



## สารนิพนธ์

เรื่อง การใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา ผ้าทอ  
โบราณของเกาหลี

โดย

นางสาววาปรีญา มณีงาม

รหัสนักศึกษา 05550527

เสนอ

อาจารย์ ดร.สุรียพร จรุงธนะกิจ

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ  
สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ภาคการศึกษาปลาย ปีการศึกษา 2558

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี แม้จะมีอุปสรรคและความยากลำบากอยู่บ้างก็ตาม ทั้งนี้ต้องขอขอบพระคุณท่านอาจารย์ ดร.สุริพร จรุงชนะกิจ อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้คอยดูแลและให้คำแนะนำแก่ข้าพเจ้าตลอดการทำสารนิพนธ์เล่มนี้ขึ้น

ขอบพระคุณแม่กอบแก้ว มณีงาม แม่ที่ประเสริฐที่สุดในโลกเท่าที่ลูกคนหนึ่งจะมีได้

ขอบพระคุณอาจารย์ภาคเกาหลีทุกท่านที่สอนภาษาเกาหลีแก่ข้าพเจ้าจนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลภาษาเกาหลีได้

ขอบคุณเพื่อน พี่ น้องทุกคน ที่คอยช่วยเหลือข้าพเจ้าในการทำสารนิพนธ์และมีน้ำใจต่อข้าพเจ้าเสมอมา

สุดท้ายนี้ ขอบขอบคุณฮิบาริ เคียวยะ พี่แจจุง พี่ยุนโฮ พี่ยูซอน พี่จุนซูและพี่ซางมิน ทั้งหกคน ผู้เป็นคนพิเศษและเป็นกำลังใจสำคัญของข้าพเจ้า ทำให้ข้าพเจ้ามีแรงใจในการฝ่าฟันทุกอุปสรรคมาตลอดชีวิตการเรียนสี่ปี ขอบคุณมากค่ะ

## รายวิชา 450 109 การศึกษาเอกเทศ

ชื่อเรื่อง การใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา ผ้าทอโบราณของเกาหลี

ชื่อผู้วิจัย นางสาววาปรีญา มณีงาม รหัสนักศึกษา 05550527

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สุริพร จรุงชนะกิจ

ปีการศึกษา 2558

คำสำคัญ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ กระแสวัฒนธรรมเกาหลี การส่งออกวัฒนธรรม ผ้าทอโบราณของเกาหลี ผ้าไหมพีดัน ผ้ารามี่

### บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการเรื่อง การใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา ผ้าทอโบราณของเกาหลี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้เป็นสินค้าออก และศึกษารูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี โดยศึกษาจากการค้นคว้าข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ต่างๆที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า การใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา ผ้าทอโบราณของเกาหลี แบ่งออกได้สองขั้นตอนใหญ่ ได้แก่ ขั้นตอนแรก รัฐบาลเกาหลีนำเอาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้กับเศรษฐกิจของประเทศ เมื่อสามารถทำให้ประชาชนเกาหลีใต้เข้าใจความสำคัญของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้แล้ว รัฐบาลจึงสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลีขึ้นมาเพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศ โดยเน้นการส่งออกสื่อบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เช่น ซีรีส์ เพลงเคป็อบ หนังสือ การ์ตูน อนิเมชัน และเกมออนไลน์ เมื่อสามารถดึงดูดใจคนหันมาสนใจในความเป็นเกาหลีแบบร่วมสมัยได้แล้ว รัฐบาลจึงดำเนินการขั้นต่อไป สำหรับขั้นที่สองคือการส่งออกวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยอาศัยเกาะกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่กำลังมีชื่อเสียง ทำให้คนที่เคยสนใจเกาหลีในแง่ของการชื่นชมดารานักร้อง และคนดังจนเริ่มสนใจมาท่องเที่ยวและสัมผัสวัฒนธรรมเกาหลี หลังไหลเข้ามาในประเทศมากขึ้น เป็นโอกาสอันดีที่จะเผยแพร่วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ไม่โดดเด่นให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ อย่างเช่น กรณีศึกษา ผ้าทอโบราณของเกาหลี ซึ่งเป็นผ้าทอดั้งเดิมและไม่โดดเด่นนักเมื่อเทียบกับผ้าทอของประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทว่าเกาหลีสามารถผลักดันให้ผ้าทอโบราณของเกาหลีมีชื่อเสียงในกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบเสื้อผ้าและกลุ่มงานผ้าระดับนานาชาติได้ ด้วยการนำเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
บทคัดย่อ.....	ค
สารบัญภาพ.....	ฉ
บท	
นำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
จุดประสงค์ของการศึกษา.....	4
ขอบเขตการศึกษา.....	4
วิธีดำเนินการวิจัย.....	4
บทที่ 2 ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
1. วัฒนธรรมและการส่งออกวัฒนธรรม.....	6
1.1. ความหมายของวัฒนธรรม.....	6
1.1.1. องค์ประกอบของวัฒนธรรม.....	6
1.1.2. ประเภทของวัฒนธรรม.....	7
1.2. การส่งออกวัฒนธรรม.....	7
1.3. ความสำคัญของการส่งออกวัฒนธรรม.....	8
1.4. การส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้.....	9
2. ทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.....	11
2.1. ความหมายของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.....	11
2.2. กระบวนการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.....	11
3. ผ้าทอโบราณของเกาหลี.....	13
3.1. ประวัติของผ้าทอโบราณของเกาหลี.....	13
3.2. ลักษณะของผ้าทอโบราณของเกาหลี.....	14
4. บทความที่เกี่ยวข้อง.....	15

4.1.บทความเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการส่งออกวัฒนธรรมของ เกาหลีใต้.....	15
4.2.บทความเกี่ยวกับวัฒนธรรม.....	19
4.3.บทความเกี่ยวกับผ้าทอโบราณของเกาหลี.....	20
5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
5.1.งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี..	21
5.2.งานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.....	22
6. หนังสือที่เกี่ยวข้อง.....	23
6.1.หนังสือเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.....	23
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	24
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	26
1.แนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ เป็นสินค้าออก.....	26
2.รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของ เกาหลี.....	33
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล.....	46
บรรณานุกรม.....	51
ประวัติผู้วิจัย.....	53

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		
หน้า		
1	ภาพโปรโมทซีรีส์แดจังกึม.....	31
2	ผ้าไหม.....	34
3	ผ้าไหมยกคัน ลักษณะของผ้าไหมยกคันที่ลายปักและเนื้อผ้าเหมือนกันทั้งสองด้าน.....	35
4	การโปรโมทด้วยการนำผ้าพิดันมาตัดชุดแต่งงาน.....	36
5	การใช้ผ้าไหมตัดชุดตัวละครในซีรีส์เกาหลี.....	36
6	ลักษณะของผ้ารามี่.....	37
7	ผ้ารามี่คุณภาพ.....	38
8	การเก็บเกี่ยวต้นโมจิ.....	39
9	การตากเส้นใยต้นโมจิ.....	40
10	ก๊อผ้า สำหรับทอผ้ารามี่.....	40
11	การจักเส้นใยต้นโมจิเพื่อทำเป็นเส้นด้าย.....	41
12	การขึ้นรูปและการทอผ้ารามี่.....	41
13	การเพิ่มความแข็งแรงให้เส้นด้าย.....	42
14	การละเล่นโบราณระหว่างกิจกรรมทอผ้ารามี่ของสตรีในหมู่บ้าน.....	42
15	การสาธิตการจักเส้นใยต้นโมจิในงานเทศกาลอันชันรามี่.....	43
16	การจำลองการขึ้นรูปผ้าทอรามี่เพื่อให้ความรู้แก่เยาวชนที่ร่วมงานเทศกาลอันชันรามี่.....	43
17	สาธิตการย้อมสีผ้าทอรามี่ที่ทอเสร็จแล้ว.....	44
18	งานออกแบบชุดร่วมสมัยของนักออกแบบเสื้อผ้าที่มีชื่อเสียง.....	44
1	บรรยากาศการเดินทางแพ้น้ำโขงในงานเทศกาลอันชันรามี่.....	45

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกาหลีเป็นประเทศที่ประสบกับชะตากรรมอันเลวร้ายจากสงครามหลายต่อหลายครั้ง ผลกระทบที่ใหญ่ที่สุดคือการที่เกาหลีต้องถูกแบ่งออกเป็นสองส่วน คือเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ สงครามได้ทำลายเกือบทุกสิ่งที่เคยมี ทั้งความเป็นชาติ ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงความภาคภูมิใจ ดังนั้นเมื่อประเทศเข้าสู่ความสงบ รัฐบาลเกาหลีใต้ก็เล็งเห็นว่าไม่อาจใช้ทรัพยากรที่มีอยู่น้อยและพื้นที่ที่น้อยยิ่งกว่าไปพัฒนาอุตสาหกรรมหนักไปแข่งขันกับนานาประเทศที่พร้อมกว่าเพื่อนำงบประมาณกลับมาฟื้นฟูประเทศได้ เกาหลีใต้จึงต้องสร้างบทบาทใหม่ในสายตาประชาคมโลกให้ตนเอง รัฐบาลเกาหลีใต้นำทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาใช้พัฒนาประเทศ ในตอนนั้นเองที่ เกาหลีใต้เริ่มสร้างกระแสวัฒนธรรมที่ทรงพลังขึ้นเป็นจุดขายของประเทศ เป็นการลงทุนด้าน มั่นสมองและมีมือของมนุษย์มากกว่าจะลงทุนกับเครื่องจักรและให้ผลตอบแทนที่ดีเยี่ยม

เกาหลีใต้เร่งพัฒนาทุกๆด้าน โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม การที่เกาหลีใต้มี พัฒนาการอย่างรวดเร็ว เพราะมีแนวทางที่ชัดเจน รัฐบาลมีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ และต่อเนื่อง มีการศึกษาเชิงลึกและเลียนแบบการพัฒนาประเทศจากประเทศที่มีการพัฒนาแล้ว อาทิ ญี่ปุ่น, อเมริกา และพัฒนาให้ดีขึ้นจากต้นแบบ (copy to innovation) จุดแข็งของเกาหลีใต้คือ มีการพัฒนาด้านภาพลักษณ์ และการตลาดที่ดี รัฐบาลจะเป็นผู้สนับสนุนอุตสาหกรรมเกี่ยวกับ วัฒนธรรมต่างๆที่เล็งเห็นแล้วว่าเป็นประโยชน์ต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้สู่ ประชาคมโลก

เกาหลีใต้ใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรม ดังกล่าวอย่างเต็มที่ มีการจัดตั้งหน่วยงาน Korea Culture and Content Agency (KOCCA) เพื่อ สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ เช่น ภาพยนตร์ อนิเมชัน เกมส์ คนตรี และศิลปะ ผ่านกลยุทธ์เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่รับแนวคิดมาจาก อังกฤษแล้วนำมาปรับใช้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีนโยบายว่าไม่เน้นพัฒนาเพียงปัจจัย ภายนอกอย่างการสร้างเมืองให้ใหญ่หรือพัฒนาเศรษฐกิจให้เฟื่องฟู แต่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จะ

ให้ความสำคัญในการสร้างบุคลากรที่มีความสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สร้างงานที่ทรงคุณค่าแก่ประเทศชาติได้สืบไป โดยใช้กลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาความเป็นเกาหลี รวมถึงพัฒนาความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ได้ กลยุทธ์ในช่วงแรกคือการโปรโมทประเทศผ่านกระแส K POP หรือตลาดเพลงของเกาหลี โดยใช้ประโยชน์จากความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลีของวัยรุ่นจากทั่วโลก เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่ถูกชักจูงง่ายที่สุด เราจะเห็นความสำเร็จที่ชัดเจนของกระบวนการนี้ได้จากกระแสคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นในหลายๆประเทศ จนเกิดความพยายามที่จะเลียนแบบดารานักร้องเกาหลีใต้ของวัยรุ่นในหลายๆประเทศ และได้ก่อให้เกิดกระแส K-Wave หรือคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีขึ้นในสังคมต่างๆทั่วโลก ทำให้สังคมในประเทศต่างๆ ต้องให้ความสำคัญกับเกาหลีใต้มากขึ้น หันมาสนใจและศึกษาพฤติกรรมของเกาหลีใต้และจับตาดูกระแส K-Wave อย่างใกล้ชิดเพื่อคงไม่ให้อายุของวัยรุ่นของตนหันเหไปจากวัฒนธรรมดั้งเดิมของตนจนเกิดความเสียหายแก่ประเทศชาติ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการใช้นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ได้เป็นอย่างดี

เมื่อได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสมัยใหม่จนเป็นที่ประสบความสำเร็จไปทั่วโลกแล้ว ในปัจจุบัน รัฐบาลเกาหลีใต้เห็นช่องทางทำกำไรจากการส่งออกวัฒนธรรมดั้งเดิม หรืออีกนัยหนึ่งคือวัฒนธรรมที่มีมาตั้งแต่อดีต หลังจากเห็นหลายๆประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประสบความสำเร็จจากการส่งออกวัฒนธรรมของตัวเอง เช่น นักท่องเที่ยวทั่วโลกเดินทางไปท่องเที่ยวในญี่ปุ่นมากขึ้นเพราะการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเพิ่ม โปรแกรมเรียนรู้วิถีชีวิตดั้งเดิมของญี่ปุ่น หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะอเมริกาและยุโรปให้ความสนใจต่ออุตสาหกรรมไทยโบราณที่มีชื่อเสียงและประณีต หรือการดึงดูดเงินตราต่างประเทศด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของพม่า เป็นต้น ดังนั้นรัฐบาลเกาหลีจึงเริ่มส่งเสริมให้วัฒนธรรมดั้งเดิมของตนกลับมาที่มีชื่อเสียงไม่แพ้วัฒนธรรมสมัยใหม่ที่ได้สร้างขึ้น เช่น จัดทำหมู่บ้านโบราณของเกาหลีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ชุดประจำชาติเป็นที่รู้จัก ส่งเสริมอาหารเกาหลีดั้งเดิมโดยการเปิดพิพิธภัณฑ์กิมจิที่โซล ทำเทศกาลอาหาร รวมไปถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวและประติมากรรมสิ่งของตามแบบโบราณ



ผ้าทอโบราณของเกาหลี นับว่าเป็นกรณีพิเศษที่น่าจับตามอง เนื่องจากประเทศเกาหลีมีการติดต่อกับจีนและรับวัฒนธรรมจีนมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่ยุคสมัยเกาหลีโบราณเป็นต้นมา ศาสตร์หลายอย่างได้ถูกรับมาจากจีนและนำมาปรับใช้ แม้ว่าเกาหลีจะสามารถสร้างวัฒนธรรมในรูปแบบของตัวเองขึ้นมาได้ไม่น้อย แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า วัฒนธรรมหลายอย่างได้รับอิทธิพลมาจากจีน จึงมีความคล้ายคลึงกันอยู่มาก ผ้าทอโบราณของเกาหลีแม้จะมีความเป็นเอกลักษณ์ แต่ก็มีได้โดดเด่นน่าจับตามากไปกว่าผ้าไหมจีน หรือผ้าไหมไทย หากเราจะเทียบกันให้เห็นชัด อาจจะยอมรับได้ว่า ผ้าทอโบราณของไทยนั้นมีชื่อเสียงและโดดเด่นในวงการผ้าของโลกก็เพราะความประณีตละเอียดของงาน ความสร้างสรรค์ไม่เหมือนใคร และที่สำคัญที่สุดคือการรักษาเอกลักษณ์ของผ้าไทยไว้ได้อย่างเหนียวแน่น แต่ผ้าทอโบราณของเกาหลีนั้นมีชื่อเสียงอยู่ไม่กี่ชนิด และไม่โดดเด่นในวงการผ้าเท่าใดนัก ทว่ากลับมีชื่อเสียงขึ้นมาในหมู่นักท่องเที่ยวและนักออกแบบ ทั้งนี้ไม่ได้มาจากความโดดเด่นของตัวงาน ทว่ามาจากการโปรโมทของรัฐบาลเกาหลีที่พยายามจะผลักดันให้ผ้าทอโบราณของตนเป็นที่รู้จัก โดยผ่านกระบวนการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ แม้ผ้าทอโบราณของเกาหลีจะยังไม่เป็นที่รู้จักมากเท่ากับผ้าทอโบราณประเภทอื่นๆ ทว่าเกาหลีก็ประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ผ้าทอโบราณเป็นอย่างมาก ทุกวันนี้ที่เกาหลีได้มีงานเทศกาลเกี่ยวกับผ้าทอโบราณจัดขึ้นทุกปี และสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้มากขึ้นเรื่อยๆ และเพราะการจัดงานเทศกาลผ้าขึ้นมานี้เองทำให้จังหวัดต่างๆ ที่ไม่ค่อยมีชื่อเสียงของเกาหลีได้รับการโปรโมทไปในตัวอีกด้วย

จากที่กล่าวมาข้างต้น เราจะเห็นได้ว่าพัฒนาการด้านเศรษฐกิจของเกาหลีได้ค่อนข้างแปลกจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ประเทศอื่นๆ โดยเกาหลีเลือกที่จะพัฒนาทุนด้านวัฒนธรรมของตัวเองเป็นหลักและส่งเสริมการส่งออกทางวัฒนธรรม จนสามารถประสบความสำเร็จเป็นรูปธรรมขึ้นมาได้ นับว่ามีกลยุทธ์ที่น่าสนใจ และน่าศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะ การผลักดันให้ผ้าทอโบราณของเกาหลีที่ไม่ได้โดดเด่นมากนักในวงการผ้า ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและนักออกแบบทั่วโลกนั้น น่าศึกษาเพื่อนำมาเป็นแนวทางสำหรับการส่งออกวัฒนธรรมของไทย โดยเฉพาะผ้าไหมไทยที่มีคุณภาพและชื่อเสียงในวงการผ้าอยู่พอสมควร ให้ประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น รวมถึงอาจจะนำไปต่อยอดกับการส่งเสริมวัฒนธรรมประเภทอื่นๆ ของไทยได้ต่อไป

### จุดประสงค์ของการศึกษา

- 1.ศึกษาแนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้เป็นสินค้าออก
- 2.ศึกษารูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี

### ขอบเขตการศึกษา

- 1.ศึกษาทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ประเทศเกาหลีได้นำมาประยุกต์ใช้ในประเทสเท่านั้น
- 2.ข้อมูลที่ศึกษาเป็นข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของประเทศเกาหลีได้หลังสงครามแยกประเทศสงบลงเป็นต้นไป
- 3.ศึกษารูปแบบการส่งเสริมวัฒนธรรมการทอผ้าโบราณให้เป็นที่รู้จักต่อนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว โดยเลือกศึกษาเฉพาะผ้าโบราณที่มีชื่อเสียงของเกาหลีได้ อันได้แก่ผ้าไหม (พิดัน) และผ้าป่าน (รามิ)
- 4.ศึกษาเฉพาะเมืองหรือจังหวัดที่เกี่ยวข้องและได้รับการส่งเสริมในเรื่องวัฒนธรรมการทอผ้าโบราณของเกาหลีได้

### วิธีดำเนินการวิจัย

- 1.ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเกาหลีได้ โดยเฉพาะกลยุทธ์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม โดยมุ่งศึกษาข้อมูลภาษาไทย ภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษจากหนังสือเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐบาลที่เชื่อถือได้ของเกาหลี
- 2.เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอโบราณเกาหลีและรูปแบบการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านผ้าทอโบราณ

3.วิเคราะห์รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ทำให้ผ้าทอโบราณของเกาหลีเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวและนักออกแบบ

4.สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และเสนอแนะแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไป

#### **ผลที่คาดว่าจะได้รับ**

1.ทำให้ทราบแนวทางการดำเนินกลยุทธ์ด้านการส่งออกทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้

2.ทำให้ทราบรูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี

3.เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการผ้าทอในไทยสำหรับการส่งเสริมผ้าทอไทยโดยใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

## บทที่ 2

### ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. วัฒนธรรมและการส่งออกวัฒนธรรม

##### 1.1. ความหมายของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถ เรียนรู้และก่อให้เกิดพฤติกรรมและผลิตผล ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ ฟื้นฟู ถ่ายทอด เสริมสร้างเอตทัคคะ และแลกเปลี่ยน เพื่อสร้างคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีความสุข สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2535) ในทฤษฎีของสังคมวิทยา หมายถึง วิธีการดำเนินชีวิต กระสวยแห่งพฤติกรรม และบรรดาผลงานทั้งหมดที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น ตลอดจนความคิด ความเชื่อ และความรู้ เป็นต้น คำว่า "วัฒนธรรม" ถอดศัพท์มาจาก "culture" ของภาษาอังกฤษ ซึ่งมี รากศัพท์มาจาก "cultura" ในภาษาละติน มีความหมายว่า การเพาะปลูกหรือการปลูกฝัง อธิบายได้ว่ามนุษย์เป็นผู้ปลูกฝังอบรมบ่มนิสัยให้เกิดความเจริญงอกงาม

##### 1.1.1. องค์ประกอบของวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นผลจากการที่มนุษย์ได้เข้าควบคุมธรรมชาติและพฤติกรรมของมนุษย์ ทำให้เกิดการจัดระเบียบทางสังคม ระบบความเชื่อ ศิลปกรรม ค่านิยมและวิทยาการต่าง ๆ อาจแยก องค์ประกอบของวัฒนธรรมได้เป็น 4 ประการ ได้แก่ องค์คติ องค์พิธีการ องค์การ องค์วัตถุ

องค์คติ (concept) หมายถึง ความคิด ความเชื่อ ความเข้าใจ ความคิดเห็น ตลอดจนอุดมการณ์ต่าง ๆ

องค์พิธีการ (usage) หมายถึง ขนบธรรมเนียมประเพณีที่แสดงออกในรูปพิธีกรรม

องค์การ (organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดอย่างเป็นระเบียบหรือมีโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับและวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอน

องค์วัตถุ (instrumental and symbolic objects) ได้แก่ วัฒนธรรมทางวัตถุทั้งหลาย เช่น บ้าน โบสถ์ วิหาร รวมตลอดถึงเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ

### 1.1.2.ประเภทของวัฒนธรรม

แยกเป็นสองประเภท ได้แก่ วัฒนธรรมทางวัตถุและวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ

วัฒนธรรมทางวัตถุ (material culture) หมายถึง สิ่งของหรือวัตถุอันเกิดจากความคิดและการประดิษฐ์ขึ้นมาของมนุษย์

วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (non-material culture) หมายถึง วัฒนธรรมที่แสดงออกได้โดยทัศนะ ประเพณี ขนบธรรมเนียม การปฏิบัติสืบต่อกันมาและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มของตน ว่าดีงามเหมาะสม

### 1.2.การส่งออกวัฒนธรรม

การส่งออกในเชิงพาณิชย์ หมายถึง การขายสินค้าและบริการในประเทศไปสู่ตลาดอื่น (ตลาดสากล) ในความหมายของศุลกากรนั้น การส่งออกคือการเคลื่อนย้ายสินค้าโดย เรือ หรือเครื่องบิน จากสถานที่หนึ่งในประเทศไปยังสถานที่หนึ่งนอกประเทศ

การส่งออกวัฒนธรรมจึงอาจนิยามได้ว่า เป็นการขาย หรือส่งออกสินค้าเชิงวัฒนธรรม เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี ละคร หนังสือ รวมไปถึง สินค้าจากภูมิปัญญาโบราณชนิดต่างๆ อย่างสินค้าโอท็อป เป็นต้น เป็นสินค้าส่งออกต่างประเทศเหมือนกับสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป

ทว่าการส่งออกวัฒนธรรมค่อนข้างมีความหมายพิเศษ เนื่องจากไม่ใช่การส่งออกที่มุ่งเน้นในเชิงเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมในประเทศให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในต่างประเทศอีกด้วย

### 1.3.ความสำคัญของการส่งออกวัฒนธรรม

เมื่อโลกปัจจุบันคือสังคมแห่งการเรียนรู้ และวัฒนธรรมก็คือองค์ความรู้ที่มนุษย์ได้สืบทอดกันมาตั้งแต่โบราณและมีความสำคัญยิ่ง หลายประเทศจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญและความทรงอิทธิพลของวัฒนธรรม ทำให้แต่ละประเทศเริ่มเคลื่อนไหวเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมของตนออกไปให้ได้มากที่สุด แต่ละประเทศมีสิ่งที่เรียกว่าทรัพยากรวัฒนธรรมหรือทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งก็คือ ผลผลิตของวัฒนธรรมของมนุษย์ที่มีค่า เป็นตัวแทนที่สื่อถึงวัฒนธรรมได้ โดยเควิด ทรอสบี ได้ให้ความหมายของทุนทางวัฒนธรรมว่า หมายถึงทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมมาแต่อดีต มีคุณค่าต่อมนุษย์และความต้องการทางสังคม นอกเหนือจากการให้คุณค่าทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรวัฒนธรรมหรือทุนทางวัฒนธรรมจึงรวมถึงสิ่งของที่มีมูลค่าและให้คุณค่าต่อวิถีชีวิตของสังคมในทางใดทางหนึ่ง เช่นทำให้สังคมอยู่กันอย่างสมานฉันท์ ช่วยจัดระเบียบสังคม เป็นต้น สาเหตุที่หลายประเทศให้ความสำคัญกับการส่งออกวัฒนธรรมมากขึ้นก็เพราะการส่งเสริมการส่งออกวัฒนธรรม เป็นการส่งเสริมประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ ช่วยสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เป็นการกระตุ้นให้เกิดการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมออกมาขาย และเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้เข้ามาเยี่ยมชม ทำให้ประเทศมีรายรับมากขึ้น นอกจากนี้ ในทางสังคมศึกษา ยังอาจกล่าวได้ว่า การส่งออกวัฒนธรรมถือเป็นการใช้อำนาจละมุนในทางหนึ่ง ซึ่งเป็นการใช้วัฒนธรรมในการควบคุมความคิดของประชาชนในประเทศต่างๆ ให้เกิดความชื่นชมหลงใหล คลั่งไคล้ และคล้อยตามประเทศเจ้าของวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อคนในประเทศนั้นๆ เช่น กระแสนิยมอเมริกาเมื่อหลายสิบปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า ประชาชนทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับอเมริกา มีความชื่นชมแนวคิดเสรีแบบอเมริกัน ใช้สินค้าที่ผลิตในอเมริกา ชื่นชมมาตรฐานการแต่งกายที่เลียนแบบฮอลลีวูด เป็นต้น จนอาจเรียกได้ว่า ความเป็นอเมริกาได้ครอบงำความคิดของประชาชนทั่วโลกอยู่พักหนึ่งเลยทีเดียว

การลงทุนกับวัฒนธรรมนั้น ถือว่าเป็นการลงทุนต่ำ ทว่ายั่งยืน เนื่องจากวัฒนธรรมยิ่งเก่า ก็ยิ่งทรงคุณค่า แตกต่างจากสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ที่ได้รับความนิยมตามกระแสอยู่ชั่วคราวเท่านั้น วัฒนธรรมสามารถเป็นที่นิยม เสื่อมความนิยม และกลับมาเป็นที่นิยมได้อีกในอนาคต จึงถือ

เป็นการลงทุนที่มีกำไรสูง ประเทศต่างๆที่รู้จักแจ้งในวัฒนธรรมของตนเป็นอย่างดี จึงใช้โอกาสนี้ในการผลักดันวัฒนธรรมของตนให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลกเพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ประเทศเป็นมูลค่ามหาศาล เช่น เกาหลีใต้

#### 1.4. การส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้

กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า “Hallyu” (ฮัลลียู) เป็นศัพท์ที่ต้งขึ้นโดยนักหนังสือพิมพ์ชาวจีนในช่วงปลายทศวรรษ 1990 หมายความว่าถึงกระแสนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นับว่าเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ข้ามพื่นอิทธิพลทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมของชาติมหาอำนาจ เช่น สหรัฐอเมริกา ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในโลกยุคดิจิทัล กระแสนี้ก่อตัวมากกว่าสิบปีและยังมีประสิทธิภาพอยู่ จุดเริ่มต้นของกระแสนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี เกิดขึ้นจากการเปิดเสรีทางด้านสื่อ (media) ขยายกว้างครอบคลุมทั่วทั้งเอเชียในปี ค.ศ. 1997 เกาหลี ส่งออกวัฒนธรรมไปสู่ประเทศอื่น ๆ โดยใช้สื่อบันเทิงเป็นหลัก เช่น เพลง ภาพยนตร์ ละครชุด เกม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของเกาหลี ส่งผลให้ผู้บริโภคสื่อบันเทิงจากเกาหลีได้รับเอาวัฒนธรรมเกาหลีไป อันนำไปสู่การบริโภคสินค้าที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมเกาหลี เช่น อาหาร การท่องเที่ยว หรือการใช้สินค้าที่มาจากประเทศเกาหลี เป็นต้น การบริโภคสิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยในการส่งเสริมเศรษฐกิจของเกาหลีให้พัฒนาก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีนั้น มีกระทรวงวัฒนธรรมฯ หรือ Ministry of Culture, Sports and Tourism ของเกาหลีใต้ นั้น เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการดำเนินงานขององค์กรที่ดำเนินนโยบายในการส่งออกวัฒนธรรม และในการพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งได้จัดให้มีงบประมาณให้ KOCCA (The Korea creative content agency) ซึ่งอยู่ภายใต้สังกัดกระทรวงวัฒนธรรมฯ นำไปปฏิบัติและดำเนินการในโครงการต่าง ๆ ต่อ โดยนโยบายที่จะใช้ องค์กรประกอบทางวัฒนธรรมผ่านสื่อต่าง ๆ นั้น ทางกระทรวงได้กำหนดทิศทาง การเผยแพร่สู่ภูมิภาคเอเชียซึ่งมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ใกล้เคียง สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจนในภูมิภาคเดียวกัน โดยส่งผ่านสื่อประเภทละคร นักร้อง นักแสดง ต่าง ๆ แต่สำหรับประเทศในแถบอื่นๆ เช่น ยุโรป กระทรวงได้กำหนดให้ส่งผ่านวัฒนธรรมทางเกม Animation ต่าง ๆ เป็นหลัก เนื่องจาก มีลักษณะที่

น่าสนใจและเกมมีลักษณะการสื่อสารที่เป็นสากล มากกว่าจะใช้สื่อประเภทละครหรือนักร้องต่างๆ ที่จะเห็นความแตกต่างกันมากของหน้าตา ภาษา ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับได้ยาก

รัฐบาลเกาหลีได้วางนโยบายที่ชัดเจนในการผลิตสินค้าวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ทศวรรษ 1990, มีการเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นกับเกาหลี หลัง 1990 มีการเปิดตลาดรับสินค้าของกันและกัน, มีการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการผลิตและส่งออก และเริ่มแรกเกาหลีใช้การบุกตลาดโดยการให้เปล่า หรือขายราคาถูกลงเพื่อจูงใจผู้ซื้อ โดยลักษณะของสินค้าเกาหลีคือการทำตามความต้องการของตลาด และนำทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้กับการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อันได้แก่ การมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถของคนในประเทศให้ได้มากที่สุดก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อผลิตบุคลากรที่มีประสิทธิภาพออกมาพัฒนาประเทศต่อไป จากนั้นจึงสร้างเมืองสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชากรในประเทศ

ประเทศเกาหลีมีนโยบายในการสร้างความก้าวหน้าของประเทศตน โดย ใช้วิธีการส่งออกวัฒนธรรมผ่านทีวีซีรีส์ ภาพยนตร์และเพลงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างกลยุทธ์คู่ขนาน คือ เพื่อหวังผลด้านยอดขายสินค้า และได้รับการซึมซับวัฒนธรรมของเกาหลีเข้าไปด้วยและจากกลยุทธ์การส่งออกวัฒนธรรมนี้ทำให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยต่อสื่อของเกาหลี วัฒนธรรม ดาราเกาหลี เป็นอย่างดี ซึ่งนับว่าเป็นความตั้งใจของรัฐบาลเกาหลีที่จะใช้วัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เรียกว่า Pop culture เข้ามาใช้โดยทำให้ผู้รับชมสื่อเหล่านี้จนเกิดการซึมซับผ่านเนื้อหาของสื่อ

ปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้ประเทศเกาหลีสามารถส่งออกวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือ ความรู้สึกอันเป็นหนึ่งเดียวกันของคนในประเทศ ที่สำคัญคือ ความต้องการที่จะก้าวสู่เวทีโลกด้วยตัวตนและวัฒนธรรมของตนเอง ที่โดดเด่นจากประเทศข้างเคียงในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกทั้งหมด สิ่งใดก็ตามที่ก่อกำเนิดขึ้นจากชาติเกาหลีเอง เขาจะยึดไว้อย่างมั่นคงและเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง

วิธีหนึ่งที่ผู้นำประเทศตลอดจนผู้ว่าการเมืองสำคัญๆ ของเกาหลีใช้สื่อสารเนื้อหาวัฒนธรรมกับคนในชาติก็คือ "การสื่อสารผ่านพิพิธภัณฑ" ไม่ว่าจะเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ ถ้ามี



ความสำคัญต่อชาติแล้ว รัฐบาลจะจัดทำพิพิธภัณฑ์เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของเรื่องนั้นๆ ไว้อย่างครบถ้วน เฉพาะที่กรุงโซล เมืองหลวงของเกาหลีใต้ก็มีพิพิธภัณฑ์หลายแห่งที่สร้างขึ้นอย่างสวยงาม น่าภาคภูมิใจ และน่าติดตามกันว่า รัฐบาลเกาหลีคอยจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ชาวเกาหลีไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เหล่านี้อยู่เสมอ เพื่อให้พื้นที่ของพิพิธภัณฑ์ได้ทำหน้าที่มากกว่าเป็นหน้าสมุดบันทึกทางประวัติศาสตร์ แต่เป็นการอุ้มชูวัฒนธรรมกลุ่มและความทรงจำร่วมของคนในชาติ ทั้งนี้เพื่อให้คนเกาหลีซึมซับรากฐานทางวัฒนธรรมของตน มองเห็นคุณค่าและต่อยอดคุณค่านั้นให้เกิดเป็นงานสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในอนาคต

ทั้งนี้การสร้างกระแสวิฒนาการเกาหลีก็เพื่อให้เกาหลีเป็นที่สนใจอย่างต่อเนื่องในระดับโลก ตลอดจนการกลายเป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้เพื่อให้เกาหลีกลายเป็นประเทศชั้นนำและเป็นศูนย์กลางของโลกประเทศหนึ่ง และเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองทางการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

## 2. ทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

### 2.1. ความหมายของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จากการให้ความหมายของ TCDC หมายถึง การสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ โดยเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมปัญญา ผนวกเข้ากับเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ นำเข้าสู่กระบวนการ คิดอย่างสร้างสรรค์ และสร้างแรงบันดาลใจจากรากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมของสังคม เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและอาจขยายไปถึงการสร้างคุณค่าทางสังคมได้อีกด้วย

### 2.2. กระบวนการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

จากทฤษฎีของ จอห์น ฮาวกินส์ สิ่งที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ นั่นคือการพัฒนาคน โดยฮาวกินส์กล่าวว่า “การสร้างสรรค์คือศักยภาพในการสร้างสิ่งแปลกใหม่ มันหมายถึงการผลิตโดยคนคนหนึ่งหรือคนมากกว่าหนึ่งคนที่มีความคิดและการประดิษฐ์คิดค้นที่เป็นส่วนตัว เป็นต้นแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนและมีความหมายสำคัญ มันเป็นเรื่องของพรสวรรค์และความถนัด มันจะเกิดขึ้นเมื่อใครคนนั้นพูด ทำ หรือสร้างบางสิ่งที่แปลกใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการ

สร้างสิ่งใหม่ขึ้นจากความว่างเปล่า หรือการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วให้แปลกใหม่ ความสร้างสรรค์ จะเกิดขึ้น ไม่ว่าจะกระบวนการนี้จะพาไป ณ ที่แห่งใดหรือไม่ มันอาจเป็นเพียงความคิดหรือการกระทำก็ได้”

สิ่งสำคัญที่สุด สำหรับการส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือ การสร้างบรรยากาศ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้บุคคลมีความคิดสร้างสรรค์ ได้ใช้เป็นพื้นที่หรือแรงบันดาลใจ ผลงานต่างๆขึ้นมา ขณะเดียวกัน คนอีกกลุ่มที่ยังไม่เกิดความคิดสร้างสรรค์ก็อาจเกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้นมาได้ หากพวกเขาได้อยู่ท่ามกลางบรรยากาศที่ดี

การสร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จ ดังเช่นกรณีประเทศ อังกฤษนั้น จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริมให้คนมีความคิดสร้างสรรค์ อาทิ เสถียรภาพ การเมืองมั่นคง ความเป็นประชาธิปไตย รวมทั้งการศึกษา และความเข้าใจของคนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน คือ ความเป็นอิสระทางความคิด และการแสดงออก รวมถึงการโพลัส ให้ถูกจุด ถึงจุดแข็งของตัวเองที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ ทั้งนี้เพราะความคิดสร้างสรรค์ไม่ได้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วยตัวเอง แต่ต้องอาศัยการโปรโมทและการชักจูงตลาดของเจ้าของความคิด เพื่อให้ เกิดมูลค่าขึ้นมา โดยการใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายได้ และหาตลาดที่ต้องการ ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากความสร้างสรรค์นั้น

สาวกีนส์ยังนำเสนออีกว่า อุตสาหกรรมที่จะประสบความสำเร็จสูงในการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนามี 15 ประเภท ได้แก่ การโฆษณา, สถาปัตยกรรม, ศิลปะ, ทัศนกรรม, งานออกแบบ, แฟชั่น, ภาพยนตร์, ดนตรี, ศิลปะการแสดง, การพิมพ์, การวิจัยและพัฒนา, ซอฟต์แวร์, ของเล่นและเกม (ไม่รวมวิดีโอเกม), โทรทัศน์และวิทยุ อย่างสุดท้ายคือ วิดีโอเกม โดยการขยายตัวของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์จะขึ้นอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์ กับการจัดการและกระจายผลิตภัณฑ์เหล่านั้นออกไปในวงกว้าง ส่วนการริเริ่มอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น จำเป็นต้อง เข้าใจพื้นฐานของต้นทุนที่ตัวเองมีอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือทรัพย์สินทางปัญญาที่ตนเป็นเจ้าของ แล้ว นำมาใช้ต่อยอดให้เกิดประโยชน์โดยอาศัยต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยธรรมชาติของสินทรัพย์เหล่านี้ รวมทั้งมูลค่าเชิงเปรียบเทียบของมันยังคงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการทางสังคมและเศรษฐกิจ

หนังสือ creative genius ได้นำเสนอกลยุทธ์การเข้าถึงตลาดของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ว่า ควรมีจุดโฟกัส หรือการจำกัดกลุ่มตลาดให้ชัดเจน สร้างงานเพื่อตอบสนองผู้บริโภคให้ถูกกลุ่ม จึงจะมีความก้าวหน้าไปได้อย่างรวดเร็ว โดยมีหลักการว่า ให้เริ่มสร้างความเป็นอัตลักษณ์และดึงความรู้สึกร่วมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ด้วยการเน้นเจาะจงตลาดแบบกลุ่มเล็ก แทนที่จะเน้นการเข้าถึงตลาดขนาดใหญ่ให้ครอบคลุมผู้บริโภคทุกคนแต่ผลิตภัณฑ์กลับไม่มีจุดดึงดูดใจ แทนที่จะสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม องค์กรต้องปรับมุมมองมาที่ลูกค้าที่มีศักยภาพที่สุดแทน ซึ่งอาจจะวัดได้ด้วยกำลังซื้อ สร้างสินค้าที่สื่อถึงความพิเศษ มีเอกลักษณ์ และแตกต่างแต่ยังคงสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เมื่อใช้สินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคต้องรู้สึกถึงความพิเศษ ให้ความรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์มีจุดร่วมกับพวกเขา หรือถูกสร้างมาเพื่อพวกเขา

นอกจากการจำกัดกลุ่มตลาดแล้ว ยังมีการนำเสนอกลยุทธ์พื้นที่สีขาว โดยให้แต่ละองค์กรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคที่อยู่ในกลุ่มของสตรีและผู้สูงอายุที่ถูกมองข้ามในสังคมบ่อยครั้ง โดยมีได้คำนึงถึงข้อเท็จจริงที่ว่า ประชากรกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุมีจำนวนมากจนสามารถเป็นกำลังซื้อที่สำคัญให้แก่ธุรกิจได้ หากได้รับโอกาสในการตัดสินใจมากขึ้น นอกจากกลุ่มสตรีและผู้สูงอายุแล้ว การให้ความสำคัญต่อชนบทก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะเป็นการให้ความสนใจต่อชนบทเท่ากับการส่งเสริมให้เกิดแรงบันดาลใจและการสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่มีต้นทุนมาจากวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งจะช่วยลดกระบวนการและต้นทุนของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้อีกด้วย

### 3. ผ้าทอโบราณของเกาหลี

#### 3.1. ประวัติของผ้าทอโบราณของเกาหลี

ในสมัยโบราณ ชาวเกาหลีรู้จักนำใยจากต้นกลอยมาปั่นเป็นด้ายเพื่อทอเสื้อผ้าไว้สวมใส่ ต่อมาเมื่อเข้าสู่ยุคสามอาณาจักร เกาหลีมีการติดต่อสัมพันธ์กับจีน และได้รู้จักการเลี้ยงตัวไหมจากชาวจีน จึงเริ่มใช้ผ้าไหมกันอย่างแพร่หลายในหมู่ชนชั้นสูง โดยเฉพาะในโกกูรยอ จะมีการกำหนดสีของผ้าไหมที่แบ่งแยกแต่ละชนชั้นอีกด้วย ต่อมาในยุคของอาณาจักรโชซอน ผ้าไหมได้เสื่อมความนิยมลง และสามัญชนทั่วไปต่างทอผ้าขึ้นจากฝ้ายกันอย่างแพร่หลาย ทว่าในชนชั้นสูงนั้น ได้เกิดการทอผ้าแบบพิเศษที่เรียกว่า ผ้าปานรามิขึ้นมา ซึ่งมีลักษณะบางเบาดูจิปกแมลงปอระบายอากาศได้ดี โดยทอจากต้น โมชิ และมีวิธีการทอและย้อมสีที่ซับซ้อน ดังนั้นผ้ารามิจึงเป็น

นิยมในหมู่ชนชั้นสูงเป็นอย่างมาก ในยุคของโซซอนนี้ ถึงแม้ผ้าไหมจะเสื่อมความนิยมลง แต่ก็มีการใช้ผ้าไหมหลากสีในหมวกีแซง หรือนางคณิกาในสมัยโบราณ ทำให้ผ้าไหมมีหลากหลายสีสันมากขึ้น และมีการปักลายผ้าไหมอย่างงดงามด้วย

### 3.2. ลักษณะของผ้าทอโบราณของเกาหลี

ผ้าทอโบราณของเกาหลีมีหลายชนิด ทว่าผ้าทอที่มีชื่อเสียงและได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลี ได้แก่ผ้าไหม หรือที่เรียกว่า ฟิดัน และผ้าปานรามิ หรือผ้าโมชิ ที่มีการอนุรักษ์กระบวนการผลิตผ้าเหล่านี้ไว้ และมีการจัดเทศกาล และงบประมาณสนับสนุนสำหรับโฆษณาให้ผ้าเหล่านี้กลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

ผ้าไหมของเกาหลีนั้นมียุหลายแบบ มีทั้งผ้าแพร ผ้าไหมทอพิเศษชนิดบางสำหรับสตรีในฤดูหนาว ผ้าไหมสำหรับงานพิธีการและสำหรับตัดเย็บชุดในวันขึ้นปีใหม่ รวมไปถึงผ้าไหมปักลายสองด้านที่มีชื่อเสียง ซึ่งชาวเกาหลีเรียกว่า ผ้าไหมยางตัน ผ้าไหมยางตันนี้เองที่มีการทอคล้ายอย่างสลับซับซ้อน จนทำให้เมื่อทอสำเร็จ ผ้าทั้งสองด้านจะมีลวดลายเหมือนกัน แต่หากฝีมือช่างทอยังไม่ชำนาญมาก ลายของผ้าทั้งสองด้านอาจจะแตกต่างกัน โดยลายผ้าด้านหนึ่งอาจมีรายละเอียดน้อยกว่าอีกด้าน เป็นต้น การทอผ้ายางตันนี้ต้องอาศัยความชำนาญและความอดทนเป็นอย่างมาก จึงทำให้ผ้าม้วนหนึ่งมีราคาสูง

ส่วนผ้าปานรามินั้น เป็นผ้าที่ทอขึ้นจากเส้นใยของต้นโมชิ ซึ่งเป็นต้นไม้ที่ขึ้นอยู่แพร่หลายในประเทศเกาหลี ใยของโมชิจะต่างจากฝ้ายตรงที่มีคุณสมบัติโปร่งเบา ระบายความร้อนและความชื้นได้ดี ทว่าเส้นใยมีความเหนียวคงทนไม่ต่างจากผ้าฝ้าย จึงเป็นที่นิยมในหมู่ชนชั้นสูงที่จะใช้ผ้าที่ทอจากต้นโมชิมาตัดเย็บเสื้อผ้าแทนผ้าฝ้าย วิธีการปั่นด้ายและทอผ้าปานรามินั้น ได้ถูกอนุรักษ์ไว้โดยกระทรวงวัฒนธรรมของเกาหลี และมีการจัดแสดงเส้นใยโมชิ ผ้าดิบก่อนย้อมสีและสาธิตวิธีการทอผ้ารามิให้ชมในเทศกาลผ้ารามิซึ่งจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อมิให้วิธีการทอผ้าที่สลับซับซ้อนนี้ต้องสูญหายไป

#### 4. บทความที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1. บทความเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้

ดร.ชนพล ก่อฐานะ (2552) เขียนบทความ Creative Economy เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ลงในเว็บไซต์ Gotoknow เกี่ยวกับนิยามของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไว้ดังนี้ว่า Creative Economy เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์หมายถึง แนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถ และทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ( Creative Industry ) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม ( Culture Industry ) ปัจจุบันธุรกิจที่จัดอยู่ในข่าย อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ งานโฆษณา, สถาปัตยกรรม งานฝีมือ และการออกแบบ, แฟชั่น และเครื่องนุ่งห่ม, ภาพยนตร์ และวิดีโอ, การออกแบบกราฟิก, ซอฟต์แวร์ เพื่อการศึกษา และการพักผ่อนหย่อนใจ, ดนตรี และผลงานเพลง, ศิลปะการแสดง และบันเทิง, การเผยแพร่โทรทัศน์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต, ผลงานทัศนศิลป์ และของเก่า งานเขียน และงานพิมพ์ ต่างๆ

เว็บไซต์จับตาเอเชียตะวันออก (2553) ลงบทความสรุปการสัมมนาเรื่อง "เศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบเกาหลีใต้ (Creative Economy)" กล่าวถึงความเป็นมาของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ การจัดการงบประมาณสำหรับสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมแขนงต่างๆของเกาหลีใต้ และจุดอ่อนจุดแข็งของการพัฒนาเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ ว่าเกาหลีใต้ใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าวอย่างเต็มที่ มีการจัดตั้งหน่วยงาน Korea Culture and Content Agency (KOCCA) เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ (ภาพยนตร์ อนิเมชัน เกมส์ ดนตรี และศิลปะ) ทั้งในเกาหลีใต้และต่างประเทศ โดยพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาความเป็นเกาหลี (Korea Content) และพัฒนาความร่วมมือกับประเทศต่างๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับภาคอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ มีการพัฒนาประเทศอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีแนวทางที่ชัดเจนและวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง มีการศึกษาเชิงลึกและเลียนแบบจาก

ประเทศที่มีการพัฒนาแล้ว อาทิ ญี่ปุ่น และพัฒนาให้ดีขึ้นจากต้นแบบ (copy to innovation) จุดแข็งของเกาหลีใต้คือ มีการพัฒนาด้าน branding และ marketing ที่ดีมาก โดยสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ไม่มีย่อไรให้เป็นที่สนใจได้ อาทิ การพัฒนาเกาenamิ ที่ไม่มีจุดเด่นด้านประวัติศาสตร์หรือวัฒนธรรมใด ๆ แต่ได้ใช้เกาenamิกลายเป็นฉากในละครโทรทัศน์ชื่อดังของเกาหลีใต้ (ละครเรื่อง winter love song) ส่งผลให้เกาenamิกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ทั้งชาวเกาหลีใต้และต่างชาตินิยมไปเที่ยว เป็นต้น

พลอย มัลลิกามาต (2554) เขียนบทความลงในเว็บไซต์ของ TCDC หรือศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเรื่อง “อันยองฮาเซโย “โคเรียเวฟ” (Korea Wave) ตอนที่ 1 : ปรากฏการณ์วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ” กล่าวถึงความเป็นมาของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเกาหลีใต้ และองค์กรที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมแผนพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ว่าในช่วงสิบปีที่ผ่านมา คำว่า Korea Wave หรือกระแสเกาหลีฟีเวอร์ ได้แพร่กระจายไปทั่วโลก กระแสเกาหลีฟีเวอร์ (Korea Wave) หรือ “ฮัลลยู” (Hallyu) นั้น หมายความว่า กระแสความนิยมเกาหลีที่ค่อยๆ กืบคลานเข้ามายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 90's ความนิยมชมชอบในวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korea Pop Culture) นี้มีที่มาจากภาพยนตร์, ละคร, ดนตรี และดารานักร้องเกาหลีเป็นสำคัญ นับเป็นก้าวแรกที่วัฒนธรรมเกาหลีเริ่มเข้ามามีอิทธิพลในแวดวงบันเทิงเอเชีย ก่อนที่จะกลายเป็นกระแสเกาหลีฟีเวอร์ไปในที่สุด รากฐานของวัฒนธรรมเกาหลี คือ วัฒนธรรมกลุ่มสายเลือดเดียวกัน ที่คนเกาหลีเรียกว่า “Han Minjok” ซึ่งได้ผสมผสานกับหลักการดำเนินชีวิตในแบบขงจื้อที่มุ่งหวังให้ทุกคนเป็นคนดี ขยัน ประหยัด ซื่อสัตย์ กตัญญู และไฟรู้ ด้วยว่าสังคมเกาหลีมีรากฐานเป็นสังคมแบบปิด ทำให้ในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาวัฒนธรรมเกาหลีไม่สามารถเติบโตก้าวหน้าได้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น ยังมีช่วงหยุดชะงักทางวัฒนธรรมอีก 2 ครั้งใหญ่ ได้แก่ ช่วง ค.ศ.1910 – 1945 ที่ญี่ปุ่นเข้าปกครองเกาหลี และช่วง ค.ศ.1950 – 1953 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดสงครามเกาหลีและรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาสู่ประเทศ เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกาหลีในปัจจุบันกลายเป็นประเทศที่มี 2 วัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมร่วมสมัย รัฐบาลเกาหลีจำเป็นต้องดำเนินนโยบายด้านวัฒนธรรม (ซึ่งกินระยะเวลายาวนานถึง 10 ปีเต็ม) เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมประจำชาติให้หวนกลับคืนมาอีกครั้ง พร้อมทั้งปกป้องประเทศจากวัฒนธรรมอเมริกัน ในช่วงค.ศ.1945 – 1980 ในการนี้รัฐได้หันมาให้ความสำคัญกับการคั่นห้ามรดกทาง

วัฒนธรรมและเอกลักษณ์สำคัญประจำชาติ พร้อมทั้งส่งเสริมศิลปะเกาหลีทั้งในแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย เมื่อเกาหลีเริ่มเล็งเห็นว่าวัฒนธรรมประจำชาติคือสิ่งที่มีมูลค่ามหาศาลทางเศรษฐกิจ รัฐจึงเริ่มแสดงบทบาทในการส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรมด้วยการสร้างสวัสดิการต่างๆ เพื่อทำนุบำรุงวัฒนธรรมประจำชาติ และได้ยกเรื่องของวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าส่งออกสำคัญทางการท่องเที่ยว จนถึงปีค.ศ.1998 รัฐบาลเกาหลีก็ได้เริ่มต้นนโยบายส่งเสริมกลุ่มอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Industries) ซึ่งครอบคลุมธุรกิจสาขาต่างๆ มากมาย อาทิ ภาพยนตร์ ดนตรี วิดีโอ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ การ์ตูน และความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) รวมทั้งได้วางวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Vision 21 for Cultural Industries in Digital Societies) ในปี 1999 รัฐบาลเกาหลีได้ผ่านพระราชบัญญัติส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้เกิดองค์การมหาชน ศูนย์วิจัยทางวัฒนธรรม และสถาบันการศึกษาเทคโนโลยีทางวัฒนธรรมขึ้นมากมาย นโยบายนี้ส่งผลให้เรื่องของวัฒนธรรมกลายเป็นสินค้ารูปธรรมที่มีมูลค่ามหาศาล รัฐบาลเกาหลีได้ใช้ประโยชน์จากต้นทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างเต็มที่ มีการจัดตั้งหน่วยงาน Korea Culture and Content Agency (KOCCA) เพื่อสนับสนุนทุกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ วิทยุ ละคร แอนิเมชัน เกมส์ ดนตรี ศิลปะ ฯลฯ ที่ผ่านมา KOCCA เน้นพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอด เนื้อหาความเป็นเกาหลี (Korea Content) ออกสู่เวทีสากล พร้อมกันนั้นก็พัฒนาความร่วมมือกับนานาชาติ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านธุรกิจวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศตน

ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, ดร.ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี และ ดร.อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2555) ได้อภิปรายถึงกระแสวัฒนธรรมป๊อปเกาหลีใน 3 ประเด็น ได้แก่ กระแสวัฒนธรรมป๊อปจากเอเชียตะวันออก ส่งถึงประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้, การเปรียบเทียบละครวัยรุ่นญี่ปุ่น เกาหลี และไต้หวัน ในฟรีทีวีไทย เหมือนหรือต่างกันอย่างไร และวิธีการผลิตวัฒนธรรมป๊อป ไว้ในการเสวนาในหัวข้อ K-Drama กับกระแสวัฒนธรรมป๊อปไว้ว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลี ได้แก่ รัฐบาลเกาหลีได้วางนโยบายที่ชัดเจนในการผลิตสินค้าวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ทศวรรษ 1990, มีการเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นกับเกาหลี หลัง 1990 มีการเปิดตลาดรับสินค้าของกันและกัน, มีการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการผลิตและส่งออก และเริ่มแรกเกาหลีใช้การบุกตลาดโดยการให้เปล่า หรือขาย

ราคาถูกเพื่อจูงใจผู้ซื้อ โดยลักษณะของสินค้าเกาหลีคือเอาใจตลาด ขณะที่ยุโรปจะเป็นตัวของตัวเองสูง ขณะที่เกาหลีผลิตตามรสชาติของตลาดต่างประเทศ

อาศิรา พนาราม (2551) ได้เขียนบทความเกี่ยวกับการใช้พิพิธภัณฑสถานในการโปรโมทวัฒนธรรมของเกาหลีได้ให้กับเว็บไซต์ของ TCDC ว่าปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้ประเทศเกาหลีสามารถสร้างกระแสคลั่งไคล้วัฒนธรรมเกาหลีแบบนั้นได้ก็คือ ความรู้สึกอันเป็นหนึ่งเดียวกันของคนในประเทศ ผู้คนที่รู้วัฒนธรรมของตนเองอย่างถ่องแท้ ชาวเกาหลีมีคุณสมบัติดังกล่าวนี้ชัดเจนด้วยเหตุหลายประการ ที่สำคัญคือ ความต้องการที่จะก้าวสู่เวทีโลกด้วยตัวตนและวัฒนธรรมของตนเอง ที่โดดเด่นจากประเทศข้างเคียงในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมด สิ่งใดก็ตามที่ก่อกำเนิดขึ้นจากชาติเกาหลีเอง คนเกาหลีจะยึดไว้อย่างมั่นคงและเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง วิธีหนึ่งที่ผู้นำประเทศตลอดจนผู้ว่าการเมืองสำคัญๆ ของเกาหลีใช้สื่อสารเนื้อหาวัฒนธรรมกับคนในชาติก็คือการสื่อสารผ่านพิพิธภัณฑสถาน ไม่ว่าจะเรื่องเล็กหรือเรื่องใหญ่ ถ้ามีความสำคัญต่อชาติแล้ว ผู้นำประเทศจะจัดทำพิพิธภัณฑสถานบอกเล่าเรื่องราวของเรื่องนั้นๆ ไว้ทั้งหมด แต่เฉพาะที่กรุงโซล เมืองหลวงของเกาหลีใต้ ที่นั่นมีพิพิธภัณฑสถานหลายแห่งที่สร้างขึ้นอย่างสวยงาม น่าภาคภูมิใจ และน่าติดตาม ค้นคว้า รัฐบาลเกาหลีคอยจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ชาวเกาหลีไปเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานบ่อยครั้ง ให้พื้นที่ของพิพิธภัณฑสถานได้ทำงานมากกว่าหน้าสมุดบันทึกทางประวัติศาสตร์ แต่เป็นการอุ้มชูวัฒนธรรมกลุ่มและความทรงจำร่วมของคนในชาติ ทั้งนี้เพื่อให้คนเกาหลีค่อยๆ ซึมซับรากฐานทางวัฒนธรรมของตน มองเห็นคุณค่าและต่อยอดคุณค่านั้นให้เกิดเป็นงานสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในอนาคต บางพิพิธภัณฑสถานอย่างเช่น พิพิธภัณฑสถานบอลโลกและพิพิธภัณฑสถานซองเชซอน ใช้สื่อนำเสนอที่สร้างอารมณ์ร่วมแก่ผู้เข้าชม และนั่นคือภาพสะท้อนอย่างหนึ่งของความเป็นเกาหลี ที่คนเกาหลีจะแสดงออกอย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน ซึ่งบุคลิกแบบนี้เราคงเห็นกันได้จากสินค้าแบรนด์ต่างๆ ของเกาหลี

KOCCA (2013) เขียนบทความ “Introduction” เป็นบทความแนะนำองค์กร Korea Creative Content Agency (KOCCA) ว่าถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์ทุกประเภทในเกาหลีใต้ คอยจัดเตรียมพื้นที่สำหรับการสร้างงานทางวัฒนธรรม และวางแผนการสำหรับอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ โดยเน้นการสนับสนุนความสามารถของมนุษย์เป็นสำคัญ เพื่อให้สร้างสรรคงานที่ทรงคุณค่าสืบไป



#### 4.2.บทความเกี่ยวกับวัฒนธรรม

พระราชบัญญัติวัฒนธรรมแห่งชาติ (2485) ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมไว้ดังต่อไปนี้ "วัฒนธรรม" หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบ ความกลมเกลียว ก้าวหน้าของชาติและศีลธรรมอันดีงามของประชาชน (เป็นการชี้ชวน เชิญชวน วิวอนให้ประชาชนร่วมกัน ทำให้เกิดความเจริญงอกงาม ให้มีความดีงามขึ้น ไม่ใช่เพียงแต่รับมรดกกันมา แต่ต้องรักษาของเดิมที่ดี แก้ไขดัดแปลงของเดิมที่ควรแก้ หรือดัดแปลงวางมาตรฐานความดีความงามขึ้นใหม่ แล้วส่งเสริมให้เป็น ลักษณะที่ดีประจำชาติสืบต่อไปจนถึงอนุชนรุ่นหลัง

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2535) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงาม ซึ่งเป็นผลจากระบบความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคม และมนุษย์กับธรรมชาติ จำแนกออกเป็น 3 ด้าน คือ จิตใจ สังคม และวัตถุ มีการสั่งสมและ สืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จากสังคมหนึ่ง ไปสู่อีกสังคมหนึ่ง จนกลายเป็นแบบแผนที่สามารถ เรียนรู้และก่อให้เกิดผลิตรกรรมและผลิตภัณฑ์ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม อันควรค่าแก่การวิจัย อนุรักษ์ ฟื้นฟู ถ่ายทอด เสริมสร้างเอตทัคคะ และแลกเปลี่ยน เพื่อสร้างคุณภาพแห่งความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สังคม และธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอย่างมีสุข สันติสุข และอิสรภาพ อันเป็นพื้นฐานแห่งอารยธรรมของมนุษยชาติ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525) ได้ให้ความหมายวัฒนธรรมไว้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่ทำให้เจริญงอกงามแก่หมู่คณะ วิถีชีวิตของหมู่คณะ ในพระราชบัญญัติวัฒนธรรม พุทธศักราช 2485 หมายถึง ลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียวก้าวหน้าของชาติ และศีลธรรมอันดีของประชาชน ทางวิทยาการ หมายถึง พฤติกรรมและสิ่งที่คนในหมู่ผลิต สร้างขึ้นด้วยกัน เรียนรู้จากกันและกัน และร่วมใช้อยู่ในหมู่พวกของตน

#### 4.3.บทความเกี่ยวกับผ้าทอโบราณของเกาหลี

**한국민족문화대백과** (2529) เขียนบทความอธิบายความเป็นมาของผ้าไหมแบบพอสังเขป กล่าวถึงการที่เกาหลีมีการติดต่อสัมพันธ์กับจีนและได้รับวัฒนธรรมการเลี้ยงตัวไหมมาจากจีน และกล่าวถึงการค้าขายผ้าไหมกับจีนในช่วงยุคสามอาณาจักร

**두산백과** (ไม่ระบุปี) เขียนบทความอธิบายคุณสมบัติของผ้าป่านรามิ หรือผ้าโมชี ว่าทำขึ้นจากใยของต้นโมชี ที่มีคุณสมบัติบางเบาแต่เส้นใยจะเหนียวขึ้นเมื่อโดนความชื้น ระบายอากาศและความร้อนได้ดี มีกลิ่นเฉพาะตัว เหมาะแก่การสวมใส่ในฤดูร้อน

**실�크로드 사전** (2556) นำบทความบางส่วนจากพจนานุกรมเส้นทางสายไหมของเกาหลีมาโพสต์บนเว็บไซต์ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติเส้นทางสายไหมที่มีอิทธิพลต่อชาวเกาหลี การรับวัฒนธรรมผ้าไหมจากจีนผ่านเส้นทางสายไหม ประวัติศาสตร์การก่อกำเนิดผ้าไหมและการค้าขายผ้าไหมของเกาหลี

**문화재를 위한 보존 방법론** (2551) เขียนบทความอธิบายความพิเศษของผ้าไหมเกาหลี ความหมายของสีสันทึที่ใช้ย้อมผ้า การแบ่งชนชั้นด้วยการใช้สีของผ้าไหม รวมไปถึงถึงพัฒนาการของผ้าไหมเกาหลีตั้งแต่ยุคสามอาณาจักร

**서천군** (2556) เขียนบทความแนะนำเทศกาลผ้าป่านรามิของอำเภอชอชอน ในงานจะมีการสาธิตการทอผ้าจากต้นโมชี การเก็บเกี่ยวต้นโมชี การย้อมและต้มเส้นใยที่ได้จากการเก็บเกี่ยว และแนะนำสินค้าที่ทำจากผ้าโมชี รวมไปถึงกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าโมชี เช่น การจัดเดินแบบ โดยใช้ชุดที่ตัดเย็บด้วยผ้าโมชี การจัดกิจกรรมสอนทอผ้าและให้ลองใช้กี่แบบโบราณด้วยตัวเอง โดยการโปรโมทนี้จัดทำขึ้นโดยเทศบาลส่วนท้องถิ่นของอำเภอชอชอน

## 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 5.1.งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการส่งออกวัฒนธรรมของประเทศเกาหลี

คำร่าง ฐานคดี (2539) เขียนอธิบายถึงปัจจัยที่เกาหลีสามารถฟื้นฟูประเทศและสร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวเองได้อย่างรวดเร็วไว้ในวิจัยเรื่องปัจจัยทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐเกาหลีได้ว่า ส่วนหนึ่งเป็นเพราะ ความรู้สึกร่วมของชาวเกาหลีที่เคยกลายเป็นประเทศในปกครองของญี่ปุ่น ต้องทนความโหดร้ายและการเอารัดเอาเปรียบจากญี่ปุ่น คนในชาติจึงต้องร่วมมือร่วมใจกันทวงคืนอิสรภาพ และเมื่อได้คืนมาก็รักษาไว้อย่างหวงแหน เหตุการณ์ดังกล่าวก่อให้เกิดอุปนิสัยประจำชาติทางสังคมวัฒนธรรม คือการไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ หรือชอบการเปลี่ยนแปลงและรับของใหม่ คนเกาหลีมีอุปนิสัยมุทะลุคุดัน ก้าวร้าวและเล็งผลปฏิบัติรักษาดิและไม่วีใจคนต่างชาติ รวมถึงไม่ค่อยเปิดให้คนต่างชาติมีตำแหน่งหน้าที่ในสังคม ความคิดที่เป็นอันหนึ่งอันเดียว ต้องการจะพัฒนาประเทศอย่างจริงจังของคนเกาหลี ทำให้ประเทศเกาหลีที่เสียหายจากการถูกยึดครองและพยายามกลืนชาติของญี่ปุ่นฟื้นฟูขึ้นมาอย่างรวดเร็ว

ปิยะการณ์ ไกรนรา (2552) กล่าวถึงแนวคิดด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไว้ในงานวิจัยนโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง : กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ว่า วัฒนธรรมก็เป็นสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่สามารถส่งออกเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เช่นกัน การผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมแม้จะไม่แตกต่างจากกระบวนการผลิตสินค้าทั่วไปที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการตลาด แต่ก็แตกต่างด้วยความสร้างสรรค์ ต้นทุนต่ำ และทรงคุณค่ามากกว่า การเสพวัฒนธรรมไม่ใช่การเสพเพียงสินค้าอุปโภคบริโภคแต่เป็นการยอมรับในวัฒนธรรมนั้นๆ ไปในตัวอีกด้วย เกาหลีใต้เห็นความสำคัญของกระบวนการนี้และจัดทำแผนส่งเสริมด้านวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้ โดยแบ่งออกเป็นเป็นหกขั้นตอน ขั้นแรกเริ่มจากการส่งเสริมการศึกษาเพื่อพัฒนาบุคลากรภายในประเทศเพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ทางด้านศิลปวัฒนธรรม ขั้นที่สองคือขยายการสนับสนุนงานที่มีความมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจ ขั้นที่สามคือการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมดั้งเดิม ขั้นที่สี่คือการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ขั้นที่ห้าคือการพัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่รวมไปสู่การรวมชาติ และขั้นสุดท้ายคือการสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรม

ประพัทธ์ชัย ไชยนอก (2553) สรุปนิยามและความหมายของวัฒนธรรมไว้ในวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาบ้านด่านซ้าย อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ได้ดังนี้ วัฒนธรรมคือพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์ในสังคมหนึ่งๆ ซึ่งอาจจะเหมือนหรือแตกต่างกับ คนในกลุ่มสังคมอื่น พฤติกรรมของมนุษย์ดังกล่าว คือสิ่งที่เกิดจากแรงขับเรื่องของปัจจัยความ จำเป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต และการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม พฤติกรรมเหล่านี้เมื่อ เกิดขึ้นก็จะถูกกลั่นกรอง ให้เกิดเป็นความงดงาม สร้างสรรค์ เป็นประโยชน์ต่อสังคมทั้งส่วนตัวและ ส่วนรวม เมื่อพฤติกรรมนั้นกลายเป็นที่ยอมรับของสังคมแล้ว ก็จะถูกนำมาปฏิบัติ ยึดถือ และ ถ่ายทอดสืบต่อกันจากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกรุ่นหนึ่งโดยวิธีการรับรู้ เรียนรู้ หรือเลียนแบบสิ่งที่เป็น วัฒนธรรม หรือพฤติกรรมที่คนในสังคมหนึ่งเห็นว่าเป็นสิ่งดีงาม สำหรับอีกสังคมหนึ่งอาจมองว่า เป็นเรื่องน่าเกลียดน่ากลัว หรือยอมรับไม่ได้

## 5.2.งานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

ปิยะการณ์ ไกรนรา (2552) กล่าวถึงกระบวนการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการ พัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ไว้ในงานวิจัยนโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้าน เศรษฐกิจ การเมือง : กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ว่า เกาหลีใต้เริ่มวางรากฐาน เศรษฐกิจของตัวเองใหม่เนื่องจากสงครามและการยึดครองทำให้เกาหลีใต้แทบไม่หลงเหลือสิ่งใด ไว้ต่อยอดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เกาหลีใต้จึงต้องหันมาพึ่งพาทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง เพื่อพัฒนาขึ้นมาเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีต้นทุนต่ำแต่ผลตอบแทนสูง อันเป็นหนทางที่ดี ที่สุดในการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้ภารกิจนี้สำเร็จ รัฐบาลจึงได้นำนโยบายเศรษฐกิจเชิง สร้างสรรค์เข้ามาปรับใช้จนประสบความสำเร็จในที่สุด

สุรัสวดี ดีเจริญ (2553) ได้นำเสนอกระบวนการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการ ส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ไว้ในวิจัยเรื่อง อำนาจเชิงวัฒนธรรมในบริบทการเมืองระหว่าง ประเทศ กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี ว่าเกาหลีใต้ได้ใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรม ของตนเป็นบันไดก้าวไปสู่ประเทศที่มีจุดแข็งด้านเศรษฐกิจลำดับต้นๆของโลก โดยใช้กระบวนการ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการวางแผนและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด จนสามารถผลักดันให้ วัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลกได้ภายในระยะเวลาเพียงสิบปี

## 6. หนังสือที่เกี่ยวข้อง

### 6.1. หนังสือเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

จอห์น ฮาวกินส์ (2552) เขียนรวบรวมกลยุทธ์ นิยามและทฤษฎีปฏิบัติของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไว้ในหนังสือเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เขามุ่งก่อกำเนิดจากความคิดกันอย่างไร โดยในหนังสืออธิบายกลยุทธ์และกระบวนการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไว้อย่างละเอียด มีตัวอย่างประกอบชัดเจน รวมไปถึงเขียนอธิบายถึงแนวทางการนำเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาปรับใช้ในชีวิตประจำวันอีกด้วย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้จัดทำหนังสือเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy) เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนทั่วไปในเรื่องของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ในหนังสือจะบรรยายถึงลักษณะของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยยกตัวอย่างประกอบอย่างง่ายจากประเทศต้นแบบทั่วโลก อธิบายถึงความหมายของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์โดยกล่าวถึงบุคคลสำคัญต่างๆที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีนี้ รวมไปถึงแนะนำกระบวนการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การนำเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้และตัวอย่างของประเทศที่ประสบความสำเร็จจากการนำเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ไปใช้กับระบบเศรษฐกิจของตนเอง

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษา “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์กับการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ : กรณีศึกษา ผ้าทอโบราณของเกาหลี” ได้กำหนดแนวทางที่จะทำการศึกษาโดยสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และกระบวนการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ผ่านการศึกษาผ้าทอโบราณของเกาหลี เพื่อให้การศึกษาคครอบคลุมประเด็นที่ทำการศึกษาอย่างครบถ้วน และนำไปสู่บทสรุปของการศึกษาตามจุดประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยคือ การเก็บรวบรวมข้อมูล แหล่งที่มาของข้อมูล วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1.การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.1.รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเกาหลีใต้ โดยเฉพาะกลยุทธ์ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม โดยมุ่งศึกษาข้อมูลภาษาไทย ภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษจากหนังสือเกี่ยวกับทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐบาลที่เชื่อถือได้ของเกาหลี

1.2.เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอโบราณเกาหลีและรูปแบบการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านผ้าทอโบราณ

#### 2.แหล่งที่มาของข้อมูล

2.1.ข้อมูลเกี่ยวกับผ้าทอโบราณของเกาหลีและวิธีการส่งเสริมสินค้าผ้าทอโบราณ จากเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้ซึ่งจัดทำโดยหน่วยงานราชการของเกาหลีใต้

2.2.ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม การส่งออกวัฒนธรรมและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์จากเว็บไซต์ของ TCDC, KOCCA และหนังสือและบทความวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 3.วิธีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.ศึกษาแนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้เป็นสินค้าออก โดยใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาช่วยในการหาคำตอบ

3.2.วิเคราะห์รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ทำให้ฟ้าทอโบราณของ  
เกาหลีเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวและนักออกแบบ

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

จากการที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาบทความและวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และผ้าทอโบราณของเกาหลี ได้ผลของการศึกษาแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1.แนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้เป็นสินค้าออก

2.รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี

1.แนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้เป็นสินค้าออก

จากการศึกษาข้อมูลจากบทความวิจัย บทความของ TCDC UNCTAD และแหล่งข้อมูลอื่นๆจากเว็บไซต์ภาษาเกาหลี พบว่า แนวทางที่รัฐบาลเกาหลีได้ได้ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้ผ้าทอเกาหลีกลายเป็นสินค้าส่งออก มีดังนี้

ขั้นแรก รัฐบาลเกาหลีได้เป็นผู้ริเริ่มนำหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเกาหลีได้เริ่มขึ้นหลังวิกฤตการณ์ทางการเงินในภูมิภาคเอเชีย

จากภาวะถดถอยของเศรษฐกิจทำให้รัฐบาลเกาหลีหันมาใช้นโยบายก้าวข้ามการแข่งขันในตลาดโลกแบบดั้งเดิมที่มุ่งเน้นความสามารถในการผลิต แต่หันมามุ่งเน้นการแข่งขันที่ใช้ความสามารถในการสร้างสรรค์แทน ด้วยการส่งออกอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาทางวัฒนธรรม (Cultural Content Industry) ไปยังประเทศต่างๆ อาศัยความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดยภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุนในเชิงนโยบาย ส่วนภาคเอกชนให้ความร่วมมือด้านแรงงานและการผลิต



นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่รัฐบาลเกาหลีได้นำมาใช้ ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศอังกฤษซึ่งเป็นประเทศต้นแบบของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เนื้อหาของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเชิงทฤษฎีมีดังนี้

จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ได้อธิบายความหมายของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ว่าเป็นแนวคิดที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่ อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัย หลักมาจากความสามารถ และ ทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry )

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (creative economy) ถือเป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ซึ่งอาจแสดงออกมาในรูปแบบของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่จะมีความแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมในประเทศนั้นๆ หัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการได้โดยที่ไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก แต่ใช้ความคิด สติปัญญา และความสร้างสรรค์ให้มากขึ้นซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทได้แก่

กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (Cultural Heritage) คือกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรมประเพณี เป็นต้น เช่น ศิลปะหัตถกรรมและงานฝีมือ งานจักสานถักทอ เครื่องประดับ โลหะมีค่า รวมถึง ที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural Sites) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน หอสมุด เป็นต้น

กลุ่มศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่อยู่บนพื้นฐานของศิลปะ เช่น งานศิลปะ การแสดง วัตถุโบราณ เป็นต้น

กลุ่มสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนส่วนใหญ่ เช่น งานสื่อสิ่งพิมพ์ การกระจายเสียงทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์ งานโสตทัศน เป็นต้น

กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) เป็นกลุ่มที่นำเสนอสินค้าและบริการตามความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น การออกแบบ แฟชั่น งานโฆษณา งานสถาปัตยกรรม เป็นต้น

สำหรับเกาหลีในปัจจุบันมีการแตกแขนงครอบคลุมทั้งสี่กลุ่มแล้ว ทว่าในยุคเริ่มต้นของการเผยแพร่สินค้าจากอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไปยังประเทศต่างๆทั่วโลกนั้น เกาหลีได้ใช้กลุ่มสื่อเป็นกลุ่มหลักและเป็นกลุ่มแรกในการเจาะตลาด เนื่องจากสื่อเป็นสิ่งที่แพร่กระจายได้อย่างรวดเร็ว กว้างขวาง และเข้าถึงได้ง่ายกว่ากลุ่มอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นช่องทางที่จะสอดแทรกวัฒนธรรมของตนลงไปได้อย่างแนบเนียนและน่าสนใจอีกด้วย

แนวทางที่รัฐบาลใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้เป็นสินค้าออกคือ การสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า “Hanryu” (ฮันรยู) เป็นศัพท์ที่ดัดขึ้น โดยนักหนังสือพิมพ์ชาวจีนในช่วงปลายทศวรรษ 1990 หมายถึงกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี เกิดขึ้นจากการที่รัฐบาลเกาหลีได้วางแนวนโยบายทางด้านวัฒนธรรมในช่วงปี ค.ศ. 1945 – 1980 เป็นการสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาอีกครั้งและปกป้องตนเองจากวัฒนธรรมอเมริกัน โดยให้ความสำคัญกับการค้นหาตัวตนหรือเอกลักษณ์ของชาติและมรดกทางวัฒนธรรม

รัฐบาลเป็นผู้ควบคุมและออกกฎระเบียบ ได้วางรากฐานทางด้านกฎหมาย กองทุนสถาบันการศึกษา ในช่วงปี ค.ศ. 1981 – 1992 รัฐบาลได้เพิ่มการส่งเสริมทางด้านศิลปะทั้งแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย ได้วางแนวนโยบายแผนหลักทางวัฒนธรรม 10 ปี โดยเน้นวัฒนธรรมเพื่อประชาชนทั้งมวลเมื่อเข้าสู่ปี ค.ศ. 1993 รัฐบาลเปลี่ยนบทบาทใหม่เป็นการส่งเสริมมากกว่าการควบคุม และเห็นว่าวัฒนธรรมมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เร่งพัฒนาวัฒนธรรมในส่วนท้องถิ่นและภูมิภาค เสริมสร้างสวัสดิการเพื่อทำนุบำรุงวัฒนธรรม วัฒนธรรมคือสินค้าทางการท่องเที่ยว นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 1998 รัฐบาลเกาหลีได้ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น โดยรวมเรียกว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อย อาทิ ภาพยนตร์ เพลง ทีวีโอ สิ่งพิมพ์ การกระจายเสียง การออกแบบ การ์ตูน ความบันเทิงที่ให้ความรู้ (Edutainment) และวางวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรมเข้าสู่

ตั้งคมดิจิทัล (Vision 21 for Cultural Industries in a Digital Societies) วัฒนธรรมในบริบทนี้จึงเป็น วัฒนธรรมที่หลากหลายและเป็นวัฒนธรรมในเชิงโลกาภิวัตน์ รัฐบาลจะส่งเสริมให้วัฒนธรรม เกาหลีสามารถแข่งขันได้ในกระแสโลกาภิวัตน์ โดยเชื่อว่าวัฒนธรรมเกาหลีที่มีเอกลักษณ์เป็น องค์ประกอบที่สำคัญในส่วนนี้ ในปี ค.ศ. 1999 รัฐบาลได้ออก พ.ร.บ.การส่งเสริมอุตสาหกรรมทำ ให้ เกิดมืองค์กรมหาชนเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ เช่น สถาบันส่งเสริมและพัฒนา เกมส์เกาหลี เป็นต้น (วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์, ไม่ระบุปี)

นอกจากนี้ยังมีศูนย์วิจัยทางวัฒนธรรมและสถาบันการศึกษาเทคโนโลยีทางวัฒนธรรม รัฐบาลยังจัดทำสื่อที่รณรงค์ให้คนในชาติเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมและการต่อยอดวัฒนธรรม ด้วยการสร้างพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้สำหรับประชาชนทั่วไปขึ้นทั่วประเทศ ทั้งพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับ วัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น พิพิธภัณฑ์กิมจิ ไปจนพิพิธภัณฑ์ร่วมสมัยอย่าง พิพิธภัณฑ์นวัตกรรมซัมซุง เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงวัฒนธรรมของตัวเองและเทคโนโลยีที่ก้าวไกลอย่างทั่วถึง ส่งผลให้คน เกาหลีมีความรู้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน ในขณะที่เดียวกันก็เรียนรู้เทคโนโลยี ที่ก้าวไกลรอบโลกไปพร้อมๆกัน ทำให้คนเกาหลีคิดต่อยอดวัฒนธรรมของตัวเอง ให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากการจัดการระบบความคิดแล้ว รัฐบาลเกาหลี ยังปรับปรุงทัศนียภาพเมืองจากแบบดั้งเดิมที่เสื่อมโทรมก็พัฒนาเป็นแหล่งพักผ่อนและแหล่ง ท่องเที่ยว เช่น กรณีของคลองคยซอน ซึ่งเคยเป็นคลองน้ำเสียและเป็นมลพิษ ปัจจุบันเป็นที่พักผ่อน ยอดนิยมและรายล้อมไปด้วยย่านการค้าที่ชาวเกาหลีและนักท่องเที่ยวต่างก็นิยมมาพักผ่อน ซึ่งตรงกับที่นักทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้กล่าวตรงกันว่า การใช้ชีวิตในพื้นที่สร้างสรรค์ ทำให้ ประชาชนเกิดการใช้ความคิดและได้รับแรงบันดาลใจในการใช้ชีวิต ช่วยยกระดับการใช้ชีวิตของ ประชาชนให้มีคุณภาพดีขึ้น ทำให้สามารถใช้เวลากับการคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ และสุดท้าย จะสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่ทรงคุณค่ากลับคืนมา โดยในประเทศอังกฤษซึ่งเป็นประเทศต้นแบบก็ได้ ใช้ทฤษฎีนี้และประสบความสำเร็จมาแล้ว

ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีนั้นก็มีกระทรวงวัฒนธรรม หรือ Ministry of Culture, Sports and Tourism ของเกาหลีใต้ เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการดำเนินงานขององค์กรที่ดำเนินนโยบายในการส่งออกวัฒนธรรม และในการพัฒนาต่าง ๆ ซึ่งได้จัดให้มีบางส่วนหนึ่งให้ KOCCA (The Korea creative content agency) ซึ่งเป็นองค์กร

มหาชนที่รัฐบาลให้การสนับสนุนจัดตั้งขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวกับเนื้อหาทางวัฒนธรรมทั้งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการริเริ่มความคิดสร้างสรรค์การพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบและการผลิตการสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์และการขยายตลาดในต่างประเทศ เพื่อให้ประเทศเกาหลีได้เป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมเนื้อหาของโลก ซึ่งเป็นองค์กรภายใต้สังกัดกระทรวงวัฒนธรรมฯ นำไปปฏิบัติและดำเนินการในโครงการต่างๆ ต่อ โดยนโยบายที่จะใช้องค์ประกอบทางวัฒนธรรมผ่านสื่อต่างๆ นั้นทางกระทรวงได้กำหนดทิศทางการเผยแพร่สู่ภูมิภาคเอเชียซึ่งมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ใกล้เคียงสามารถมองเห็นภาพได้ชัดในภูมิภาคเดียวกัน โดยส่งผ่านสื่อประเภทละคร นักร้อง นักแสดง ต่างๆ แต่สำหรับประเทศในแถบอื่นๆ เช่น ยุโรป กระทรวงได้กำหนดให้ส่งผ่านวัฒนธรรมทางเกม Animation ต่างๆ เป็นหลัก เนื่องจาก มีลักษณะที่น่าสนใจและเกมมีลักษณะการสื่อสารที่เป็นสากลมากกว่าจะใช้สื่อประเภทละครหรือนักร้องต่างๆ ที่จะเห็นความแตกต่างกันมากของหน้าตา ภาษา ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับได้ยาก

รัฐบาลเกาหลีได้วางนโยบายที่ชัดเจนในการผลิตสินค้าวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ทศวรรษ 1990 มีการเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นกับเกาหลี หลัง 1990 มีการเปิดตลาดรับสินค้าของกันและกัน มีการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการผลิตและส่งออก และเริ่มแรกเกาหลีใช้การบุกตลาดโดยการให้เปล่า หรือขายราคาถูกลงเพื่อจูงใจผู้ซื้อ โดยลักษณะของสินค้าเกาหลีคือการทำตามความต้องการของตลาด และนำทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้กับการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อันได้แก่ การมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถของคนในประเทศให้ได้มากที่สุดก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อผลิตบุคลากรที่มีประสิทธิภาพออกมาพัฒนาประเทศต่อไป จากนั้นจึงสร้างเมืองสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชากรในประเทศ

ประเทศเกาหลีมีนโยบายในการสร้างความก้าวหน้าของประเทศตน โดย ใช้วิธีการส่งออกวัฒนธรรมผ่านทีวีซีรีส์ ภาพยนตร์และเพลงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างกลยุทธ์คู่ขนาน คือ เพื่อหวังผลด้านยอดขายสินค้า และได้รับการซึมซับวัฒนธรรมของเกาหลีเข้าไปด้วยและจากกลยุทธ์การส่งออกวัฒนธรรมนี้ทำให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยต่อสื่อของเกาหลี วัฒนธรรม ดาราเกาหลี เป็นอย่างดี ซึ่งนับว่าเป็นความตั้งใจของรัฐบาลเกาหลีที่จะใช้

วัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เรียกว่า Pop culture เข้ามาใช้โดยทำให้ผู้รับชมสื่อเหล่านี้จนเกิดการซึมซับผ่านเนื้อหาของสื่อ

ตัวอย่างการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อในรูปแบบของซีรีส์

Dae Jang Geum แดจังกึม



ภาพที่ 1 : ภาพโปรโมทซีรีส์แดจังกึม

ที่มา : <http://drama.kapook.com/view16872.html>

แดจังกึมสร้างจากเรื่องราวอิงประวัติศาสตร์ของนางในชอ แพทย์หลวงในพระราชสำนัก ในบันทึกประวัติศาสตร์สมัยราชวงศ์โชซอน มีการกล่าวถึงชอจังกึมประมาณ 10 ครั้ง ซีรีส์ชุดนี้เกิดขึ้นมาได้ด้วยการร่วมมือของภาครัฐและเอกชน โดยรัฐบาลเกาหลีเป็นผู้วางแผนการผลิตและให้งบประมาณในการประชาสัมพันธ์เพื่อผลักดันให้ซีรีส์ชุดนี้โด่งดังไปทั่วเอเชีย โดยเน้นให้แต่ละฉากในซีรีส์แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของชาวเกาหลี ทั้งเสื้อผ้าที่ตัวละครสวมใส่ที่แบ่งออกได้หลายชนชั้นและมีการใช้ผ้าที่แตกต่างกันตามฐานะ อาหารการกินของชาวบ้านและชนชั้นสูง ซึ่งในเรื่อง

แดจังกึมนี้ได้เน้นให้เห็นถึงวิธีการปรุงอาหารและการคัดสรรวัตถุดิบอย่างละเอียด สุดท้ายคือ แสดงวิธีการรักษาโรคด้วยภูมิปัญญาโบราณของเกาหลี ฉากหลังของซีรีส์บางส่วนถ่ายทำในพระราชวังโบราณชางด็อกกุง เป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีไปในตัว กระแสความความชื่นชอบซีรีส์แดจังกึมได้ส่งผลให้ความนิยมการบริโภคอาหารเกาหลีเพิ่มมากขึ้น และมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อตามรอยซีรีส์แดจังกึมเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวปกติ

แดจังกึม ที่มีได้โด่งดังแค่เพียงในประเทศไทย แต่ได้รับความนิยมทั่วทั้งภูมิภาคเอเชีย ตะวันออกและตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการวิจัยแนวการทำละครหรือบทภาพยนตร์ที่กลุ่มผู้บริโภค เอเชียส่วนใหญ่ชื่นชอบ หรือการหารสนิยมร่วมระดับภูมิภาค (Convergence Strategy) แล้วนำมา ผสมกับการเล่าเรื่องผ่านมรดกทางวัฒนธรรมต่างๆของเกาหลีได้อย่างลงตัวน่าสนใจ เช่น วัฒนธรรมการแต่งกาย การกิน หรือชีวิตในวัง เป็นต้น

ปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้ประเทศเกาหลีสามารถส่งออกวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือ ความรู้สึกอันเป็นหนึ่งเดียวกันของคนในประเทศ ที่สำคัญคือ ความต้องการที่จะก้าวสู่เวทีโลกด้วยตัวตนและวัฒนธรรมของตนเอง ที่โดดเด่นจากประเทศข้างเคียงในกลุ่มเอเชีย ตะวันออกทั้งหมด สิ่งใดก็ตามที่ก่อกำเนิดขึ้นจากชาติเกาหลีเอง เขาจะยึดไว้อย่างมั่นคงและเผยแพร่ ออกไปอย่างกว้างขวาง

การสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลีก็เพื่อทำให้เกาหลีเป็นที่สนใจอย่างต่อเนื่องในระดับโลก ตลอดจนการกลายเป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้เพื่อให้เกาหลีกลายเป็นประเทศชั้นนำและเป็นศูนย์กลางของโลกประเทศหนึ่ง และเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองทางการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศอีกด้วย

ปัจจุบัน เราจะเห็นได้ว่า เกาหลีได้มีใช้ประเทศค้าหลังของเอเชียอีกต่อไป ทั้งนี้เพราะความพยายามที่จะสนับสนุนและผลักดันให้ประชาชนในประเทศรู้จัก เข้าใจ และสามารถใช้งานกลไก เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของรัฐบาลเกาหลีได้นั่นเอง

## 2.รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี

ในการนำหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี สามารถแบ่งออกได้เป็นข้อต่อไปนี้

2.1.อาศัยกระแส K-Wave ในการโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ โดยในขั้นแรก รัฐบาลเกาหลีได้ได้ผลักดันให้สื่อบันเทิงของเกาหลีสามารถตีตลาดทั่วเอเชียได้อย่างครอบคลุม เพื่อให้วัฒนธรรมเคป็อบสามารถหยั่งรากและเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางและมั่นคงในตลาดเอเชีย และสามารถขยายไปยังตลาดยุโรปและอเมริกาได้ด้วย โดยมีฐานผู้บริโภคเป็นกลุ่มวัยรุ่นทั่วโลก เหตุผลที่เจาะจงกลุ่มวัยรุ่นนั้น ก็เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ซุกง่ายและมีความกระตือรือร้นต่อวัฒนธรรมต่างชาติ ทำให้วัยรุ่นคลั่งไคล้กระแสเคป็อบได้ง่าย รัฐบาลเกาหลีขยายภาพลักษณ์อันดีงามของประเทศผ่านซีรีส์เกาหลี อดสาหกรรมเพลงและอุตสาหกรรมบันเทิง โดยกระจายวัฒนธรรมไปตามฐานแฟนคลับของดาราและศิลปิน ทำให้วัยรุ่นที่ชื่นชอบดาราและศิลปินเกาหลี ให้ความสนใจวัฒนธรรมและประเทศเกาหลีมากขึ้น เมื่อได้รับความสนใจจากนานาประเทศแล้ว เกาหลีได้จึงดำเนินการขั้นต่อไป

2.2.เมื่อใช้วัฒนธรรมสมัยใหม่ดึงดูดความสนใจมายังประเทศเกาหลีแล้ว รัฐบาลเกาหลีได้ก็เริ่มโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวและบริการต่างๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังเกาหลีได้ ขณะเดียวกันก็เริ่มผลักดันให้วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ไม่ค่อยโดดเด่นของตนให้เป็นที่รู้จัก ทั้งวัฒนธรรมด้านอาหารการกิน เช่น การหมักกิมจิ อาหารจากแป้งต็อก ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของเกาหลี ให้มีความน่าสนใจ รวมไปถึงการจัดผังเมืองให้สถานีรถไฟฟ้ายู่ใกล้กับพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านซึ่งมีอยู่หลายแห่งของเกาหลี เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างสะดวก หลักการโปรโมทวัฒนธรรมก็คือ การให้บุคคลที่มีชื่อเสียงของเกาหลีได้ ทั้งดารา ศิลปิน และนักการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี เข้ามามีส่วนร่วมและให้ความสนใจกับวัฒนธรรมนั้นๆ เพื่อเป็นแบบอย่างแก่คนทั่วไป และเพื่อดึงดูดให้คนที่รู้จักบุคคลที่มีชื่อเสียงเหล่านั้น หันมาสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิม

ยกตัวอย่างเช่น กรณีของผ้าทอโบราณของเกาหลี เกาหลีได้รู้ดีว่าผ้าทอโบราณของคนไม่มีโดดเด่นเทียบเท่ากับผ้าทอของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงไม่ได้มุ่งเน้นการขยายลายผ้าและเนื้อผ้า แต่เน้นการนำเสนอผ้าทอโบราณในรูปแบบของงานหัตถกรรมและศิลปะ รัฐบาลได้

จัดทำเว็บไซต์ ที่ดำเนินการโดยเทศบาลท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้ชาวต่างชาติเกี่ยวกับผ้าทอโบราณของ เกาหลี จากนั้นจึงสนับสนุนและผลักดันให้อุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศฯให้ส่งออกภาพยนตร์ และซีรีส์แนวพีเรียด (ย้อนยุค) ให้ดังไปทั่วเอเชีย โดยใช้นักแสดงและศิลปินที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูด ความสนใจของผู้ชม จากนั้นจึงเกาะกระแสหนังพีเรียด โพรโมทสินค้าที่ทำขึ้นจากผ้าทอโบราณ ของเกาหลี เช่น รองเท้าผ้าไหม ชุดฮันบก เสื้อผ้าร่วมสมัยที่ทำจากผ้าป่านรามิ เป็นต้น เมื่อได้รับผล ตอรับที่ดีในระดับหนึ่ง รัฐบาลเกาหลีก็จะสนับสนุนงบประมาณให้รัฐบาลท้องถิ่นของแต่ละ จังหวัดที่สามารถผลิตผ้าทอโบราณของเกาหลีได้ นำไปจัดงานนิทรรศการ และงานเทศกาล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ในงานจะมีการติดต่อให้ดีไซน์เนอร์ระดับโลกเข้ามามีส่วนร่วมออกแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอโบราณเกาหลี เพื่อยกระดับผ้าทอโบราณเกาหลีไปสู่เวทีระดับโลก ซึ่งใน ปัจจุบันนี้ ผ้าทอโบราณของเกาหลีได้รับความสนใจและมีผลตอบรับอันดีจากดีไซน์เนอร์และนัก ออกแบบทั่วโลก

ลักษณะผ้าทอโบราณที่มีชื่อเสียงของเกาหลี

### 2.2.1. ผ้าไหม (비단 피ذن)



ภาพที่ 2 : ผ้าไหม

ที่มา : <https://namu.wiki/w/%EB%B9%84%EB%8B%A8>



ผ้าไหม หรือที่ชาวเกาหลีเรียกว่าพีดัน คือผ้าที่ทอขึ้นจากเส้นไหมที่ผลิตจากหนอนไหม แล้วนำมาดัดมทอ และย้อมสีตามกระบวนการ สำหรับผ้าไหมของเกาหลีนั้น ได้รับวัฒนธรรมการเลี้ยงไหมและการทอมาจากประเทศจีน ผ่านการติดต่อซื้อขายสินค้าและการอพยพโยกย้ายประชากร เพราะในยุคโบราณ ชาวเกาหลีรู้จักเพียงการผลิตเส้นใยจากดักขี้เท่านั้น

ผ้าไหมเริ่มมีบทบาทมากขึ้นในยุคของอาณาจักรนังนัง ซึ่งเป็นช่วงที่จีนแผ่อิทธิพลเข้ามาในเกาหลีได้มากที่สุด ชาวเกาหลีมีการติดต่อซื้อขายผ้าไหมกับจีนผ่านทางสายไหม เมื่อได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ก็มีการเผยแพร่วิธีการเลี้ยงตัวไหมและการทอผ้าไหมขึ้น ในช่วงแรกนั้นผ้าไหมของเกาหลีแทบไม่มีความแตกต่างจากผ้าไหมจีน ทว่าต่อมา เมื่อมีความชำนาญในการทอผ้ามากขึ้น ชาวเกาหลีก็ได้คิดค้นผ้าไหมยางคัน หรือผ้าไหมทอลายสองด้าน ผ้าไหมยางคันนี้ใช้กรรมวิธีการทอแบบพิเศษ มีความซับซ้อนและประณีต เมื่อทอสำเร็จจะปรากฏลวดลายบนผ้าทั้งสองด้านเหมือนกันจนไม่สามารถแยกด้านหน้าหรือด้านหลังได้ หากผู้ทอไม่ชำนาญ ลายผ้าด้านหนึ่งอาจไม่งดงามเท่าอีกด้านหนึ่ง แต่หากทอโดยผู้ชำนาญ ลายทั้งสองด้านจะงดงามเหมือนกัน ไม่ผิดเพี้ยน ปัจจุบันผ้าไหมยางคันไม่ได้ถูกผลัดกันให้เป็นสินค้าส่งออกมากเท่าผ้าไหมธรรมดา เนื่องจากทอได้ยาก ใช้เวลานาน และมีผู้รู้กรรมวิธีการทอน้อย ทว่ากลับถูกส่งเสริมให้เป็นที่รู้จักในฐานะภูมิปัญญาผ้าทอชั้นสูงของเกาหลี มีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้คนรู้จักผ่านเครื่องแต่งกายของนักแสดงในซีรีส์แนวย้อนยุคของเกาหลี เช่น ทงอี ลีซาน จาม็อง เป็นต้น



ภาพที่ 3 : ผ้าไหมยางคัน ลักษณะของผ้าไหมยางคันที่ลายปักและเนื้อผ้าเหมือนกันทั้งสองด้าน

ที่มา :<http://hanbokpan.co.kr/front/productdetail.php?productcode=010008000000000005&ref=htps%3A%2F%2Fwww.google.co.th%2F>



ภาพที่ 4 : การ โปรโมทด้วยการนำผ้าฟีดันมาตัดชุดแต่งงาน

ที่มา : [http://www.bettlhanbok.com/xe/?mid=story&search\\_target=tag&search\\_keyword=%EC%8B%A0%EB%B6%80+%ED%95%9C%EB%B3%B5&document\\_srl=9191&ckattempt=1](http://www.bettlhanbok.com/xe/?mid=story&search_target=tag&search_keyword=%EC%8B%A0%EB%B6%80+%ED%95%9C%EB%B3%B5&document_srl=9191&ckattempt=1)



ภาพที่ 5 : การใช้ผ้าไหมตัดชุดตัวละครในซีรีส์เกาหลี

ที่มา : <http://www.forwardmag.com/webboard/topic-1158427-10.html?sid=02a216bd3943716c0bdd19e3dc148dd6>

### 2.2.2. ผ้าปานรามิ หรือผ้าโมจิ



ภาพที่ 6 : ลักษณะของผ้ารามิ

ที่มา : <http://blog.daum.net/byc9744/892>

ผ้ารามิหรือผ้าปีกแมลงปอของเกาหลีใต้นั้น ทอขึ้นจากเส้นใยของต้นโมจิ พืชให้เส้นใยคล้ายป่าน ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นของเกาหลีมาตั้งแต่ยุคสมัยโบราณ แม้วัตถุดิบจะหาได้ง่าย ทว่าศิลปะการทอผ้าโมจิต้องใช้ทักษะขั้นสูงและความชำนาญอันเกิดจากประสบการณ์ของช่างทอผ้า เพื่อที่จะทอเส้นใยต้นโมจิออกมาเป็นผืนผ้า ที่เกาหลีแม่เมืองแทกูจะถูกยกย่องเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมด้านสมุนไพรรักษาโรคและเป็นศูนย์รวมผ้าทอของเกาหลี แต่ตำบลฮันชันเป็นสถานที่ ซึ่งต้นโมจิ งอกงามและมีการเก็บเกี่ยวโมจิเพื่อทำเป็นผ้ารามิมาตั้งแต่ยุคอาณาจักรแพ็กเจ ชาวหมู่บ้านฮันชันจึงมีความชำนาญในการทอผ้ารามิเป็นพิเศษ และตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผ้ารามิที่ฮันชันจึงมีชื่อเสียงมาก ผ้าปานรามิเป็นสิ่งทอสำหรับสวมใส่ในฤดูร้อนที่ดีที่สุดมาอย่างยาวนาน โดยได้รับการชื่นชมว่าเป็นผ้าที่เบาบางคุดปีกแมลงปอ ซึ่มซับและระบายเหงื่อและน้ำได้ง่าย คุดซับความชุ่มชื้น และมีความคงทนทำให้ผู้สวมใส่รู้สึกเย็นสบายและสดชื่นในช่วงฤดูร้อน ในอดีต ผ้ารามิที่ทอขึ้นอย่างดีที่สุดและประณีตที่สุดจะถูกใช้เป็นที่กำนัลให้กับกษัตริย์และเชื้อพระวงศ์



ภาพที่ 7 : ผ้ารมีคุณภาพ

ที่มา : <http://blog.daum.net/byc9744/892>

ปัจจุบัน หลังจากการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจของเกาหลี ชาวเกาหลีรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาและใช้ผ้าทอสำเร็จรูปเป็นส่วนมาก ผ้ารมีถูกลดความสำคัญลง ใช้ตัดเพียงฮันบกและชุดพิธีการ เนื่องจากมีราคาสูง ทอได้ยาก และมีผู้รู้จักน้อยลง เมื่อรัฐบาลเกาหลีสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลีสำเร็จ จึงหันมาเก็บรายละเอียดวัฒนธรรมปลืณข่อยของตนเพื่อต่อยอดสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ วัฒนธรรมการทอผ้ารมีจึงถูกรื้อฟื้นขึ้นมาอีกครั้ง ที่ตำบลอันซันอันเป็นสถานที่ดั้งเดิมที่ผ้ารมีมีชื่อเสียงขึ้น รัฐบาลเกาหลีมอบหมายให้องค์กรส่วนท้องถิ่นจัดโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวในอันซัน ด้วยการจัดเทศกาลผ้ารมีขึ้นที่อันซันทุกๆปี เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ในงานเทศกาลจะมีการจัดแสดงผืนผ้ารมีที่ถูกทอขึ้นอย่างประณีตและนำไปตัดเป็นเสื้อผ้าหลากหลายรูปแบบ ทั้งแบบร่วมสมัยและแบบดั้งเดิม และนำมาทำเป็นของที่ระลึก เช่นผ้าเช็ดหน้า ผ้าห่อของ และกระเป๋า เป็นต้น รวมทั้งการจัดนิทรรศการผ้ารมีที่ย้อนยุคไปถึงยุคสามก๊กจนถึงยุคปัจจุบัน นอกจากการจัดแสดงผ้าและสินค้าจากผ้ารมีแล้ว ยังมีส่วนสาธิตการทอผ้ารมี โดยแสดงให้เห็นตั้งแต่วิธีการเก็บเกี่ยวเส้นใยจากต้นรามิ การรีดใยต้นโมซิเพื่อนำมาทำด้ายดิบ การด้อมและการทอผ้า การปั่นเส้นใยเป็นเส้นด้าย การเสริมความแข็งแรงของเส้นใยด้วยสมุนไพรโบราณ การขึ้นด้ายบนกี่ทอผ้า ไปจนกระทั่งวิธีการทอ การตาก การย้อมสี โดยผู้ชำนาญการ และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมเทศกาลได้ทดลองกระบวนการต่างๆด้วยตัวเอง โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญคอยสาธิตอยู่ใกล้ๆ นอกจากนี้ ในงานเทศกาลยังมีการแสดงดนตรีและการละเล่นแบบดั้งเดิมของเกาหลี สลับกับการแสดงร้องเพลงและเต้นแบบสมัยใหม่ ไฮไลต์ของการแสดงอยู่ที่การเดินแฟชั่นโชว์ ซึ่งเสื้อผ้าที่ใช้บนเวทีจะเป็นฝีมือ



ของนักออกแบบเสื้อผ้าและผู้เชี่ยวชาญแฟชั่นที่มีชื่อเสียงทั้งจากในประเทศและระดับโลก โดยวัสดุที่ใช้ตัดเย็บนั้นจะเป็นผ้ารามิที่ทำขึ้นในประเทศเกาหลีนั่นเอง การแสดงแฟชั่นโชว์ของนักออกแบบที่มีชื่อเสียงเป็นดังคือนักออกแบบจากทั่วโลกให้หันมาสนใจงานออกแบบที่มีส่วนประกอบของผ้ารามิ ทำให้ผ้ารามิเริ่มถูกใช้ในวงการแฟชั่นมากขึ้น และเป็นที่รู้จักในวงการผ้ามากขึ้น แล้วยังดึงดูดกลุ่มผู้สนใจการออกแบบแฟชั่นให้หันมาใช้ผ้ารามิในการสร้างงานอีกด้วย

ปัจจุบันเทศกาลฮันชันรามิยังคงจัดอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยระยะเวลาจะเป็นช่วงต้นเดือนถึงกลางเดือนมิถุนายนของทุกปี ที่ชุมชนฮันชัน ตำบลชอจอง แเภงชีฮยอน จังหวัดชุงชองนัม



ภาพที่ 8 : การเก็บเกี่ยวต้น โมจี

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=526263&cid=46671&categoryId=46671>



ภาพที่ 9 : การตากเส้นใยต้นโมชี่

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=2029109&cid=50419&categoryId=50520>



ภาพที่ 10 : กี่ทอผ้า สำหรับทอผ้ารามี่

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>





ภาพที่ 11 : การจกเส้นใยต้นโมชี่เพื่อทำเป็นเส้นด้าย

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>



ภาพที่ 12 : การขึ้นรูปและการทอผ้ารามี่

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>



ภาพที่ 13 : การเพิ่มความแข็งแรงให้เส้นด้าย

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>



ภาพที่ 14 : การเล่นเกมโบราณระหว่างกิจกรรมทอผ้ารามี่ของสตรีในหมู่บ้าน

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>





ภาพที่ 15 : การสาธิตการจักเส้นใยคั้นโมชีในงานเทศกาลอันชันรามิ

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>



ภาพที่ 16 : การจำลองการขึ้นรูปผ้าทอรามิเพื่อให้ความรู้แก่เยาวชนที่ร่วมงานเทศกาลอันชันรามิ

ที่มา : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1093746&cid=40942&categoryId=31891>



ภาพที่ 17 : สาธิตการย้อมสีผ้าทอราเม่ที่ทอเสร็จแล้ว

ที่มา : <http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/where/festival/festival.jsp?cid=507480>



ภาพที่ 18 : งานออกแบบชุดร่วมสมัยของนักออกแบบเสื้อผ้าที่มีชื่อเสียง

ที่มา : <http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/where/festival/festival.jsp?cid=507480>





ภาพที่ 19 : บรรยายการเดินแฟชั่นโชว์ในงานเทศกาลฮันชันรามิ

ที่มา : <http://korean.visitkorea.or.kr/kor/bz15/where/festival/festival.jsp?cid=507480>

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปราย

จากการที่ข้าพเจ้าได้ศึกษาบทความและวิจัยเกี่ยวกับเรื่องของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และผ้าทอโบราณของเกาหลี ขอแบ่งผลสรุปออกเป็นสองส่วน ได้แก่

1.แนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้เป็นสินค้าออก

2.รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี

**1.แนวทางการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้เป็นสินค้าออก**

จากการศึกษาข้อมูลจากบทความวิจัย บทความของ TCDC และจากแหล่งข้อมูลอื่นๆ จากเว็บไซต์ภาษาเกาหลี ข้าพเจ้าพบว่า แนวทางที่รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้ผ้าทอเกาหลีกลายเป็นสินค้าส่งออก แบ่งออกได้เป็นขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

1.1. ขั้นแรก นำหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยส่งเสริมให้ประชาชนของเกาหลีใต้ได้รู้จักและเข้าใจระบบของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ที่เน้นการต่อยอดความคิดจากทุนทางวัฒนธรรมของมนุษย์ เพื่อสร้างมูลค่าในแง่ของเศรษฐกิจตามทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของจอห์น ฮาวกินส์ โดยเริ่มตั้งแต่วางรากฐานการศึกษาของเยาวชนเกาหลีใต้ให้เห็นคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ ด้วยการให้รัฐเข้าไปแทรกแซงกิจกรรมทางการศึกษาของโรงเรียน โดยกระตุ้นให้มีการจัดการแข่งขันด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับความสร้างสรรค์ เช่น สนับสนุนการจัดงานวัฒนธรรมของแต่ละมหาวิทยาลัยในกรุงโซล เพื่อให้นักศึกษาแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการร่วมมือกันจัดงาน และแสดงศักยภาพของการศึกษาของมหาวิทยาลัยของตัวเอง ในงานจะมีการประกวดสิ่งประดิษฐ์เชิงสร้างสรรค์ จัดแสดงผลงานและนวัตกรรมของนักศึกษา การประกวดวงดนตรี ทั้งที่บ้านและสากล รวมถึงเปิดแสดงศิลปะการแสดงแบบโบราณของเกาหลี ที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมเก่าแก่ที่สืบทอดมา เป็นต้น

ไม่เพียงส่งเสริมให้เยาวชนรู้จักระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เท่านั้น รัฐบาลยังจัดทำสื่อที่ทรงคุณค่าให้คนในชาติเห็นความสำคัญของวัฒนธรรมและการต่อยอดวัฒนธรรม ด้วยการปรับปรุงทัศนียภาพเมืองโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการออกความคิดสร้างสรรค์ในการจัดทัศนียภาพเพื่อให้ประชาชนเริ่มคุ้นเคยกับการมีส่วนร่วมกับการคิดสร้างสรรค์ และสร้างพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้สำหรับประชาชนทั่วไปขึ้นทั่วประเทศ ทั้งพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น พิพิธภัณฑ์กิมจิ ไปจนพิพิธภัณฑ์ร่วมสมัยอย่าง พิพิธภัณฑ์รัตนวัตกรรมซัมซุง เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงวัฒนธรรมของตัวเองและเทคโนโลยีที่ก้าวไกลอย่างทั่วถึง ส่งผลให้คนเกาหลีมีความรู้และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน ในขณะที่เด็วกันก็เรียนรู้เทคโนโลยีที่ก้าวไกลรอบโลกไปพร้อมๆกัน ทำให้คนเกาหลีคิดต่อยอดวัฒนธรรมของตัวเอง ให้กลายเป็นสิ่งที่คุณค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะความพยายามที่จะสนับสนุนและผลักดันให้ประชาชนในประเทศรู้จัก เข้าใจ และสามารถใช้งานกลไกเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ ของรัฐบาลเกาหลีได้นั่นเอง

1.2. ในขั้นตอนต่อมา รัฐบาลเกาหลีสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า “Hanryu” (ฮันรยู) เป็นศัพท์ที่ต้งขึ้น โดยนักหนังสือพิมพ์ชาวจีนในช่วงปลายทศวรรษ 1990 หมายถึงกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กระแสนี้ก่อตัวมากกว่าสิบปีและยังมีประสิทธิภาพอยู่จุดเริ่มต้นของกระแสความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลี เกิดขึ้นจากการเปิดเสรีทางด้านสื่อ (media) ขยายกว้างครอบคลุมทั่วทั้งเอเชียในปี ค.ศ. 19976 เกาหลี ส่งออกวัฒนธรรมไปสู่ประเทศอื่น ๆ โดยใช้สื่อบันเทิงเป็นหลัก เช่น เพลง ภาพยนตร์ ละครชุด เกม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นการสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมของเกาหลี ส่งผลให้ผู้บริโภคสื่อบันเทิงจากเกาหลีได้รับเอาวัฒนธรรมเกาหลีไป อันนำไปสู่การบริโภคสินค้าที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมเกาหลี เช่น อาหาร การท่องเที่ยว หรือการใช้สินค้าที่มาจากประเทศเกาหลี เป็นต้น การบริโภคสิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยในการส่งเสริมเศรษฐกิจของเกาหลีให้พัฒนาก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

ในการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีนั้น มีกระทรวงวัฒนธรรมฯ หรือ Ministry of Culture, Sports and Tourism ของเกาหลีได้นั้น เป็นหน่วยงานที่สนับสนุนด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการดำเนินงานขององค์กรที่ดำเนินนโยบายในการส่งออกวัฒนธรรม และในการพัฒนาด้าน

ต่างๆ ซึ่งได้จัดให้มีบางส่วนหนึ่งให้ KOCCA (The Korea creative content agency) ซึ่งอยู่ภายใต้สังกัดกระทรวงวัฒนธรรมฯ นำไปปฏิบัติและดำเนินการในโครงการต่างๆ ต่อ โดยนโยบายที่จะใช้องค์ประกอบทางวัฒนธรรมผ่านสื่อต่างๆนั้น ทางกระทรวงได้กำหนดทิศทางในการเผยแพร่สู่ภูมิภาคเอเชียซึ่งมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่ใกล้เคียง สามารถมองเห็นภาพได้ชัดในภูมิภาคเดียวกัน โดยส่งผ่านสื่อประเภทละคร นักร้อง นักแสดง ต่างๆ แต่สำหรับประเทศในแถบอื่นๆ เช่น ยุโรป กระทรวงได้กำหนดให้ส่งผ่านวัฒนธรรมทางเกม Animation ต่างๆ เป็นหลัก เนื่องจาก มีลักษณะที่น่าสนใจและเกมมีลักษณะการสื่อสารที่เป็นสากล มากกว่าจะใช้สื่อประเภทละครหรือนักร้องต่างๆ ที่จะเห็นความแตกต่างกันมากของหน้าตา ภาษา ซึ่งจะทำให้เกิดการยอมรับได้ยาก

รัฐบาลเกาหลีได้วางนโยบายที่ชัดเจนในการผลิตสินค้าวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ทศวรรษ 1990 มีการเปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นกับเกาหลี หลัง 1990 มีการเปิดตลาดรับสินค้าของกันและกัน มีการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการผลิตและส่งออก และเริ่มแรกเกาหลีใช้การบุกตลาดโดยการให้เปล่า หรือขายราคาถูกเพื่อจูงใจผู้ซื้อ โดยลักษณะของสินค้าเกาหลีคือการทำตามความต้องการของตลาด และนำทฤษฎีเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เข้ามาประยุกต์ใช้กับการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อันได้แก่ การมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถของคนในประเทศให้ได้มากที่สุดก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อผลิตบุคลากรที่มีประสิทธิภาพออกมาพัฒนาประเทศต่อไป จากนั้นจึงสร้างเมืองสร้างสรรค์และพื้นที่สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของประชากรในประเทศ

ประเทศเกาหลีมีนโยบายในการสร้างความก้าวหน้าของประเทศตน โดย ใช้วิธีการส่งออกวัฒนธรรมผ่านทีวีซีรีส์ ภาพยนตร์และเพลงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างกลยุทธ์คู่ขนาน คือ เพื่อหวังผลด้านยอดขายสินค้า และได้รับการซึมซับวัฒนธรรมของเกาหลีเข้าไปด้วยและจากกลยุทธ์การส่งออกวัฒนธรรมนี้ทำให้หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้เกิดความรู้สึกคุ้นเคยต่อสื่อของเกาหลี วัฒนธรรม ดาราเกาหลี เป็นอย่างดี ซึ่งนับว่าเป็นความตั้งใจของรัฐบาลเกาหลีที่จะใช้วัฒนธรรม โดยเฉพาะวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เรียกว่า Pop culture เข้ามาใช้โดยทำให้ผู้รับชมสื่อเหล่านี้จนเกิดการซึมซับผ่านเนื้อหาของสื่อ

ปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้ประเทศเกาหลีสามารถส่งออกวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือ ความรู้สึกอันเป็นหนึ่งเดียวกันของคนในประเทศ ที่สำคัญคือ ความต้องการที่จะก้าวสู่เวทีโลกด้วยตัวคนและวัฒนธรรมของตนเอง ที่โดดเด่นจากประเทศข้างเคียงในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมด สิ่งใดก็ตามที่ก่อกำเนิดขึ้นจากชาติเกาหลีเอง เขาจะยึดไว้อย่างมั่นคงและเผยแพร่ออกไปอย่างกว้างขวาง

การสร้างกระแสวัฒนธรรมเกาหลีก็เพื่อให้เกาหลีเป็นที่สนใจอย่างต่อเนื่องในระดับโลก ตลอดจนการกลายเป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้เพื่อให้เกาหลีกลายเป็นประเทศชั้นนำและเป็นศูนย์กลางของโลกประเทศหนึ่ง และเพื่อเพิ่มอำนาจต่อรองทางการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศอีกด้วย

## 2.รูปแบบการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี

ในการนำหลักเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณของเกาหลี สามารถแบ่งออกได้เป็นข้อต่อไปนี้

1.อาศัยกระแส K-Wave ในการโปรโมทผลิตภัณฑ์ผ้าทอโบราณ โดยในขั้นแรก รัฐบาลเกาหลีได้ผลักดันให้สื่อบันเทิงของเกาหลีสามารถตีตลาดทั่วเอเชียได้อย่างครอบคลุม เพื่อให้วัฒนธรรมเคป็อบสามารถหยั่งรากและเป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางและมั่นคงในตลาดเอเชีย และสามารถขยายไปยังตลาดยุโรปและอเมริกาได้ด้วย โดยมีฐานผู้บริโภคเป็นกลุ่มวัยรุ่นทั่วโลก เหตุผลที่เจาะจงกลุ่มวัยรุ่นนั้น ก็เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่ซุกง่ายและมีความกระตือรือร้นต่อวัฒนธรรมต่างชาติ ทำให้วัยรุ่นคลั่งไคล้กระแสเคป็อบได้ง่าย รัฐบาลเกาหลีขยายภาพลักษณ์อันดีงามของประเทศผ่านซีรีส์เกาหลี อดสาหกรรมเพลงและอุตสาหกรรมบันเทิง โดยกระจายวัฒนธรรมไปตามฐานแฟนคลับของดาราและศิลปิน ทำให้วัยรุ่นที่ชื่นชอบดาราและศิลปินเกาหลีให้ความสนใจวัฒนธรรมและประเทศเกาหลีมากขึ้น เมื่อได้รับความสนใจจากนานาประเทศแล้ว เกาหลีได้จึงดำเนินการขั้นต่อไป

2.เมื่อใช้วัฒนธรรมสมัยใหม่ดึงดูดความสนใจมายังประเทศเกาหลีแล้ว รัฐบาลเกาหลีได้ก็เริ่มโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวและบริการต่างๆเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมายังเกาหลีได้ ขณะเดียวกันก็เริ่มผลักดันให้วัฒนธรรมดั้งเดิมที่ไม่ค่อยโดดเด่นของคนให้เป็นที่รู้จัก ทั้งวัฒนธรรมด้านอาหารการกิน เช่น การหมักกิมจิ อาหารจากแป้งต็อก ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของเกาหลี ให้มีความน่าสนใจ รวมไปถึง

ถึงการจัดผังเมืองให้สถานีรถไฟฟ้ายูโกสกับพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติพื้นบ้านซึ่งมีอยู่หลายแห่งของเกาหลี เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างสะดวก หลักการโปรโมทวัฒนธรรมก็คือ การให้บุคคลที่มีชื่อเสียงของเกาหลีได้ ทั้งดาราศิลปิน และนักการเมือง เช่น นายกรัฐมนตรี เข้ามามีส่วนร่วมและให้ความสนใจกับวัฒนธรรมนั้นๆ เพื่อเป็นแบบอย่างแก่คนทั่วไป และเพื่อดึงดูดให้คนที่รู้จักบุคคลที่มีชื่อเสียงเหล่านั้นหันมาสนใจวัฒนธรรมดั้งเดิม

อย่างกรณีของผ้าทอโบราณของเกาหลี เกาหลีใต้รู้ว่าผ้าทอโบราณของตนไม่มีความประณีตเทียบเท่ากับผ้าทอของประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงไม่ได้มุ่งเน้นการขายและกรรมวิธีการทอผ้า แต่ได้จัดทำเว็บไซต์ ที่ดำเนินการโดยเทศบาลท้องถิ่น เพื่อให้ความรู้ชาวต่างชาติเกี่ยวกับผ้าทอโบราณของเกาหลี จากนั้นจึงสนับสนุนและผลักดันให้อุตสาหกรรมบันเทิงในให้ส่งออกภาพยนตร์และซีรีส์แนวพีเรียด (ย้อนยุค) ให้ดังไปทั่วเอเชีย โดยใช้นักแสดงและศิลปินที่มีชื่อเสียงเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม จากนั้นจึงเกาะกระแสหนังพีเรียด โปรโมทสินค้าที่ทำขึ้นจากผ้าทอโบราณของเกาหลี เช่น รองเท้าผ้าไหม ชุดฮันบก เสื้อผ้าร่วมสมัยที่ทำจากผ้าปานรามิ เป็นต้น เมื่อได้รับผลตอบรับที่ดีในระดับหนึ่ง รัฐบาลเกาหลีก็จะสนับสนุนงบประมาณให้รัฐบาลท้องถิ่นของแต่ละจังหวัดที่สามารถผลิตผ้าทอโบราณของเกาหลีได้ นำไปจัดงานนิทรรศการ และงานเทศกาล เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ในงานจะมีการติดต่อให้ดีไซน์เนอร์ระดับโลกเข้ามามีส่วนร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอโบราณเกาหลี เพื่อยกระดับผ้าทอโบราณเกาหลีไปสู่เวทีระดับโลก ซึ่งในปัจจุบันนี้ ผ้าทอโบราณของเกาหลีได้รับความสนใจและมีผลตอบรับอันดีจากดีไซน์เนอร์และนักออกแบบทั่วโลก



### บรรณานุกรม

- ดำรงศ์ ฐานดี. “คนและวัฒนธรรมเกาหลี”. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยรามคำแหง 9,13 (พฤศจิกายน 2549): 72-101.
- ปิยะการณ์ ไกรนรา. (2552). “นโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง : กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์”. ปรินญญามหาบัณฑิต รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จับตาเอเชียตะวันออกเฉียง. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบเกาหลีใต้ (Creative Economy). เข้าถึงเมื่อ 18 มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.eastasiawatch.in.th/article.php?id=511>.
- ทรายแก้ว ทิพากร. (2553). 100 ปีของการผนวกลาสมทุงเกาหลีเข้ากับญี่ปุ่น. เข้าถึงเมื่อ 15 กรกฎาคม 2558. เข้าถึงได้จาก [http://www.thaiworld.org/thn/include/print.php?text=1000&category\\_id=5&print=true](http://www.thaiworld.org/thn/include/print.php?text=1000&category_id=5&print=true).
- พลอย มัลลิกามาต. (2554). อันยองฮาเซโย โครีเยเวฟ (Korea Wave) ตอนที่ 1 : ปรากฏการณ์วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ. เข้าถึงเมื่อ 18 กันยายน 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.tcdconnect.com/content/Know-What/904>.
- ธนพล ก่อฐานะ. Creative Economy เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <https://www.gotoknow.org/posts/277624>
- วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. กระแสเกาหลี. เข้าถึงเมื่อ 4 มี.ค. 2559. เข้าถึงได้จาก [http://www.etajournal.com/upload/239/3\\_Korean\\_Wave.pdf](http://www.etajournal.com/upload/239/3_Korean_Wave.pdf)
- สุรัสวดี ดีเจริญ. (2553). “อำนาจเชิงวัฒนธรรมในบริบทการเมืองระหว่างประเทศ กรณีศึกษา การส่งออกวัฒนธรรมเกาหลี”. ปรินญญามหาบัณฑิต รัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy). กรุงเทพฯ. บริษัท บี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด.

อาศิรา พนาราม. สื่อดิจิทัลล้ำหน้าสร้างสังคมยุคใหม่แห่งเกาหลีใต้. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558.

เข้าถึงได้จาก [http://www.tcdc.or.th/src/16377?sphrase\\_id=15182666](http://www.tcdc.or.th/src/16377?sphrase_id=15182666)

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. K-Drama กับกระแสวัฒนธรรมป๊อป. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558.

เข้าถึงได้จาก <http://www.prachatai.com/journal/2012/10/43317>

KOCCA. (2013). **Introduction**. เข้าถึงเมื่อ 19 มีนาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://eng.kocca.kr/en/contents.do?menuNo=201433>.

SEOICHEON. **Hansan Ramie Fabric Cultural Festival**. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก

[http://en.seocheon.go.kr/eng/sub03\\_01\\_03.do](http://en.seocheon.go.kr/eng/sub03_01_03.do)

두산백과. **모시**. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.doopedia.co.kr/>.

서천 문화 관광. **한산모시문화제**. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก

[http://www.seocheon.go.kr/tour/sub04\\_01\\_03.do](http://www.seocheon.go.kr/tour/sub04_01_03.do).

한국민족문화대백과. **비단**. เข้าถึงเมื่อ 20 ตุลาคม 2558. เข้าถึงได้จาก

<http://www.aks.ac.kr/home/index.do>.

한국문화재단. **한산 모시 짜기 문정옥**. เข้าถึงเมื่อ 3 มีนาคม 2559 เข้าถึงได้จาก

[http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=92&contents\\_id=6947](http://navercast.naver.com/contents.nhn?rid=92&contents_id=6947)

한국민족문화대백과. **길쌈**. เข้าถึงเมื่อ 5 มีนาคม 2559. เข้าถึงได้จาก

<http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=551573&cid=46671&categoryId=46671>

### ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางสาววาปรีญา มณีงาม

วันเดือนปีเกิด 15 ธันวาคม 2537

ที่อยู่ 196/11 ถ.รถไฟ ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000

#### ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนวัดบางลี่ (วุฒิพันธุ์วิทยา)

พ.ศ.2554 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนเบญจมราชูทิศ ราชบุรี

พ.ศ.2558 กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต เอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี  
มหาวิทยาลัยศิลปากร

**แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์**  
**สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**

ข้าพเจ้า นางสาว วาปรีญา มณีงาม

นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเกาหลี

ที่อยู่ติดต่อได้ภายหลังสำเร็จการศึกษา 196/11 ถ.รถไฟ ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000

หมายเลขโทรศัพท์ 081-1922670

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันนี้เป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2547 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....

ลงนามผู้รับโอน.....

(.....)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....