ ของตนเอง ให้เป็น แบบเกาหลี	ฟังทุกวัน	45	2.93	ไม่แน่ใจ	2.814	.045*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.86	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.54	ไม่แน่ใจ			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.87	ไม่แน่ใจ			
	รวม	80	2.94	ไม่แน่ใจ			
การฟังเพลงเกาหลี ทำให้ท่านอยาก ทดลองใช้สินค้า เกาหลี	ฟังทุกวัน	45	3.27	ไม่แน่ใจ	.891	.450	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	7	3.57	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.85	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.40	ไม่แน่ใจ			
	รวม	80	3.41	ไม่แน่ใจ			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับเกาหลี พบว่า กลุ่มวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการฟังเพลงเกาหลีทำให้รู้จักประเทศเกาหลีมากขึ้น ทำให้สนใจศิลปะและวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น ทำให้อยากลองรับประทานอาหารเกาหลี ทำให้อยากเปลี่ยนภาพลักษณ์ของตนเองให้เป็นแบบเกาหลีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. การทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการซื้อสินค้าเกาหลีแต่ละประเภท (เฉพาะกรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีจำนวน 72 คน)

ตาราง ผ.11 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี (n = 72)

เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เสื้อ, กระโปรง, กางเกง	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.07	น้อย	6.621	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.83	น้อย			
	4-6 ปี	25	3.20	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	2.50	ปานกลาง			



ตาราง ผ.11 (ต่อ)

เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เข็มขัด, รองเท้า	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.33	น้อยที่สุด	18.005	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.70	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.96	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	2.11	น้อย			
หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.67	น้อย	9.383	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.39	น้อยที่สุด			
	4-6 ปี	25	2.72	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	2.00	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	2.06	น้อย			
เครื่องประดับ	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.33	น้อย	18.778	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.83	น้อย			
	4-6 ปี	25	3.24	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	72	2.60	ปานกลาง			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าเกาหลีประเภท เสื้อ, กระโปรง, กางเกง เข็มขัด, รองเท้า หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ และเครื่องประดับแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ. 12 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท สุขภาพและความงาม (n = 72)

สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องสำอางจากเกาหลี เช่น ยี่ห้อ Etude, Missha, Skin Food, Rojukiss ฯลฯ	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.33	ปานกลาง	1.126	.352	ไม่แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.04	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	3.40	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	3.15	ปานกลาง			
คอนแทคเลนส์บิกอายส์	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.60	ปานกลาง	.990	.419	ไม่แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.87	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.12	น้อย			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.50	ปานกลาง			
สถาบันเสริมความงามสไตส์เกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.07	น้อยที่สุด	4.765	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.39	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.00	น้อย			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	1.88	น้อย			
อาหารเสริมจากเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.13	น้อยที่สุด	14.495	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.83	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.04	น้อย			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	มาก			
	รวม	72	1.86	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าสุขภาพและความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อ

สินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อบริการจากสถาบันเสริมความงามสไตส์เกาหลี และอาหารเสริมจากเกาหลี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตาราง ผ.13 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าบันเทิง (n = 72)

สินค้าบันเทิง	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ต ศิลปินเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.33	น้อย	10.200	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.09	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	4.24	มาก			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	มาก			
	รวม	72	3.28	ปานกลาง			
CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์ เกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.07	น้อย	12.958	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.48	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	4.00	มาก			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	มาก			
	รวม	72	3.26	ปานกลาง			
นิตยสารแปลจากเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.60	ปานกลาง	1.317	.272	ไม่ แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.61	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.60	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	มาก			
	รวม	72	2.72	ปานกลาง			
นิตยสารไทยสไตส์เกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	2.67	ปานกลาง	4.733	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.87	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.32	น้อย			
	7-9 ปี	4	2.00	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	72	2.74	ปานกลาง			

ตาราง ผ.13 (ต่อ)

สินค้าบันเทิง	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
นิตยสารที่มีเนื้อหาของ ศิลปินเกาหลี	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.13	ปานกลาง	1.849	.130	ไม่ แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.39	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	3.52	มาก			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	3.26	ปานกลาง			
เกมออนไลน์	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.40	น้อยที่สุด	11.775	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.96	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.76	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	5.00	มากที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.61	ปานกลาง			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าบันเทิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อ CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์เกาหลี นิยายไทยสไตส์เกาหลี และเกมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.14 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี (n = 72)

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จาก เกาหลี	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรศัพท์มือถือ	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.53	น้อย	14.842	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.43	น้อย			
	4-6 ปี	25	3.60	มาก			
	7-9 ปี	4	4.00	มาก			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	72	2.92	ปานกลาง			

ตาราง ผ.14 (ต่อ)

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จาก เกาหลี	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.27	น้อยที่สุด	13.980	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.39	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.52	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	2.00	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	72	2.36	น้อย			
เครื่องเล่น MP3	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.27	น้อยที่สุด	11.834	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.65	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.24	น้อย			
	7-9 ปี	4	2.00	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	72	2.35	น้อย			
คอมพิวเตอร์	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.27	น้อยที่สุด	6.241	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.96	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.64	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	2.00	น้อย			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	2.13	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อโทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ เครื่องเล่น MP3 และคอมพิวเตอร์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.15 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า (n = 72)

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรทัศน์	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.87	น้อย	6.392	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.09	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	3.36	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.74	ปานกลาง			
ตู้เย็น	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.27	น้อยที่สุด	5.932	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.48	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.92	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.26	น้อย			
เตาไมโครเวฟ	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.53	น้อย	3.153	.020*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.35	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.88	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.26	น้อย			
เครื่องซักผ้า	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.33	น้อยที่สุด	8.427	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.13	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.68	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.40	น้อย			

ตาราง ผ.15 (ต่อ)

สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องปรับอากาศ	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.53	น้อย	1.279	.287	ไม่ แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.26	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.36	น้อย			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.17	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจากเกาหลีพบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อโทรทัศน์ ตู้เย็น เต้าไมโครเวฟ และเครื่องซักผ้า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.16 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้ายานพาหนะ (n = 72)

สินค้ายานพาหนะ	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
รถยนต์ เช่น ฮีโน่ สุนได, เกีย และ แดว	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.00	น้อยที่สุด	2.433	.056	ไม่ แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.70	น้อย			
	4-6 ปี	25	1.80	น้อย			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	72	1.50	น้อย			
รถจักรยานยนต์ เช่น ฮีโน่ YAMUDA	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.00	น้อยที่สุด	2.229	.075	ไม่ แตกต่าง
	1-3 ปี	23	1.39	น้อยที่สุด			
	4-6 ปี	25	1.48	น้อยที่สุด			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	72	1.29	น้อยที่สุด			

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้ายานพาหนะจากเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าประเภทยานพาหนะไม่แตกต่างกัน

ตาราง ผ.17 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา (n = 72)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องสำอาง เช่น ยี่ห้อ 12Plus, Missteem, Eversense	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.93	น้อย	4.610	.002*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.52	มาก			
	4-6 ปี	25	2.80	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.81	ปานกลาง			
ขนมขบเคี้ยว	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.53	มาก	2.694	.038*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.35	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.84	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	2.00	น้อย			
	รวม	72	2.78	ปานกลาง			
เครื่องดื่ม	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.53	มาก	5.965	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.22	น้อย			
	4-6 ปี	25	3.28	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	3.00	ปานกลาง			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	2.96	ปานกลาง			
รถจักรยานยนต์	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.20	น้อยที่สุด	13.048	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.00	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.80	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	72	1.99	น้อย			



ตาราง ผ.17 (ต่อ)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์ เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรศัพท์มือถือ	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.40	น้อยที่สุด	15.402	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.70	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	3.04	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	5.00	มากที่สุด			
	รวม	72	2.61	ปานกลาง			
กล้องถ่ายรูป	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.33	น้อยที่สุด	6.990	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.00	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.56	ปานกลาง			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	2.07	น้อย			
เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.20	น้อยที่สุด	3.789	.008*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.09	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.12	น้อย			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	72	1.78	น้อย			
สถาบันเสริมความงาม, สัลยกรรม เช่น วุฒิสักดิ์คลินิก	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.00	น้อยที่สุด	7.908	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.74	ปานกลาง			
	4-6 ปี	25	2.36	น้อย			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	72	2.03	น้อย			

ตาราง ผ.17 (ต่อ)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์ เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
อาหารเสริม	น้อยกว่า 1 ปี	15	1.13	น้อยที่สุด	5.728	.001*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	2.09	น้อย			
	4-6 ปี	25	2.20	น้อย			
	7-9 ปี	4	1.00	น้อยที่สุด			
	9 ปีขึ้นไป	5	1.00	น้อยที่สุด			
	รวม	72	1.79	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้า เครื่องสำอาง เช่น ยี่ห้อ 12Plus, Missteeen, Eversense ขนมหบถเคี้ยว เครื่องดื่มรถจักรยานยนต์ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน สถาบันเสริมความงาม, ศัลยกรรม เช่น วุฒิสกคคคลินิก และอาหารเสริม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

8. การทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการซื้อสินค้าเกาหลีแต่ละประเภท (เฉพาะกรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีจำนวน 72 คน)

ตาราง ผ.18 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี (n = 72)

เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เสื้อ, กระโปรง, กางเกง	ฟังทุกวัน	40	2.58	ปานกลาง	3.462	.021*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.23	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.93	ปานกลาง			
	รวม	72	2.50	ปานกลาง			

ตาราง ผ. 18 (ต่อ)

เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เข็มขัด, รองเท้า	ฟังทุกวัน	40	2.45	น้อย	4.344	.007*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.38				
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.87	น้อย			
	รวม	72	2.11	น้อย			
หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ	ฟังทุกวัน	40	2.38	น้อย	3.826	.014*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.69	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.80	น้อย			
	รวม	72	2.06	น้อย			
เครื่องประดับ	ฟังทุกวัน	40	2.58	ปานกลาง	1.004	.397	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	3.00	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.00	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.20	น้อย			
	รวม	72	2.60	ปานกลาง			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท เครื่องแต่งกายสไตล์เกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเสื้อ, กระโปรง, กางเกง เข็มขัด, รองเท้า หมวก, แว่นตา, ผ้าพันคอ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.19 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสุขภาพและความงาม (n = 72)

สินค้าสุขภาพและความงาม	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องสำอางจากเกาหลี เช่น ยี่ห้อ Etude, Missha, Skin Food, Rojukiss ฯลฯ	ฟังทุกวัน	40	2.48	น้อย	11.091	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	5.00	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	4.08	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.67	มาก			
	รวม	72	3.15	ปานกลาง			
คอนแทคเลนส์บิกอายส์	ฟังทุกวัน	40	2.17	น้อย	2.461	.070	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.54	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.93	ปานกลาง			
	รวม	72	2.50	ปานกลาง			
สถาบันเสริมความงาม สไตล์เกาหลี	ฟังทุกวัน	40	2.33	น้อย	7.463	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.67	น้อย			
	รวม	72	1.88	น้อย			
อาหารเสริมจากเกาหลี	ฟังทุกวัน	40	2.25	น้อย	6.230	.001*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.15	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.67	น้อย			
	รวม	72	1.86	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสุขภาพและความงาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าเกาหลีประเภทเครื่องสำอางจากเกาหลี เช่น ยี่ห้อ Etude, Missha, Skin Food, Rojukiss ฯลฯ สถาบันเสริมความงาม สไตล์เกาหลี และอาหารเสริมจากเกาหลีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.20 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าบันเทิง (n = 72)

สินค้าบันเทิง	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ต ศิลปินเกาหลี	ฟังทุกวัน	40	3.50	มาก	4.042	.011*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	5.00	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.46	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.93	ปานกลาง			
	รวม	72	3.28	ปานกลาง			
CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์ เกาหลี	ฟังทุกวัน	40	3.35	ปานกลาง	3.147	.031*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	5.00	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.77	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.00	ปานกลาง			
	รวม	72	3.26	ปานกลาง			
นิตยสารแปลจากเกาหลี	ฟังทุกวัน	40	3.03	ปานกลาง	5.106	.003*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.08	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.07	น้อย			
	รวม	72	2.72	ปานกลาง			
นิตยสารไทยสไตล์เกาหลี	ฟังทุกวัน	40	3.20	ปานกลาง	10.078	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.23	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.53	น้อย			
	รวม	72	2.74	ปานกลาง			
นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปิน เกาหลี	ฟังทุกวัน	40	3.30	ปานกลาง	6.204	.001*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.62	มาก			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.47	ปานกลาง			
	รวม	72	3.26	ปานกลาง			

ตาราง ผ.20 (ต่อ)

สินค้าบันเทิง	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เกมออนไลน์	ฟังทุกวัน	40	2.70	ปานกลาง	4.361	.007*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.69	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.80	ปานกลาง			
	รวม	72	2.61	ปานกลาง			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าบันเทิง พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าบันเทิงประเภท CD/DVD เพลง, คอนเสิร์ต ศิลปินเกาหลี CD/DVD ซีรีส์, ภาพยนตร์เกาหลี นิยายแปลจากเกาหลี นิยายไทยสไตส์เกาหลี นิตยสารที่มีเนื้อหาของศิลปินเกาหลี และเกมออนไลน์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.21 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (n = 72)

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรศัพท์มือถือ	ฟังทุกวัน	40	2.95	ปานกลาง	7.035	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	5.00	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.77	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.27	ปานกลาง			
	รวม	72	2.92	ปานกลาง			
กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ	ฟังทุกวัน	40	2.70	ปานกลาง	7.732	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.77	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.53	น้อย			
	รวม	72	2.36	น้อย			

ตาราง ผ.21 (ต่อ)

สินค้าอิเล็กทรอนิกส์	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องเล่น MP3	ฟังทุกวัน	40	2.85	ปานกลาง	4.880	.004*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.85	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.53	น้อย			
	รวม	72	2.35	น้อย			
คอมพิวเตอร์	ฟังทุกวัน	40	2.15	น้อย	2.436	.072	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.54	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.60	ปานกลาง			
	รวม	72	2.13	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าอิเล็กทรอนิกส์จากเกาหลีประเภทโทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป/กล้องวิดีโอ และเครื่องเล่น MP3 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.22 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า (n = 72)

สินค้าไฟฟ้า	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
โทรทัศน์	ฟังทุกวัน	40	2.75	ปานกลาง	5.226	.003*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	5.00	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	2.08	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.67	ปานกลาง			
	รวม	72	2.74	ปานกลาง			

ตาราง ผ.22 (ต่อ)

สินค้าไฟฟ้า	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ตู้เย็น	ฟังทุกวัน	40	2.38	น้อย	3.540	.019*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.92	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.80	น้อย			
	รวม	72	2.26	น้อย			
เตาไมโครเวฟ	ฟังทุกวัน	40	2.15	น้อย	6.614	.001*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	5.00	มากที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.69	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.33	น้อย			
	รวม	72	2.26	น้อย			
เครื่องซักผ้า	ฟังทุกวัน	40	2.42	น้อย	1.310	.278	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	3.00	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.85	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.67	ปานกลาง			
	รวม	72	2.40	น้อย			
เครื่องปรับอากาศ	ฟังทุกวัน	40	2.13	น้อย	2.518	.065	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.85	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.87	ปานกลาง			
	รวม	72	2.17	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าไฟฟ้าจากเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าไฟฟ้าจากเกาหลีประเภทโทรทัศน์ ตู้เย็น และเตาไมโครเวฟ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.23 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้ายานพาหนะ (n = 72)

สินค้ายานพาหนะ	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
รถยนต์ เช่น ยี่ห้อ ฮุนได, เกีย และ แคว	ฟังทุกวัน	40	1.25	น้อยที่สุด	19.796	.000 *	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.93	น้อย			
	รวม	72	1.50	น้อย			
รถจักรยานยนต์ เช่น ยี่ห้อ YAMUDA	ฟังทุกวัน	40	1.13	น้อยที่สุด	9.779	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.80	น้อย			
	รวม	72	1.29	น้อยที่สุด			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท ยานพาหนะจากเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าจากเกาหลีประเภท รถยนต์ เช่น ยี่ห้อ ฮุนได, เกีย และ แคว และรถจักรยานยนต์ เช่น ยี่ห้อ YAMUDA แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง ผ.24 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภทสินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา (n = 72)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องสำอาง เช่น ยี่ห้อ 12Plus, Missteeen, Eversense	ฟังทุกวัน	40	3.48	ปานกลาง	13.235	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	1.00	น้อยที่สุด			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.92	น้อย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.27	น้อย			
	รวม	72	2.81	ปานกลาง			

ตาราง ผ.24 (ต่อ)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบ สไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
ขนมขบเคี้ยว	ฟังทุกวัน	40	2.65	ปานกลาง	1.348	.266	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	3.00	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.38	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.53	ปานกลาง			
	รวม	72	2.78	ปานกลาง			
เครื่องดื่ม	ฟังทุกวัน	40	2.90	ปานกลาง	1.719	.171	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.08	ปานกลาง			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.27	ปานกลาง			
	รวม	72	2.96	ปานกลาง			
รถจักรยานยนต์	ฟังทุกวัน	40	1.93	น้อย	10.478	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	มาก			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.23	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	2.27	น้อย			
	รวม	72	1.99	น้อย			
โทรศัพท์มือถือ	ฟังทุกวัน	40	2.83	ปานกลาง	6.704	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	3.00	ปานกลาง			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.23	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.13	ปานกลาง			
	รวม	72	2.61	ปานกลาง			
กล้องถ่ายรูป	ฟังทุกวัน	40	2.45	น้อย	7.168	.000*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.08	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.93	น้อย			
	รวม	72	2.07	น้อย			

ตาราง ผ. 24 (ต่อ)

สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์ เกาหลีเป็นผู้โฆษณา	ความถี่ในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน	ฟังทุกวัน	40	1.90	น้อย	1.802	.155	ไม่ แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.15	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.93	น้อย			
	รวม	72	1.78	น้อย			
สถาบันเสริมความงาม, ศัลยกรรม เช่น วุฒิสักดิ์ คลินิก	ฟังทุกวัน	40	2.53	ปานกลาง	5.460	.002*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.23	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.40	น้อยที่สุด			
	รวม	72	2.03	น้อย			
อาหารเสริม	ฟังทุกวัน	40	2.10	น้อย	3.821	.014*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	2.00	น้อย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	1.23	น้อยที่สุด			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	1.40	น้อยที่สุด			
	รวม	72	1.79	น้อย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท สินค้าไทยที่ใช้ศิลปินเกาหลี หรือศิลปินที่เลียนแบบสไตล์เกาหลีเป็นผู้โฆษณา พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันเลือกซื้อสินค้าจากเกาหลีเครื่องสำอาง เช่นยี่ห้อ 12Plus, Missteen, Eversense รถจักรยานยนต์ โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูป สถาบันเสริมความงาม, ศัลยกรรม เช่น วุฒิสักดิ์คลินิก และอาหารเสริมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



9. การทดสอบความแตกต่างระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อ
สินค้าเกาหลี (เฉพาะกรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีจำนวน 72 คน)

ตาราง ผ.25 การเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อ
สินค้าเกาหลี (n = 72)

ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี	ระยะเวลาในการฟังเพลง สมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
มีคุณภาพสูง	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.67	เห็นด้วย	5.751	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.35	ไม่แน่ใจ			
	4-6 ปี	25	3.84	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	4	4.00	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	4.00	เห็นด้วย			
	รวม	72	3.67	เห็นด้วย			
มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.60	เห็นด้วย	10.966	.000*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	4.48	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	4.00	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	4	4.00	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ไม่แน่ใจ			
	รวม	72	4.00	เห็นด้วย			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ สินค้า	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.33	ไม่แน่ใจ	2.580	.045*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.61	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	3.48	ไม่แน่ใจ			
	7-9 ปี	4	4.00	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ไม่แน่ใจ			
	รวม	72	3.49	ไม่แน่ใจ			
สามารถหาซื้อได้ง่าย	น้อยกว่า 1 ปี	15	3.33	ไม่แน่ใจ	4.238	.004*	แตกต่าง
	1-3 ปี	23	3.91	เห็นด้วย			
	4-6 ปี	25	3.52	เห็นด้วย			
	7-9 ปี	4	4.00	เห็นด้วย			
	9 ปีขึ้นไป	5	3.00	ไม่แน่ใจ			
	รวม	72	3.60	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีระยะเวลาในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี โดยมีความคิดเห็นว่า สินค้าเกาหลีมีคุณภาพสูง มีรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า และสามารถหาซื้อได้ง่ายแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

10. การทดสอบความแตกต่างระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี (เฉพาะกรณีผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีจำนวน 72 คน)

ตาราง ผ. 26 การเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี (n = 72)

ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี	ความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลี	n	Mean	แปรผล	F	Sig.	แปรผล
มีคุณภาพสูง	ฟังทุกวัน	40	3.60	เห็นด้วย	2.772	.048*	แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.92	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.53	เห็นด้วย			
	รวม	72	3.67	เห็นด้วย			
มีรูปแบบที่สวยงามทันสมัย	ฟังทุกวัน	40	4.10	เห็นด้วย	1.217	.310	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.69	เห็นด้วย			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	4.00	เห็นด้วย			
	รวม	72	4.00	เห็นด้วย			
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	ฟังทุกวัน	40	3.53	เห็นด้วย	2.079	.111	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.46	ไม่แน่ใจ			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.27	ไม่แน่ใจ			
	รวม	72	3.49	ไม่แน่ใจ			
สามารถหาซื้อได้ง่าย	ฟังทุกวัน	40	3.63	เห็นด้วย	1.024	.387	ไม่แตกต่าง
	ฟัง 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์	4	4.00	เห็นด้วย			
	ฟัง 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์	13	3.38	ไม่แน่ใจ			
	ฟัง 5-6 ครั้งต่อสัปดาห์	15	3.60	เห็นด้วย			
	รวม	72	3.60	เห็นด้วย			

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการเปรียบเทียบระหว่างความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีกับการเลือกซื้อสินค้าประเภท ความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลี พบว่า กลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นในจังหวัดเชียงใหม่ที่เคยซื้อสินค้าเกาหลีที่มีความถี่ในการฟังเพลงสมัยนิยมเกาหลีแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสินค้าเกาหลีว่ามีคุณภาพสูง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายพิสิทธิ์ ศรีประเสริฐ

วัน เดือน ปีเกิด

29 กรกฎาคม พ.ศ. 2523

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2546 สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

