

ความสนใจของคนไทย

ต่อสินค้าเกาหลี*

ภาณี รูปสม**

บทนำ

ภาวะการค้าระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐเกาหลี หากเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าที่สำคัญๆ อื่นๆ แล้ว ยังถือว่าการค้าต่อกันอยู่ในระดับที่ต่ำมาก อย่างไรก็ตามในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมา การค้าระหว่างกันมีความเติบโตขึ้น ทั้งนี้เป็นผลมาจากการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ และความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ในอดีตที่ผ่านมา คนไทยไม่ค่อยใส่ใจในสินค้าเกาหลีเท่าใดนัก ด้วยเหตุที่สินค้าญี่ปุ่นอยู่ในความสนใจของคนไทยในอดีตที่สูง อย่างไรก็ตามนับตั้งแต่ปี 1990 เป็นต้นมา ชื่อของสินค้าเกาหลีบางชนิดเริ่มติดปากคนไทย เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า Sumsung หรือ Lucky Goldstar นอกจากนั้น คนไทยส่วนหนึ่งได้เปลี่ยนจากการนั่งรถยนต์ยุโรป หรือญี่ปุ่น มานั่งรถยนต์เกาหลียี่ห้อ Hyundai และ Daewoo แทน ในปัจจุบันนี้สินค้าเกาหลีมีจำหน่ายทั่วไปในประเทศไทย จึงถือได้ว่าสินค้าเกาหลีได้รับการยอมรับจากคนไทยมากขึ้น โครงการ

เกาหลีศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ได้ตระหนักถึงผลกระทบอันอาจเกิดขึ้นจากภาวะการขยายตัวทางการค้าระหว่างกันของทั้งสองประเทศ จึงได้ทำการวิเคราะห์ภาวะการค้าของสินค้าเกาหลีในประเทศไทย อันจะเป็นประโยชน์ต่อความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างประเทศทั้งสอง

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อเป็นการสำรวจภาวะการค้าสินค้าเกาหลีในประเทศไทย
2. เพื่อประเมินความพอใจและทัศนคติในสินค้าเกาหลีของคนไทย
3. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มภาวะการค้าสินค้าเกาหลีในประเทศไทยในอนาคต
4. เพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาวิเคราะห์ภาวะการค้าระหว่างไทยและเกาหลี และเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าว

* ข้อมูลจากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์ ความรู้สึกของคนไทยต่อสินค้าเกาหลี

** เจ้าหน้าที่วิจัยสถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา

โครงการสำรวจนี้มุ่งสำรวจความคิดเห็นของคนไทยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสัมภาษณ์

- | | |
|--|--------|
| 1. นักธุรกิจ
(เจ้าของกิจการ
และผู้บริหารธุรกิจเอกชน) | 104 คน |
| 2. นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษา | 100 คน |
| 3. ข้าราชการ | 100 คน |
| 4. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
และบริษัทเอกชน | 120 คน |
| 5. บุคคลทั่วไป (พ่อบ้านแม่บ้าน) | 100 คน |

โครงการนี้ได้เริ่มดำเนินการระหว่างวันที่ 20 ธันวาคม 2536 ถึงวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2537 โดยเริ่มดำเนินการตั้งแต่การจัดเตรียมแบบสอบถาม การรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ การบรรณาธิกรณข้อมูล การประมวลผล และการเขียนรายงาน ผลการสำรวจจากการสำรวจได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เป็นข้อมูลส่วนตัวของผู้ถูกสัมภาษณ์ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ จากการสำรวจประชากรตามตัวอย่าง 524 คน ปรากฏว่า เป็นเพศชาย 253 คน (48.3%) เพศหญิง 271 คน (51.7%) ส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามอายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 53.4 และมีการศึกษาระดับปริญญาตรีถึงร้อยละ 54.6 ดังนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในวัยประกอบอาชีพ ส่วนอาชีพและรายได้ได้อยู่ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 2 ทักษะของกลุ่มตัวอย่างต่อประเทศเกาหลี

ข้อมูลในส่วนนี้แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเทศเกาหลี แสดงได้เป็นข้อ ๆ ดังนี้

- 2.1 ผู้ตอบเพียง 20.8% บอกว่าเคยพบปะพูดคุย

คุยกับคนเกาหลี

2.2 ในจำนวนผู้ที่ตอบว่าเคยพบปะพูดคุยกับคนเกาหลีนั้น ส่วนมากจะพูดคุยกับชาวเกาหลี อาชีพนักธุรกิจ พ่อค้า รองลงมาเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และนักศึกษา

2.3 จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง 20.4% ตอบว่า ในทัศนคติคิดว่าคนเกาหลีเป็นคนสุภาพเรียบร้อย นอกจากนั้น มองว่าคนเกาหลีฉลาด มีฐานะมั่งคั่ง แต่ก็มีไม่น้อยที่ตอบว่าคนเกาหลีเป็นคนเอะอะ และประหยัดเกินไป

2.4 เมื่อถามถึงการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับเกาหลีจากสื่อต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะตอบว่าจะทราบข่าวสารประจำวันของนักศึกษาเกาหลีถึงร้อยละ 50.6 ส่วนข่าวอื่นๆ ที่เคยรับรู้ เช่น ข่าวเกี่ยวกับเศรษฐกิจของเกาหลี สินค้าเกาหลีและข่าวอาชญากรรมคดีร้ายของเกาหลีเหนือ ส่วนข่าวที่กลุ่มตัวอย่างของคนไทยอยากรู้มากที่สุดคือข่าวทางด้านเศรษฐกิจ

2.5 ในปี 1994 เป็นปีแห่งการรณรงค์การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี แต่ 58.6% ของกลุ่มตัวอย่าง ตอบว่าไม่รับรู้ข่าวสาร และ 41.4% ตอบว่ารับรู้ข่าวสาร ส่วนใหญ่จะรับรู้ข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์ รองลงมาคือ รับรู้จากหนังสือพิมพ์

2.6 จากการสำรวจพบว่า ร้อยละ 8.4 เท่านั้นที่มีโอกาสเดินทางไปยังประเทศเกาหลี

ส่วนที่ 3 ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อสินค้าเกาหลีโดยทั่วไป

3.1 สินค้าเกาหลีที่กลุ่มตัวอย่างคนไทยรู้จักมากที่สุด คือ โสมเกาหลี (53.2%) รองลงมา คือ รถยนต์ เสื้อผ้า และเครื่องใช้ไฟฟ้า และ 34.0% ของผู้ตอบบอกว่ารู้จักสินค้าเกาหลีจากโทรทัศน์ วิทยุ นอกจากนั้น จะรู้จักจากการแนะนำและพบเห็นตามร้านค้า

3.2 เมื่อสอบถามถึงการซื้อสินค้าเกาหลี ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.1 ตอบว่าเคยซื้อสินค้าเกาหลีมาใช้ สินค้าที่เคยซื้อใช้ คือ โสมเกาหลี 36.6% เสื้อผ้า 28.9% เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรทัศน์ วิดีโอ 16.8% นอกนั้น คือ

อาหารเกาหลี ของเด็กเล่น รถยนต์ เครื่องหนัง เครื่องสำอาง และเครื่องจักร เป็นต้น

3.3 เมื่อสอบถามความพอใจของผู้ที่เคยใช้สินค้าเกาหลีทุกประเภท ทั้งราคา คุณภาพ และรูปแบบส่วนใหญ่ (มากกว่าร้อยละ 50) ตอบว่ายอมรับได้ เมื่อถามต่อว่าคิดจะซื้อสินค้าเกาหลีบริโภคครั้งต่อไปหรือไม่ 26.3% ตอบว่าซื้อใช้ แต่เพียงร้อยละ 15.8 ที่ตอบว่าไม่ซื้อ นอกจากนั้นยังไม่ได้ตัดสินใจ ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15.8% ที่ตอบว่าไม่ซื้อสินค้าใช้นั้น เหตุผลเพราะข้อมูลในการพิจารณาเลือกซื้อมีน้อยให้คำตอบถึง 39.1% ไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า 31.1% นอกจากนั้นตอบว่าศูนย์บริการมีน้อย ราคาแพง และรูปแบบไม่สวย

3.4 ประเภทของสินค้าที่ผู้บริโภคคนไทยนิยมเลือกซื้อเรียงตามลำดับ คือ โสมเกาหลี (32.4%) เสื้อผ้า (26.3%) เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรทัศน์ วิดีโอ (16.4%) รถยนต์ (11.9%) ของเด็กเล่น (5.5%) อาหารเกาหลี (4.7%) เครื่องจักร (1.8%) และเครื่องหนัง เครื่องสำอาง (1%)

ส่วนที่ 4 ทศนคติของกลุ่มตัวอย่างต่อสินค้าเกาหลีรายประเภท

4.1 รถยนต์

4.1.1 จากการสำรวจร้อยละ 93.7 ตอบว่าไม่เคยใช้รถยนต์เกาหลีและร้อยละ 6.3 ตอบว่าเคยใช้แล้ว เมื่อสอบถามผู้ที่เคยใช้ถึงความพอใจในรถยนต์เกาหลี (Hyundai) เกินกว่า 50% ตอบว่ายอมรับได้ทั้งราคา คุณภาพ และรูปแบบ และศูนย์บริการซ่อมหลังการขาย ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นจากศูนย์บริการร้อยละ 72.2 ตอบว่าศูนย์บริการมีน้อย และร้อยละ 12.5 ตอบว่าอะไหล่ราคาแพง เมื่อถามว่าหากจะซื้อรถยนต์คันใหม่จะซื้อรถยนต์เกาหลีใช้หรือไม่ ร้อยละ 68.7 ตอบว่าไม่ซื้อ เมื่อได้สอบถามความนิยมของผู้บริโภคไทยต่อรถยนต์นำเข้าจากต่างประเทศ ร้อยละ 56.1 ตอบว่านิยมรถยนต์นำเข้าจากญี่ปุ่น ร้อยละ 32.4 ตอบว่านิยมรถยนต์นำเข้าจากยุโรปและร้อยละ 5.2 ตอบว่าพอใจรถยนต์เกาหลี สาเหตุที่ผู้ตอบไม่เลือกซื้อรถยนต์

เกาหลีนั้น ร้อยละ 39.9 ตอบว่าไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า ร้อยละ 23.1 ตอบว่าข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อมีน้อย และร้อยละ 18.1 ตอบว่าเพราะศูนย์บริการรถยนต์เกาหลีมีน้อย

4.1.2 เมื่อถามความพอใจในรถยนต์เกาหลีเปรียบเทียบกับรถยนต์ญี่ปุ่นแล้ว มากกว่าร้อยละ 50 ตอบว่า ยอมรับได้ทั้งราคา คุณภาพสินค้า และรูปแบบสินค้า แต่เมื่อถามถึงศูนย์บริการซ่อมรถยนต์เกาหลี (Hyundai) ร้อยละ 42.0 ตอบว่าไม่พอใจ แต่มีร้อยละ 30 ตอบว่ายอมรับได้

4.2 สินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า โทรทัศน์ วิดีโอ เครื่องเสียง

4.2.1 ร้อยละ 86.6 ตอบว่าไม่เคยใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าของเกาหลี มีเพียงร้อยละ 13.4 ที่เคยใช้ และในจำนวนผู้ที่ได้เคยใช้ได้มีความเห็นต่อเครื่องใช้ไฟฟ้าของเกาหลีว่า ยอมรับได้ทั้งราคา คุณภาพ และรูปแบบของสินค้า ส่วนศูนย์บริการซ่อมมัน ร้อยละ 40.4 ตอบว่าไม่พอใจ ร้อยละ 38.5 ตอบว่ายอมรับได้ และร้อยละ 36.2 ตอบว่าศูนย์บริการซ่อมมีน้อยเกินไป เมื่อถามถึงการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าครั้งต่อไป ร้อยละ 62.8 ตอบว่าไม่ซื้อ

4.2.2 ความพอใจของคนไทยต่อเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างประเทศ ร้อยละ 66.4 ตอบว่านิยมใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า ของญี่ปุ่น และร้อยละ 15.6 นิยมใช้เครื่องใช้ไฟฟ้า นำเข้าจากอเมริกา สาเหตุที่ไม่เลือกซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า ของเกาหลี ร้อยละ 42.7 ตอบว่าไม่มั่นใจในคุณภาพ และร้อยละ 36.6 ตอบว่า ข้อมูลข่าวสารในการพิจารณาเลือกซื้อมีน้อยเกินไป

4.2.3 จากการได้สัมภาษณ์ถึงความพอใจในเครื่องใช้ไฟฟ้า เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าญี่ปุ่น ไม่ต่ำกว่า 50% ตอบว่ายอมรับได้ทั้งราคา คุณภาพ และรูปแบบของสินค้าและเมื่อถามถึงศูนย์บริการซ่อม ร้อยละ 40.3 ตอบว่าไม่พอใจ และร้อยละ 33.6 ตอบว่ายอมรับได้

4.3 สินค้าประเภทเสื้อผ้า

4.3.1 จากการสอบถาม ร้อยละ 33 ตอบว่าเคยใช้เสื้อผ้าเกาหลี และเมื่อสอบถามถึงความพอใจจากการใช้ ได้รับคำตอบดังนี้

ราคา	34.6%	ตอบว่า	พอใจ
	41.5%	ตอบว่า	ยอมรับได้
คุณภาพ	42.8%	ตอบว่า	พอใจ
	44.7%	ตอบว่า	ยอมรับได้
รูปแบบ	38.7%	ตอบว่า	พอใจ
	42.9%	ตอบว่า	ยอมรับได้

เมื่อถามว่าจะเลือกซื้อเสื้อผ้าเกาหลีใช้อีกหรือไม่ ร้อยละ 40.1 ตอบว่าจะซื้อใช้อีก ร้อยละ 52.5 ตอบว่าไม่ซื้อใช้อีก ส่วนใหญ่ที่ตอบว่าไม่ซื้อใช้ถึงร้อยละ 47.9 จะมีความเห็นว่า ด้วยเหตุผลที่อยากจะสนับสนุนสินค้าไทย จึงไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม เมื่อถามถึงความนิยมต่อเสื้อผ้านำเข้าจากต่างประเทศนั้น เสื้อผ้าเกาหลีได้รับความนิยมอันดับที่ 3 รองจากเสื้อผ้าจากอเมริกาและยุโรป

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างแยกตามเพศ อาชีพ และรายได้ต่อความพอใจในสินค้าเกาหลี

5.1 จากการสอบถามถึงสินค้าเกาหลีที่คนไทยนิยมมากที่สุดตามลำดับ คือ โสมเกาหลี 36.6% เสื้อผ้าเกาหลี 28.9% และเครื่องใช้ไฟฟ้า 16.8% และจากการจำแนกตามเพศพบว่า เพศชายจะนิยมโสมเกาหลีมากกว่าเพศหญิง ส่วนเสื้อผ้านั้นเพศหญิงจะให้ความสนใจมากกว่าเพศชาย สินค้าชนิดอื่นๆ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ ก็ได้รับความนิยมไม่น้อย เพียงแต่ยังขาดหลักประกันเรื่องคุณภาพสินค้าและบริการหลังการขาย หรือศูนย์บริการซ่อม

5.2 เมื่อแจกแจงตามอาชีพ พบว่าสินค้าประเภทโสมเกาหลี ผู้บริโภคจะเป็นกลุ่มนักธุรกิจถึง 33% รอง

ลงมา คือ ข้าราชการ 21% อาจจะเป็นด้วยเหตุผลที่มีอำนาจในการซื้อค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ส่วนเสื้อผ้านั้นพบว่าได้รับความนิยมในกลุ่มพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด คือ ร้อยละ 35.5 รองลงมา คือ กลุ่มนักธุรกิจได้รับความนิยม ร้อยละ 22.8

5.3 เมื่อแจกแจงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับความพอใจของผู้บริโภคสินค้าปรากฏว่าสินค้าประเภทโสมเกาหลี จะได้รับความพอใจมากที่สุดจากกลุ่มผู้มีรายได้สูง คือ กลุ่มผู้มีรายได้ 20,000 บาทขึ้นไป และนอกจากกลุ่มผู้มีรายได้สูงแล้ว ผู้นิยมบริโภคโสม คือ กลุ่มผู้มีรายได้ 2,001 บาท - 8,000 บาท

บทสรุป

โครงการสำรวจความสนใจของคนไทยต่อสินค้าเกาหลีในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อประเมินความพอใจและทัศนคติของคนไทยต่อสินค้าเกาหลี โดยทำการสำรวจในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักธุรกิจ 104 คน นักศึกษา 100 คน ข้าราชการ 100 คน พนักงานรัฐวิสาหกิจและบริษัทเอกชน 120 คน บุคคลทั่วไป 100 คน รวมทั้งสิ้น 524 คน

กลุ่มตัวอย่างโดยทั่วไปมี เพศ อาชีพ และรายได้ อยู่ในสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกัน ทางด้านอายุ ร้อยละ 82 มีอายุต่ำกว่า 40 ปี หรืออยู่ในวัยประกอบอาชีพ และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ความคิดเห็นส่วนใหญ่ยังไม่คุ้นเคยกับประเทศเกาหลีและคนเกาหลี และมีความรู้สึกต่อคนเกาหลีว่าเป็นคนสุภาพเรียบร้อย ฉลาด และมีฐานะมั่งคั่ง ข่าวสารของประเทศเกาหลีที่เผยแพร่ในประเทศไทย และคนไทยรับรู้มากที่สุด เป็นข่าวการประท้วงของนักศึกษาเกาหลี คนส่วนใหญ่การรับรู้ข่าวสารการเชิญชวนไปเที่ยวเกาหลี แต่จำนวนเพียงร้อยละ 8.4 เท่านั้น ที่มีโอกาสเดินทางไปประเทศเกาหลี

ในด้านสินค้าเกาหลี จากการสำรวจสินค้าที่คนไทยรู้จักคุ้นเคยมากที่สุด และรู้จักมานานพร้อมทั้งยอม

รับในคุณภาพ คือ โสมเกาหลี แต่เนื่องจากเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวัน และเป็นสินค้าที่มีราคาค่อนข้างสูง ทำให้กลุ่มที่มีอำนาจในการซื้อ จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงหรือนักธุรกิจ ส่วนสินค้าอื่นๆ คือ เสื้อผ้า รถยนต์ (Hyundai) เครื่องใช้ไฟฟ้า เป็นต้น ส่วนใหญ่จะรู้จักและเคยเห็นจากโฆษณาและวางขายในร้านค้า และเมื่อสอบถามจะได้คำตอบว่ายอมรับได้ในราคาคุณภาพ และรูปแบบของสินค้า แต่จากสถิติการซื้อสินค้าเกาหลีมาใช้นั้นมีน้อยมาก วิเคราะห์ได้ว่า ผู้บริโภคคนไทยยังไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้าเกาหลี เนื่องด้วยคนไทยมีความคุ้นเคยและยอมรับในสินค้าญี่ปุ่นมานาน ทั้งราคา คุณภาพ รูปแบบ และบริการหลังการขาย สินค้าญี่ปุ่นได้พยายามปรับปรุงตอบสนองความต้องการของคนไทยมากที่สุด อีกประการหนึ่งที่คนไทยยังซื้อสินค้าเกาหลีใช้น้อย คือ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวสินค้าเกาหลียังเข้าถึงผู้บริโภคคนไทยน้อย ดังนั้น สิ่งหนึ่งที่นักธุรกิจหรือนักลงทุนเกาหลีจะต้องคำนึงถึงเป็นสำคัญก็คือ การประชาสัมพันธ์รายละเอียดของตัวสินค้าให้ผู้บริโภคได้เห็นคุณลักษณะข้อดีเด่นจุดอ่อนอย่างชัดเจนให้มากที่สุด มีฉะนั้นสินค้าเกาหลีจะเข้าไปแทนที่สินค้าญี่ปุ่น ในความรู้สึกของผู้บริโภคไทยได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น เพราะจากการสำรวจประเภทรายการสินค้าไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และเสื้อผ้า คำตอบจะออกมาในลักษณะที่ใกล้เคียงกันคือจากการได้ใช้สินค้า ผู้ใช้จะยอมรับทั้งราคา คุณภาพ และรูปแบบ และเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าญี่ปุ่นก็จะยอมรับอีกเช่นกัน แต่หากจะให้เลือกซื้อระหว่างสินค้าเกาหลี สินค้าญี่ปุ่น ยุโรปและอเมริกา

ส่วนใหญ่จะตอบว่าจะเลือกซื้อสินค้าญี่ปุ่น ยุโรปหรืออเมริกามากกว่า ด้วยเหตุผลไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้าเกาหลี ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อยังมีน้อยมาก เหตุผลอีกประการหนึ่งที่สำคัญที่นักธุรกิจหรือนักลงทุนเกาหลีไม่ควรมองข้าม คือ บริการหลังการขาย เช่น ศูนย์บริการซ่อม การบำรุงรักษา เป็นต้น

สินค้าอีกประเภทหนึ่ง ได้รับการยอมรับและเผยแพร่ในกลุ่มพนักงานของรัฐและเอกชน และนับวันจะนิยมมากขึ้น คือ เสื้อผ้า หากมีการนำเข้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย มีราคา คุณภาพ รูปแบบ และศูนย์บริการเป็นที่พอใจ จะทำให้ได้รับการยอมรับสูงขึ้นอย่างแน่นอน

สรุป

สินค้าเกาหลีหากมีการวิเคราะห์รายละเอียดในตัวสินค้าแล้ว ถือว่าได้รับความพอใจสำหรับคนไทย แต่เหตุผลสำคัญที่คนไทยยังซื้อหามาใช้น้อยอยู่จะเป็นด้านกลยุทธ์ทางการตลาดมากกว่า ประการแรกที่สำคัญที่สุดคือ คนไทยยังไม่มั่นใจในคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ ข้อมูลในการตัดสินใจเลือกซื้อที่มีน้อยมาก และประการที่สามคือ ศูนย์บริการซื้อและบริการหลังการขายมีน้อยมาก ดังนั้น หากสินค้าเกาหลีจะทุ่มเทเข้ามาในตลาดไทยอย่างเต็มตัว ควรจะศึกษากลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้น และต้องตอบสนองลูกค้าคนไทยให้ได้รับการยอมรับใน 3 ประการข้างต้นให้มากที่สุด เป็นที่แน่นอนว่ายักษ์ใหญ่อย่างญี่ปุ่น จะต้องไม่มองข้ามความปลอดภัยในสินค้าของตนเองอย่างแน่นอน