

## กรณีศึกษาโมเดลธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศเกาหลี



ที่มา : <http://www.thaibiz.net/th/market/South-Korea>

สาธารณรัฐเกาหลี (The Republic of Korea) หรือที่รู้จักกันทั่วไปว่า เกาหลีใต้ (South Korea) ตั้งอยู่ทางตอนใต้ของคาบสมุทรเกาหลี เกาหลีใต้พัฒนาประเทศจนสามารถผงาดขึ้นมาเป็นประเทศผู้นำทางเศรษฐกิจจากประเทศที่ยากจนในช่วงสงครามเกาหลี โดยใช้เวลาเพียง 60 ปี ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของเกาหลีใต้สูงเป็นอันดับ 4 ในทวีปเอเชีย และอันดับ 15 ของโลก นอกจากนี้ยังเป็นสมาชิกเขตเศรษฐกิจที่สำคัญ เช่น OECD APEC และมี FTA กับประเทศคู่ค้าหลายประเทศ ในแง่การลงทุนและการดำเนินธุรกิจ เกาหลีใต้เป็นฐานการลงทุนที่น่าสนใจ ทั้งเพื่อสนองตอบต่อผู้บริโภคภายในประเทศกว่า 50 ล้านคนที่ประกอบด้วยกำลังแรงงานที่มีพื้นฐานความรู้และมีการพัฒนาเทคโนโลยีที่ทันสมัย อุตสาหกรรมที่ก้าวหน้า และระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมทั้งประเทศ รวมทั้งเป็นฐานการลงทุนเพื่อการส่งออกไปยังประเทศใกล้เคียงที่สำคัญ เช่น จีน ญี่ปุ่น ได้สะดวกในราคาต้นทุนที่สมเหตุผล

ประเทศเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลและทุกภาคส่วนเอกชน โดยภาครัฐเป็นผู้กำหนดแนวนโยบาย สนับสนุนเงินทุนในเบื้องต้นและขับเคลื่อนโดยภาคเอกชน ทำให้มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในเกาหลีใต้ที่มีความน่าสนใจอยู่เสมอประกอบกับประเทศเกาหลีใต้มีฤดูกาลถึง 4 ฤดูที่แตกต่าง ซึ่งทำให้สร้างความสวยงามให้กับแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติมีความงดงามและแตกต่างกันมากขึ้น สำหรับวงการบันเทิงเกาหลี ซึ่งหลังจากที่มีการฉายละครเกาหลีในประเทศไทยทำให้จำนวนคนไทยที่เดินทางไปเกาหลีใต้เพิ่มมากขึ้น การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆที่อยู่ในละครเกาหลียังคงเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวหลักจนถึงปัจจุบัน โดยมี

นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งกระแสนิยมเกาหลีไม่ใช่เพียงแค่ละครเท่านั้น แต่มีความหลากหลายขึ้นทั้ง K-Pop (แนวดนตรีของประเทศเกาหลี) แฟชั่น เครื่องสำอาง อาหาร และภาษาเกาหลี เป็นต้น ระหว่างปี 2008 - 2009 มีการฉายละครเกาหลีทั้งหมด 86 เรื่องในประเทศไทยและช่วงระหว่างปี 2008-2010 มีนักท่องเที่ยวชาวไทยในเกาหลีเพิ่มขึ้นถึง 100,000 คน ซึ่งละครเหล่านี้ฉายในช่วงที่มีคนดูโทรทัศน์มากที่สุด และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดกระแสเกาหลีในประเทศไทย

รัฐบาลเกาหลีได้เล็งเห็นความจำเป็นที่จะส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีไปสู่คนทั่วโลกเพื่อหวังผลที่จะให้ผู้คนรู้จักประเทศเกาหลีอันจักก่อให้เกิดประโยชน์คือ

1. การซื้อสินค้าเกาหลีที่ส่งออกไปขายยังต่างประเทศ
2. ชักชวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังเกาหลีจำนวนมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้รัฐบาลเกาฬียังประสงค์ที่จะให้เกาหลีเป็นข่าวในสื่อมวลชนทั่วโลกอย่างต่อเนื่องจึงส่งเสริมให้บรรจุนี้อาหารเกี่ยวกับประเทศเกาหลี ในหลักสูตรชั้นประถมศึกษาจนถึงชั้นอุดมศึกษาของประเทศต่างๆ ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสังคมเกาหลีให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายอีกทางหนึ่ง

### สถานการณ์การท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยว ในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปยังเกาหลีใต้ 11,140,028 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.7 จากปี 2554 โดยมีการใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 14,176.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.4 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเกาหลีใต้มากที่สุด 5 อันดับมาจากญี่ปุ่น จีน สหรัฐฯ ไต้หวัน และประเทศไทย ขณะที่นักท่องเที่ยวเกาหลีใต้เดินทางไปต่างประเทศ 13,736,976 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.2 มีการใช้จ่ายไป 15,736.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 สำหรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย - เกาหลีใต้ ในปี 2555 มีนักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปยังเกาหลีใต้ 395,984 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 28 จากปี 2554 มากเป็นอันดับที่ 5 หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปยังเกาหลีใต้ทั้งหมด ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวไทยมีจำนวนสูงสุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางไปยังเกาหลีใต้ทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้เดินทางไปประเทศไทยจำนวน 1,169,131 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.18 จากปี 2554 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.24 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปประเทศไทยทั้งหมด

### เหตุผลที่เกาหลีสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยได้ดี

ในปัจจุบันเกาหลีมีอิทธิพลต่อคนไทยเป็นอย่างยิ่ง ทั้งที่รู้ตัวและไม่รู้ตัว ยกตัวอย่างเช่น พวกเครื่องใช้ไฟฟ้า ทีวี ตู้เย็น เครื่องซักผ้า หลากๆ แบรินด์ก็ส่งตรงมาจากเกาหลีได้ทั้งนั้น ส่วนอย่างทีหลายๆ คนรู้ตัว เช่น นักร้องวง K-Pop เสื้อผ้า เครื่องสำอาง โดยเฉพาะซีรีส์เกาหลีที่ทำให้หลายคนติดตามกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งต้องยอมรับว่า คนไทย เกาหลี หมายถึงทั้งสองอย่างนั้นกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตหลายๆ คนเป็นที่เรียบร้อย นั่นเป็นเหตุผลส่วนหนึ่งที่ทำให้หลายคนอยากไปเที่ยวเกาหลีกันสักครั้งในชีวิต ทางMushroom Travel จึงได้สรุป 6 เหตุผลหลัก ๆ ที่ทำให้คนไทยนิยมไปเที่ยวเกาหลีไว้ดังนี้

## 1. กรุงโซลเมืองแห่งการสร้างสรรค์

ในภาพยนตร์ส่วนใหญ่ของเกาหลีนั้นส่วนมากมักมีฉากหลักอยู่ที่กรุงโซลเกือบจะทุกเรื่องซึ่งถือเป็นการโปรโมทเมืองแห่งนี้ทางอ้อม อีกทั้งเมืองหลวงของเกาหลีแห่งนี้ยังคงเต็มไปด้วยการสร้างสรรค์ที่สวยงามทั่วทั้งเมืองและเป็นศูนย์กลางที่แหล่งท่องเที่ยวและแหล่งช้อปปิ้งมากมาย เกาหลีนั้นมักจะออกแคมเปญในการเชิญท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆที่มีความหลากหลาย โดยเฉพาะแคมเปญชุด Korea Be Inspired จะเห็นว่าที่กรุงโซลนั้นสมกับเป็นเมืองแห่งการสร้างสรรค์ (The City of Design) ที่เข้ายวนให้คนไทยไปตี๋มด้าหาแรงบันดาลใจหรือแคมเปญล่าสุดที่มีชื่อว่า Korea visits you เป็นแคมเปญที่สร้างความประทับใจให้กับคนที่ไปเกาหลีเป็นครั้งแรก รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ไปเกาหลีมาแล้ว



ที่มา : <http://www.abroadtour.com/>

## 2. ตามรอยซีรีส์ชื่อดัง

ในอดีตที่ผ่านมาเหตุผลหลักที่ทำให้คนส่วนใหญ่ไปเที่ยวเกาหลีคงจะหนีไม่พ้นการไปตามรอยซีรีส์เกาหลี เช่น การตามรอยแดจังกึม แต่ในปัจจุบันเหตุผลนี้อาจจะเบาบางลงไปบ้างแต่ก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่ เพราะหลายคนยังเลือกเดินทางมาเกาหลีเพื่อตามรอยซีรีส์ชื่อดังกันเป็นจำนวนมากอยู่ ในยุคนี้อาจจะไม่ได้

มาตามรอยที่เกาะนามิหรือแบยองจุนเพียงอย่างเดียวเท่านั้น อย่างเช่นซีรีส์เรื่อง Descendants of the Sun ที่นำเสนอโดย ชงจุงกิหรือกัปตันยูหรือแม้แต่เรื่อง The Legend of the Blue Sea ที่นำเสนอโดย ลีมินโฮ ก็ยังคงได้รับความนิยมอยู่ในขณะนี้ ซึ่งนักท่องเที่ยวหลายรายก็ได้เดินทางมาเกาหลีเพื่อที่จะตามรอยซีรีส์เรื่องนี้

### 3. ธรรมชาติทั้ง 4 ฤดูที่ต่างกัน

ประเทศเกาหลีใต้นั้นขึ้นชื่อเรื่องการท่องเที่ยวตามธรรมชาติของทั้ง 4 ฤดูกาลที่สวยงามแบบแตกต่างกันเป็นอย่างมาก อย่างเช่นช่วงฤดูใบไม้ผลิ (มีนาคม-พฤษภาคม) ทั้งเกาหลีจะเต็มไปด้วยสีส้มของดอกไม้ต่างๆ ที่ผลิดอกอย่างสวยงาม ในช่วงฤดูร้อน (มิถุนายน-สิงหาคม) อากาศไม่ร้อนจัด เหมาะแก่การเล่นน้ำทะเล ที่วิวป่าที่อุดมสมบูรณ์ ช่วงฤดูใบไม้ร่วง (กันยายน-พฤศจิกายน) บนเขาต่างๆ จะเต็มไปด้วยใบไม้สีแดงเพลิงและสีทอง และช่วงฤดูหนาว (ธันวาคม-กุมภาพันธ์) ทั้งเมืองก็จะถูกปกคลุมไปด้วยหิมะสีขาวโพลน ซึ่งไม่ว่าคนไทยหรือแม้แต่คนเกาหลีเอง ที่มาท่องเที่ยวในเกาหลีต่างก็ได้ความประทับใจในแบบที่ต่างกันออกไป

### 4. รสชาติอาหารที่ถูกใจ

ในประเทศไทยเริ่มมีการทำธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นจำนวนมาก ร้านอาหารในไทยเริ่มได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อย ดังนั้นการไปเยือนเกาหลีถึงที่ก็ควรต้องไปลองชิมรสชาติแบบต้นตำรับ ยิ่งเป็นอาหารจานร้อนที่ทำใหม่ๆ จากเตา ทานในบรรยากาศของเกาหลี ก็ยิ่งเพิ่มความอร่อยเข้าไปอีก ด้วยเหตุผลนี้ร้านอาหารเกาหลีจึงเป็นที่นิยมในบรรดานักท่องเที่ยวในเกาหลีอีกด้วย



ที่มา : <https://www.wonderfulpackage.com/>

### 5. แหล่งซื้อপি้ง

แหล่งช้อปปิ้งในเกาหลีนั้นเป็นที่นิยมในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งของที่นิยมซื้อกันที่เกาหลีนั้นมีมากมายหลายประเภทไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง เสื้อผ้าแฟชั่นต่างๆ ย่านยอดนิยมที่นักท่องเที่ยวนิยมไปช้อปปิ้งคือเมียงดง ที่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่และมีสินค้าให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อหลายหลาก นอกจากนี้เมียงดงยังเป็นแหล่งจำหน่ายอาหารและของฝาก ของที่ระลึกขนาดใหญ่อีกด้วย

## 6. เดินทางง่าย ราคาทัวร์ถูก

การเดินทางไปเกาหลีใช้เวลาแค่เพียงประมาณ 5 ชั่วโมงครึ่งเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันก็มีสายการบินที่ให้บริการบินตรงถึงเกาหลีมากกว่า 20 สายการบิน หรือการเดินทางไปกับบริษัททัวร์ราคาก็จะมีราคาถูกและได้ไปเที่ยวในสถานที่ต่างๆรวมถึงแหล่งช้อปปิ้งอีกด้วย

### ตัวอย่าง: มูฟวี่ฯ สตาร์ทอัพ ตามรอย“แดจังกึม”

“กองทุน Movie Fund Start Up” ภายใต้คณะทำงานโครงการสานพลังประชารัฐ หนึ่งในแรงสนับสนุนสำคัญจากภาครัฐ ส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์คอนเทนต์ที่ดี สร้างแรงกระเพื่อมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ นำพาประเทศไทยไปสู่ “ประเทศดิจิทัล”



ที่มา : <http://www.dplusguide.com/wp-content/uploads/2014/12/yongin-MBC-Dramia4.jpg>

“ดิจิทัลไทยแลนด์” จะก้าวเดินไปถึงเป้าหมาย กระตุ้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจแฟชั่น ความงาม ดนตรี ฯลฯ ด้วยการนำ “วัฒนธรรมไทย” มาสร้างสรรค์ผ่านทางภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ต่างๆ เช่นเดียวกับ “ประเทศเกาหลีใต้” ที่สร้างปรากฏการณ์สะท้านโลก “Korean Culture Model” มาแล้ว

ด้วยความสำเร็จทั้งในด้านการท่องเที่ยว อาหาร เพลง ภาพยนตร์ โดยเกาหลีนำเอาศิลปวัฒนธรรม  
การแสดงมาเป็นตัวชูโรงสร้างสรรค์ เศรษฐกิจจนเกิดกระแสเกาหลีฟีเวอร์ไปทั่วโลก โดยเฉพาะคนไทยที่นิยม  
ชมชอบกันเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะสินค้าเกาหลีที่ในอดีตจะเคยถูกมองว่าคุณภาพต่ำ ขายไม่ค่อยออก แต่พอเจอ  
กระแสเกาหลีฟีเวอร์เมื่อหลายปีก่อน โดยเฉพาะช่วงซีรีส์ดัง “แดจังกึม” สินค้าเกาหลีก็ขายดีเป็นอย่างมาก  
และทัวร์ตามรอยซีรีส์ดังก็เป็นที่นิยมเช่นกัน

ทว่าความสำเร็จในวันนี้ไม่ได้มาง่ายๆ หากแต่ประเทศเกาหลีได้วางยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มา  
นานแล้ว และคำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไม่ใช่เรื่องใหม่บนโลกนี้ เพราะเกิดขึ้นและมีมานานกว่า 50 ปีแล้ว  
เช่นกัน ประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) กำหนดทิศทางการ  
ปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศบนฐานความรู้ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การสร้างนวัตกรรม  
เพื่อสร้างสรรค์ “สินค้า” และ “บริการ” รวมถึงการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่าย  
ธุรกิจให้มีเอกลักษณ์ สิ่งที่สำคัญคือ “ความคิดสร้างสรรค์” ที่ว่านี้สามารถสะท้อนถึงตัวตนของพื้นที่ดังกล่าวให้  
ดึงดูดการลงทุนเข้ามาในพื้นที่หรือเพิ่มช่องทางการแสดงออกของผู้สร้างสรรค์ในสาขาต่างๆ

ประเด็นพิจารณาที่สำคัญ ข้อมูลจาก “กองทุน Movie Fund Start Up” เน้นไปที่การสร้างรายได้  
ประเทศจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพเสนอเพิ่มเติมกลุ่ม “Cultural Economy” ด้วยเหตุผลสำคัญ  
ที่ว่า “ประเทศไทย” มีสถานที่และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และน่าชื่นชม สามารถนำมาต่อยอดเพื่อสร้าง  
รายได้ให้กับประเทศ จะก้าวเดินไปสู่จุดหมายที่ว่านี้ ต้องใช้สื่อ “บันเทิง” เป็นตัวนำทำให้เกิดความนิยมในสิ่งที่  
กล่าวถึง พร้อมกันนั้นต้องทำให้เกิดแรงกระเพื่อมต่อยอดไปยังกิจกรรมที่สร้าง “รายได้” อื่นๆ เช่น สถานที่  
ท่องเที่ยว อาหาร วัฒนธรรม แฟชั่น ความงาม สินค้าและบริการ สปา นวดไทย มวยไทย ฯลฯ

ภายใน 10 ปี (2559–2569) อาจแยกย่อยเป็นเฟส 1 ระยะ 3 ปี กับเฟส 2 ระยะ 7 ปี เพื่อปรับปรุง  
ยุทธศาสตร์ให้ทันสมัย โดยผู้ดำเนินงานหลักก็คือกระทรวงการท่องเที่ยวฯ กระทรวงวัฒนธรรม หอการค้าฯ  
สภาอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการสร้างภาพยนตร์และสื่อบันเทิง

การพัฒนาธุรกิจ “ท่องเที่ยววัฒนธรรม” ในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แยกย่อยออกได้หลายแขนงการ  
ท่องเที่ยว วัฒนธรรม อาหาร งานหัตถกรรม มวยไทย แพทย์แผนไทย เป็นต้น ศิลปะการแสดง จิตรกรรม  
ประติมากรรม สื่อภาพยนตร์ ดนตรี การพิมพ์ งานสร้างสรรค์ออกแบบ แฟชั่น ความงาม สถาปัตยกรรม  
มัณฑนศิลป์ วิจิตรศิลป์



ที่มา : <https://f.ptcdn.info/169/026/000/1417580970-IMG20141113-o.jpg>

“รักจัง” กับ “เมืองปาย” ปรากฏการณ์ภาพยนตร์ปี 2549 ที่ประสบ ความสำเร็จและตามติดมาด้วย “ปาย อิน เลิฟ” ในปี 2552 สร้างธุรกิจต่อยอด “ทัวร์ตามรอยรักจัง เทียวเมืองปาย” เกิดห่วงโซ่ต่อเนื่องไปถึง ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร กระทั่งร้านขายของที่ระลึก เป็นที่นิยมเป็นอย่างมากจนสายการบินต้องเปิดเที่ยวบิน “กรุงเทพฯ-ปาย” กับ “เชียงใหม่-ปาย” ตามมาด้วยการตั้งชื่อน้ำตก ตามชื่อหนัง จากน้ำตก “ผาดอกเสี้ยว” เป็น “น้ำตกรักจัง” ที่ดอยอินทนนท์ ภาพสะท้อนชัดเจนคือตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเที่ยว “แม่ฮ่องสอน” สำนักงานสถิติจังหวัดแม่ฮ่องสอนระบุว่า ปี 2549 อยู่ที่ 367,869 คน หลังภาพยนตร์ “รักจัง” ฉายปี 2550 ตัวเลขขยับเพิ่มขึ้นเป็น 829,560 คน ปี 2551 ขยับพุ่งสูงไปถึง 1,536,456 คน และในปี 2552 ขยับลดลงมา เป็น 1,115,748 คน

ในส่วนของตัวเลขรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2549 อยู่ที่ 1,629.8 ล้านบาท หลังภาพยนตร์ “รักจัง” ฉายปี 2550 ตัวเลขอยู่ที่ 3,794.38 ล้านบาท ปี 2551 ตัวเลขอยู่ที่ 4,207.94 ล้านบาทและในปี 2552 ตัวเลข ก็ยังสูงขึ้นอยู่ที่ 4,870.38 ล้านบาท

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น เภทลี้ไต้ันบเป็นตัวอย่างของประเทศที่รัฐบาลส่งเสริมกระแสนิยม วัฒนธรรมเกาหลีอย่างจริงจัง และทุ่มเททั้งเวลา ทุน และทรัพยากรมนุษย์ กว่าที่จะเห็นผลสำเร็จในการ ประยุกต์ใช้นโยบายวัฒนธรรมที่ บูรณาการให้เข้ากับการพัฒนาความรักวัฒนธรรมของพลเมือง ในประเทศ จนสามารถสร้างการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมและการบริโภคตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างยอดเยี่ยม นั้นเอง

แหล่งที่มา

สาธารณเกาหลี : สถาบันอาณานิคมศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ <https://bit.ly/2kk8Hc8>

สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้), กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ :

<http://www.thaibiz.net/th/market/South-Korea>

คนไทย เกาหลี กับ 6 เหตุผลที่มัดใจ ให้ต้องไปสักครั้งในชีวิต, mushroom travel,

<https://www.mushroomtravel.com/page/korea-the-must-go-reasons/>

คู่มือวีซ่าสตาร์ทอัพ ตามรอย“แดจังกึม”, ไทยรัฐฉบับพิมพ์ 24 พ.ย. 2559,

<https://www.thairath.co.th/content/791337>

บทเรียนจากความสำเร็จของกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลี, ผศ.ดร.ปิติ ศรีแสงนาม, คณะเศรษฐศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,

<https://www.chula.ac.th/cuinside/6930/>