



จากวันที่เกาหลีส่งออกคอนเทนต์ลง Netflix : Soft power ช่วยสร้างเศรษฐกิจในเกาหลียังงัยบ้าง

“มู กุง ฮวา โก จี พี อีต โซ รี ดา...” นี่คงเป็นประโยคฮิตติดหูหลายคนในช่วงนี้ ซึ่งมาจากซีรีส์เกาหลี Squid Game หลังจาก Netflix ได้ปล่อยซีรีส์เรื่องนี้ออกมา ก็ได้รับการตอบรับจากคนดูล้นหลาม เห็นได้จากการทำสถิติติดอันดับ 1 ใน 94 ประเทศ และทำลายสถิติซีรีส์ที่มีคนดูเกิน 100 ล้านบัญชีหลังปล่อยมาได้ไม่ถึง 28 วัน ซึ่งถือเป็นซีรีส์เรื่องแรกของ Netflix ที่สร้างปรากฏการณ์นี้ได้

นอกจากกระแสที่เป็นที่พูดถึงทั่วโลกแล้ว Squid Game ยังสร้างเอฟเฟกต์มาถึงวงการอื่นด้วย เพราะตอนนี้หลายที่ต่างจับกระแสซีรีส์ดังผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายมากมาย ไม่ต้องมองที่ไหนไกล ล่าสุด Netflix ได้ร่วมกับ Walmart เตรียมผลิตสินค้าที่มาจากซีรีส์ที่ได้รับความนิยมบนแพลตฟอร์มอย่าง Squid Game และ Stranger Things แล้ว หากมองย้อนกลับมาที่ต้นทางอย่างเกาหลี ก็น่าสนใจว่าการส่งออกคอนเทนต์ลง Netflix ในฐานะผู้สร้างคอนเทนต์ร่วมนั้นสร้างเม็ดเงินกลับเข้าประเทศได้มากน้อยแค่ไหน อย่งไร

ในขณะที่ Squid Game รั้นฉายในแพลตฟอร์มอยู่ และยังไม่มีการสรุปตัวเลขรายได้ของซีรีส์เรื่องนี้ออกมาอย่างเป็นทางการ The MATTER พามาสำรวจตัวเลขเม็ดเงินที่เกาหลีได้จากการร่วมสร้างคอนเทนต์ลงแพลตฟอร์ม Netflix ซึ่งเป็นการจัดทำผลสำรวจระหว่าง Netflix กับ Deloitte ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016-2020

สิ่งที่น่าสนใจจากรายงานฉบับนี้ก็คือ การผลิตคอนเทนต์บนเท็งงแพลตฟอร์มไม่เพียงสร้างรายได้กลับมาหาทีมสร้างซีรีส์เท่านั้น แต่ส่งต่อมาถึงการเติบโตของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลี อุตสาหกรรมอื่นๆ หรือแม้กระทั่งอัตราจ้างงานที่เพิ่มขึ้นในธุรกิจเหล่านั้น จนส่งผลมาถึงภาพรวมของเศรษฐกิจประเทศเลยทีเดียว มาดูกันว่า นับตั้งแต่เกาหลีเริ่มส่งออกคอนเทนต์ลง Netflix ได้สร้างเม็ดเงินกลับมาเข้ามาในประเทศได้เท่าไรบ้าง



จากวันที่เกาหลี ส่งออกคอนเทนต์ลง **NETFLIX**

Soft power
ช่วยสร้างเศรษฐกิจ
ในเกาหลียังไบบ้าง?



- 

สร้างรายได้
เข้าประเทศ
ทั้งหมด

5.6
ล้านล้านบาท
- 

เกิดการจ้วงจวน
เพิ่มขึ้น

16,000
คน
- 

ธุรกิจแฟชั่น / ความงาม / อาหาร
มีรายได้เพิ่มขึ้นรวม

2.7
ล้านล้านบาท
- 

ส่งออกเพลงจาก
OST ของซีรีส์
ขายได้มากกว่า

60,000
อัลบั้มเฉพาะ
ในญี่ปุ่น
- 

ภาค
การท่องเที่ยว
โตขึ้นมา

51%
- 

กระตุ้นธุรกิจ
แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง
เพิ่มขึ้น

2 เท่า

กิมดัดต้อนรับทุกท่านอย่างสุดซึ้ง
ที่มายังดินแห่งนี้ครับ

*อ้างอิงจากผลการสำรวจของ Deloitte ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016 - 2020
**ผลการสำรวจนี้ไม่ได้รวมการลงทุนจำนวน 550 พันล้านบาทต่อสัปดาห์ ของปี ค.ศ. 2020



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

นอกจากนี้ รายละเอียดการเติบโตและการจ้างงานของแต่ละหน่วยธุรกิจมีอัตราส่วน ดังนี้
กิจการที่ผู้สร้างและกระจายคอนเทนต์ (ภาพยนตร์ ซีรีส์และรายการบันเทิง งานอนิเมชัน)

ทำรายได้หนุน GDP คิดเป็นเงินประมาณ 2.7 ล้านล้านบาท

เกิดการจ้างงานเฉลี่ย 6,000 คน

ธุรกิจสื่อบันเทิงสร้างสรรค์อื่นๆ (สิ่งพิมพ์/เว็บตูนและการ์ตูน/ดนตรี)

ทำรายได้หนุน GDP คิดเป็นเงินประมาณ 1 แสนล้านบาท

เกิดการจ้างงานเฉลี่ย 400 คน

ธุรกิจอื่นๆ (ท่องเที่ยว/อาหาร/เครื่องสำอางและความงาม/แฟชั่น)

ทำรายได้หนุน GDP คิดเป็นเงินประมาณ 2.7 ล้านล้านบาท

เกิดการจ้างงานเฉลี่ย 10,000 คน

สำหรับกลุ่มธุรกิจบันเทิงสร้างสรรค์อื่นๆ ถือว่าได้รับเอฟเฟกต์จากซีรีส์และภาพยนตร์ที่ฉายบน Netflix พอสมควร เพราะผู้ชมจำนวน 42% ตามมาเสพคอนเทนต์อื่นหลังจากได้ชมภาพยนตร์หรือซีรีส์นั่นเอง คิดเป็น

- เว็บตูน 25% โดยซีรีส์ 3 อันดับแรกที่คนตามมาอ่าน ได้แก่
 1. Sweet Home
 2. The Uncanny Counter
 3. Itaewon Class
- วรรณกรรม 11% โดยซีรีส์ 3 อันดับแรกที่คนตามมาอ่าน ได้แก่
 1. Kingdom
 2. Stranger
 3. Train to Busan



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

- เพลง 23% โดย OST ที่ส่งออกตีตลาดเพลงญี่ปุ่นและติดชาร์ต Oricon ได้แก่
 1. Hospital Playlist
 2. Itaewon Class
 3. Crash Landing On You

นอกจากนี้ การกระจาย K-content ไปทั่วโลกผ่านแพลตฟอร์ม Netflix ยังส่งผลต่ออุตสาหกรรมอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตหนัง ซีรีส์ และธุรกิจบันเทิงสร้างสรรค์ตามมาด้วย โดยธุรกิจเหล่านี้มีอัตราการเติบโตภายใน 5 ปี ดังนี้

ท่องเที่ยว 51%

อาหาร 221%

แฟชั่น 210%

ที่สำคัญ เมื่อพิจารณาเฉพาะปี ค.ศ. 2020 พบว่าทำรายได้เข้าประเทศหนุน GDP ประมาณ 2.3 ล้านล้านบาท และเกิดการจ้างงานเฉลี่ย 5,000 กว่าตำแหน่ง อีกทั้งยังได้รับเงินลงทุนจาก Netflix มาแล้วเป็นจำนวนเงินกว่าเจ็ดแสนล้านบาท และในปีนี้ก็ยังมีแผนว่า Netflix ลงทุนสร้าง K-content ลงแพลตฟอร์มอีกประมาณ 5 แสนล้านดอลลาร์ฯ

ทั้งหมดนี้ ก็เป็นเพราะเกาหลีผลิตและส่งออกคอนเทนต์ประเภทต่างๆ เผยแพร่ผ่าน Netflix ไปทั่วโลกมากถึง 80 รายการ ภายในช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา โดยเน้นนำเสนอประเด็นที่เป็นที่พูดถึงกันในระดับสากล ผสมผสานการถ่ายทอดและนำเสนอเรื่องราวตามแบบฉบับของเกาหลีที่ทำให้ครองใจผู้ชม อันส่งผลมาสู่การเสพตัววัฒนธรรมหรือสตอรี่จากคอนเทนต์บนแพลตฟอร์มสตรีมมิงในรูปแบบอื่น เช่น อาหาร ของกิน เสื้อผ้า เพลง การ์ตูน หรือนิยาย และอีกมากมาย

อ้างอิงข้อมูลจาก

[Socio-economic Impact of Netflix Korea by Deloitte](#)



สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ ARIT NPRU

[Netflix.com](https://www.netflix.com)

[Thairath.co.th](https://www.thairath.co.th)

[Kedglobal.com](https://www.kedglobal.com)

[Koreatimes.co.kr](https://www.koreatimes.co.kr)

[Theverge.com](https://www.theverge.com)

ที่มา <https://thematter.co/entertainment/korea-soft-power-in-netflix/157679>

[#เราจะฝ่าวิกฤตไปด้วยกัน](#)

[#SocialDistancing](#)

[#สำนักวิทยบริการฯมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม](#)

หรือ <http://arit.npru.ac.th/>

<http://www.npru.ac.th/>

