

การโฆษณาแฝงผลิตภัณฑ์โซจูในซีรีส์เกาหลีบนแพลตฟอร์มสตรีมมิงวิดีโอเน็ตฟลิกซ์

THE RESEARCH OF 'SOJU' TIE-IN ON VIDEO STREAMING PLATFORM 'NETFLIX'

ชวัลนุช ผุดอักษร 6350372

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุนวัฒน์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสกิกุล, Ph.D.

บทคัดย่อ

ความชอบและความนิยมของคนไทยในปัจจุบัน มักได้รับอิทธิพลและต้นแบบจากซีรีส์เกาหลีที่ได้รับชมหลาย ๆ เรื่องอย่างแรงกล้า ทั้งสไตล์การแต่งตัว การใช้เครื่องสำอางค์ รวมถึงความนิยมการดื่มแอลกอฮอล์ “โซจู” เครื่องดื่มที่เป็นสัญลักษณ์ ว่ามีต้นกำเนิดมาจากเกาหลี หนึ่งในสินค้าวัฒนธรรมที่เป็นภาพจำติดตาและเห็นได้บ่อยครั้งผ่านทางซีรีส์เกาหลี ที่ทำให้แฟนซีรีส์เห็นและสนใจอยากลิ้มลอง เพื่อตามรอยซีรีส์ ชื่นชอบ และมีอารมณ์ร่วมกับตัวละคร เหมือนได้ใช้ชีวิตตามแบบซีรีส์ ประกอบกับความชื่นชอบเฉพาะตัวศิลปิน ดาราที่มีผลต่อแรงจูงใจ กระตุ้นความอยากรลอง รวมถึงการที่ได้สัมผัส Soft Culture ผ่านทางสื่อบันเทิงที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อและเลือกดื่มโซจู

การศึกษากาโฆษณาแฝงผลิตภัณฑ์โซจูในซีรีส์เกาหลีบนแพลตฟอร์มสตรีมมิงวิดีโอเน็ตฟลิกซ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยโดยการสังเกต (Observational Research) แบบ การวิจัยเชิงวิเคราะห์ (Observational Analytic Studies) โดยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกต นำมาวิเคราะห์ เก็บข้อมูลโดยการดูซีรีส์เกาหลีที่ติดอันดับความนิยมจากสถิติประเทศไทยในแพลตฟอร์มสตรีมมิงวิดีโอเน็ตฟลิกซ์ 3 เรื่องดังนี้ (1) ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Business Proposal (2) ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Itaewon Class (3) ซีรีส์เกาหลีเรื่อง Tomorrow

ผลการศึกษาพบว่า การนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมที่ค่อนข้างโดดเด่นจากชาติอื่น ๆ โดยมีสื่อซีรีส์ที่สร้างความสนุกสนานเป็นตัวช่วยสร้างภาพจำสินค้า รวมถึงตัว Presenter ของสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ช่วยยกระดับภาพลักษณ์สินค้าที่มีความล่อแหลมได้ อีกทั้งไม่มีกำแพงกฎหมายในประเทศกีดกันการขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมถึงนโยบายการสนับสนุน Soft Power ของรัฐบาลทำให้เกาหลีประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากในการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม วงการ K-Pop เป็นแนวทางการสร้างความรัก หรือ Loyalty Customer ที่สมบูรณ์ ด้วยองค์ประกอบหลัก 3 อย่าง คือ (1) Passion ความน่าหลงใหลในรูปแบบลักษณะ ความสามารถของศิลปิน (2) Intimacy ความใกล้ชิดของศิลปินกับกลุ่มแฟนคลับมีช่องทางติดต่อกันตลอด (3) Commitment การผูกมัด/ความผูกพัน การมีเป้าหมายร่วมกันของทั้งศิลปิน และกลุ่มแฟนคลับ

คำสำคัญ : โฆษณาแฝง/ Soft Power/ Loyalty Customer/ เลียนแบบ/ ซีรีส์เกาหลี