

ข่าวเด่นประจำเดือนมิถุนายน 2569 ฉบับที่ 2

เกาหลีใต้เปิดเกมรุก! ปลุก K-Behauty สู่วัฒนธรรมท่องเที่ยวระลอกใหม่ ดึงเม็ดเงินทั่วโลก

(ที่มา : The Korea Times)



ภาพประชาสัมพันธ์งาน 2026 Korea Beauty Festival โดย Korea Tourism Organization

กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวแห่งสาธารณรัฐเกาหลี ร่วมกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี (Korea Tourism Organization: KTO) ได้เปิดตัวเทศกาล "2026 Korea Beauty Festival" อย่างเป็นทางการ ภายใต้แนวคิด "All about Beauty" ณ ศูนย์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไฮเทค HiKR Ground ในกรุงโซล โดยกำหนดจัดงานต่อเนื่องไปจนถึงวันที่ 19 กรกฎาคม ๒๕๖๙

รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีมีเป้าหมายในการแปลงความสนใจของแฟนคลับต่างชาติที่มีต่อความงามของศิลปิน K-Pop และนักแสดง K-Drama ผ่านสื่อดิจิทัล ให้กลายเป็นการเดินทางท่องเที่ยวจริงในสาธารณรัฐเกาหลี เพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

งานดังกล่าวปรับเปลี่ยนรูปแบบจากการจัดแสดงสินค้าทั่วไป มาเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมต่างชาติได้สัมผัสประสบการณ์ด้วยตนเอง อาทิ การตรวจวิเคราะห์สภาพผิว การแต่งหน้าตามสไตล์ศิลปิน K-Pop การตรวจสุขภาพหนังศีรษะ และการรับคำปรึกษาด้านความงามจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมโดยตรง ทั้งนี้ พิธีเปิดงานมีการเชิญนักแสดงและนางแบบชื่อดัง อาทิ ฮเยริ (Hyeri) พร้อมด้วยทูตวัฒนธรรมจากประเทศเม็กซิโกและมองโกเลีย เพื่อสะท้อนถึงอิทธิพลของวัฒนธรรมเกาหลีในระดับนานาชาติ

นอกจากนี้ รัฐบาลได้ร่วมมือกับแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์ชั้นนำระดับภูมิภาคและระดับโลก จำนวน ๙ แพลตฟอร์ม อาทิ Klook, Trip.com และ Viator เพื่อเปิดตัวแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงความงาม (K-beauty Tourism Packages) กว่า 800 แพ็คเกจ มุ่งหวังเปลี่ยนความสนใจในช่องทางออนไลน์ให้กลายเป็นการใช้จ่ายจริงในระบบเศรษฐกิจ พร้อมทั้งจัดงานจับคู่ธุรกิจ (Travel Mart) โดยเชิญผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจาก 19 ประเทศ เข้าร่วมออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และเวลเนส (Medical and Wellness Tourism) เพื่อขยายขอบเขตการท่องเที่ยวจากร้านบูติกหรูในกรุงโซล ไปสู่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในเมืองปูซานและเกาะเชจู

ความคิดเห็นของ สคต. ณ กรุงโซล

การที่รัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีเปิดตัวเทศกาล 2026 Korea Beauty Festival สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางการยกระดับอุตสาหกรรม K-Beauty จากเดิมที่เน้นการขายและส่งออกสินค้าเครื่องสำอาง ไปสู่การนำเสนอประสบการณ์และการบริการ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงกว่า

ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางระดับโลกด้านการท่องเที่ยวและการแพทย์ (Medical & Wellness Hub) มีศักยภาพที่จะนำแนวทางการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้และต่อยอดโอกาสได้ ดังนี้

1) ไทยสามารถสร้างแพ็คเกจในลักษณะ "T-Beauty & Thai Wellness" โดยอาศัยจุดแข็งด้านการนวดไทย สปา สมุนไพร รวมถึงบริการทางการแพทย์ที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล มาจัดเป็นเทศกาลใหญ่ที่ครอบคลุมทั้ง การตรวจธาตุเจ้าเรือน การทำสปาบำบัด คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ และการนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านผ้าไทย หรือสไตล์ความเป็นไทยร่วมสมัย ทั้งนี้ การจัดเทศกาลในลักษณะดังกล่าวยังเป็นโอกาสในการส่งเสริมการค้าสินค้าและบริการของไทยควบคู่กันไป อาทิ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและสปา เครื่องสำอางและสกินแคร์ที่ผลิตจากวัตถุดิบไทย ตลอดจนสินค้าไลฟ์สไตล์และผ้าไทย ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้และต่อยอดไปสู่โอกาสทางการค้าระหว่างประเทศได้ในระยะยาว

2) จากการที่เกาหลีได้จัดงาน Travel Mart เพื่อดึงผู้ประกอบการจาก 19 ประเทศเข้าร่วม นับเป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทยสามารถนำมาปรับใช้ในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ ทั้งในรูปแบบของการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่สนใจด้านเวลเนสให้เดินทางมาไทย นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการไทยในภาคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ผลิตเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์สปา และผู้ให้บริการด้านสุขภาพ ให้สามารถเข้าถึงลูกค้าและช่องทางการตลาดในต่างประเทศได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

3) ด้วยอุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่กำลังขยายอิทธิพลในภูมิภาคเอเชีย ไม่ว่าจะเป็นซีรีส์วาย ละครไทย หรือวงการ T-Pop ประเทศไทยสามารถอาศัยศักยภาพของศิลปินและนักแสดงไทยในการทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรมเพื่อดึงดูดความสนใจของแฟนคลับต่างชาติให้เข้ามาสัมผัสประสบการณ์การดูแลตัวเองในแบบไทย พร้อมทั้งสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าเพื่อความงามของไทยในตลาดต่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล