

Меліса Меліса, Суянто Суянто, Олівія Таная

Корейська хвиля в Індонезії: Чи є якісь зміни в сприйнятті та намірі відвідати Корею?

Південна Корея має хороший імідж за кордоном завдяки успіху свого національного брендингу. Використовуючи корейську хвилю як свій національний бренд, корейці представляють свою країну та культуру за допомогою корейських засобів розваг. Індонезія – одна з азійських країн, на яку впливає корейська хвиля, а особливо корейські драми. Метою цієї статті є аналіз чинників, що визначають зміни в сприйнятті та бажанні індонезійців відвідати Південну Корею як туристичне місце. Аналізуються теорія міжнародної стратегії, теорія міжнародного маркетингу й типи корейських хвиль. Дослідницька вибірка охоплює 237 випадково відібраних фанатів і не фанатів корейської хвилі. Дані були зібрані за допомогою анкетування, адаптованого та модифікованого ґрунтуючись на попередніх дослідженнях. Респонденти заповнювали анкети онлайн через Google Forms. У дослідженні використаний множинний лінійний регресійний аналіз. Результати показують, що міжнародна стратегія та маркетинг можуть адекватно пояснити зміни в сприйнятті та бажанні індонезійців відвідати Південну Корею як туристичне місце. Корейська хвиля має позитивний і значний вплив на зміни в суспільному сприйнятті Кореї. Значущий рівень $0,000 < 0,05$ надає змогу зробити висновок про те, що чотири змінні корейської хвилі (корейські музика, їжа, драми, та товари) одночасно мають позитивний вплив на зміни в сприйнятті індонезійцями Південної Кореї. Однак встановлено, що К-рор та корейська їжа не визначають намір відвідати Південну Корею як туристичне місце.

Ключові слова: К-рор, Халлю, туризм, культура, глобалізація, сприйняття, намір

Класифікація JEL: M31, Z30, Z32



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.