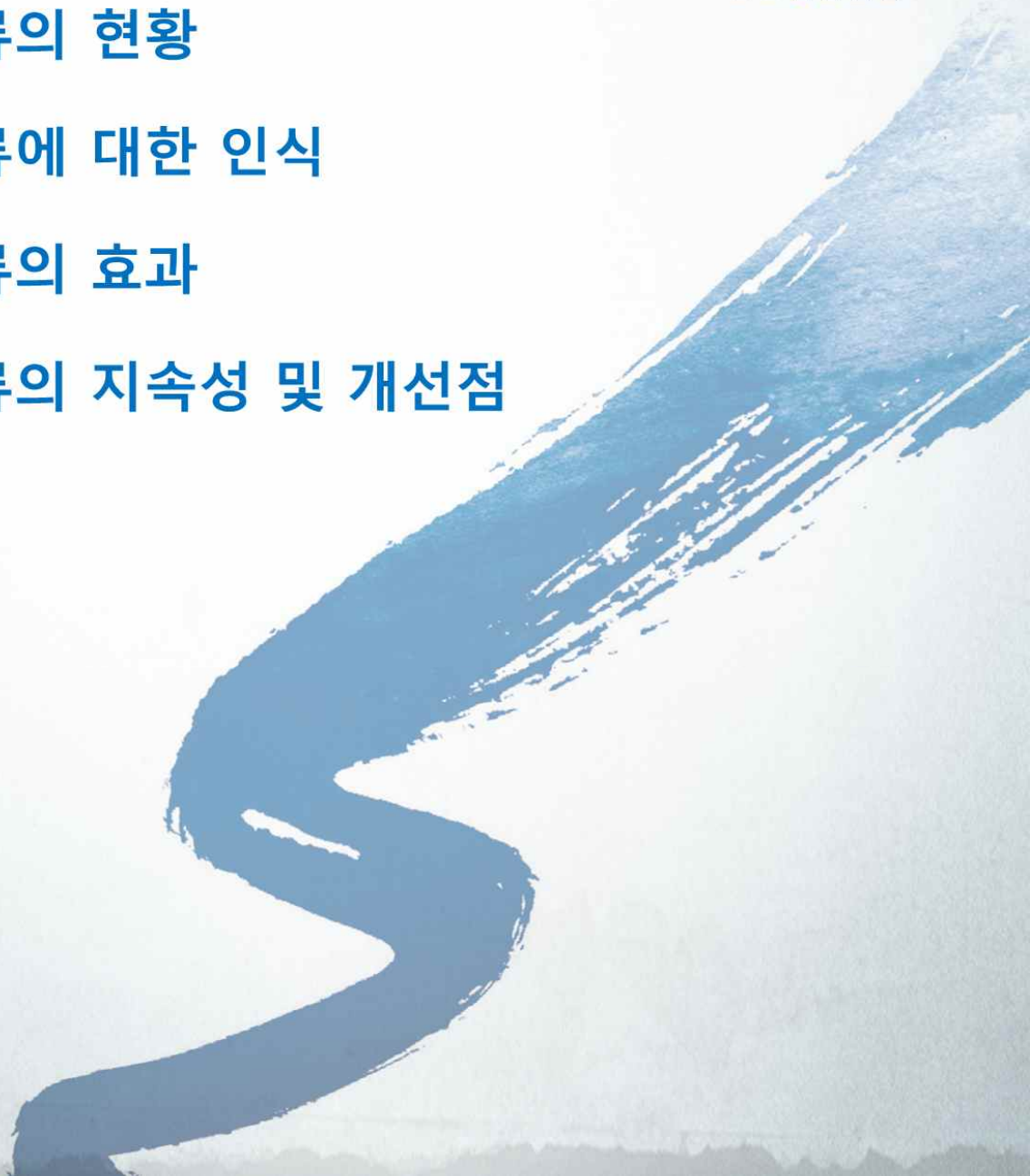


제7장 국가별 결과 분석 : 태국



- I. 한류의 현황
- II. 한류에 대한 인식
- III. 한류의 효과
- IV. 한류의 지속성 및 개선점



목 차

제7장 국가별 결과 분석 : 태국	1
I. 한류의 현황	1
1. 한국 연상 이미지	1
2. 한국에 대한 인식	2
3. 한국문화 콘텐츠 소비량	3
4. 한국문화 콘텐츠 인기도	4
5. 한국문화 관심도	5
6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)	6
7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)	7
II. 한류에 대한 인식	8
1. 한류 용어 인지도 및 호감도	8
2. 한류 대표 콘텐츠	9
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악	10
(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램	10
(2) 한국 영화	11
(3) 한국 음악(K-POP)	12
(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터	13
(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임	14
(6) 한국 패션, 뷰티	15
(7) 한국 음식	16
(8) 한국 도서(출판물)	17
4. 한류 콘텐츠별 정보 채널	18
5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인	19
(1) 한국 드라마	19
(2) 한국 영화	20
(3) 한국 음악(K-POP)	21
6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타	22
III. 한류의 효과	23
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도	23
(1) 생활용품 및 서비스	23
(2) 고가용품 및 서비스	24
2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용	25
IV. 한류의 지속성 및 개선점	26
1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항	26
2. 한류 지속 여부	28
3. 반한류 공감도	29
4. 요약 및 결론	30

<표 차례>

[표 7-1. 한국 최초 이미지]	1
[표 7-2. 한국에 대한 인식]	2
[표 7-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[표 7-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[표 7-5. 한국문화상품 관심도]	5
[표 7-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[표 7-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[표 7-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[표 7-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[표 7-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[표 7-11. 한국 영화]	11
[표 7-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[표 7-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[표 7-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[표 7-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[표 7-16. 한국 음식]	16
[표 7-17. 한국 도서(출판물)]	17
[표 7-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]	18
[표 7-19. 한국 드라마 인기 요인]	19
[표 7-20. 한국 영화 인기 요인]	20
[표 7-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[표 7-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[표 7-23. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[표 7-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[표 7-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[표 7-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]	27
[표 7-27. 한류 지속 여부]	28
[표 7-28. 반 한류 공감도와 이유]	29

<그림 차례>

[그림 7-1. 한국 최초 이미지]	1
[그림 7-2. 한국에 대한 인식]	2
[그림 7-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]	3
[그림 7-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]	4
[그림 7-5. 한국문화상품 관심도]	5
[그림 7-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]	6
[그림 7-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]	7
[그림 7-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]	8
[그림 7-9. 한류 대표 콘텐츠]	9
[그림 7-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]	10
[그림 7-11. 한국 영화]	11
[그림 7-12. 한국 음악(K-POP)]	12
[그림 7-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]	13
[그림 7-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]	14
[그림 7-15. 한국 패션, 뷰티]	15
[그림 7-16. 한국 음식]	16
[그림 7-17. 한국 도서(출판물)]	17
[그림 7-18. 한국 드라마 인기 요인]	19
[그림 7-19. 한국 영화 인기 요인]	20
[그림 7-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]	21
[그림 7-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]	22
[그림 7-22. 생활용품 및 서비스 경험]	23
[그림 7-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]	24
[그림 7-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]	25
[그림 7-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]	26
[그림 7-26. 한류 지속 여부]	28
[그림 7-27. 반 한류 공감도와 이유]	29

제7장 국가별 결과 분석 : 태국

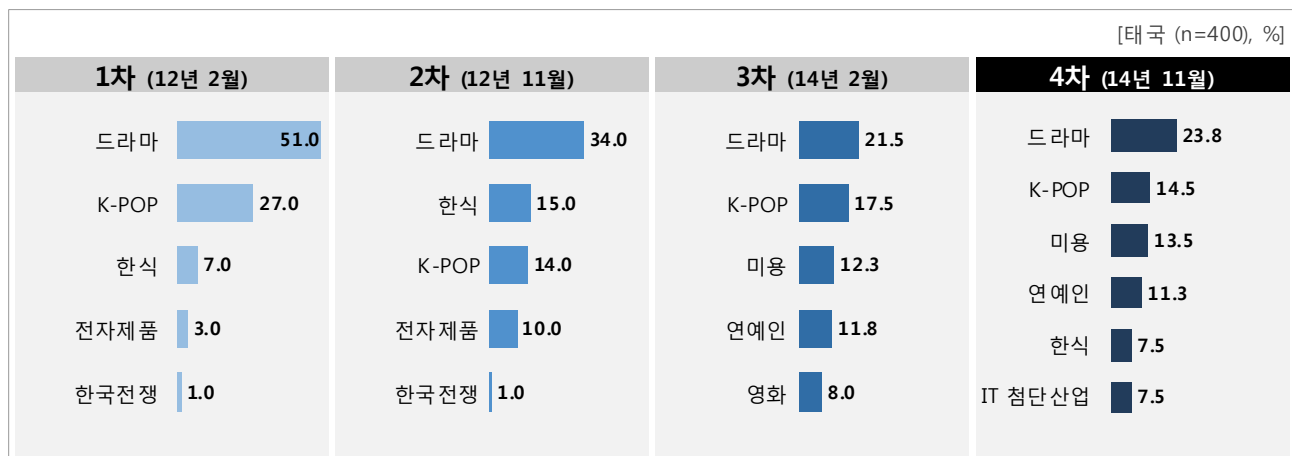
I. 한류의 현황

1. 한국 연상 이미지

Q2. 만약 한국에 대해 알고 있다면, 가장 먼저 떠오르는 것은 무엇입니까?

- 한국에 대한 연상이미지는 '드라마'가 23.8%(95명)로 가장 높았으며, 그 외 K-POP, 미용, 연예인 순으로 나타남
- 드라마는 40대 여성 한류 호감층을 중심으로 높게 나타나고 있으며, K-POP은 10대, 한류 호감층을 중심으로, 미용은 10~30대 기혼 여성층에서 연상이 높음

[그림 7-1. 한국 최초 이미지]



[표 7-1. 한국 최초 이미지]

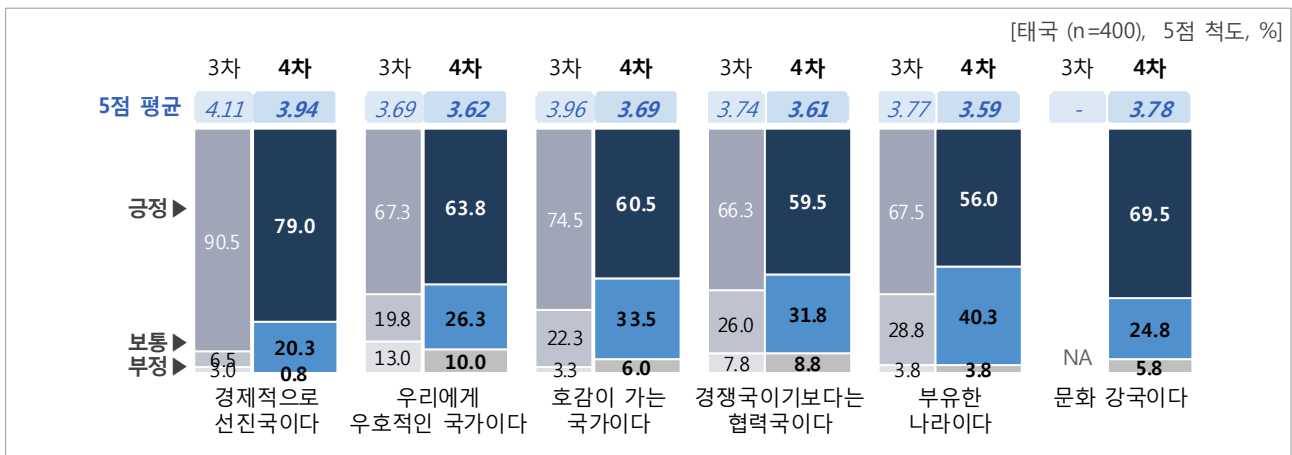
연상 이미지 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
드라마	14.5	<u>33.0</u>	23.0	22.0	24.0	<u>27.6</u>	15.4	23.0	24.8	27.6	21.1	24.1	<u>26.1</u>	23.2	18.5
K-POP	15.5	13.5	<u>21.0</u>	14.0	12.0	12.6	-	15.6	12.7	10.3	<u>19.7</u>	13.6	<u>20.2</u>	11.0	22.2
미용	11.0	<u>16.0</u>	<u>13.0</u>	<u>15.0</u>	<u>14.0</u>	10.3	23.1	<u>15.6</u>	10.2	13.8	13.2	13.6	12.6	14.2	11.1
연예인	9.0	<u>13.5</u>	10.0	<u>16.0</u>	10.0	9.2	7.7	10.7	12.1	10.3	11.8	11.2	9.2	12.2	11.1
한식	8.0	7.0	5.0	8.0	8.0	10.3	-	7.8	7.0	10.3	2.6	8.5	5.9	7.9	11.1
IT 첨단산업	14.0	1.0	5.0	4.0	8.0	10.3	30.8	6.2	9.6	-	11.8	7.1	5.0	8.3	11.1

2. 한국에 대한 인식

Q1. 귀하는 한국에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 태국에서의 한국에 대한 인식은 전반적으로 긍정적이나, 긍정비율이 지난 조사 대비 전반적으로 소폭 감소함
- '경제적으로 선진국이다'가 79.0%(316명)로 가장 높고, 그 외 '문화 강국이다', '우리에게 우호적인 국가이다' 순으로 나타남
- 한국이 경제적으로 선진국이라는 인식은 30~50대 여성, 한류 호감층에서 높음
- 문화 강국이라는 인식은 40~50대 여성, 미혼, 한류 호감층에서 높음
- 우호적인 국가라는 인식은 30대 미혼 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남

[그림 7-2. 한국에 대한 인식]



[표 7-2. 한국에 대한 인식]

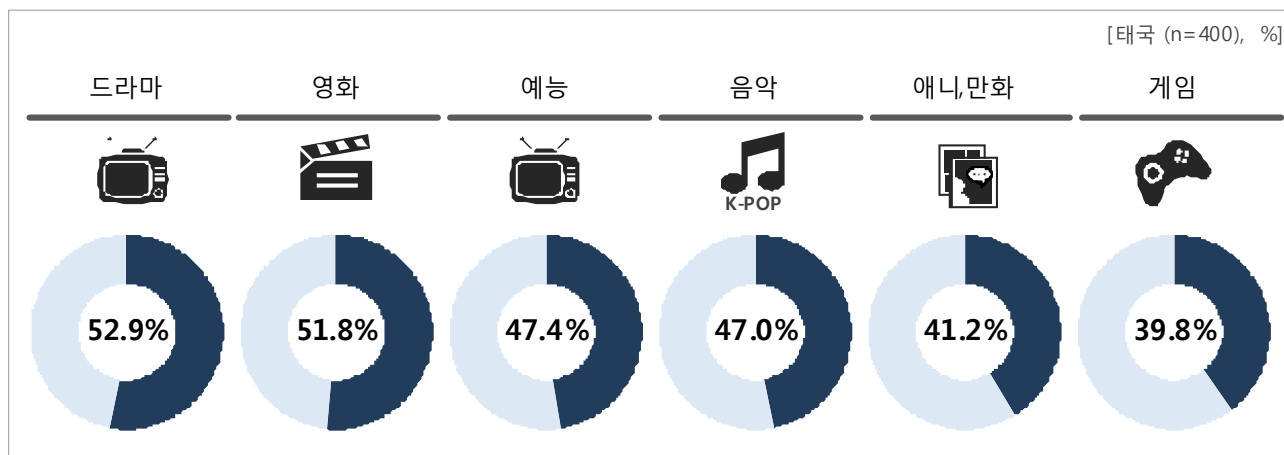
Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
경제적으로 선진국이다	76.5	<u>81.5</u>	67.0	80.0	<u>86.0</u>	<u>82.8</u>	<u>84.6</u>	77.4	81.5	69.0	73.7	<u>81.4</u>	<u>95.8</u>	72.4	66.7
우리에게 우호적인 국가이다	56.5	<u>71.0</u>	54.0	60.0	<u>75.0</u>	66.7	61.5	57.2	<u>73.9</u>	62.1	60.5	64.7	<u>75.6</u>	61.0	37.0
호감이 가는 국가이다	55.5	<u>65.5</u>	54.0	62.0	<u>67.0</u>	59.8	53.8	56.0	<u>67.5</u>	55.2	60.5	61.0	<u>84.9</u>	52.0	33.3
경쟁국이기보다는 협력국이다	51.0	<u>68.0</u>	49.0	58.0	<u>71.0</u>	63.2	38.5	51.9	<u>71.3</u>	62.1	52.6	61.0	<u>79.0</u>	54.3	22.2
부유한 나라이다	57.0	55.0	48.0	57.0	57.0	58.6	<u>84.6</u>	50.6	<u>64.3</u>	51.7	52.6	57.3	<u>73.1</u>	50.0	37.0
문화 강국이다	63.5	<u>75.5</u>	59.0	71.0	70.0	<u>78.2</u>	<u>76.9</u>	62.6	<u>80.3</u>	48.3	65.8	<u>72.5</u>	<u>89.1</u>	63.4	40.7

3. 한국문화 콘텐츠 소비량

Q7_1. 최근 1년간 귀하가 다음 각 문화 콘텐츠를 소비하는데 있어서 한국 콘텐츠의 비중이 몇 % 정도라고 생각하십니까?

- 태국인의 한국 콘텐츠 소비 비중은 전반적으로 30%이상의 높은 수준이며, 특히 '드라마'와 '영화', '예능', 'K-POP'은 약 50% 가량의 높은 소비량을 보임
- 드라마와 영화는 20~40대 여성, 한류 호감층에서 소비량이 상대적으로 높음
- 예능은 20대 여성, 한류 호감층을 중심으로, K-POP은 10대~20대 여성, 한류 호감층을 중심으로 소비량이 높음

[그림 7-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]



[표 7-3. 한국문화 콘텐츠 소비량]

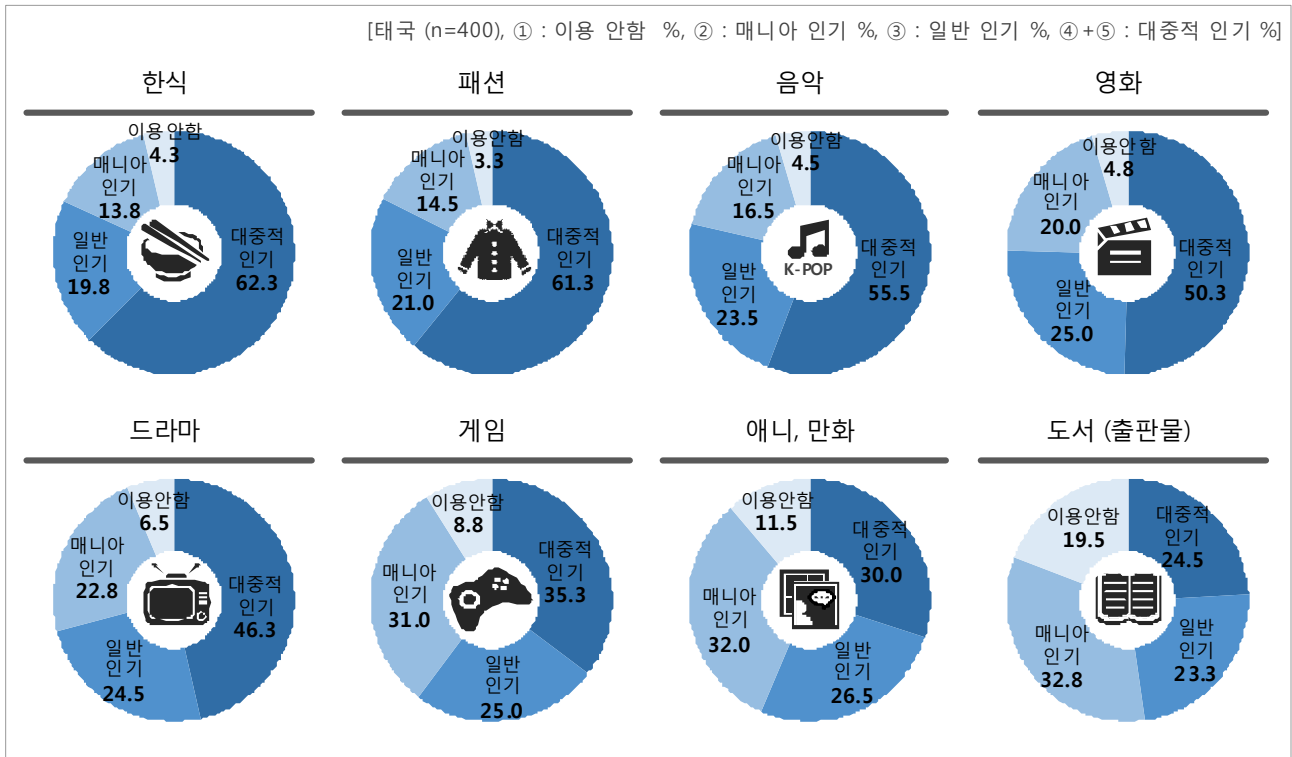
한국문화 콘텐츠 소비량 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
드라마	47.3	<u>58.5</u>	50.5	<u>53.5</u>	<u>53.7</u>	<u>55.9</u>	39.6	51.8	54.5	45.0	<u>54.3</u>	<u>53.3</u>	<u>66.8</u>	47.7	39.8
영화	48.3	<u>55.4</u>	49.9	<u>54.2</u>	<u>52.7</u>	<u>52.9</u>	34.2	50.9	53.2	44.3	<u>53.3</u>	<u>52.2</u>	<u>66.4</u>	46.1	40.9
예능	44.0	<u>50.9</u>	46.5	<u>50.9</u>	48.2	47.2	23.5	47.2	47.7	44.3	49.2	47.3	<u>64.3</u>	41.1	32.4
음악	43.9	<u>50.2</u>	<u>51.4</u>	<u>49.0</u>	46.8	44.1	19.6	47.8	45.8	44.3	<u>51.1</u>	46.3	<u>64.5</u>	40.4	32.4
애니, 만화	37.8	<u>44.6</u>	43.8	43.3	42.7	37.0	21.2	40.4	42.4	42.9	43.8	40.3	<u>56.2</u>	35.6	27.6
게임	39.3	40.2	42.8	41.0	43.0	34.0	20.4	39.9	39.5	40.9	44.1	38.5	<u>54.9</u>	33.9	28.0

4. 한국문화 콘텐츠 인기도

Q6_2. 현재 귀하가 속한 나라에서 다음의 한국 대중문화상품의 인기가 어느 정도라고 생각하시는지 응답하여 주십시오.

- 태국에서 '한식'과 '패션'의 대중적 인기가 60.0%이상으로 매우 높은 수준이며, 그 외 'K-POP', '영화', '드라마' 역시 50% 정도의 높은 대중적 인기를 받음
- '애니/만화'와 '도서'를 제외하고 전반적으로 이용안함의 비중이 10% 미만으로 한국 콘텐츠에 대한 이용이 활발히 이루어지고 있음
- 한식은 40대 여성, 한류 호감층에서 대중적 인기가 높음
- 패션은 30대 기혼 여성, 한류 호감층에서 대중적 인기가 높음

[그림 7-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]



[표 7-4. 한국문화 콘텐츠 인기도]

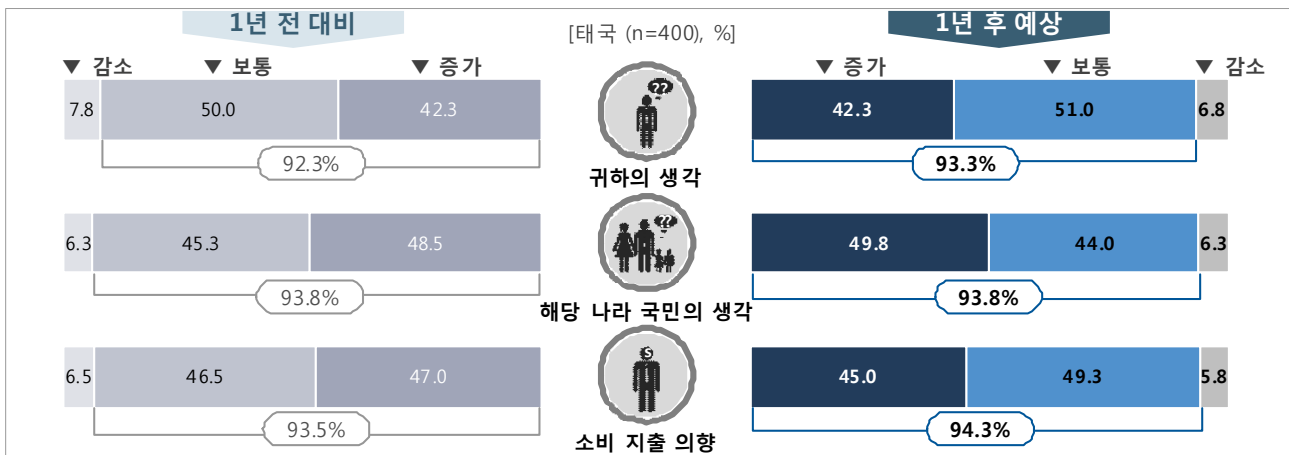
대중적 인기 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
한국 음식	54.5	<u>70.0</u>	55.0	58.0	66.0	<u>70.1</u>	69.2	60.5	<u>65.0</u>	55.2	55.3	<u>64.7</u>	<u>78.2</u>	57.1	40.7
한국 패션	54.0	<u>68.5</u>	60.0	59.0	<u>65.0</u>	62.1	53.8	<u>63.8</u>	57.3	65.5	56.6	62.0	<u>81.5</u>	53.1	48.1
한국 음악(K-POP)	49.5	<u>61.5</u>	53.0	52.0	57.0	<u>60.9</u>	53.8	<u>57.2</u>	52.9	51.7	50.0	<u>57.3</u>	<u>71.4</u>	49.2	44.4
한국 영화	43.5	<u>57.0</u>	44.0	49.0	48.0	<u>58.6</u>	<u>69.2</u>	49.0	52.2	41.4	43.4	<u>52.9</u>	<u>66.4</u>	44.5	33.3
한국 드라마	38.5	<u>54.0</u>	34.0	45.0	45.0	<u>60.9</u>	<u>61.5</u>	44.4	<u>49.0</u>	34.5	36.8	<u>49.8</u>	<u>63.9</u>	40.6	22.2
한국 게임	35.0	35.5	36.0	37.0	40.0	28.7	23.1	37.0	32.5	31.0	35.5	35.6	<u>55.5</u>	27.2	22.2
한국 애니, 만화	27.0	33.0	31.0	26.0	35.0	28.7	23.1	28.8	31.8	34.5	26.3	30.5	<u>52.1</u>	22.4	3.7
한국도서 (출판물)	19.0	<u>30.0</u>	28.0	22.0	30.0	18.4	15.4	23.9	25.5	31.0	25.0	23.7	<u>44.5</u>	16.1	14.8

5. 한국문화 관심도

Q14. 귀하는 다음의 한국문화상품 관련 사항에 대하여 어떻게 생각하십니까?

- 1년 전 대비 현재의 한국문화상품에 대한 관심도는 본인 및 국민 모두 비슷하거나 증가했다는 의견이 90% 이상이며, 소비지출의향 역시 증가했다는 의견이 대다수임
- 1년 후에도 본인 및 태국 국민의 관심도와 소비지출의향이 현재와 유사하거나 증가할 것이라는 예상이 90% 이상으로 압도적으로 우세하여 한국문화상품에 대해 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 파악됨
- 특히, 20~40대 여성, 미혼, 한류 호감층에서 전반적으로 1년 전 대비, 그리고 향후 1년 후 관심도 및 소비지출의향이 증가할 것으로 인식하고 있음

[그림 7-5. 한국문화상품 관심도]



[표 7-5. 한국문화상품 관심도]

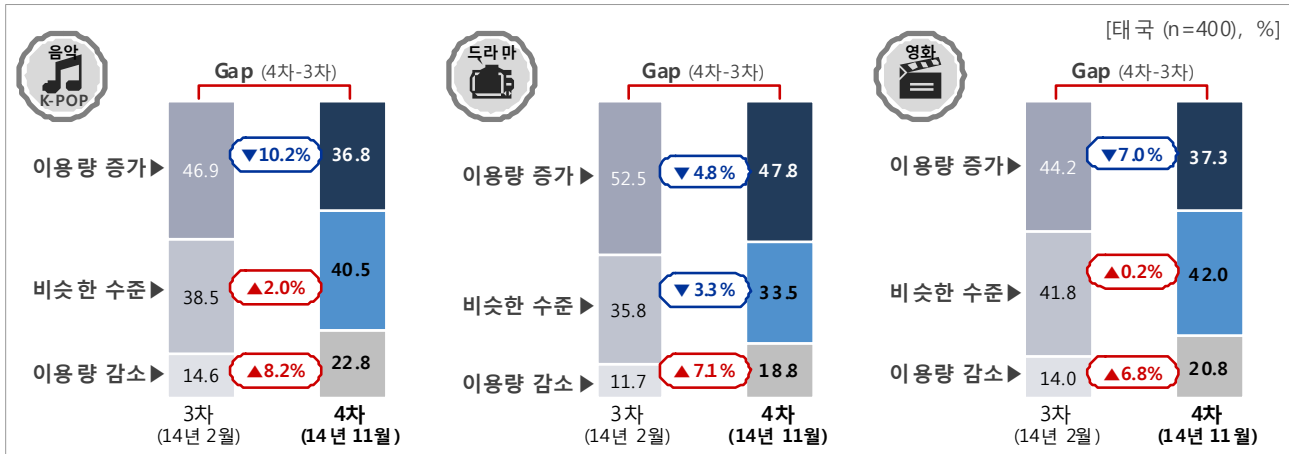
한국 문화 상품 관심도 %		귀하의 생각						해당나라 국민의 생각						소비 지출 의향					
		1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상			1년전 대비			1년후 예상		
		감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)	11.0	54.0	35.0	10.5	55.0	34.5	10.5	48.0	41.5	10.0	48.5	41.5	10.5	47.0	42.5	9.5	52.0	38.5
	여성 (200)	4.5	46.0	<u>49.5</u>	3.0	47.0	<u>50.0</u>	2.0	42.5	<u>55.5</u>	2.5	39.5	<u>58.0</u>	2.5	46.0	<u>51.5</u>	2.0	46.5	<u>51.5</u>
연령	15~19세 (100)	12.0	54.0	34.0	10.0	51.0	39.0	7.0	51.0	42.0	9.0	46.0	45.0	5.0	55.0	40.0	6.0	55.0	39.0
	20대 (100)	9.0	46.0	<u>45.0</u>	10.0	51.0	39.0	10.0	42.0	48.0	9.0	42.0	49.0	11.0	40.0	<u>49.0</u>	9.0	48.0	43.0
	30대 (100)	6.0	47.0	<u>47.0</u>	3.0	46.0	<u>51.0</u>	4.0	45.0	<u>51.0</u>	2.0	45.0	<u>53.0</u>	4.0	45.0	<u>51.0</u>	2.0	44.0	<u>54.0</u>
	40대 (87)	3.4	51.7	<u>44.8</u>	3.4	55.2	<u>41.4</u>	3.4	42.5	<u>54.0</u>	4.6	42.5	<u>52.9</u>	5.7	43.7	<u>50.6</u>	5.7	49.4	44.8
	50대 (13)	7.7	61.5	30.8	7.7	61.5	30.8	7.7	46.2	46.2	7.7	46.2	46.2	7.7	61.5	30.8	7.7	53.8	38.5
결혼 여부	기혼 (243)	8.6	51.9	39.5	9.1	51.9	39.1	7.4	46.9	45.7	7.8	44.4	47.7	7.4	46.5	46.1	7.0	50.2	42.8
	미혼 (157)	6.4	47.1	<u>46.5</u>	3.2	49.7	<u>47.1</u>	4.5	42.7	<u>52.9</u>	3.8	43.3	<u>52.9</u>	5.1	46.5	48.4	3.8	47.8	48.4
학력	중졸이하 (29)	10.3	58.6	31.0	6.9	55.2	37.9	3.4	62.1	34.5	3.4	58.6	37.9	3.4	58.6	37.9	3.4	65.5	31.0
	고졸 (76)	11.8	51.3	36.8	11.8	52.6	35.5	7.9	51.3	40.8	10.5	46.1	43.4	6.6	56.6	36.8	7.9	53.9	38.2
	대졸이상 (295)	6.4	48.8	<u>44.7</u>	5.4	50.2	<u>44.4</u>	6.1	42.0	<u>51.9</u>	5.4	42.0	<u>52.5</u>	6.8	42.7	<u>50.5</u>	5.4	46.4	<u>48.1</u>
한류 태도	호감 (119)	-	18.5	<u>81.5</u>	0.8	22.7	<u>76.5</u>	-	16.0	<u>84.0</u>	1.7	18.5	<u>79.8</u>	-	15.1	<u>84.9</u>	0.8	18.5	<u>80.7</u>
	보통 (254)	9.8	63.0	27.2	7.5	63.8	28.7	7.9	58.7	33.5	7.1	55.9	37.0	7.5	61.4	31.1	6.7	63.4	29.9
	비호감 (27)	22.2	66.7	11.1	25.9	55.6	18.5	18.5	48.1	33.3	18.5	44.4	37.0	25.9	44.4	29.6	18.5	51.9	29.6

6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)

Q7_2. 귀하께서는 현재 한국 대중문화의 평균 이용량이 1년 전에 비해 어떻다고 생각하십니까?

- 한국문화상품 이용량은 전반적으로 3차 조사 대비 소폭 감소한 것으로 나타남
- K-POP은 40대 이상 남성, 한류 비호감층에서 이용량 감소비율이 높음
- 드라마는 10~20대 남성, 한류 비호감층에서, 영화는 20대 및 40대 이상 남성, 한류 비호감층에서 이용량 감소 비율이 높음

[그림 7-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]



[표 7-6. 한국문화 이용량 변화 (1년 전 대비)]

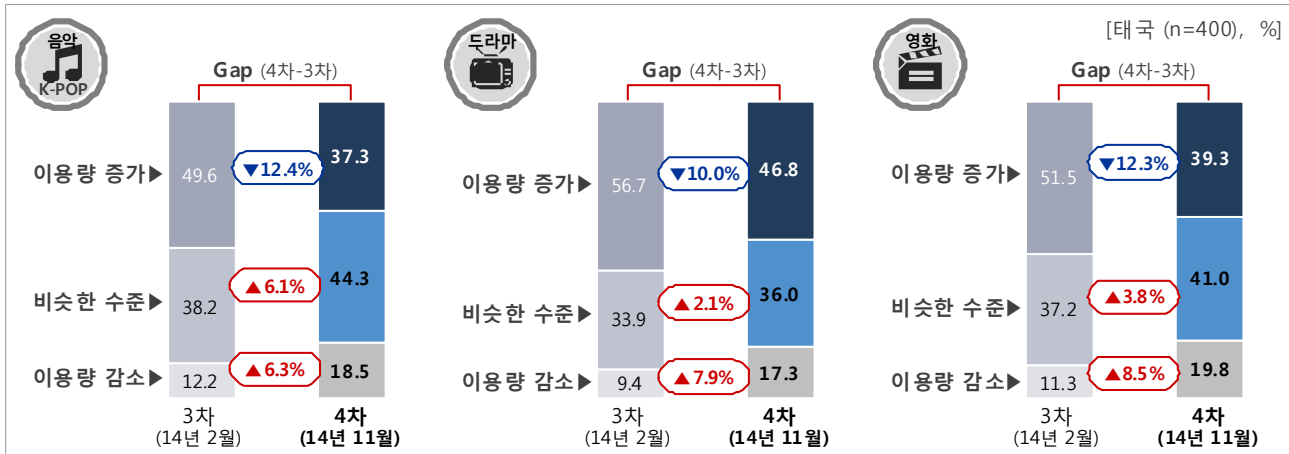
한국문화 1년 전 대비 이용량 변화 %			음악			드라마			영화		
			3차 조사			4차 조사			3차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		15.8	39.5	44.6	27.0	39.5	33.5	14.7	41.8	43.5
	여성 (200)		13.5	37.5	49.0	18.5	41.5	40.0	9.0	30.2	60.8
연령	15~19세 (100)		18.1	31.9	50.0	24.0	29.0	47.0	9.9	27.5	62.6
	20대 (100)		15.8	31.6	52.6	23.0	40.0	37.0	14.4	33.0	52.6
	30대 (100)		13.0	44.6	42.4	19.0	42.0	39.0	10.2	37.8	52.0
	40대 (87)		10.3	48.5	41.2	25.3	47.1	27.6	12.5	45.8	41.7
	50대 (13)		15.0	40.0	45.0	23.1	76.9	-	12.0	40.0	48.0
결혼 여부	기혼 (243)		15.8	35.1	49.1	23.9	36.6	39.5	13.0	31.8	55.2
	미혼 (157)		12.9	43.5	43.5	21.0	46.5	32.5	10.0	41.3	48.8
학력	중졸이하 (29)		27.8	33.3	38.9	20.7	41.4	37.9	5.6	50.0	44.4
	고졸 (76)		17.6	29.4	52.9	26.3	32.9	40.8	8.7	29.8	61.5
	대졸이상 (295)		12.4	42.6	45.0	22.0	42.4	35.6	13.4	37.2	49.4
한류 태도	호감 (119)		9.3	33.8	57.0	5.9	26.9	67.2	4.5	27.3	68.2
	보통 (254)		17.3	43.6	39.1	27.6	48.0	24.4	16.1	42.7	41.2
	비호감 (27)		31.3	18.8	50.0	51.9	29.6	18.5	22.2	27.8	50.0

7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)

Q7_3. 귀하께서는 1년 후 한국 대중문화의 평균 이용량이 현재와 비교하여 어떠할 것이라고 생각하십니까?

- 향후 한국문화 이용량이 증가하거나 현재와 유사한 수준으로 예상하는 비중이 약 80% 가량으로 지난 3차 조사 대비 소폭 감소함
- K-POP은 40대 이상 남성, 한류 비호감층을 중심으로 이용량 감소를 높게 예상함
- 드라마는 20대 남성, 한류 비호감층에서, 영화는 10~20대 남성, 한류 비호감층에서 이용량 감소를 높게 예상함

[그림 7-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]



[표 7-7. 한국문화 이용량 변화 (1년 후 대비)]

한국문화 1년 후 대비 이용량 변화 %			음악			드라마			영화		
			3차 조사			3차 조사			3차 조사		
			감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑	감소↓	비슷=	증가↑
성별	남성 (200)		15.3	36.2	48.6	<u>24.5</u>	43.5	32.0	12.5	35.3	52.2
	여성 (200)		9.4	40.1	50.5	12.5	45.0	42.5	6.5	32.7	60.8
연령	15~19세 (100)		13.8	29.8	56.4	16.0	37.0	47.0	8.8	24.2	67.0
	20대 (100)		13.7	34.7	51.6	19.0	45.0	36.0	12.4	29.9	57.7
	30대 (100)		10.9	41.3	47.8	15.0	42.0	43.0	7.1	36.7	56.1
	40대 (87)		10.3	48.5	41.2	<u>21.8</u>	52.9	25.3	9.7	47.2	43.1
	50대 (13)		10.0	45.0	45.0	<u>38.5</u>	53.8	7.7	8.0	36.0	56.0
결혼 여부	기혼 (243)		13.5	33.8	52.7	16.9	42.8	40.3	10.8	30.9	58.3
	미혼 (157)		10.2	44.9	44.9	21.0	46.5	32.5	7.5	38.1	54.4
학력	중졸이하 (29)		27.8	27.8	44.4	13.8	44.8	41.4	5.6	38.9	55.6
	고졸 (76)		10.8	32.4	56.9	<u>22.4</u>	35.5	42.1	8.7	28.8	62.5
	대졸이상 (295)		11.6	41.4	47.0	18.0	46.4	35.6	10.0	35.6	54.4
한류 태도	호감 (119)		9.3	29.1	61.6	5.0	26.1	68.9	3.2	24.0	72.7
	보통 (254)		13.4	44.1	42.6	21.7	53.5	24.8	13.3	41.2	45.5
	비호감 (27)		25.0	50.0	25.0	<u>48.1</u>	37.0	14.8	16.7	33.3	50.0

제7장 국가별 결과 분석 : 태국

II. 한류에 대한 인식

1. 한류 용어 인지도 및 호감도

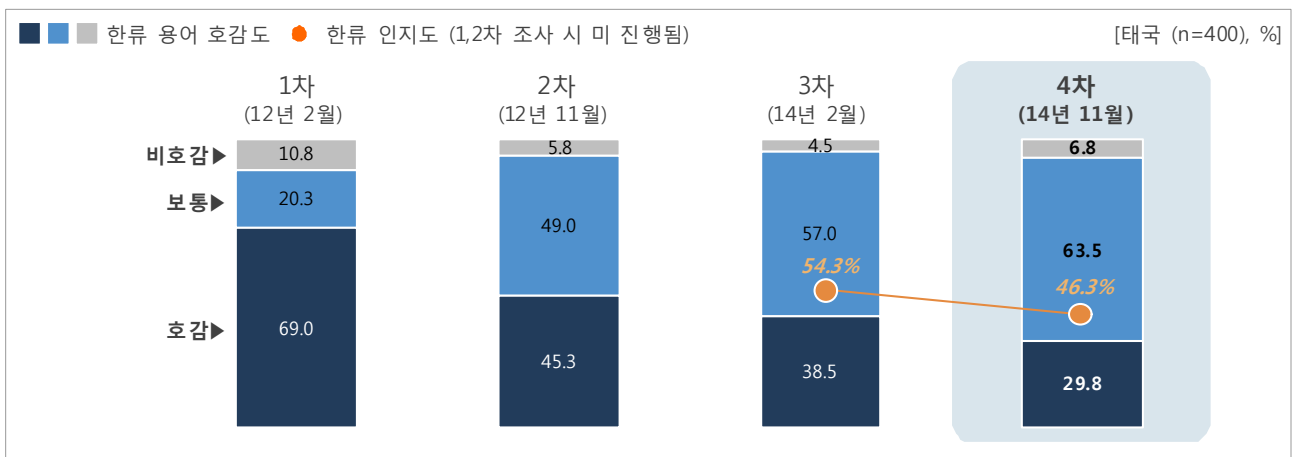
Q4. 한국 대중문화 유행 현상을 한류(Korean Wave/Hallyu)라고 부릅니다.

귀하께서는 '한류'라는 용어를 이전에 들어본 적이 있습니까?

Q4_1. 귀하께서는 한류라는 용어에 대해 어떻게 생각하십니까?

- 한류의 인지도는 46.3%(185명)로 지난 조사 대비 대폭 감소하였음
- 한류 호감도는 29.8%(119명)로 높지 않은 수준이며, 이는 1차 조사 이후 지속적인 하락세를 보임
- 한류 인지도는 20~30대 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 나타남
- 한류 호감도는 20~30대 미혼 여성을 중심으로 높게 나타나는 반면, 20대 기혼 남성층에서는 한류에 대한 호감도가 상대적으로 낮은 것으로 나타남

[그림 7-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]



[표 7-8. 한류 용어 인지도 및 호감도]

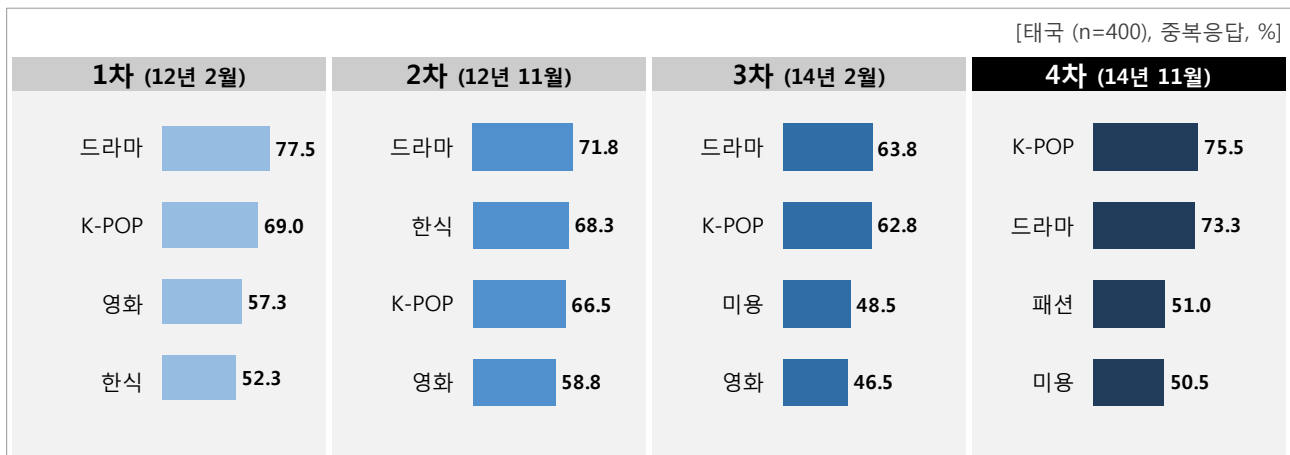
%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸 이하 (29)	고졸 (76)	대졸 이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
한류 인지도	44.0	<u>48.5</u>	40.0	<u>53.0</u>	<u>55.0</u>	40.2	15.4	46.1	46.5	17.2	<u>51.3</u>	<u>47.8</u>	<u>73.1</u>	34.3	40.7
한류 호감도 - 호감	27.0	<u>32.5</u>	21.0	<u>37.0</u>	<u>34.0</u>	29.9	7.7	28.8	<u>31.2</u>	17.2	27.6	<u>31.5</u>	<u>100.0</u>	-	-
한류 호감도 - 보통	64.5	62.5	72.0	52.0	63.0	63.2	92.3	62.1	65.6	82.8	61.8	62.0	-	100.0	-
한류 호감도 - 비호감	<u>8.5</u>	5.0	7.0	<u>11.0</u>	3.0	6.9	-	9.1	3.2	-	10.5	6.4	-	-	100.0

2. 한류 대표 콘텐츠

Q5. 다음 보기 중 '한류'라고 생각하는 것을 모두 선택해 주십시오.

- 한류의 대표 콘텐츠는 'K-POP'이 75.5%(302명)로 가장 높았으며, 그 외 '드라마', '패션', '미용' 순으로 높게 나타남
- K-POP은 10~30대, 기혼, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 인식하는 비중이 상대적으로 높음
- 드라마는 20대 및 40대 이상 여성, 한류 호감층에서 대표 콘텐츠로 높게 인식됨

[그림 7-9. 한류 대표 콘텐츠]



[표 7-9. 한류 대표 콘텐츠]

한류 대표 콘텐츠 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸 이하 (29)	고졸 (76)	대졸 이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
K-POP	75.0	76.0	<u>77.0</u>	<u>78.0</u>	<u>75.0</u>	72.4	69.2	<u>80.2</u>	68.2	72.4	68.4	<u>77.6</u>	<u>84.0</u>	71.3	77.8
드라마	67.0	<u>79.5</u>	69.0	<u>74.0</u>	72.0	<u>75.9</u>	<u>92.3</u>	74.1	72.0	55.2	63.2	<u>77.6</u>	<u>78.2</u>	71.3	70.4
패션	49.0	53.0	53.0	52.0	45.0	54.0	53.8	51.4	50.3	55.2	53.9	49.8	58.8	47.2	51.9
미용	41.0	<u>60.0</u>	<u>51.0</u>	46.0	49.0	<u>52.9</u>	<u>76.9</u>	51.9	48.4	55.2	48.7	50.5	54.6	49.2	44.4

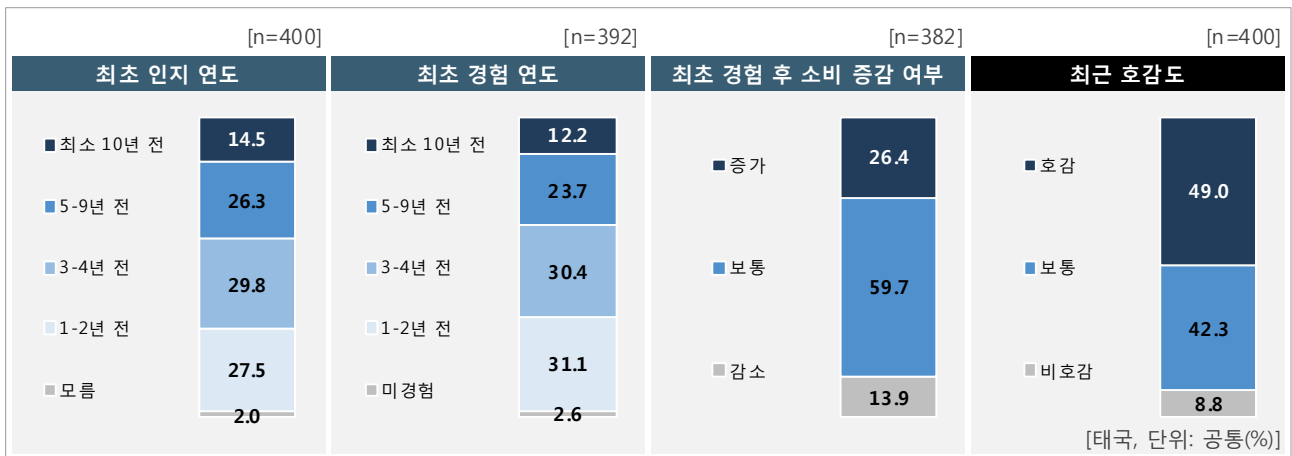
3. 한류 콘텐츠 별 행태 파악

(1) 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 태국에서 한국 드라마 인지율은 98.0%(392명), 10년 전부터 인지 비중은 14.5%(58명)임
- 한국 드라마 경험률은 97.4%(382명)이며, 10년 전 경험률은 12.2%(48명)임
특히 40~50대 여성, 한류 호감층에서 10년 전부터 인지/경험한 비중 높음
- 최초 경험 후 소비가 증가율은 26.4%(101명)이며, 최근 호감도는 49.0%(196명)임
30~40대 여성, 한류 호감층에서 드라마 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 7-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]



[표 7-10. 한국 TV 드라마 및 방송 프로그램]

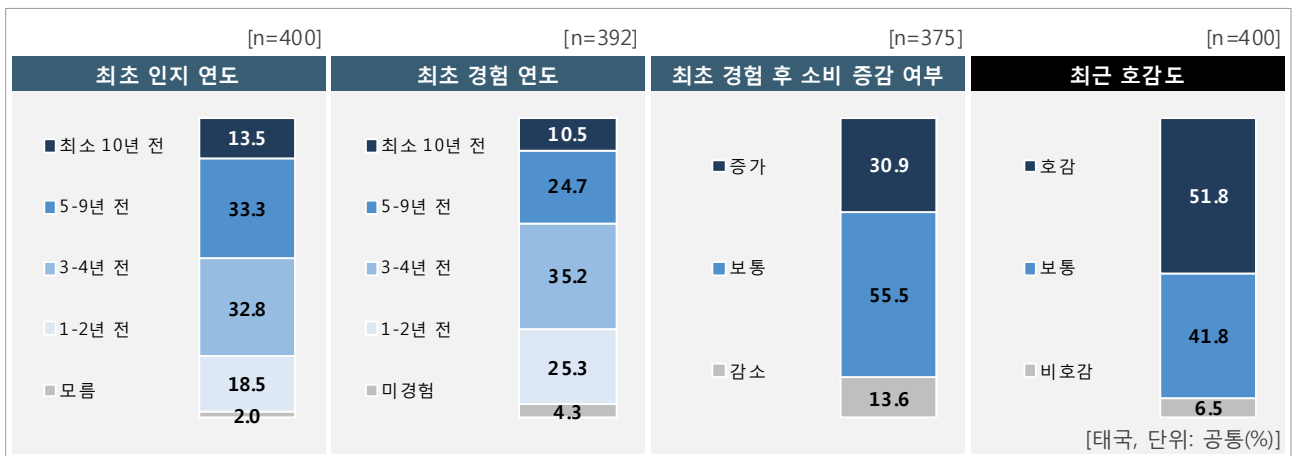
%			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		3.0	33.5	28.0	24.5	11.0	3.1	33.5	33.0	21.6	8.8	17.0	58.5	24.5	12.0	48.0	40.0
	여성 (200)		1.0	21.5	31.5	28.0	<u>18.0</u>	2.0	28.8	27.8	25.8	<u>15.7</u>	10.8	60.8	28.4	5.5	36.5	<u>58.0</u>
연령	15~19세 (100)		2.0	34.0	28.0	25.0	11.0	3.1	36.7	27.6	23.5	9.2	16.8	66.3	16.8	14.0	45.0	41.0
	20대 (100)		2.0	35.0	31.0	21.0	11.0	4.1	38.8	30.6	17.3	9.2	13.8	59.6	26.6	11.0	42.0	47.0
	30대 (100)		3.0	27.0	34.0	22.0	14.0	1.0	29.9	39.2	20.6	9.3	14.6	52.1	<u>33.3</u>	7.0	41.0	<u>52.0</u>
	40대 (87)		1.1	14.9	24.1	36.8	<u>23.0</u>	1.2	19.8	20.9	36.0	<u>22.1</u>	10.6	57.6	<u>31.8</u>	3.4	40.2	<u>56.3</u>
	50대 (13)		-	7.7	38.5	38.5	15.4	7.7	15.4	46.2	15.4	<u>15.4</u>	8.3	83.3	8.3	-	46.2	<u>53.8</u>
결혼 여부	기혼 (243)		1.6	28.8	30.0	25.9	13.6	3.3	30.5	31.8	22.2	12.1	14.3	58.4	27.3	11.1	40.3	48.6
	미혼 (157)		2.5	25.5	29.3	26.8	15.9	1.3	32.0	28.1	26.1	12.4	13.2	61.6	25.2	5.1	45.2	49.7
학력	중졸이하 (29)		3.4	24.1	37.9	34.5	-	-	35.7	39.3	21.4	3.6	14.3	67.9	17.9	13.8	48.3	37.9
	고졸 (76)		2.6	39.5	30.3	19.7	7.9	4.1	47.3	23.0	21.6	4.1	18.3	62.0	19.7	11.8	50.0	38.2
	대졸이상 (295)		1.7	24.7	28.8	27.1	<u>17.6</u>	2.4	26.6	31.4	24.5	<u>15.2</u>	12.7	58.3	<u>29.0</u>	7.5	39.7	<u>52.9</u>
한류 태도	호감 (119)		.8	18.5	33.6	26.9	<u>20.2</u>	.8	24.6	35.6	23.7	<u>15.3</u>	6.0	41.9	<u>52.1</u>	2.5	24.4	<u>73.1</u>
	보통 (254)		2.4	32.3	28.0	25.2	12.2	3.6	34.7	28.2	23.0	10.5	16.7	67.8	15.5	9.8	50.8	39.4
	비호감 (27)		3.7	22.2	29.6	33.3	11.1	-	26.9	26.9	30.8	15.4	23.1	65.4	11.5	25.9	40.7	33.3

(2) 한국 영화

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 영화의 인지 및 경험률은 95% 이상이며, 최소 10년 전부터 한국영화를 인정한 비율은 13.5%(54명)이며, 경험한 비율은 10.5%(41명)임
특히 30~40대 여성, 한류 호감층에서 10년 전부터 인정한 비중이 높음
- 한국 영화 경험 후 30.9%(116명)가 소비가 증가했으며, 최근 호감도는 51.8%(207명)로 높은 수준임
20~30대 여성, 한류 호감층에서 영화 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 높게 나타남

[그림 7-11. 한국 영화]



[표 7-11. 한국 영화]

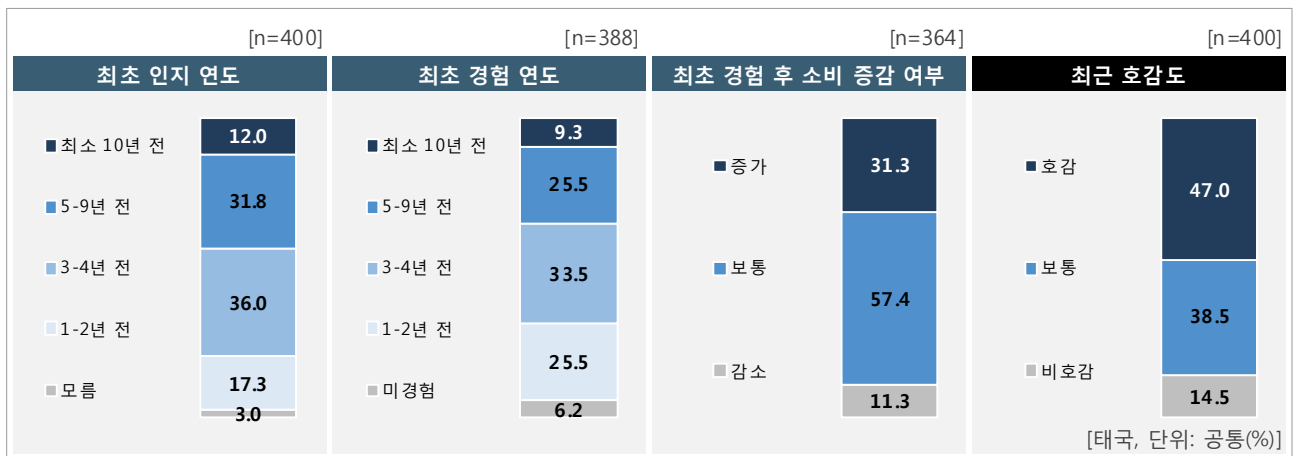
%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	1.5	21.5	32.0	33.5	11.5	4.1	24.4	39.6	22.3	9.6	15.9	55.6	28.6	11.0	44.5	44.5
	여성	(200)	2.5	15.5	33.5	33.0	<u>15.5</u>	4.6	26.2	30.8	27.2	11.3	11.3	55.4	<u>33.3</u>	2.0	39.0	<u>59.0</u>
연령	15~19세	(100)	2.0	25.0	31.0	28.0	14.0	3.1	29.6	31.6	23.5	12.2	15.8	56.8	27.4	12.0	40.0	48.0
	20대	(100)	1.0	20.0	36.0	33.0	10.0	7.1	29.3	37.4	20.2	6.1	12.0	52.2	<u>35.9</u>	5.0	42.0	<u>53.0</u>
	30대	(100)	1.0	15.0	38.0	31.0	<u>15.0</u>	2.0	23.2	40.4	23.2	11.1	15.5	51.5	<u>33.0</u>	2.0	39.0	<u>59.0</u>
	40대	(87)	2.3	16.1	24.1	41.4	<u>16.1</u>	4.7	21.2	24.7	36.5	12.9	12.3	56.8	30.9	6.9	43.7	49.4
	50대	(13)	15.4	-	38.5	38.5	7.7	9.1	-	81.8	-	9.1	-	100.0	-	7.7	61.5	30.8
결혼 여부	기혼	(243)	1.6	19.3	33.7	32.1	13.2	5.4	23.8	36.0	23.4	11.3	13.7	53.5	32.7	7.4	39.5	53.1
	미혼	(157)	2.5	17.2	31.2	35.0	14.0	2.6	27.5	34.0	26.8	9.2	13.4	58.4	28.2	5.1	45.2	49.7
학력	중졸이하	(29)	3.4	17.2	41.4	31.0	6.9	3.6	32.1	42.9	14.3	7.1	14.8	63.0	22.2	10.3	51.7	37.9
	고졸	(76)	1.3	32.9	31.6	26.3	7.9	4.0	41.3	24.0	24.0	6.7	15.3	54.2	30.6	10.5	40.8	48.7
	대졸이상	(295)	2.0	14.9	32.2	35.3	<u>15.6</u>	4.5	20.4	37.4	26.0	11.8	13.0	55.1	31.9	5.1	41.0	53.9
한류 태도	호감	(119)	-	13.4	27.7	41.2	<u>17.6</u>	2.5	18.5	34.5	30.3	<u>14.3</u>	6.0	31.0	<u>62.9</u>	0.8	21.0	<u>78.2</u>
	보통	(254)	3.1	20.5	35.0	29.9	11.4	4.9	26.4	37.8	23.6	7.3	15.8	66.7	17.5	7.1	51.6	41.3
	비호감	(27)	-	22.2	33.3	29.6	14.8	7.4	44.4	14.8	11.1	22.2	28.0	64.0	8.0	25.9	40.7	33.3

(3) 한국 음악(K-POP)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 태국에서의 K-POP 인지율은 97.0%(388명)로 높은 편이며, 그 중 12.0%(48명)는 최소 10년 전에 인지함
- 최초 경험 후 31.3%(114명)가 소비가 증가한 것으로 파악되며, 최근 호감도는 47.0%(188명)로 높은 수준임
- 20대, 한류 호감층에서 K-POP 최초 경험 후 소비증가가 상대적으로 높으며, 10~20대 여성, 기혼, 한류 호감층에서 최근 호감도가 상대적으로 높음

[그림 7-12. 한국 음악(K-POP)]



[표 7-12. 한국 음악(K-POP)]

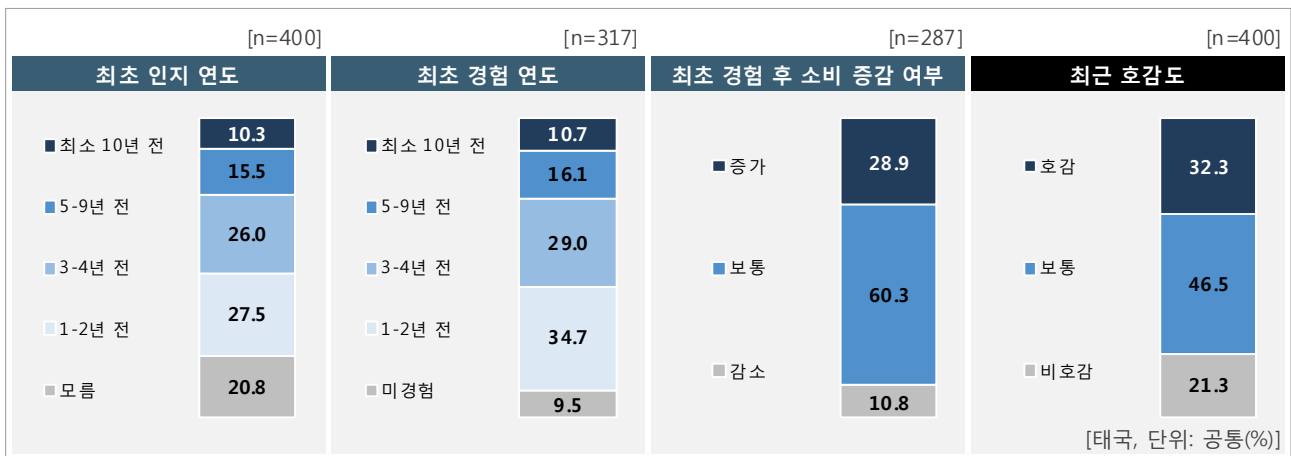
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	2.0	20.0	39.5	28.0	10.5	7.1	26.5	36.7	20.9	8.7	12.1	58.8	29.1	17.0	39.0	44.0
	여성	(200)	4.0	14.5	32.5	35.5	13.5	5.2	24.5	30.2	30.2	9.9	10.4	56.0	33.5	12.0	38.0	<u>50.0</u>
연령	15~19세	(100)	1.0	19.0	33.0	34.0	13.0	2.0	26.3	35.4	25.3	11.1	11.3	57.7	30.9	10.0	38.0	<u>52.0</u>
	20대	(100)	1.0	20.0	37.0	32.0	10.0	3.0	31.3	36.4	23.2	6.1	9.4	54.2	<u>36.5</u>	13.0	33.0	<u>54.0</u>
	30대	(100)	1.0	16.0	45.0	26.0	12.0	7.1	25.3	36.4	22.2	9.1	15.2	52.2	32.6	15.0	39.0	46.0
	40대	(87)	6.9	16.1	24.1	39.1	13.8	12.3	16.0	25.9	34.6	11.1	9.9	63.4	26.8	17.2	44.8	37.9
	50대	(13)	23.1	-	61.5	7.7	7.7	20.0	40.0	20.0	10.0	10.0	-	100.0	-	38.5	38.5	23.1
결혼 여부	기혼	(243)	1.2	16.0	36.2	34.6	11.9	3.8	24.2	37.5	24.2	10.4	11.3	55.8	32.9	13.2	36.6	<u>50.2</u>
	미혼	(157)	5.7	19.1	35.7	27.4	12.1	10.1	27.7	27.0	27.7	7.4	11.3	60.2	28.6	16.6	41.4	42.0
학력	중졸이하	(29)	-	13.8	34.5	48.3	3.4	3.4	31.0	37.9	20.7	6.9	17.9	53.6	28.6	6.9	44.8	48.3
	고졸	(76)	2.6	23.7	36.8	27.6	9.2	9.5	31.1	33.8	18.9	6.8	9.0	53.7	<u>37.3</u>	13.2	35.5	<u>51.3</u>
	대졸이상	(295)	3.4	15.9	35.9	31.2	13.6	5.6	23.5	33.0	27.7	10.2	11.2	58.7	30.1	15.6	38.6	45.8
한류 태도	호감	(119)	-	13.4	31.1	38.7	16.8	5.0	15.1	35.3	29.4	15.1	2.7	36.3	<u>61.1</u>	2.5	18.5	<u>79.0</u>
	보통	(254)	3.5	18.9	39.0	28.7	9.8	6.1	30.6	32.7	24.5	6.1	14.8	66.5	18.7	16.5	48.4	35.0
	비호감	(27)	11.1	18.5	29.6	29.6	11.1	12.5	25.0	33.3	16.7	12.5	19.0	71.4	9.5	48.1	33.3	18.5

(4) 한국 애니메이션, 만화 캐릭터

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 애니메이션의 인지도는 79.2%(317명), 경험률은 90.5%(287명)임
특히, 40~50대, 한류에 대한 호감이 보통 이하 층에서 인지도가 상대적으로 낮음
- 최초 경험 후 28.9%(83명)가 소비가 증가한 것으로 나타났으며, 최근 호감도는 32.3%(129명)임
- 한편, 30대 이하 여성, 한류 호감층을 중심으로 최초 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 타 집단 대비 상대적으로 높게 나타남

[그림 7-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]



[표 7-13. 한국 애니메이션, 만화 캐릭터]

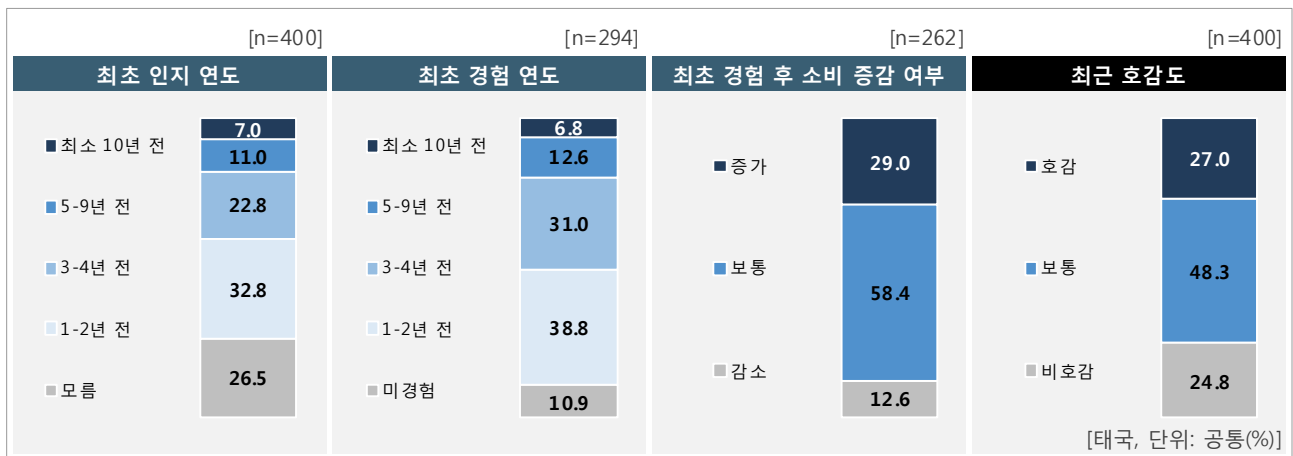
%			1					2					3			4		
			초초 인지도					초초 경험 연도					초초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	21.0	30.5	26.0	12.5	10.0	10.1	34.2	32.9	12.7	10.1	12.7	61.3	26.1	24.0	49.0	27.0
	여성	(200)	20.5	24.5	26.0	18.5	10.5	8.8	35.2	25.2	19.5	11.3	9.0	59.3	<u>31.7</u>	18.5	44.0	<u>37.5</u>
연령	15~19세	(100)	16.0	21.0	26.0	22.0	15.0	9.5	27.4	29.8	19.0	14.3	9.2	60.5	<u>30.3</u>	24.0	39.0	<u>37.0</u>
	20대	(100)	16.0	37.0	23.0	14.0	10.0	7.1	42.9	26.2	13.1	10.7	10.3	60.3	<u>29.5</u>	17.0	48.0	<u>35.0</u>
	30대	(100)	18.0	25.0	31.0	16.0	10.0	6.1	36.6	30.5	15.9	11.0	13.0	54.5	<u>32.5</u>	19.0	43.0	<u>38.0</u>
	40대	(87)	<u>29.9</u>	29.9	23.0	11.5	5.7	<u>16.4</u>	32.8	27.9	18.0	4.9	11.8	66.7	21.6	21.8	58.6	19.5
	50대	(13)	<u>53.8</u>	7.7	30.8	-	7.7	<u>16.7</u>	16.7	50.0	-	16.7	-	80.0	20.0	46.2	38.5	15.4
결혼 여부	기혼	(243)	20.2	26.7	23.9	17.7	11.5	9.3	31.4	29.4	17.5	12.4	11.4	60.2	28.4	24.3	43.6	32.1
	미혼	(157)	21.7	28.7	29.3	12.1	8.3	9.8	39.8	28.5	13.8	8.1	9.9	60.4	29.7	16.6	51.0	32.5
학력	중졸이하	(29)	20.7	13.8	27.6	17.2	20.7	-	30.4	39.1	4.3	26.1	13.0	60.9	26.1	10.3	48.3	<u>41.4</u>
	고졸	(76)	17.1	32.9	30.3	14.5	5.3	<u>17.5</u>	38.1	25.4	14.3	4.8	17.3	51.9	30.8	31.6	35.5	32.9
	대졸이상	(295)	21.7	27.5	24.7	15.6	10.5	8.2	34.2	29.0	17.7	10.8	9.0	62.3	28.8	19.7	49.2	31.2
한류 태도	호감	(119)	8.4	26.1	30.3	21.0	14.3	8.3	26.6	34.9	16.5	13.8	6.0	48.0	<u>46.0</u>	10.1	38.7	<u>51.3</u>
	보통	(254)	<u>26.0</u>	28.7	24.0	12.2	9.1	10.1	38.8	26.6	15.4	9.0	12.4	66.9	20.7	23.2	51.6	25.2
	비호감	(27)	<u>25.9</u>	22.2	25.9	22.2	3.7	10.0	40.0	20.0	20.0	10.0	22.2	66.7	11.1	51.9	33.3	14.8

(5) 한국 (온라인, 모바일) 게임

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 게임의 인지도는 73.5%(294명)이며, 그 중 7.0%(28명)가 10년 전부터 인지함
특히, 40~50대, 한류에 대한 호감도 보통층에서 인지도가 상대적으로 낮음
- 경험률은 89.1%(262명)이며, 최소 10년 전부터 경험한 비율은 6.8%(20명)임
- 최초 경험 후 29.0%(76명)가 소비가 증가했다고 응답했으며, 호감도는 27.0%(108명)인 것으로 조사됨
특히, 10대 및 30대, 기혼, 한류 호감층에서 경험 후 소비 증가 비중이 높음

[그림 7-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]



[표 7-14. 한국 (온라인, 모바일) 게임]

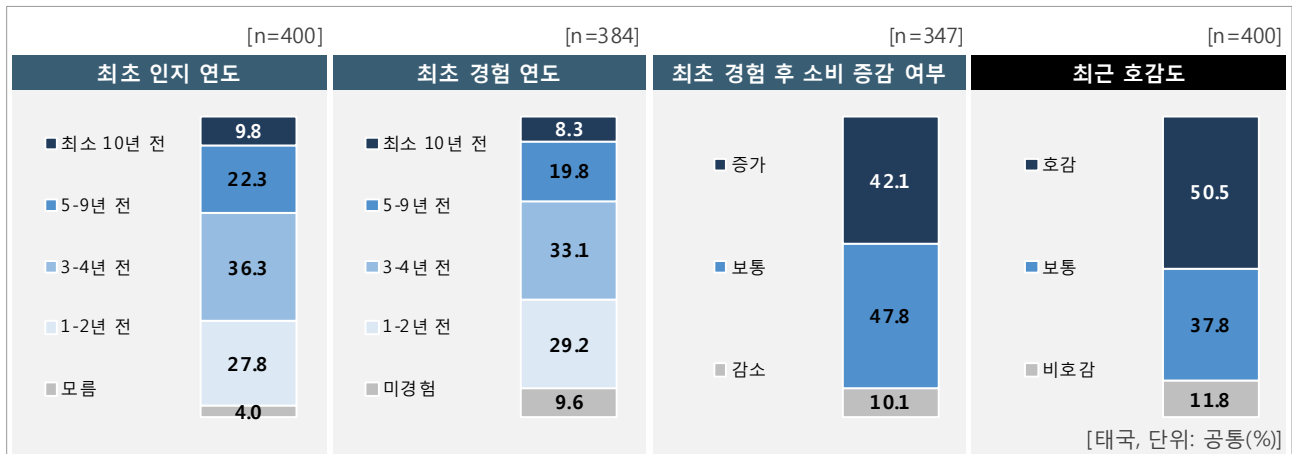
% (성별, 연령, 결혼 여부, 학력, 한류 태도)			1 최초 인지도					2 최초 경험 연도					3 최초 경험 후 소비 증감 여부			4 최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		25.5	31.5	24.5	12.0	6.5	9.4	32.9	36.9	12.1	8.7	17.0	54.8	28.1	23.0	47.5	29.5
	여성 (200)		27.5	34.0	21.0	10.0	7.5	12.4	44.8	24.8	13.1	4.8	7.9	62.2	29.9	26.5	49.0	24.5
연령	15~19세 (100)		23.0	30.0	24.0	13.0	10.0	11.7	28.6	33.8	15.6	10.4	13.2	54.4	<u>32.4</u>	16.0	48.0	<u>36.0</u>
	20대 (100)		22.0	37.0	22.0	15.0	4.0	9.0	43.6	26.9	16.7	3.8	14.1	57.7	28.2	25.0	50.0	25.0
	30대 (100)		21.0	38.0	25.0	7.0	9.0	8.9	40.5	32.9	10.1	7.6	9.7	55.6	<u>34.7</u>	23.0	44.0	<u>33.0</u>
	40대 (87)		<u>37.9</u>	26.4	20.7	10.3	4.6	14.8	44.4	29.6	7.4	3.7	15.2	65.2	19.6	29.9	55.2	14.9
	50대 (13)		<u>53.8</u>	23.1	15.4	-	7.7	16.7	33.3	33.3	-	16.7	-	100.0	-	69.2	23.1	7.7
결혼 여부	기혼 (243)		25.9	30.0	26.3	11.9	5.8	10.6	33.3	35.0	14.4	6.7	14.3	54.7	<u>31.1</u>	23.0	48.6	28.4
	미혼 (157)		27.4	36.9	17.2	9.6	8.9	11.4	47.4	24.6	9.6	7.0	9.9	64.4	25.7	27.4	47.8	24.8
학력	중졸이하 (29)		31.0	27.6	27.6	10.3	3.4	15.0	35.0	35.0	10.0	5.0	11.8	47.1	<u>41.2</u>	6.9	72.4	20.7
	고졸 (76)		27.6	34.2	23.7	6.6	7.9	7.3	41.8	34.5	9.1	7.3	17.6	52.9	29.4	25.0	43.4	<u>31.6</u>
	대졸이상 (295)		25.8	32.9	22.0	12.2	7.1	11.4	38.4	29.7	13.7	6.8	11.3	60.8	27.8	26.4	47.1	26.4
한류 태도	호감 (119)		14.3	31.9	29.4	13.4	10.9	4.9	33.3	34.3	19.6	7.8	7.2	47.4	<u>45.4</u>	16.0	37.0	<u>47.1</u>
	보통 (254)		<u>32.3</u>	33.9	19.3	9.1	5.5	12.8	43.0	29.7	7.6	7.0	14.0	65.3	20.7	27.2	54.3	18.5
	비호감 (27)		25.9	25.9	25.9	18.5	3.7	25.0	30.0	25.0	20.0	-	33.3	60.0	6.7	40.7	40.7	18.5

(6) 한국 패션, 뷰티

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 패션은 96.0%(384명)의 인지도를 보이며, 최소 10년 전부터 인지한 비중은 9.8%(39명)임
- 경험률 역시 90.4%(347명)로 높은 수준이며, 10년 전부터 경험한 비중은 8.3%(32명)임
- 경험 후 소비증가율은 42.1%(146명), 최근 호감도는 50.5%(202명)로 나타남에 따라 한국 패션에 대한 인식이 매우 긍정적임
- 특히, 20~40대 여성, 한류 호감층을 중심으로 패션에 대한 호감도가 상대적으로 높음

[그림 7-15. 한국 패션, 뷰티]



[표 7-15. 한국 패션, 뷰티]

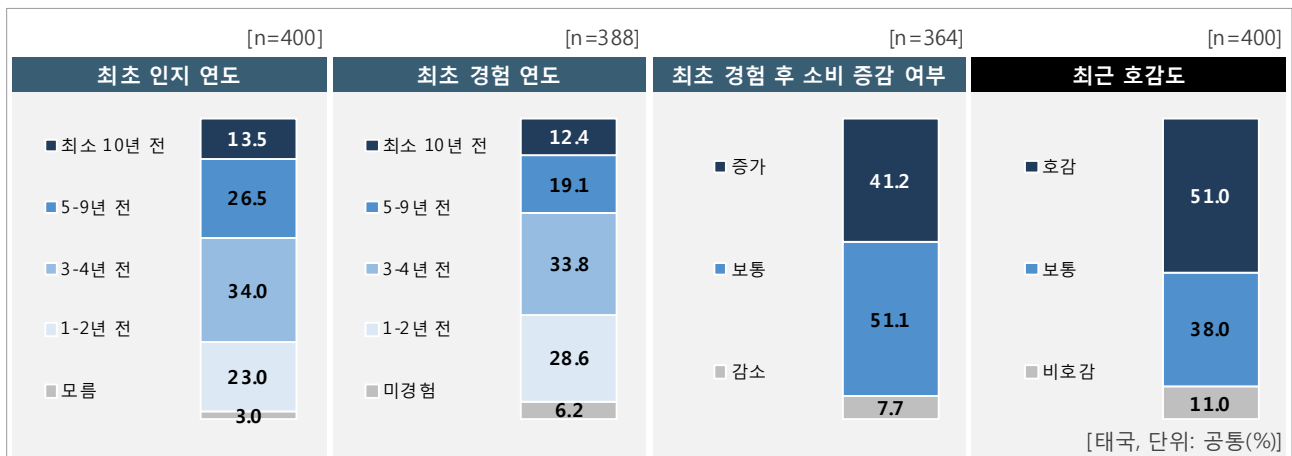
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	4.5	29.0	39.0	20.0	7.5	12.0	29.8	34.6	16.2	7.3	14.3	50.0	35.7	20.0	40.0	40.0
	여성	(200)	3.5	26.5	33.5	24.5	12.0	7.3	28.5	31.6	23.3	9.3	6.1	45.8	<u>48.0</u>	3.5	35.5	<u>61.0</u>
연령	15~19세	(100)	7.0	25.0	35.0	21.0	12.0	14.0	23.7	35.5	16.1	10.8	12.5	43.8	<u>43.8</u>	13.0	38.0	49.0
	20대	(100)	3.0	29.0	40.0	22.0	6.0	5.2	38.1	32.0	20.6	4.1	8.7	46.7	<u>44.6</u>	13.0	34.0	<u>53.0</u>
	30대	(100)	-	27.0	39.0	24.0	10.0	11.0	23.0	37.0	22.0	7.0	11.2	42.7	<u>46.1</u>	12.0	37.0	<u>51.0</u>
	40대	(87)	3.4	29.9	32.2	24.1	10.3	8.3	32.1	26.2	21.4	11.9	9.1	55.8	35.1	5.7	41.4	<u>52.9</u>
	50대	(13)	23.1	30.8	23.1	7.7	15.4	10.0	30.0	40.0	10.0	10.0	-	77.8	22.2	30.8	46.2	23.1
결혼 여부	기혼	(243)	5.3	24.7	37.0	25.1	7.8	10.4	27.8	36.1	19.1	6.5	10.7	45.1	<u>44.2</u>	13.6	36.2	50.2
	미혼	(157)	1.9	32.5	35.0	17.8	12.7	8.4	31.2	28.6	20.8	11.0	9.2	51.8	39.0	8.9	40.1	51.0
학력	중졸이하	(29)	13.8	27.6	41.4	13.8	3.4	16.0	32.0	36.0	12.0	4.0	9.5	38.1	<u>52.4</u>	10.3	41.4	48.3
	고졸	(76)	2.6	34.2	35.5	19.7	7.9	10.8	33.8	33.8	13.5	8.1	13.6	45.5	40.9	13.2	38.2	48.7
	대졸이상	(295)	3.4	26.1	35.9	23.7	10.8	8.8	27.7	32.6	22.1	8.8	9.2	49.2	41.5	11.5	37.3	<u>51.2</u>
한류 태도	호감	(119)	0.8	21.8	33.6	30.3	13.4	0.8	24.6	35.6	27.1	11.9	5.1	26.5	<u>68.4</u>	3.4	19.3	<u>77.3</u>
	보통	(254)	5.5	29.9	37.4	18.9	8.3	14.2	30.8	31.7	16.7	6.7	11.2	59.7	29.1	14.2	46.1	39.8
	비호감	(27)	3.7	33.3	37.0	18.5	7.4	7.7	34.6	34.6	15.4	7.7	25.0	50.0	25.0	25.9	40.7	33.3

(7) 한국 음식

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 음식의 인지도는 97.0%(388명)이며, 최소 10년 전 인지비중도 13.5%(54명)로 높은 편임
- 경험률은 93.7%(364명)이며, 10년 전부터 경험한 비중은 12.4%(48명)임
특히 40~50대, 한류 호감층은 10년 전부터 인지/경험한 비중이 높음
- 한식 경험 이후 41.2%(150명)가 소비가 증가한 것으로 나타났으며, 최근 호감도 역시 51.0%(204명)로 높은 수준임

[그림 7-16. 한국 음식]



[표 7-16. 한국 음식]

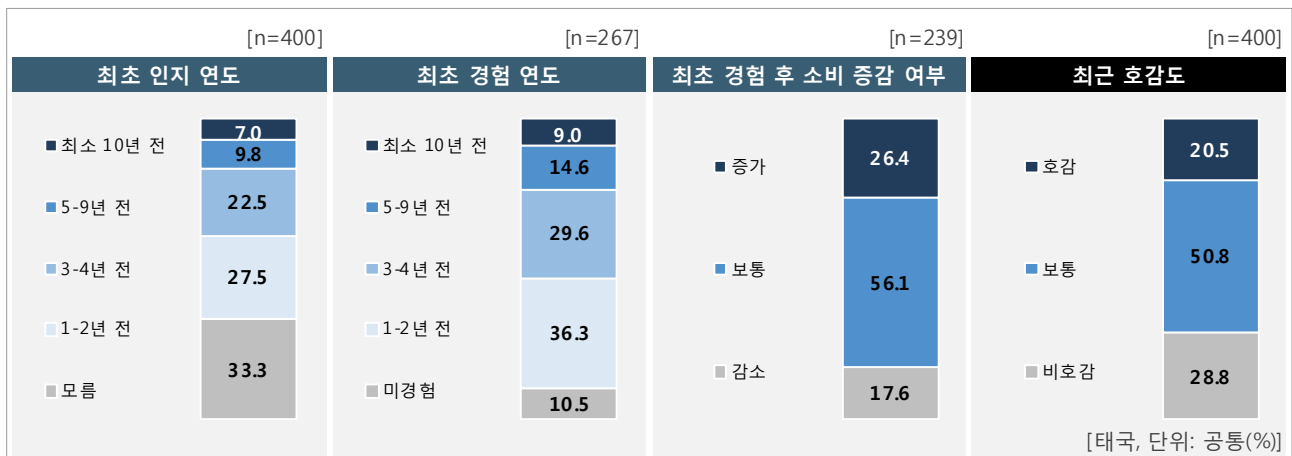
%			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성	(200)	4.5	22.5	37.5	23.0	12.5	4.2	28.3	38.2	16.2	13.1	9.3	55.7	35.0	14.0	40.0	46.0
	여성	(200)	1.5	23.5	30.5	30.0	14.5	8.1	28.9	29.4	21.8	11.7	6.1	46.4	<u>47.5</u>	8.0	36.0	<u>56.0</u>
연령	15~19세	(100)	5.0	24.0	34.0	23.0	14.0	7.4	33.7	29.5	14.7	14.7	8.0	47.7	44.3	14.0	38.0	48.0
	20대	(100)	2.0	32.0	33.0	28.0	5.0	6.1	34.7	34.7	20.4	4.1	7.6	51.1	41.3	15.0	36.0	49.0
	30대	(100)	1.0	17.0	41.0	28.0	13.0	4.0	25.3	40.4	18.2	12.1	8.4	48.4	43.2	9.0	36.0	<u>55.0</u>
	40대	(87)	3.4	18.4	27.6	28.7	<u>21.8</u>	7.1	19.0	29.8	25.0	<u>19.0</u>	7.7	53.8	38.5	5.7	42.5	<u>51.7</u>
	50대	(13)	7.7	23.1	30.8	15.4	<u>23.1</u>	8.3	33.3	33.3	8.3	<u>16.7</u>	-	81.8	18.2	7.7	38.5	<u>53.8</u>
결혼 여부	기혼	(243)	2.9	23.0	34.2	28.0	11.9	6.8	27.5	36.9	18.2	10.6	7.3	50.0	<u>42.7</u>	12.8	34.6	52.7
	미혼	(157)	3.2	22.9	33.8	24.2	<u>15.9</u>	5.3	30.3	28.9	20.4	<u>15.1</u>	8.3	52.8	38.9	8.3	43.3	48.4
학력	중졸이하	(29)	3.4	31.0	37.9	20.7	6.9	21.4	28.6	28.6	14.3	7.1	13.6	45.5	40.9	10.3	51.7	37.9
	고졸	(76)	3.9	30.3	35.5	21.1	9.2	8.2	34.2	28.8	15.1	13.7	6.0	52.2	41.8	13.2	34.2	<u>52.6</u>
	대졸이상	(295)	2.7	20.3	33.2	28.5	<u>15.3</u>	4.2	27.2	35.5	20.6	12.5	7.6	51.3	41.1	10.5	37.6	<u>51.9</u>
한류 태도	호감	(119)	1.7	16.8	26.1	36.1	<u>19.3</u>	2.6	17.9	32.5	31.6	<u>15.4</u>	1.8	29.8	<u>68.4</u>	5.0	17.6	<u>77.3</u>
	보통	(254)	3.1	25.2	37.4	23.2	11.0	7.7	32.5	34.1	14.2	11.4	10.1	59.9	30.0	12.2	47.2	40.6
	비호감	(27)	7.4	29.6	37.0	14.8	11.1	8.0	40.0	36.0	8.0	8.0	13.0	69.6	17.4	25.9	40.7	33.3

(8) 한국 도서(출판물)

Q6-1. 귀하는 다음 한국의 각 대중문화상품에 대하여 얼마나 잘 알고 계십니까?

- 한국 도서 인지율은 66.7%(267명)로 다른 한류 콘텐츠 대비 낮은 편이며, 특히 40~50대 남성, 미혼 층에서 한국 도서에 대한 인지도가 상대적으로 낮음
- 경험률은 89.5%(239명)임
- 최초 경험이후 소비 증가율은 26.4%(63명)이며, 최근 호감도는 20.5%(82명)로 높지 않음
- 반면 30대, 한류 호감층은 한국 도서 경험 후 소비증가와 최근 호감도가 타 집단 대비 상대적으로 높은 것으로 조사됨

[그림 7-17. 한국 도서(출판물)]



[표 7-17. 한국 도서(출판물)]

% (성별, 연령, 결혼여부, 학력, 한류태도)			1					2					3			4		
			최초 인지도					최초 경험 연도					최초 경험 후 소비 증감 여부			최근 호감도		
			모름	1~2년	3~4년	5~9년	10년	미경험	1~2년	3~4년	5~9년	10년	감소	보통	증가	비호감	보통	호감
성별	남성 (200)		<u>37.5</u>	26.5	24.0	7.0	5.0	8.8	35.2	36.0	12.8	7.2	20.2	53.5	26.3	29.5	51.5	19.0
	여성 (200)		29.0	28.5	21.0	12.5	9.0	12.0	37.3	23.9	16.2	10.6	15.2	58.4	26.4	28.0	50.0	22.0
연령	15~19세 (100)		29.0	27.0	23.0	12.0	9.0	12.7	29.6	32.4	14.1	11.3	16.1	56.5	27.4	22.0	58.0	20.0
	20대 (100)		25.0	40.0	21.0	8.0	6.0	9.3	46.7	21.3	16.0	6.7	20.6	66.2	13.2	27.0	51.0	22.0
	30대 (100)		31.0	26.0	26.0	11.0	6.0	11.6	34.8	33.3	14.5	5.8	14.8	47.5	<u>37.7</u>	31.0	45.0	<u>24.0</u>
	40대 (87)		<u>44.8</u>	18.4	20.7	9.2	6.9	4.2	35.4	33.3	14.6	12.5	19.6	50.0	30.4	32.2	50.6	17.2
	50대 (13)		<u>69.2</u>	7.7	15.4	-	7.7	50.0	-	25.0	-	25.0	-	100.0	-	53.8	38.5	7.7
결혼여부	기혼 (243)		31.3	29.6	22.6	10.3	6.2	10.8	35.9	29.9	16.2	7.2	18.1	56.4	25.5	27.2	52.3	20.6
	미혼 (157)		<u>36.3</u>	24.2	22.3	8.9	8.3	10.0	37.0	29.0	12.0	12.0	16.7	55.6	27.8	31.2	48.4	20.4
학력	중졸이하 (29)		34.5	17.2	34.5	3.4	10.3	5.3	36.8	31.6	10.5	15.8	11.1	55.6	<u>33.3</u>	13.8	62.1	<u>24.1</u>
	고졸 (76)		34.2	36.8	15.8	7.9	5.3	10.0	46.0	22.0	16.0	6.0	22.2	51.1	26.7	34.2	47.4	18.4
	대졸이상 (295)		32.9	26.1	23.1	10.8	7.1	11.1	33.8	31.3	14.6	9.1	17.0	57.4	25.6	28.8	50.5	20.7
한류태도	호감 (119)		18.5	21.0	30.3	17.6	12.6	4.1	25.8	33.0	24.7	12.4	8.6	46.2	<u>45.2</u>	12.6	42.0	<u>45.4</u>
	보통 (254)		39.8	29.9	20.1	5.9	4.3	15.0	42.5	27.5	8.5	6.5	23.1	62.3	14.6	34.3	56.7	9.1
	비호감 (27)		37.0	33.3	11.1	11.1	7.4	5.9	41.2	29.4	11.8	11.8	25.0	62.5	12.5	48.1	33.3	18.5

4. 한류 콘텐츠별 정보 채널

Q3_1~Q3_3. 귀하께서 한국 대중문화 중 한국드라마/한국 영화/ 한국 음악 를 접하는 경로를 모두 선택해 주십시오.

- 태국은 주로 'TV'와 'YouTube 등 무료이용'을 통해 한류 콘텐츠를 접하는 것으로 조사됨
- 전반적으로 TV와 YouTube의 이용비중이 약 70% 수준으로 유사한 것으로 나타난 가운데, K-POP의 경우 YouTube 무료채널의 이용 비중이 87.9%(320명)로 타 콘텐츠 대비 상대적으로 높게 나타남

[표 7-18. 한류 콘텐츠별 정보 채널]

한류 콘텐츠별 정보 채널 %			드라마		영화		K-POP			
			1순위	2순위		1순위	2순위		1순위	2순위
전체		(382)	TV (70.7%)	YouTube 등 무료이용 (66.8%)	(375)	YouTube 등 무료이용 (77.6%)	TV (71.7%)	(364)	YouTube 등 무료이용 (87.9%)	TV (61.3%)
성별	남성	(188)	TV (72.3%)	YouTube 등 무료이용 (63.8%)	(189)	YouTube 등 무료이용 (76.7%)	TV (71.4%)	(182)	YouTube 등 무료이용 (85.7%)	TV (55.5%)
	여성	(194)	YouTube 등 무료이용 (69.6%)	TV (69.1%)	(186)	YouTube 등 무료이용 (78.5%)	TV (72.0%)	(182)	YouTube 등 무료이용 (90.1%)	TV (67.0%)
연령	15~19세	(95)	YouTube 등 무료이용 (74.7%)	TV (67.4%)	(95)	YouTube 등 무료이용 (77.9%)	TV (70.5%)	(97)	YouTube 등 무료이용 (94.8%)	TV (61.9%)
	20대	(94)	YouTube 등 무료이용 (75.5%)	TV (72.3%)	(92)	YouTube 등 무료이용 (82.6%)	TV (67.4%)	(96)	YouTube 등 무료이용 (90.6%)	TV (58.3%)
	30대	(96)	YouTube 등 무료이용 (64.6%)	TV (63.5%)	(97)	YouTube 등 무료이용 (73.2%)	TV (71.1%)	(92)	YouTube 등 무료이용 (80.4%)	TV (65.2%)
	40대	(85)	TV (76.5%)	YouTube 등 무료이용 (55.3%)	(81)	YouTube 등 무료이용 (79.0%)	TV (75.3%)	(71)	YouTube 등 무료이용 (87.3%)	TV (57.7%)
	50대	(12)	TV (100.0%)	YouTube 등 무료이용 (33.3%)	(10)	TV (100.0%)	YouTube 등 무료이용 (60.0%)	(8)	TV (75.0%)	YouTube (62.5%)
결혼여부	기혼	(231)	YouTube 등 무료이용 (75.8%)	TV (64.9%)	(226)	YouTube 등 무료이용 (80.1%)	TV (65.0%)	(231)	YouTube 등 무료이용 (90.9%)	TV (56.3%)
	미혼	(151)	TV (79.5%)	YouTube 등 무료이용 (53.0%)	(149)	TV (81.9%)	YouTube 등 무료이용 (73.8%)	(133)	YouTube 등 무료이용 (82.7%)	TV (69.9%)
학력	중졸이하	(28)	TV (71.4%)	YouTube 등 무료이용 (64.3%)	(27)	YouTube 등 무료이용 (74.1%)	TV (70.4%)	(28)	YouTube 등 무료이용 (92.9%)	TV (57.1%)
	고졸	(71)	YouTube 등 무료이용 (71.8%)	TV (69.0%)	(72)	YouTube 등 무료이용 (75.0%)	TV (72.2%)	(67)	YouTube 등 무료이용 (83.6%)	TV (62.7%)
	대졸이상	(283)	TV (71.0%)	YouTube 등 무료이용 (65.7%)	(276)	YouTube 등 무료이용 (78.6%)	TV (71.7%)	(269)	YouTube 등 무료이용 (88.5%)	TV (61.3%)
한류태도	호감	(117)	YouTube 등 무료이용 (74.4%)	TV (72.6%)	(116)	YouTube 등 무료이용 (82.8%)	TV (75.0%)	(113)	YouTube 등 무료이용 (91.2%)	TV (65.5%)
	보통	(239)	TV (69.5%)	YouTube 등 무료이용 (62.3%)	(234)	YouTube 등 무료이용 (75.2%)	TV (70.9%)	(230)	YouTube 등 무료이용 (85.2%)	TV (60.9%)
	비호감	(26)	TV (73.1%)	YouTube 등 무료이용 (73.1%)	(25)	YouTube 등 무료이용 (76.0%)	TV (64.0%)	(21)	YouTube 등 무료이용 (100.0%)	TV (42.9%)

5. 한류 콘텐츠 별 인기 요인

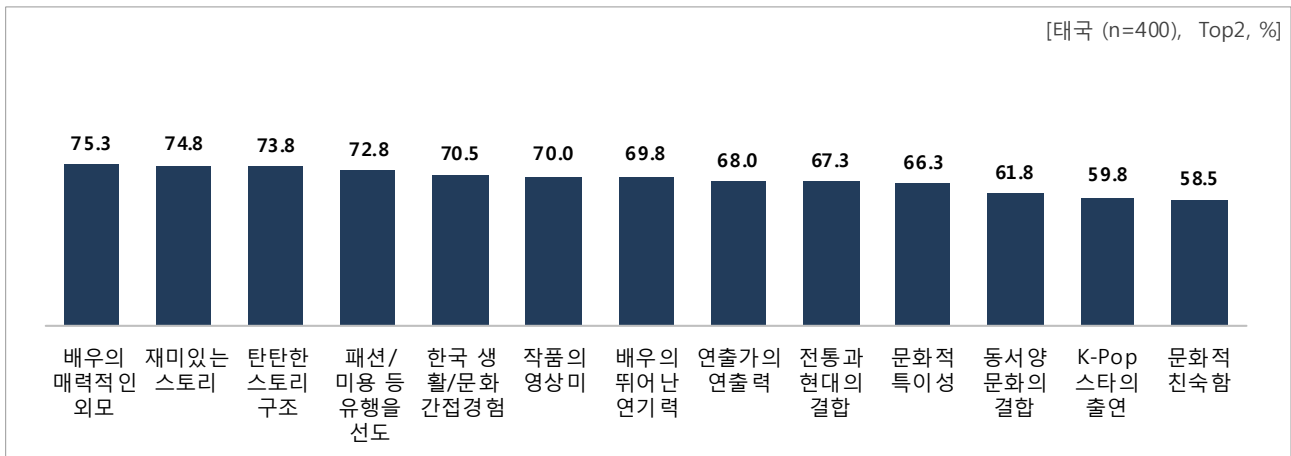
(1) 한국 드라마

Q9_1. 귀하께서는 한국 드라마의 인기요인이 무엇이라고 생각하십니까?

각 항목별로 5점 척도로 평가해 주세요

- 한국 드라마의 인기요인으로 '배우의 매력적인 외모'가 75.3%(301명)로 가장 높았으며, 그 외 '재미있는 스토리', '탄탄한 스토리 구조' 순으로 높게 나타남
- 30대 이상 여성, 한류 호감층에서 배우의 매력적인 외모를 드라마의 인기요인으로 높게 인식함
- 한편, 재미있는 스토리와 탄탄한 스토리 구조는 30대 이상 여성, 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 인식함

[그림 7-18. 한국 드라마 인기 요인]



[표 7-19. 한국 드라마 인기 요인]

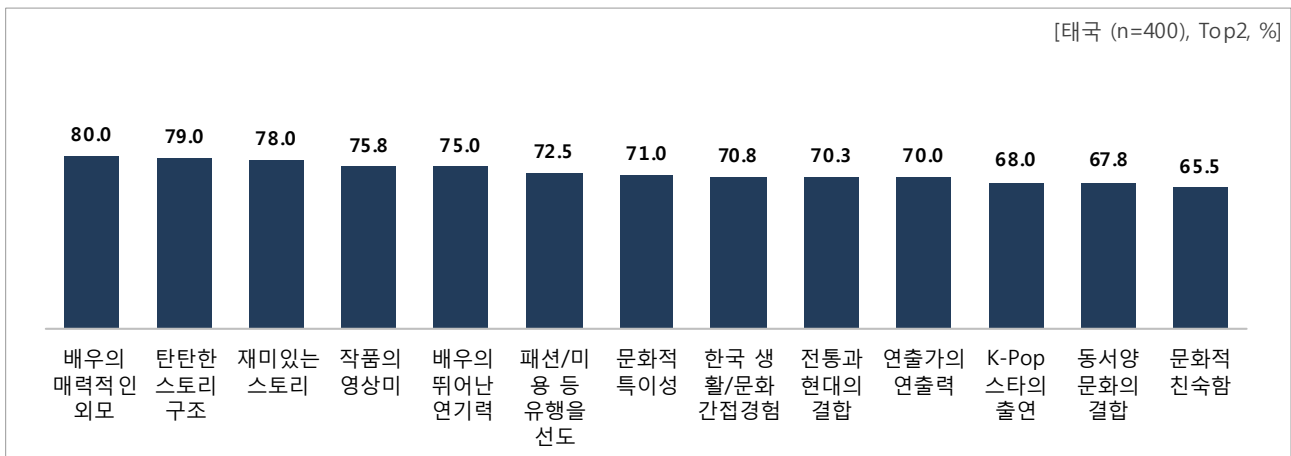
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸 이하 (29)	고졸 (76)	대졸 이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
배우의 매력적인 외모	69.0	<u>81.5</u>	68.0	69.0	<u>81.0</u>	<u>83.9</u>	<u>76.9</u>	74.1	77.1	65.5	<u>75.0</u>	<u>76.3</u>	<u>86.6</u>	72.0	55.6
재미있는 스토리	68.0	<u>81.5</u>	63.0	66.0	<u>83.0</u>	<u>87.4</u>	<u>84.6</u>	69.5	<u>82.8</u>	51.7	<u>76.3</u>	<u>76.6</u>	<u>89.1</u>	69.3	63.0
탄탄한 스토리 구조	66.0	<u>81.5</u>	61.0	70.0	<u>80.0</u>	<u>83.9</u>	<u>84.6</u>	70.4	<u>79.0</u>	55.2	<u>73.7</u>	<u>75.6</u>	<u>89.9</u>	68.9	48.1
패션, 미용 등 유행을 선도	60.0	85.5	67.0	72.0	78.0	73.6	76.9	73.7	71.3	75.9	69.7	73.2	88.2	67.3	55.6
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	64.5	76.5	55.0	69.0	75.0	81.6	92.3	66.7	76.4	55.2	63.2	73.9	86.6	64.2	59.3
작품의 영상미	63.0	77.0	57.0	72.0	76.0	75.9	69.2	68.7	72.0	58.6	71.1	70.8	89.1	62.6	55.6
배우의 뛰어난 연기력	61.5	78.0	60.0	64.0	75.0	79.3	84.6	66.7	74.5	51.7	65.8	72.5	86.6	64.6	44.4
연출가의 연출력	59.5	76.5	57.0	61.0	73.0	81.6	76.9	63.8	74.5	58.6	69.7	68.5	86.6	61.8	44.4
전통과 현대의 결합	56.5	78.0	50.0	69.0	77.0	70.1	92.3	64.6	71.3	51.7	56.6	71.5	86.6	60.2	48.1
문화적 특이성	57.0	75.5	55.0	65.0	71.0	71.3	92.3	63.0	71.3	62.1	59.2	68.5	81.5	61.4	44.4
서양문화와 동양문화의 결합	52.5	71.0	49.0	67.0	68.0	60.9	76.9	60.5	63.7	51.7	57.9	63.7	81.5	54.7	40.7
K-Pop 스타의 출연	54.5	65.0	57.0	58.0	65.0	59.8	53.8	58.4	61.8	51.7	64.5	59.3	81.5	52.0	37.0
문화적 친숙함	50.5	66.5	52.0	57.0	66.0	58.6	61.5	57.2	60.5	41.4	55.3	61.0	81.5	49.2	44.4

(2) 한국 영화

Q9_2. 한국 영화의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- 한국 영화의 인기요인은 '배우의 매력적인 외모'가 80.0%(320명)로 가장 높았으며, 그 외 '탄탄한 스토리 구조', '재미있는 스토리' 순으로 나타남
- 30~40대 여성, 미혼, 한류 호감층에서 배우의 매력적인 외모를 영화의 인기요인으로 높게 인식함
- 한편, 탄탄한 스토리 구조와 재미있는 스토리는 30대 이상 여성, 미혼, 한류 호감층에서 상대적으로 높게 인식함

[그림 7-19. 한국 영화 인기 요인]



[표 7-20. 한국 영화 인기 요인]

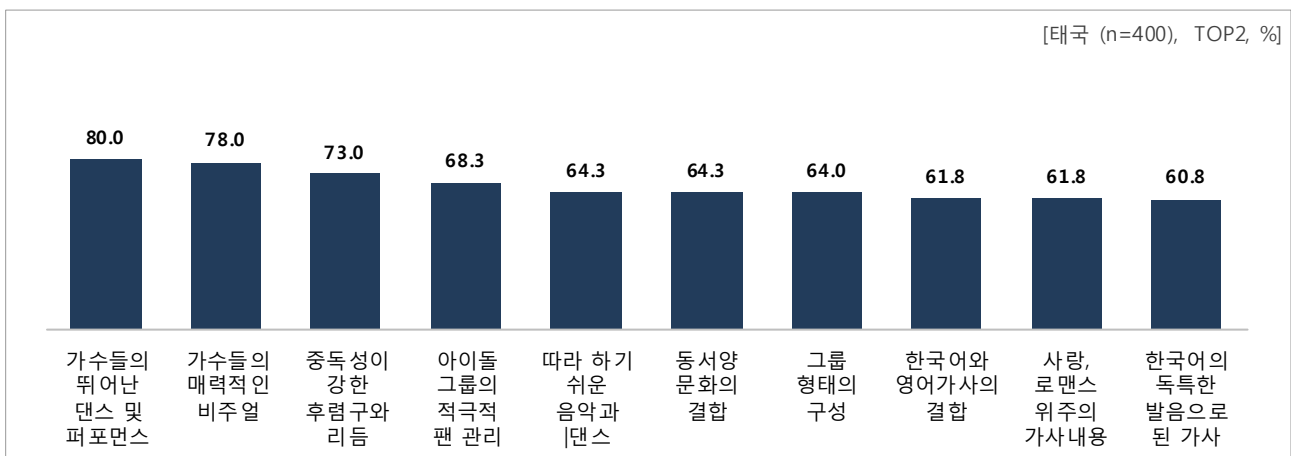
인기요인 Top2 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
배우의 매력적인 외모	73.5	<u>86.5</u>	75.0	76.0	<u>85.0</u>	<u>85.1</u>	76.9	76.5	<u>85.4</u>	65.5	<u>82.9</u>	<u>80.7</u>	<u>91.6</u>	76.0	66.7
탄탄한 스토리 구조	72.5	<u>85.5</u>	69.0	76.0	<u>84.0</u>	<u>87.4</u>	<u>84.6</u>	75.7	<u>84.1</u>	62.1	<u>84.2</u>	79.3	<u>92.4</u>	73.6	70.4
재미있는 스토리	71.0	<u>85.0</u>	65.0	77.0	<u>83.0</u>	<u>87.4</u>	<u>84.6</u>	73.7	<u>84.7</u>	58.6	<u>81.6</u>	79.0	<u>94.1</u>	72.4	59.3
작품의 영상미	69.0	<u>82.5</u>	63.0	78.0	79.0	<u>83.9</u>	76.9	71.6	<u>82.2</u>	58.6	<u>80.3</u>	76.3	<u>93.3</u>	70.5	48.1
배우의 뛰어난 연기력	64.0	86.0	67.0	71.0	79.0	81.6	92.3	70.0	82.8	58.6	75.0	76.6	91.6	70.1	48.1
패션, 미용 등 유행을 선도	64.0	81.0	68.0	74.0	76.0	73.6	61.5	70.4	75.8	75.9	76.3	71.2	87.4	67.3	55.6
문화적 특이성	65.0	77.0	59.0	71.0	75.0	77.0	92.3	68.7	74.5	55.2	71.1	72.5	90.8	64.6	44.4
한국 생활 및 문화에 대한 간접 경험	63.5	78.0	58.0	66.0	77.0	80.5	92.3	65.4	79.0	62.1	61.8	73.9	87.4	65.0	51.9
전통과 현대의 결합	60.5	80.0	59.0	69.0	76.0	75.9	84.6	66.3	76.4	62.1	63.2	72.9	88.2	64.6	44.4
연출가의 연출력	61.0	79.0	58.0	65.0	78.0	79.3	76.9	66.3	75.8	55.2	65.8	72.5	89.9	63.0	48.1
K-Pop 스타의 출연	61.5	74.5	65.0	69.0	71.0	67.8	61.5	65.4	72.0	55.2	76.3	67.1	85.7	61.8	48.1
서양문화와 동양문화의 결합	59.0	76.5	54.0	69.0	76.0	71.3	76.9	63.4	74.5	55.2	61.8	70.5	87.4	61.0	44.4
문화적 친숙함	57.0	74.0	53.0	63.0	71.0	74.7	76.9	60.9	72.6	51.7	61.8	67.8	82.4	60.2	40.7

(3) 한국 음악(K-POP)

Q9_3. 한국 음악(K-pop)의 인기요인은 무엇이라고 생각하십니까?

- K-POP의 인기요인은 '가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스'가 80.0%(320명)로 가장 높았으며, 그 외 '가수들의 매력적인 비주얼', '중독성이 강한 후렴구와 리듬' 순으로 나타남
- 가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스는 30대 이상 여성, 미혼, 한류 호감층에서 인기요인으로 높게 인식함
- 가수들의 매력적인 비주얼은 30~40대 여성, 미혼, 한류 호감층에서, 중독성이 강한 후렴구와 리듬은 40대 여성, 한류 호감층에서 인기요인으로 상대적으로 높게 인식함

[그림 7-20. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]



[표 7-21. 한국 음악(K-POP) 인기 요인]

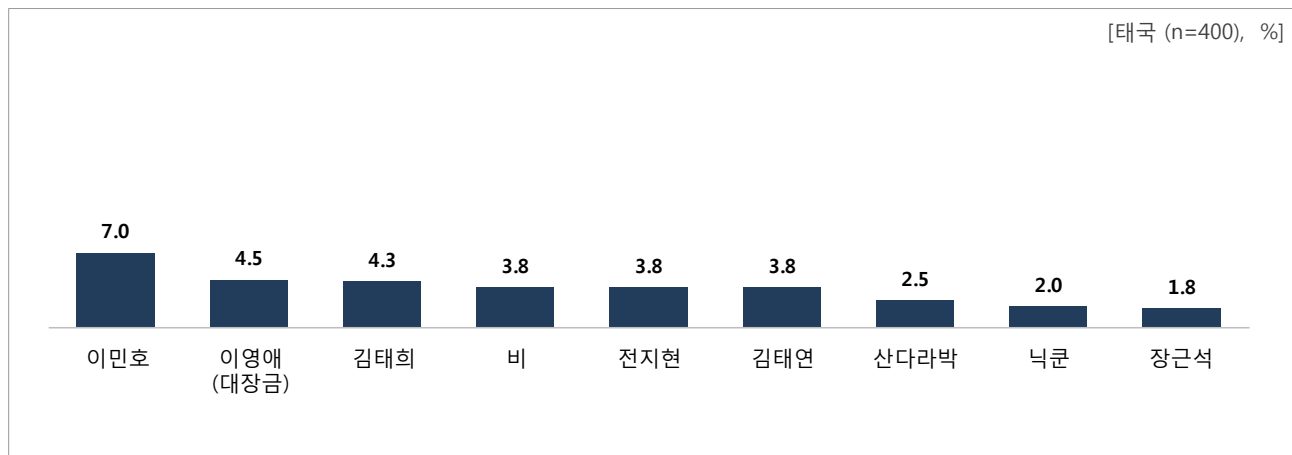
인기요인 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
가수들의 뛰어난 댄스 및 퍼포먼스	73.0	<u>87.0</u>	73.0	76.0	<u>86.0</u>	<u>82.8</u>	<u>100.0</u>	77.8	<u>83.4</u>	79.3	76.3	81.0	<u>90.8</u>	77.6	55.6
가수들의 매력적인 비주얼	69.0	<u>87.0</u>	76.0	72.0	<u>81.0</u>	<u>83.9</u>	76.9	75.3	<u>82.2</u>	72.4	81.6	77.6	<u>90.8</u>	74.8	51.9
중독성이 강한 후렴구와 리듬	67.0	<u>79.0</u>	69.0	68.0	75.0	<u>80.5</u>	76.9	71.2	75.8	65.5	72.4	73.9	<u>91.6</u>	68.1	37.0
아이돌 그룹의 적극적 팬 관리	57.5	<u>79.0</u>	67.0	70.0	69.0	66.7	69.2	68.7	67.5	62.1	65.8	69.5	<u>88.2</u>	62.2	37.0
따라하기 쉬운 음악과 댄스	59.0	69.5	59.0	58.0	70.0	71.3	61.5	63.4	65.6	62.1	64.5	64.4	84.9	57.1	40.7
서양문화와 동양문화의 결합	58.0	70.5	59.0	63.0	69.0	64.4	76.9	62.6	66.9	62.1	61.8	65.1	82.4	57.5	48.1
그룹 형태의 구성	54.5	73.5	62.0	60.0	69.0	65.5	61.5	61.7	67.5	62.1	64.5	64.1	83.2	57.9	37.0
한국어와 영어 가사의 결합	53.5	70.0	60.0	57.0	71.0	59.8	53.8	63.0	59.9	62.1	65.8	60.7	84.9	53.1	40.7
사랑, 로맨스 위주의 가사 내용	55.0	68.5	60.0	61.0	68.0	58.6	53.8	62.1	61.1	58.6	67.1	60.7	80.7	54.3	48.1
한국어의 독특한 발음으로 된 가사	56.5	65.0	55.0	60.0	67.0	62.1	53.8	60.5	61.1	48.3	60.5	62.0	84.9	51.2	44.4

6. 꼭 만나고 싶은 한류 스타

Q10. 꼭 만나고 싶은 한류스타는 누구입니까?

- 태국에서 꼭 만나고 싶은 한류 스타로 '이민호'가 7.0%(28명)로 가장 높았으며, 그 외 '대장금(이영애)', '김태희', '비' 순으로 높게 나타남

[그림 7-21. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]



[표 7-22. 꼭 만나고 싶은 한류 스타]

꼭 만나고 싶은 한류 스타 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸 이하 (29)	고졸 (76)	대졸 이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
이민호	3.5	10.5	11.0	3.0	13.0	1.1	-	7.0	7.0	3.4	10.5	6.4	5.9	7.1	11.1
이영애(대장금)	3.5	5.5	4.0	7.0	1.0	3.4	23.1	4.5	4.5	10.3	1.3	4.7	3.4	5.1	3.7
김태희	6.0	2.5	1.0	5.0	7.0	4.6	-	4.5	3.8	-	2.6	5.1	6.7	2.4	11.1
비	3.0	4.5	4.0	3.0	5.0	3.4	-	2.5	5.7	3.4	3.9	3.7	2.5	4.7	-
전지현	6.0	1.5	1.0	5.0	5.0	4.6	-	2.9	5.1	-	3.9	4.1	2.5	4.3	3.7
김태연	4.5	3.0	2.0	8.0	2.0	3.4	-	4.9	1.9	3.4	2.6	4.1	5.9	2.8	3.7
산다라박	1.5	3.5	1.0	2.0	3.0	3.4	7.7	2.9	1.9	3.4	1.3	2.7	3.4	2.4	-
닉쿤	1.5	2.5	3.0	1.0	1.0	3.4	-	2.1	1.9	3.4	2.6	1.7	2.5	2.0	-
장근석	0.5	3.0	2.0	1.0	1.0	3.4	-	2.5	0.6	-	2.6	1.7	1.7	2.0	-

제7장 국가별 결과 분석 : 태국

Ⅲ. 한류의 효과

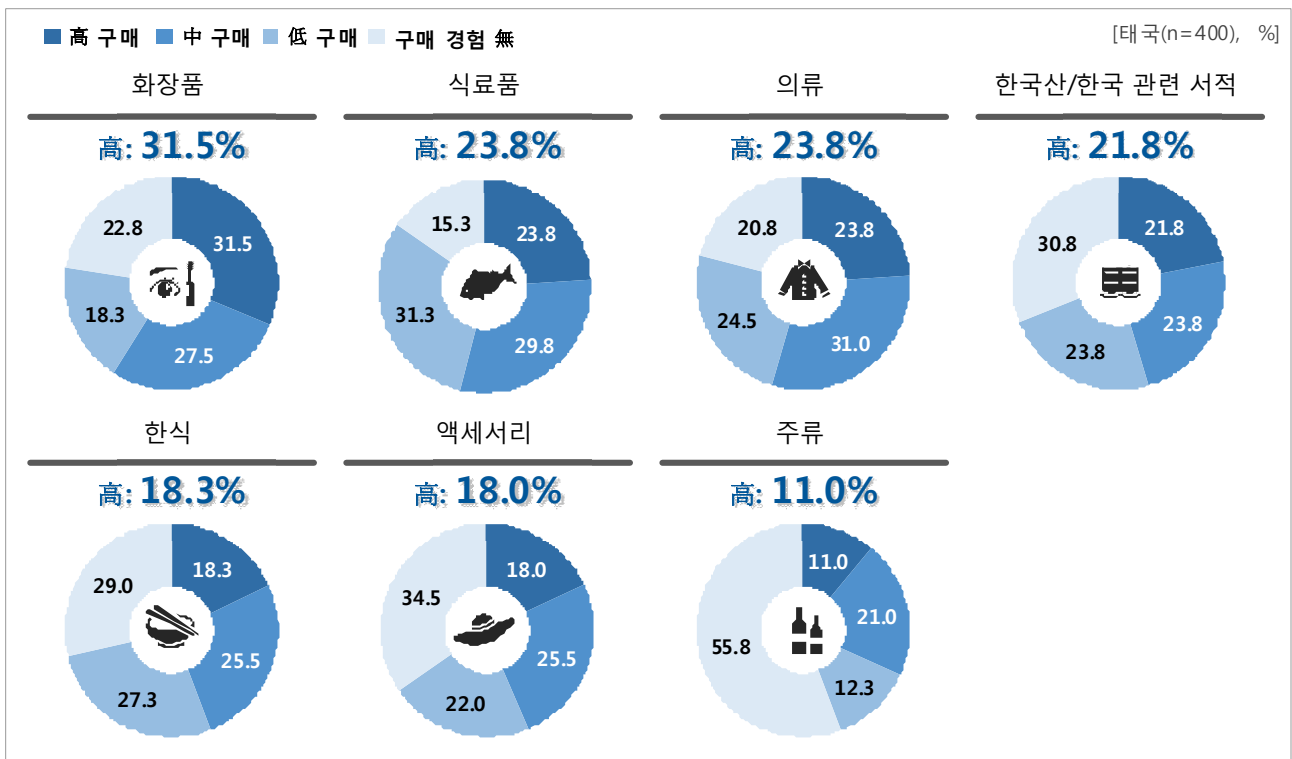
1. 최근 4년 내 한국제품 경험 정도

(1) 생활용품 및 서비스

Q11. 귀하는 최근 4년간 한국산 제품을 얼마나 구매하였는지 다음 항목별로 응답해 주십시오.

- '화장품'의 高구매율이 31.5%(126명)로 가장 높으며, 그 외 '식료품', '의류', '서적' 순임
- '주류'를 제외하고 20% 가량의 高구매율을 보여, 비교적 다양한 한국제품을 구매함
- 화장품은 20~30대 여성, 한류 호감층에서 高구매율이 높음

[그림 7-22. 생활용품 및 서비스 경험]



[표 7-23. 생활용품 및 서비스 경험]

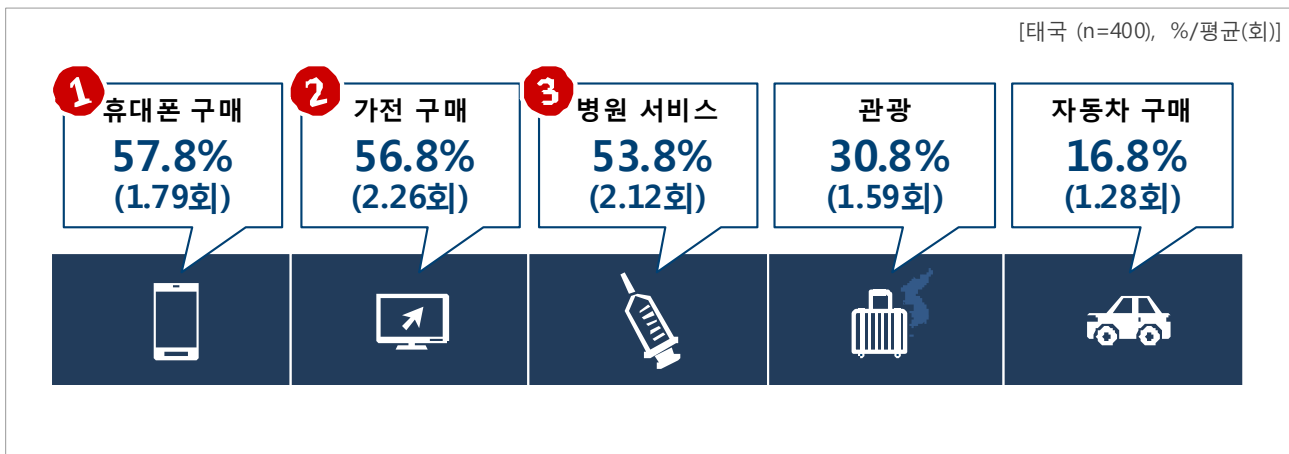
高 구매 %	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸 이하 (29)	고졸 (76)	대졸 이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
한국 화장품을 구매	19.5	<u>43.5</u>	26.0	<u>36.0</u>	<u>37.0</u>	31.0	-	31.3	31.8	17.2	28.9	<u>33.6</u>	<u>56.3</u>	20.1	29.6
한국 식료품을 구매	21.5	<u>26.0</u>	20.0	22.0	<u>29.0</u>	26.4	7.7	23.5	24.2	13.8	22.4	<u>25.1</u>	<u>47.1</u>	13.8	14.8
한국 의류를 구매	17.5	<u>30.0</u>	20.0	27.0	25.0	25.3	7.7	21.0	<u>28.0</u>	13.8	21.1	25.4	<u>46.2</u>	15.4	3.7
한국산 또는 한국 관련 서적을 구매	21.5	22.0	21.0	<u>26.0</u>	23.0	19.5	-	21.8	21.7	17.2	21.1	22.4	<u>46.2</u>	11.4	11.1
한국 음식점에서 식사	19.5	17.0	13.0	17.0	22.0	24.1	-	16.9	20.4	6.9	14.5	20.3	42.0	7.9	11.1
한국산 액세서리를 구매	13.5	<u>22.5</u>	19.0	21.0	20.0	13.8	-	18.1	17.8	10.3	13.2	20.0	36.1	10.2	11.1
한국 주류(술)를 구매	13.0	9.0	9.0	17.0	9.0	10.3	-	11.1	10.8	3.4	7.9	12.5	23.5	5.1	11.1

(2) 고가용품 및 서비스

Q12. 귀하는 과거 아래와 같은 한국산 제품을 구매 또는 한국을 방문한 경험이 있으십니까?

- 고가 제품의 경우 '휴대폰'이 57.8%(231명), '가전'이 56.8%(227명), '병원 서비스'가 53.8%(215명)로 높은 구매경험 수준을 보이고 있으며,
그 외 '관광'의 경험률도 30.8%(123명)로 높음
- 휴대폰은 30대 이상 남성, 미혼, 한류 호감층에서 구매 경험률 높음
- 가전은 30대 남성, 한류 호감층에서 구매 경험률 높음
- 병원 서비스는 10대 남성, 한류 호감층에서 경험률 높음

[그림 7-23. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]



[표 7-24. 고가용품 및 서비스 구매 및 경험 정도]

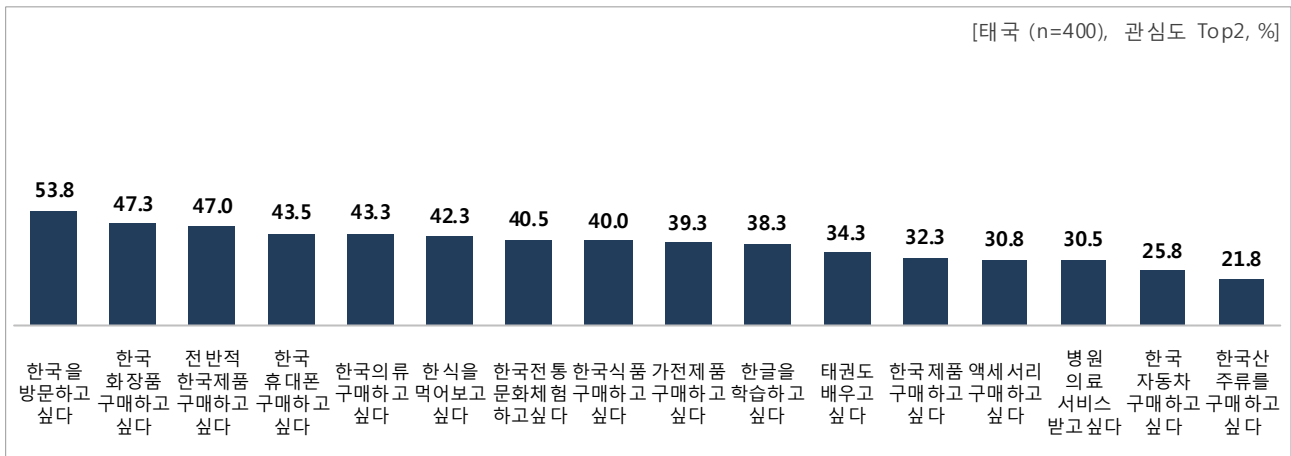
구매 및 경험정도 %		성별		연령					결혼여부		학력			한류 태도		
		남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸 이하 (29)	고졸 (76)	대졸 이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
구매 경험 유	휴대폰 구매	66.5	49.0	50.0	53.0	65.0	62.1	69.2	55.6	61.1	34.5	51.3	61.7	70.6	51.2	63.0
	<구매횟수 평균-회>	1.81	1.77	1.82	1.87	1.78	1.59	2.44	1.73	1.89	1.90	2.05	1.73	1.96	1.70	1.65
	가전 구매	61.0	52.5	47.0	57.0	65.0	55.2	76.9	55.1	59.2	44.8	42.1	61.7	71.4	51.2	44.4
	<구매횟수 평균-회>	2.27	2.25	2.30	2.32	2.17	2.40	1.70	2.36	2.12	1.31	2.81	2.23	2.71	1.97	2.25
	병원서비스	46.0	61.5	62.0	53.0	57.0	44.8	30.8	56.0	50.3	51.7	57.9	52.9	76.5	44.9	37.0
	<구매횟수 평균-회>	1.92	2.27	2.35	2.23	1.89	2.05	1.00	2.20	1.99	2.07	2.55	2.01	2.22	2.04	2.10
	관광	30.5	31.0	25.0	27.0	42.0	32.2	7.7	28.0	35.0	17.2	21.1	34.6	52.9	22.4	11.1
	<구매횟수 평균-회>	1.64	1.53	1.64	1.67	1.55	1.54	1.00	1.60	1.56	2.00	1.81	1.53	1.75	1.40	1.67
	자동차 구매	15.5	18.0	18.0	15.0	21.0	12.6	15.4	16.5	17.2	17.2	14.5	17.3	29.4	11.4	11.1
	<구매횟수 평균-회>	1.32	1.25	1.17	1.40	1.48	1.00	1.00	1.33	1.22	1.80	1.27	1.24	1.34	1.24	1.00

2. 향후 한국 제품 및 서비스에 대한 이용

Q13. 귀하가 한국 대중문화(TV드라마, 영화, 음악(K-Pop) 등)를 접한 후, 한국 상품, 서비스에 대한 관심이 얼마나 증가하였는지 다음 각 항목별로 응답해 주십시오.

- 향후 '한국방문의도'가 가장 높았으며, 그 외 '한국 화장품 구매의도'와 '전반적인 한국제품 구매의도'도 높은 편임
- 한국 방문의도는 30대 미혼 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높음
- 화장품 구매의도는 20~30대 여성, 한류 호감층에서 상대적으로 높음

[그림 7-24. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]



[표 7-25. 한국산 제품(서비스)의 향후 관심도]

관심도 Top2%	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
	남성	여성	15~19	20대	30대	40대	50대	기혼	미혼	중졸이하	고졸	대졸이상	호감	보통	비호감
	(200)	(200)	(100)	(100)	(100)	(87)	(13)	(243)	(157)	(29)	(76)	(295)	(119)	(254)	(27)
한국을 방문하고 싶다	44.5	<u>63.0</u>	50.0	53.0	<u>57.0</u>	54.0	61.5	51.4	<u>57.3</u>	58.6	36.8	<u>57.6</u>	<u>85.7</u>	40.9	33.3
한국 화장품 구매하고 싶다	37.0	<u>57.5</u>	45.0	<u>53.0</u>	<u>54.0</u>	37.9	30.8	46.1	49.0	41.4	38.2	<u>50.2</u>	<u>76.5</u>	34.6	37.0
전반적 한국 제품 구매하고 싶다	42.0	<u>52.0</u>	40.0	48.0	<u>52.0</u>	48.3	46.2	43.6	<u>52.2</u>	48.3	34.2	50.2	<u>80.7</u>	33.5	25.9
한국 휴대폰 구매하고 싶다	<u>46.0</u>	41.0	36.0	43.0	<u>48.0</u>	44.8	61.5	41.2	<u>47.1</u>	31.0	38.2	<u>46.1</u>	<u>72.3</u>	31.9	25.9
한국의류 구매하고 싶다	33.0	53.5	45.0	46.0	47.0	37.9	15.4	41.6	45.9	44.8	38.2	44.4	76.5	28.7	33.3
한식을 먹어보고 싶다	42.0	42.5	33.0	43.0	48.0	43.7	53.8	39.1	47.1	34.5	34.2	45.1	73.1	29.9	22.2
한국전통문화체험 하고 싶다	35.5	45.5	32.0	43.0	46.0	41.4	38.5	37.9	44.6	34.5	28.9	44.1	71.4	27.6	25.9
한국식품 구매하고 싶다	40.5	39.5	37.0	37.0	43.0	43.7	38.5	39.1	41.4	34.5	36.8	41.4	73.9	26.0	22.2
가전제품 구매하고 싶다	41.5	37.0	29.0	38.0	42.0	44.8	69.2	34.2	47.1	27.6	27.6	43.4	71.4	26.0	22.2
한글을 학습하고 싶다	30.5	46.0	42.0	44.0	36.0	32.2	23.1	37.0	40.1	48.3	36.8	37.6	68.9	25.2	25.9
태권도 배우고 싶다	31.0	37.5	38.0	36.0	38.0	27.6	7.7	33.3	35.7	44.8	35.5	32.9	59.7	23.6	22.2
한국제품 구매 하고 싶다	27.5	37.0	31.0	37.0	34.0	28.7	15.4	31.3	33.8	37.9	28.9	32.5	68.1	16.5	22.2
액세서리 구매하고 싶다	25.5	36.0	35.0	28.0	37.0	25.3	7.7	28.8	33.8	41.4	25.0	31.2	58.0	18.9	22.2
병원 의료서비스 받고 싶다	25.0	36.0	28.0	42.0	32.0	20.7	15.4	30.5	30.6	31.0	23.7	32.2	60.5	18.5	11.1
한국자동차 구매하고 싶다	25.5	26.0	22.0	35.0	30.0	14.9	23.1	22.6	30.6	17.2	22.4	27.5	48.7	15.7	18.5
한국산 주류를 구매하고 싶다	23.0	20.5	20.0	25.0	29.0	13.8	7.7	19.3	25.5	17.2	17.1	23.4	43.7	12.6	11.1

제7장 국가별 결과 분석 : 태국

IV. 한류의 지속성 및 개선점

1. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항

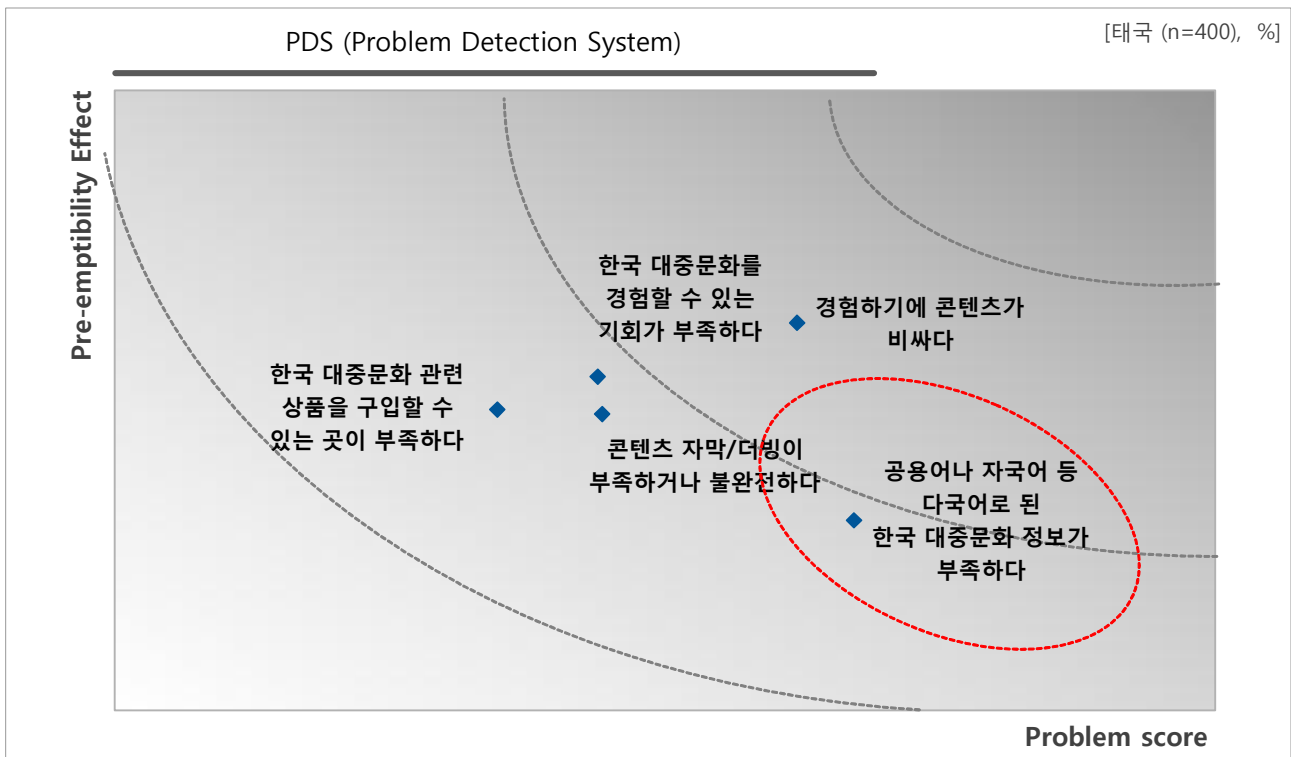
Q7_4. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들이 얼마나 불편 하십니까?

Q7_5. 한국 대중문화를 이용하는 데 다음 항목들의 불편함을 얼마나 자주 경험 하셨습니까?

Q7_6. 한국 대중문화를 이용하는 데 이러한 문제점을 해결할 수 있다고 생각 하십니까?

- 태국에서는 '한국대중문화 상품 구입처 부족'과 '한류체험기회 부족'이 불편사항으로 가장 많이 언급되고 있으나,
향후 개선 가능성을 고려한 분석 결과 태국에서는 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점이 주 개선사항으로 파악됨

[그림 7-25. 한류 콘텐츠 이용시 불편 사항]



☞ Problem score = SQRT (문제심각성 * 문제발생빈도)

Pre-emptibility Effect = 시중에 해결제품이 없다는 응답비율

[표 7-26. 한류 콘텐츠 이용 시 불편 사항]

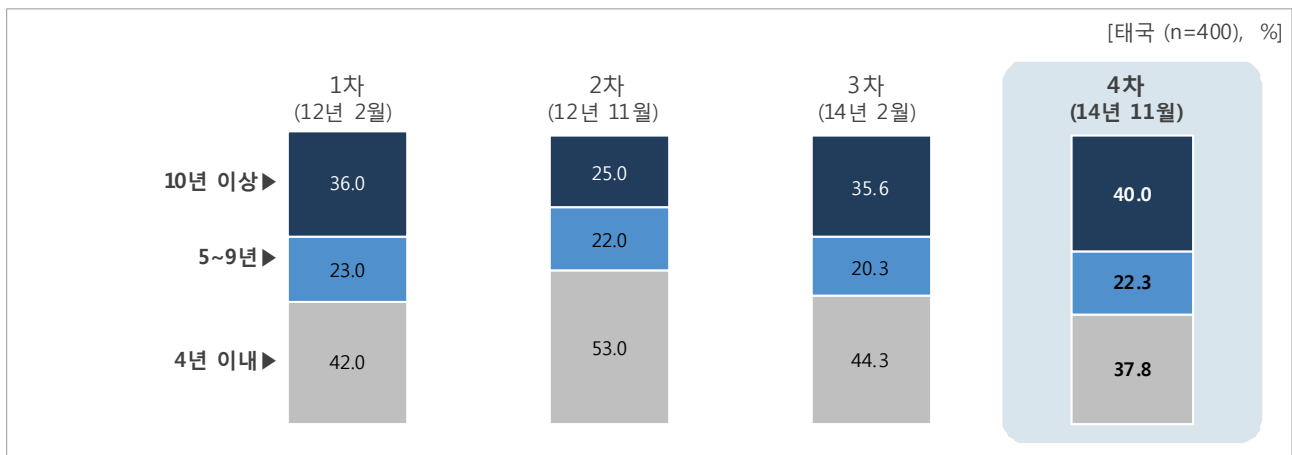
불편사항 Top2%		전체 (400)	성별		연령					결혼여부		학력			한류태도		
			남성 (200)	여성 (200)	15~19 (100)	20대 (100)	30대 (100)	40대 (87)	50대 (13)	기혼 (243)	미혼 (157)	중졸이하 (29)	고졸 (76)	대졸이상 (295)	호감 (119)	보통 (254)	비호감 (27)
한국대중문화 상품 구입처부족	3차	45.5	42.5	48.5	42.0	43.0	40.0	56.8	57.7	43.3	48.8	42.9	41.4	47.4	57.8	37.3	44.4
	4차	49.3	46.0	<u>52.5</u>	<u>55.0</u>	50.0	42.0	51.7	38.5	49.0	49.7	41.4	<u>57.9</u>	47.8	58.8	43.7	59.3
한류 체험 기회 부족	3차	56.3	53.0	59.5	54.0	55.0	45.0	73.0	65.4	53.4	60.5	47.6	55.9	57.1	65.6	50.0	55.6
	4차	48.8	49.5	48.0	50.0	47.0	<u>54.0</u>	44.8	38.5	49.4	47.8	31.0	<u>57.9</u>	48.1	<u>55.5</u>	45.3	51.9
콘텐츠 자막/더빙이 불완전함	3차	55.3	50.5	60.0	48.0	57.0	50.0	68.9	57.7	52.9	58.6	47.6	50.5	57.8	63.6	48.7	66.7
	4차	45.0	42.5	<u>47.5</u>	<u>50.0</u>	46.0	40.0	46.0	30.8	45.7	43.9	34.5	<u>53.9</u>	43.7	<u>53.8</u>	41.7	37.0
비싼 콘텐츠 가격	3차	58.0	53.5	62.5	64.0	51.0	50.0	67.6	65.4	55.5	61.7	71.4	56.8	57.5	62.3	54.4	66.7
	4차	41.0	41.5	40.5	<u>44.0</u>	<u>44.0</u>	38.0	40.2	23.1	40.7	41.4	24.1	<u>48.7</u>	40.7	<u>48.7</u>	37.0	44.4
공용어나 자국어로 된 한국 대중문화 정보 부족	3차	62.3	57.0	67.5	55.0	57.0	62.0	75.7	73.1	58.4	67.9	47.6	56.8	65.7	70.1	56.6	66.7
	4차	39.0	39.5	38.5	42.0	36.0	32.0	<u>46.0</u>	<u>46.2</u>	35.4	<u>44.6</u>	31.0	42.1	39.0	<u>45.4</u>	37.0	29.6

2. 한류 지속 여부

Q15_1. 귀하께서는 한류의 인기가 얼마나 오랫동안 지속될 것이라고 보십니까?

- 4년 이내 한류의 인기가 끝날 것이라는 의견은 37.8%(151명)로 2차 조사 이후 지속적으로 감소세를 보이는 반면, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 40.0%(160명)로 2차 조사 이후 꾸준히 증가하고 있는 것으로 조사됨
- 특히, 10대 미혼 여성, 한류 호감층에서 한류 인기의 지속성을 상대적으로 높게 인식함

[그림 7-26. 한류 지속 여부]



[표 7-27. 한류 지속 여부]

한류 지속 여부 %			4년 이내		5~9년		10년 이상	
			3차	4차	3차	4차	3차	4차
성별	남성	(200)	50.5	43.5	20.5	20.5	29.0	36.0
	여성	(200)	38.0	32.0	20.0	24.0	42.0	<u>44.0</u>
연령	15~19세	(100)	36.0	32.0	16.0	20.0	48.0	<u>48.0</u>
	20대	(100)	47.0	47.0	18.0	21.0	35.0	32.0
	30대	(100)	49.0	42.0	23.0	20.0	28.0	38.0
	40대	(87)	48.6	27.6	24.3	29.9	27.1	42.5
	50대	(13)	34.6	46.2	23.1	15.4	42.3	38.5
결혼 여부	기혼	(243)	44.1	38.3	20.2	24.3	35.7	37.4
	미혼	(157)	44.4	36.9	20.4	19.1	35.2	<u>43.9</u>
학력	중졸이하	(29)	38.1	24.1	9.5	24.1	52.4	<u>51.7</u>
	고졸	(76)	39.6	36.8	19.8	19.7	40.5	43.4
	대졸이상	(295)	46.7	39.3	21.3	22.7	32.2	38.0
한류 태도	호감	(119)	38.3	26.9	17.5	25.2	44.2	<u>47.9</u>
	보통	(254)	47.3	39.8	21.9	22.0	30.7	38.2
	비호감	(27)	55.6	66.7	22.2	11.1	22.3	22.2

주) 1차, 2차의 경우 배너의 구성이 맞지 않아 배제함

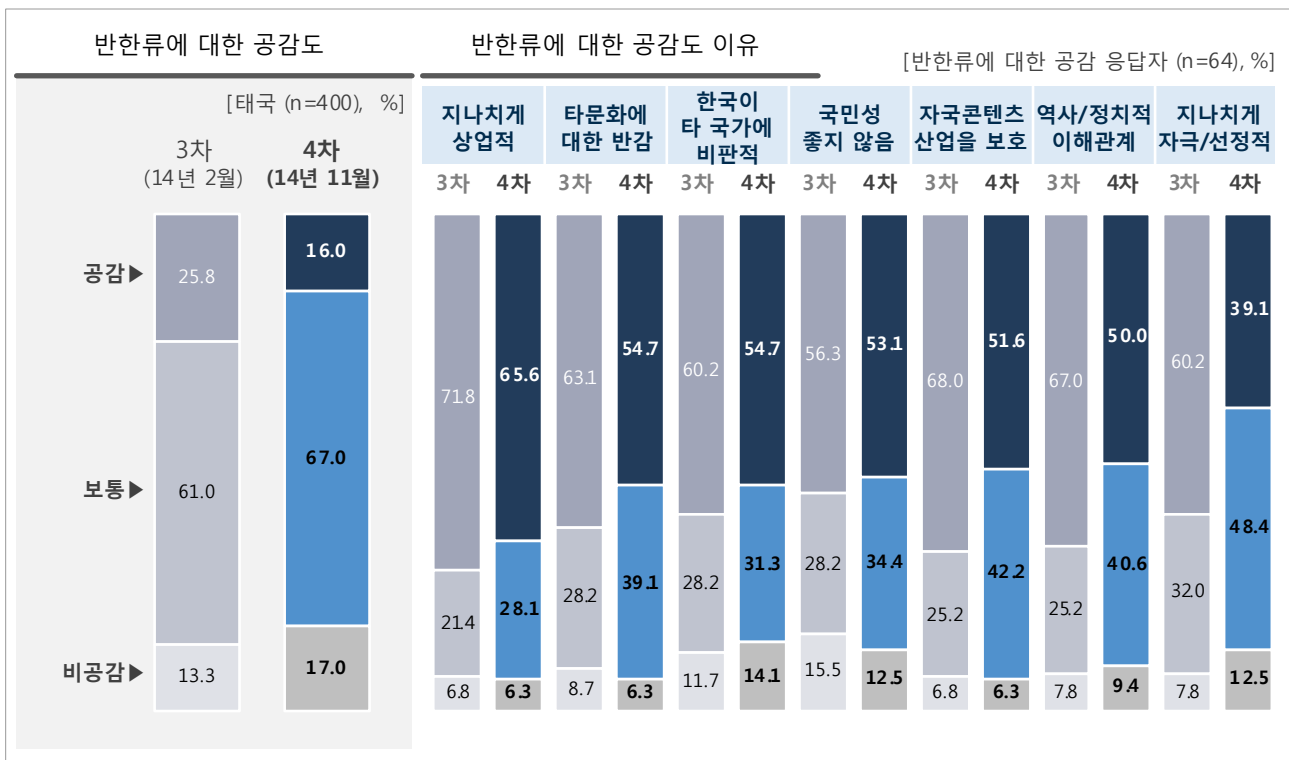
3. 반한류 공감도

Q16. 최근 일부 지역에서 반한류 시위도 나타나고 있습니다 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

Q17_1. (Q16=4, 5 응답자만) 반한류 시위에 대해서 공감한다라고 하셨는데 왜 그렇게 생각하십니까?

- 태국의 반한류 공감율은 16.0%(64명)로 3차 조사 대비 감소함
- 반한류에 대한 공감이유는 '지나치게 상업적'이라는 점이 가장 높았으며, 그 외 '타문화에 대한 반감', '한국이 타 국가에 비판적임' 순으로 나타남
- 20대 남성, 한류 호감층에서 반한류에 대한 공감율이 상대적으로 높음

[그림 7-27. 반 한류 공감도와 이유]



[표 7-28. 반 한류 공감도와 이유]

반한 시위 공감율(Top2%)				지나치게 상업적		타문화에 대한 반감		한국이 타 국가에 비판적		국민성이 좋지 않음		자국콘텐츠 산업을 보호		역사적정치적 이해관계		지나치게 자국적 선정적		
				3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	3차	4차	
전체		(400)	16.0	(64)	71.8	65.6	63.1	54.7	60.2	54.7	56.3	53.1	68.0	51.6	67.0	50.0	60.2	39.1
성별	남성	(200)	18.5	(37)	72.7	62.2	65.5	51.4	60.0	54.1	61.8	51.4	69.1	45.9	70.9	45.9	70.9	32.4
	여성	(200)	13.5	(27)	70.8	70.4	60.4	59.3	60.4	55.6	50.0	55.6	66.7	59.3	62.5	55.6	47.9	48.1
연령	15~19세	(100)	17.0	(17)	72.7	64.7	54.5	41.2	27.3	41.2	45.5	58.8	59.1	35.3	59.1	47.1	45.5	29.4
	20대	(100)	16.0	(16)	53.1	62.5	43.8	43.8	59.4	56.3	46.9	50.0	59.4	50.0	62.5	43.8	53.1	43.8
	30대	(100)	16.0	(16)	88.9	56.3	77.8	62.5	61.1	62.5	66.7	50.0	83.3	50.0	72.2	56.3	83.3	31.3
	40대	(83)	16.1	(14)	79.2	78.6	83.3	71.4	91.7	57.1	70.8	50.0	70.8	71.4	79.2	50.0	70.8	50.0
	50대	(17)	7.7	(1)	85.7	100.0	71.4	100.0	57.1	100.0	57.1	100.0	85.7	100.0	57.1	100.0	42.9	100.0
결혼여부	기혼	(119)	15.6	(38)	71.4	63.2	58.7	47.4	55.6	50.0	50.8	52.6	71.4	44.7	68.3	55.3	52.4	34.2
	미혼	(281)	16.6	(26)	72.5	69.2	70.0	65.4	67.5	61.5	65.0	53.8	62.5	61.5	65.0	42.3	72.5	46.2
학력	중졸이하	(18)	20.7	(6)	57.1	33.3	42.9	50.0	42.9	16.7	42.9	33.3	71.4	16.7	57.1	50.0	42.9	16.7
	고졸	(83)	18.4	(14)	68.0	64.3	48.0	42.9	36.0	42.9	48.0	57.1	48.0	35.7	56.0	28.6	40.0	28.6
	대졸이상	(299)	14.9	(44)	74.6	70.5	70.4	59.1	70.4	63.6	60.6	54.5	74.6	61.4	71.8	56.8	69.0	45.5
한류태도	호감	(81)	23.5	(28)	65.5	67.9	70.9	60.7	67.3	71.4	56.4	57.1	69.1	60.7	74.5	64.3	65.5	57.1
	보통	(270)	11.8	(30)	77.5	56.7	47.5	46.7	52.5	40.0	52.5	43.3	65.0	36.7	55.0	36.7	55.0	23.3
	비호감	(49)	22.2	(6)	87.5	100.0	87.5	66.7	50.0	50.0	75.0	83.3	75.0	83.3	75.0	50.0	50.0	33.3

4. 요약 및 결론

- 태국에서의 한국 대표이미지는 드라마가 23.8%(95명)로 1위, 그 외 K-POP, 미용 순임
- 한국에 대해 전반적으로 긍정적이며, 특히 경제적으로 선진국, 문화 강국, 우리에게 우호적인 국가라는 인식이 강함
- 드라마의 소비량이 52.9%(212명)로 1위, 그 외 영화, 예능, K-POP의 소비량도 약 50%로 매우 높은 수준임
- 한국 콘텐츠의 대중적 인기도는 한식이 62.3%(249명)로 1위, 그 외 패션, K-POP, 영화의 대중적 인기가 50% 이상으로 높음
- 한국 문화 관심도 및 소비지출의향은 현재와 유사하거나 증가했다는 의견이 90% 이상이며, 1년 후 관심도/소비지출의향 역시 유사 혹은 증가할 것이라는 예상이 90% 이상으로 긍정적임
- 한류 인지도는 46.3%(185명), 용어 호감도는 29.8%(119명)로 지난 조사 대비 대폭 하락
- 한류 대표 콘텐츠로는 K-POP이 75.5%(302명)로 1위, 그 외 드라마, 패션, 미용 순임
- 일부 콘텐츠를 제외한 한류는 전반적으로 90% 수준의 높은 인지도 및 경험률을 보이고 있으며, 콘텐츠 경험 후 약 30%의 소비 증감률과 45% 이상의 호감도를 보임
반면, 애니메이션, 게임, 도서는 상대적으로 타 콘텐츠 대비 인지도 및 호감도가 떨어짐
- 한류 콘텐츠의 주 소비 채널은 TV와 YouTube 무료채널 임
- 드라마와 영화는 배우의 매력적인 외모, 재미있고 탄탄한 스토리가 주 인기요인이며, K-POP은 가수들의 뛰어난 퍼포먼스, 가수들의 매력적인 비주얼이 주 인기요인임
- 한국 제품은 주로 화장품, 식료품, 의류, 서적, 휴대폰, 가전, 병원 서비스 등을 많이 경험하였고, 향후 한국 방문의도 및 화장품 구매의도, 전반적 한국제품 구매의도 등이 높게 나타남
- 한류 이용시 다국어로 된 한국 대중문화 정보가 부족하다는 점(39.0%, 156명)이 불편사항으로 인식됨
- 한류의 인기도는 4년 이내에 끝날 것이라는 의견이 37.8%(151명)로 지난 2차 조사이후 지속적으로 감소하고 있는 반면, 10년 이상 지속될 것이라는 의견은 40.0%(160명)로 지속 상승하고 있어 한류 인기의 지속성에 대해 긍정적임
- 반 한류 공감도는 16.0%(64명), 지나치게 상업적이라는 점과 타 문화에 대한 반감이 반 한류 공감이유로 주로 나타남
- 태국은 전반적으로 한류문화에 대한 인식이 긍정적이고, 이용량 및 향후 관심도도 타 국가 대비 높은 수준으로 보여 향후 한류 이미지의 지속적인 어필이 효과적일 것으로 판단됨