

การวิเคราะห์แนวคิดการใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติ*

Analysis of the soft power concept for pushing culture builds a nation

พิรลรัตน์ ยศธสินธุ์**

Phiranrat Yosdhanasin

6614830073@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การวิจัยเอกสาร (Document Research) เพื่อวิเคราะห์แนวคิด Soft Power ในการผลักดันวัฒนธรรมไทย ภายใต้รัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา, นายเศรษฐา ทวีสิน และ นางสาวแพทองธาร ชินวัตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนา Soft Power ให้เป็นยุทธศาสตร์ชาติ ผลการวิจัยพบว่า รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ ใช้แนวทาง 5F (Food, Film, Fashion, Fighting, Festival) เป็นเครื่องมือหลัก รัฐบาลนายเศรษฐา จัดตั้ง THACCA และขยาย Soft Power เป็น 11 สาขา พร้อมใช้ Soft Power สร้างอิทธิพลระดับโลก รัฐบาลนางสาวแพทองธาร มุ่งเน้นการขยาย Soft Power ผ่านโครงการ One Family One Soft Power (OFOS) ซึ่งปัญหาและอุปสรรคสำคัญได้แก่ การขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน งบประมาณไม่เพียงพอ ขาดเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มระดับโลก รวมถึงบุคลากรด้าน Soft Power ไทยยังมีจำนวนจำกัดโดยมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาได้แก่ (1) เร่งผ่านร่างกฎหมาย Soft Power และเพิ่มงบประมาณสนับสนุน (2) สร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลและบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (3) พัฒนา Soft Power ให้เป็นยุทธศาสตร์ชาติและยกระดับแบรนด์ไทยสู่ตลาดโลก (4) ขยาย Soft Power ไปสู่เศรษฐกิจดิจิทัลและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์การพัฒนา Soft Power ไทยให้ยั่งยืนต้องมีแผนระยะยาวที่บูรณาการทุกภาคส่วน และปรับตัวให้ทันกับกระแสโลก เพื่อให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลาง Soft Power ของเอเชีย” ในอนาคต

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ ; วัฒนธรรมสร้างชาติ

Keyword : Analysis ; Soft Power ; culture builds a nation

*บทความนี้เรียบเรียงจากการค้นคว้าอิสระเรื่อง : การวิเคราะห์แนวคิดการใช้ Soft power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติ.

** นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บทนำ

Soft Power เป็นแนวคิดสำคัญในยุคโลกาภิวัตน์ที่ใช้ วัฒนธรรม ค่านิยม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือในการสร้างอิทธิพลโดยไม่ต้องพึ่งพากำลังทางทหาร (Hard Power) ประเทศที่พัฒนา Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างอิทธิพลระดับโลกผ่านความนิยมและการยอมรับจากประชาคมโลก ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริม เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ประเทศ แต่ยังคงเผชิญอุปสรรค เช่น การขาดนโยบายที่ชัดเจน และการบูรณาการระหว่างภาครัฐและเอกชน

Soft Power ภายใต้รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา (2557-2566) รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ใช้แนวทาง 5F Strategy ในการพัฒนา Soft Power ได้แก่ อาหาร (Food), ภาพยนตร์ (Film), แฟชั่น (Fashion), มวยไทย (Fighting) และเทศกาลไทย (Festival) เพื่อส่งเสริม เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม แนวทางนี้ยังขาดการบูรณาการระยะยาว และไม่ครอบคลุมอุตสาหกรรมศักยภาพใหม่ เช่น เกม ดนตรี และเทคโนโลยีดิจิทัล

Soft Power ภายใต้รัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน (2566-2567) รัฐบาลนายเศรษฐาขยายแนวคิด Soft Power ไปสู่ “Soft Power Nation” โดยเน้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และจัดตั้ง THACCA (Thailand Creative Culture Agency) เพื่อเป็นศูนย์กลาง Soft Power ไทย รัฐบาลเน้นการยกระดับ Soft Power สู่อุตสาหกรรม Soft Power จาก 5F ไปสู่เกม อนิเมะ ศิลปะดิจิทัล และบูรณาการเทคโนโลยี เช่น AI, Metaverse และ Big Data รวมถึงการสร้าง Nation Branding ให้ไทยเป็น “ศูนย์กลาง Soft Power ของเอเชีย”

Soft Power ภายใต้รัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร (2567-ปัจจุบัน) รัฐบาลของนายกรัฐมนตรีนางสาวแพทองธาร ชินวัตร สานต่อนโยบาย Soft Power โดยขยายจาก 5F เป็น 11 อุตสาหกรรม ครอบคลุม เกม อนิเมะ ศิลปะดิจิทัล และการออกแบบ พร้อมใช้ Soft Diplomacy สร้างอิทธิพลระดับโลก บูรณาการเทคโนโลยีและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวและแบรนด์ประเทศไทย นอกจากนี้ รัฐบาลยังมุ่งใช้ Soft Power ในระดับชุมชนเพื่อกระจายรายได้ เช่น ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (OTOP) และสนับสนุนศิลปินไทย

แนวทาง Soft Power ของรัฐบาลนางสาวแพทองธาร สอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมายพัฒนา Soft Power ไทยให้ เป็นระบบ มีโครงสร้างชัดเจน และสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นการต่อยอดจากยุทธศาสตร์ Soft Power ของรัฐบาลที่ผ่านมา พร้อมขยายขอบเขตอุตสาหกรรมและบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้าง Soft Power ไทยที่เติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต

วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเน้นศึกษา นโยบาย Soft Power ของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2557 – 2567 ผ่านการวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research) และการวิจัยเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

1. รูปแบบการวิจัย การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Research), การวิจัยเชิงเนื้อหา (Content Analysis), การเปรียบเทียบเชิงนโยบาย (Comparative Analysis)

2. แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย เอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ไทย และต่างประเทศ, นโยบายของรัฐบาลไทย ได้แก่ 5F Strategy ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา (2557–2566), Soft Power Nation ของรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน (2566–2567) และการขยาย Soft Power เป็น 11 อุตสาหกรรม ของรัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร รวมถึงแหล่งข้อมูลจากสื่อและรายงานข่าว

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์เอกสารและรายงานเชิงลึก, วิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล, ศึกษากรณีตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ เช่น เกาหลีใต้ อินเดีย จีน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล เปรียบเทียบยุทธศาสตร์ Soft Power ของรัฐบาล 3 สมัย, วิเคราะห์แนวโน้มของ Soft Power ไทยต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและอิทธิพลระดับโลก, ศึกษาแนวทางการพัฒนา Soft Power ของประเทศอื่น, การนำเสนอผลการวิจัย, นำเสนอข้อสรุปเชิงนโยบาย, เสนอกรอบยุทธศาสตร์ Soft Power ที่เหมาะสมสำหรับอนาคตของประเทศ ไทย

สมัยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) เน้นย้ำว่า Soft Power คือกลไกที่ประเทศใช้สร้างอำนาจต่อรองในระดับนานาชาติ ผ่านการดึงดูดทางวัฒนธรรม สื่อ และการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง เช่น วัฒนาอาราม มวยไทย และอาหารไทย จากการจัดอันดับ Global Soft Power Index 2022 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 120 ประเทศ CEA ชี้ว่าการใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและต่อยอดวัฒนธรรม นอกจากนี้ CEA ยังมีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และส่งเสริมระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสำเร็จจากการที่ T-Pop ของไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา โดยไม่ได้จำกัดแค่ไอดอลวง Boy Band หรือ Girl Group แต่ครอบคลุมทุกแนวดนตรี จุดแข็งคือ “ความหลากหลายทางดนตรี” ที่ดึงดูดกลุ่มดนตรีอิสระทั่วโลก ทำให้ศิลปินไทยมีโอกาสทัวร์คอนเสิร์ตระดับนานาชาติ ศิลปินไทย เช่น อิงค์-วรินทร์, มิลลิ, SPRITE และ 4Mix ประสบความสำเร็จบนเวทีระดับโลกและชาร์ตเพลงนานาชาติ ยกย่อง Soft Power ไทยผ่านอุตสาหกรรมดนตรี และยังผนวกรวมเอาอาหารไทยอย่าง ข้าวเหนียวมะม่วง ที่มิลลิ นำไปกินเป็นไฮไลต์ในคอนเสิร์ต Coachella ประเทศสหรัฐอเมริกา ให้เป็นที่รู้จักและขายดีในยุคนั้นอีกด้วย

สมัยรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน รัฐบาลไทยมุ่งส่งเสริม Soft Power ผ่าน 11 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยตั้งเป้าสร้างมูลค่าเศรษฐกิจ 4 ล้านล้านบาทภายใน 4 ปี และเพิ่มรายได้ให้ประชาชนทุกครัวเรือน ปีละ 200,000 บาท งาน THACCA SPLASH - Soft Power Forum 2024 ได้รับความสนใจอย่างมากและเป็นจุดเริ่มต้นของแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมต่างๆ รัฐบาลยังผลักดันโครงการ 1 ครอบครัวยุคใหม่ 1 ซอฟต์พาวเวอร์ (OFOS) เพื่อพัฒนาและเพิ่ม

ทักษะประชาชนฟรี พร้อมสนับสนุนการขยายโอกาสให้ Soft Power ไทยก้าวสู่ระดับโลก ในงานนี้มีการแลกเปลี่ยนแนวคิดจากผู้เชี่ยวชาญระดับโลก นิทรรศการ และกิจกรรมพัฒนาทักษะ เช่น Netflix Masterclass และ Esports Workshop รวมถึงคอนเสิร์ตจากศิลปินดัง เปิดให้ประชาชนเข้าร่วม ฟรี ที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ 28-30 มิถุนายน 2567

ในสมัยรัฐบาล นางสาวแพทองธาร ชินวัตร รับตำแหน่งนายกรัฐมนตรีคนที่ 31 พร้อมให้คำมั่นทำหน้าที่ย่างเต็มที่เพื่อประชาชน เดินหน้าสานต่อนโยบายเศรษฐกิจ กระตุ้นเศรษฐกิจครั้งใหญ่ แก้ปัญหาเสียดุล และผลักดันซอฟต์แวร์ให้เป็นรูปธรรม ยืนยันความมุ่งมั่นผลักดัน โครงการ Digital Wallet ภายใต้กรอบวินัยการเงินการคลัง พร้อมรับฟังความคิดเห็นเพิ่มเติม มุ่งสร้างโอกาสให้คนไทยทุกคนโดยไม่แบ่งแยก พร้อมร่วมงานกับทุกภาคส่วนเพื่อขับเคลื่อนประเทศ ยึดหลัก “ทำวันนี้ให้ดีที่สุด” ในการบริหารประเทศ อาทิ ในรัฐบาลปัจจุบัน นางสาวแพทองธาร ชินวัตร ผลักดัน THACCA ร่วมกับ Melco Resorts & Entertainment เปิดรับสมัครทุนฝึกงาน “THACCA x Melco Global Soft Power Academy” ใน 5 สาขา ได้แก่ ศิลปะการประกอบอาหาร, การออกแบบและนวัตกรรม, สถาปัตยกรรมและการพัฒนาเมือง, ศิลปะการแสดง, และกลยุทธ์การสร้างแบรนด์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ผู้ได้รับทุนจะได้ฝึกงาน 3 เดือน (มีนาคม-มิถุนายน 2026) ณ สหรัฐอเมริกา โดยไม่มีค่าใช้จ่าย เปิดรับสมัครตั้งแต่วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2025 สำหรับนักศึกษาไทยปีสุดท้ายหรือเพิ่งจบการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง สามารถสมัครผ่านเว็บไซต์ <https://thaccamelcoacademy.com/th/> ประกาศผลผู้ได้รับทุนภายในงาน THACCA Splash วันที่ 18-21 มิถุนายน 2025

การขยายขอบเขต Soft Power จาก 5F เป็น 11 สาขา เพิ่มอุตสาหกรรมใหม่ เช่น เกมส์ ดนตรี ศิลปะดิจิทัลคอนเทนต์ และกีฬา มุ่งเน้นการพัฒนาศูนย์กลาง Soft Power ผ่านโครงการ “One Family One Soft Power (OFOS)” ส่งเสริมให้ ประชาชนทุกครัวเรือนมีทักษะด้าน Soft Power อย่างน้อยหนึ่งด้าน สนับสนุน การศึกษา การฝึกอบรม และการสร้างรายได้จาก Soft Power ตั้งหน่วยงานกลางดูแล Soft Power คือ “Thailand Creative Content Agency (THACCA)” เพื่อบูรณาการการดำเนินงานและสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบเมื่อวิเคราะห์แนวคิด Soft Power ของรัฐบาลแพทองธาร ชินวัตร ยังคงสานต่อและพัฒนาเพิ่มเติมจากแนวคิดของรัฐบาลยุคก่อน ทั้งยุครัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา และรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน จะเห็นได้ว่า มีการขยายขอบเขต Soft Power ให้ครอบคลุมอุตสาหกรรมที่กว้างขึ้น ให้ความสำคัญกับ การพัฒนาศูนย์กลางและโอกาสในการสร้างรายได้มากกว่าการเน้นการโปรโมตวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว มีการ ตั้งหน่วยงานเฉพาะด้าน Soft Power ซึ่งช่วยให้การดำเนินงานเป็นระบบและมีความต่อเนื่อง

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัยของ สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 9 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2564, อ้างถึงใน ปณตพร สรรพคง, 2567 หน้า 23) โดยมีขั้นตอนและรายละเอียดของการวิเคราะห์ 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. วิเคราะห์สถานการณ์การใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติ ภายใต้รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จนถึงปัจจุบันนายกรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร ประกอบด้วย ข้อมูล เกี่ยวกับโครงการ 5 F ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา THACCA รัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน และ OFOS นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบัน นางสาวแพทองธาร ชินวัตร ตามแนวคิดการใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติ ของภาครัฐบาล

ขั้นตอนที่ 2. จำแนกและจัดประเภทข้อมูลได้แก่ ข้อมูลสภาพปัญหา อุปสรรค ความต้องการ เกี่ยวกับแนวคิดการใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติของภาครัฐบาล ภายใต้รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จนถึงปัจจุบันนายกรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร

ขั้นตอนที่ 3. วิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหาโดยการนำเอาแนวคิดการใช้ Soft power เพื่อผลักดันพัฒนาการสร้างชาติในรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จนถึง ปัจจุบัน นายกรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร

ขั้นตอนที่ 4 . นำผลวิเคราะห์ มาสรุปตีความ พร้อมข้อเสนอแนะแนวทางการผลักดัน วัฒนธรรมสร้างชาติโดยการใช้แนวคิดการใช้ Soft Power ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์ โอชา นายเศรษฐา ทวีสิน จนถึงนายกรัฐมนตรีนางสาวแพทองธาร ชินวัตร ในปัจจุบันมาเขียน เชิงพรรณนาความ โดยผู้วิจัยได้ข้อสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังต่อไปนี้

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ผู้วิจัย ขอสรุปผลวิจัยตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์แนวคิดในการใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรม สร้างชาติ

รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา “5FStrategy”(2557-2566)ใช้แนวทาง 5F (Soft Power) เป็นเครื่องมือหลักในการส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CreativeEconomy) เพื่อ ผลักดันอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล โดยมุ่งเน้น 5 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. Food (อาหารไทย) แนวคิดในการส่งเสริมอาหารไทยสู่ตลาดโลกผ่านแนวทาง “ครัว ไทยสู่ครัวโลก” (Thai Kitchen to the World) ในรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีกลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนการส่งออกวัตถุดิบไทย (เช่น ข้าว สมุนไพร) และพัฒนาสูตรอาหารให้ เหมาะกับ ตลาดสากล ผลลัพธ์ ที่ได้คือ ส่งผลให้อาหารไทยได้รับความนิยมระดับโลก เช่น ต้มยำกุ้ง ส้มตำ และแกงเขียวหวาน ทำให้มูลค่าการส่งออกอาหารไทยเพิ่มขึ้น

2. Film (ภาพยนตร์และละครไทย) แนวคิดในการใช้ภาพยนตร์และละครไทยเป็น เครื่องมือเผยแพร่วัฒนธรรม กลยุทธ์ ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์จันทร์โอชาสำหรับเรื่องนี้ คือ มุ่งหวังให้การสนับสนุนการถ่ายทำภาพยนตร์ในไทยโดยให้สิทธิพิเศษด้านภาษีแก่กองถ่ายทำ ต่างประเทศ และจัด เทศกาลภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ ผลลัพธ์ ที่ได้ทำให้อุตสาหกรรม

ภาพยนตร์และละครไทย เช่น “บุพเพสันนิวาส” และ “รักแห่งสยาม” ได้รับความนิยมในระดับสากล ส่งผลให้ไทยกลายเป็นจุดหมายสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์

3. Fashion (แฟชั่นไทย) การนำแนวคิดของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มาสนับสนุนการออกแบบ เครื่องแต่งกายที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทย มีกลยุทธ์ โดยการจัดการแสดง แฟชั่นโชว์ในต่างประเทศ (เช่น Bangkok International Fashion Week) และสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น ให้ได้รับโอกาสทางตลาดสากล ผลลัพธ์ที่ได้เป็นที่น่าพอใจยิ่ง นั่นคือ ผ้าไหมไทยและแบรนด์แฟชั่นไทย เช่น “Jim Thompson” และ “Greyhound” ได้รับการยอมรับในระดับโลก

4. Fighting (มวยไทย) หลักการในการนำแนวคิด การใช้มวยไทยเป็นเครื่องมือส่งเสริม Soft Power และการท่องเที่ยว มีกลยุทธ์ ในการ จัดการแข่งขันมวยไทยระดับโลก (เช่น “Thai Fight”) และผลักดันให้ ยูเนสโกขึ้นทะเบียนมวยไทยเป็นมรดกวัฒนธรรมโลก ผลลัพธ์ที่ได้ทำให้ วงการหรือศิลปะ มวยไทยได้รับการยอมรับทั่วโลกและกลายเป็นจุดหมายสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้

5. Festival (เทศกาลไทย) แนวคิด การโปรโมทเทศกาลไทยเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยว เป็นกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมเทศกาลไทย เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง ในระดับนานาชาติ และจัด Thai Festival ในเมืองใหญ่ทั่วโลก ผลลัพธ์ คือสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ เดินทางมาเข้าร่วมเทศกาลไทยเพิ่มขึ้น และช่วยสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมาย ที่มีเอกลักษณ์ ผลการวิเคราะห์จะเห็นได้ว่าพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เน้น “วัฒนธรรมเชิงพาณิชย์” โดยให้ความสำคัญกับการนำ วัฒนธรรมไทยมาใช้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ มีการดำเนิน โครงการที่เป็นรูปธรรม เช่น Thai Festival, Bangkok Fashion Week และ Thai Fight ซึ่ง ข้อจำกัดของแนวทางนี้ คือ ขาดการบูรณาการระยะยาว และมุ่งเน้นเฉพาะ 5 อุตสาหกรรมหลัก โดยไม่ได้ขยาย Soft Power ไปยังอุตสาหกรรมอื่น เช่น เกมส์ ดนตรี และเทคโนโลยี

รัฐบาลเศรษฐา ทวีสิน (2566-2567) มีแนวคิดให้ความสำคัญกับการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ผ่าน Soft Power โดยดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. จัดตั้งหน่วยงาน “Thailand Creative Content Agency (THACCA)” จัดตั้งหน่วยงาน “Thailand Creative Content Agency (THACCA)” เป็นหน่วยงานกลางที่มีหน้าที่ บูรณาการ Soft Power ไทยในทุกอุตสาหกรรม สนับสนุน ดนตรี เกมส์ แฟชั่น อาหาร ภาพยนตร์ และ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ ผลักดัน Soft Power 11 สาขา เพื่อขยายขอบเขตจาก 5F เพิ่ม สาขาใหม่ เช่น เกมส์ อนิเมะ ศิลปะ ดิจิทัลคอนเทนต์ กีฬา และการออกแบบใช้ Soft Diplomacy ในการโปรโมตวัฒนธรรมไทยในต่างประเทศจัดงาน “THACCA SPLASH-Soft Power Forum 2024” เพื่อรวมผู้ประกอบการ นักสร้างสรรค์ และนักลงทุนเพื่อขับเคลื่อน Soft Power ไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีและภาพยนตร์ไทยให้ทุนสนับสนุน ศิลปินและผู้ผลิตภาพยนตร์ ที่สามารถเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่สากล THACCA จึงเป็นองค์กรที่ รัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน

มีเป้าหมายหลักในการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย และสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับระดับโลก การจัดตั้งคณะกรรมการสำนักส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (THACCA -Thailand Creative Culture Agency) ยังเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ Soft Power Nation ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และส่งเสริมศักยภาพทางวัฒนธรรมของไทยให้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ระดับประเทศ วัตถุประสงค์หลักของ THACCA ในรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน คือ ช่วยยกระดับ Soft Power ของไทยสู่เวทีโลก ส่งเสริม 5F (Food, Film, Fashion, Fighting, Festival) เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลักของประเทศ พัฒนาและขยายโอกาสให้ศิลปินไทย อุตสาหกรรมบันเทิง และผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรม รวมถึงการบริหารยุทธศาสตร์ Soft Power ในระดับชาติ ที่ทำหน้าที่เป็น ศูนย์กลางการกำหนดนโยบาย ด้าน Soft Power และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บูรณาการการทำงานระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อให้ Soft Power เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจกระจายรายได้และลดความเหลื่อมล้ำผ่านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ให้การสนับสนุนผู้ประกอบการด้าน Soft Power และเศรษฐกิจวัฒนธรรมในระดับชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมโครงการที่ช่วยให้ท้องถิ่นสามารถนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างอาชีพและรายได้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยให้ความสำคัญกับ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นแนวทางที่ช่วยให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันในเวทีโลกได้ โดยมีนโยบายหลักที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 เป้าหมาย เป็นหน่วยงานหลักที่ บูรณาการ Soft Power ไทยในทุกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ส่งเสริมและสนับสนุน อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทย ให้สามารถแข่งขันในตลาดโลก

2.2 แนวทางการดำเนินงาน เพื่อสนับสนุน นักสร้างสรรค์ไทย นักออกแบบ ศิลปิน และผู้ผลิตสื่อ ให้สามารถเผยแพร่ผลงานของตนสู่ระดับนานาชาติ จัดตั้ง แพลตฟอร์มกลาง สำหรับการส่งเสริม Soft Power ไทย ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

3. ทำหน้าที่เชื่อมโยงการทำงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผลลัพธ์ คือ เพิ่มขีดความสามารถของ ธุรกิจสร้างสรรค์ไทย และช่วยให้ศิลปินไทยสามารถขยายตลาดไปยังต่างประเทศ สร้างรายได้และโอกาสในการจ้างงานในภาคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลักดัน Soft Power 11 สาขา เพื่อขยายขอบเขตจาก 5F รัฐบาลของนายเศรษฐา ทวีสิน มองว่า แนวคิด 5F (Food, Film, Fashion, Fighting, Festival) ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นั้นยังไม่ครอบคลุมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญในยุคดิจิทัล รัฐบาลจึง ขยาย Soft Power เป็น 11 สาขา ได้แก่

1) อาหารไทย (Food) คือ ขยายโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก (Thai Kitchen to the World) และสนับสนุนอาหารไทยในระดับสากล 2) ภาพยนตร์และละคร (Film) ช่วยส่งเสริมการถ่ายทำในประเทศไทย และสนับสนุนผู้สร้างภาพยนตร์ไทย 3) แฟชั่นไทย (Fashion) มา

สนับสนุน การออกแบบเสื้อผ้าและเครื่องประดับไทยสู่ตลาดโลก 4) มวยไทย (Fighting) พัฒนามวยไทยให้เป็นอุตสาหกรรมกีฬาที่สร้างรายได้ 5) เทศกาลและประเพณี (Festival) เป็นการโปรโมตเทศกาลไทยให้เป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว 6) ดนตรีไทยและดนตรีร่วมสมัย (Music) สนับสนุนศิลปินไทยให้มีเวทีระดับสากล 7) เกมและอีสปอร์ต (Games & Esports) ส่งเสริมอุตสาหกรรมเกมและนักกีฬาอีสปอร์ตของไทย 8) วรรณกรรมไทย (Literature) ส่งเสริมการแปลและเผยแพร่วรรณกรรมไทยสู่ต่างประเทศ 9) การออกแบบและสถาปัตยกรรม (Design & Architecture) สนับสนุนสถาปัตยกรรมไทยและนักออกแบบ 10) ศิลปะและหัตถกรรม (Arts & Crafts) สนับสนุนศิลปินไทยและงานหัตถกรรมสู่ตลาดโลก 11) สุขภาพและความงาม (Wellness & Beauty) ส่งเสริมสมุนไพรไทย นวดไทย และอุตสาหกรรมความงาม ผลลัพธ์ คือช่วย ขยายขีดความสามารถของ Soft Power ไทยให้กว้างขึ้นและครอบคลุมอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันด้าน Soft Power กับประเทศที่มี Soft Power แข็งแกร่ง เช่น เกาหลีใต้และญี่ปุ่น

4. จัดงาน “THACCA SPLASH – Soft Power Forum 2024” เป้าหมาย เป็นงานประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับ Soft Power ไทย เชื่อมโยง นักสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการ และนักลงทุน เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย มีแนวทางการดำเนินงานโดยการเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการด้าน Soft Power ได้นำเสนอผลงานเชื่อมโยงกับผู้ลงทุน มีการเสวนา และแลกเปลี่ยนแนวคิด จากผู้เชี่ยวชาญระดับนานาชาติ มีการจัดแสดงผลงานของอุตสาหกรรม Soft Power ไทย เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี เกมส์ และแฟชั่น ผลลัพธ์ เพื่อเป็นการเพิ่มโอกาสในการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย สร้างการรับรู้เกี่ยวกับ Soft Power ไทยในระดับโลก

5. แนวคิดด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมดนตรีและภาพยนตร์ไทย มีเป้าหมายในการเพิ่มโอกาสให้ ศิลปินไทย และผู้ผลิตภาพยนตร์ไทย ได้แสดงผลงานในตลาดโลก แนวทางการดำเนินงาน คือ สนับสนุนแพลตฟอร์มดิจิทัลและสตรีมมิ่งระดับโลก, เพิ่มคอนเทนต์ไทย, ให้เงินทุนสนับสนุน (Grants) และสิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ศิลปินและผู้ผลิตสื่อและเพิ่มเวทีแสดงผลงานของศิลปินไทยในต่างประเทศ ผลลัพธ์ที่ได้คือเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมเพลงและภาพยนตร์ไทย และทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตภาพยนตร์และดนตรีในเอเชีย

6. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน Soft Power โดย มีเป้าหมายในการพัฒนา Creative Districts ในเมืองใหญ่ เพื่อเป็นศูนย์กลาง Soft Power และมีแนวทางการดำเนินงาน เช่น พัฒนาย่านสร้างสรรค์ เช่น Bangkok Creative District, Chiang Mai Creative City ,สนับสนุนพิพิธภัณฑ์ ศูนย์ศิลปะและพื้นที่แสดงงานสร้างสรรค์, ส่งเสริมให้ ศิลปิน นักออกแบบและผู้ประกอบการสร้างสรรค์มีพื้นที่ในการทำงานและจัดแสดงผลงาน ผลลัพธ์คือสร้างพื้นที่ที่เอื้อต่อการพัฒนา Soft Power และดึงดูดนักท่องเที่ยวกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับท้องถิ่น

รัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร (2567 - ปัจจุบัน) บริบทรัฐบาลนี้ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน แก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ และส่งเสริม Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมไทยในระดับโลก ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ Soft Power ปัญหานี้สิน

ครัวเรือน การแก้ปัญหาหนี้สินที่อยู่ในระดับสูง (กว่า 90% ของ GDP) ส่งผลให้ทรัพยากรของรัฐถูกใช้ไปกับการบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน ทำให้การลงทุนใน Soft Power อาจไม่ได้รับการจัดสรรที่เพียงพอ เนื่องจากความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงโอกาส ของคนในพื้นที่ชนบทยังเข้าไม่ถึงทรัพยากรที่จำเป็น เช่น การศึกษา หรือการพัฒนาฝีมือแรงงาน ส่งผลให้การพัฒนา Soft Power ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร ยังมีการพึ่งพิงทรัพยากรดั้งเดิม วัฒนธรรมบางด้าน เช่น อาหาร หรืองานหัตถกรรม ยังอาจขาดการพัฒนาด้านนวัตกรรม ทำให้สูญเสียความน่าสนใจในเวทีโลก ไปสู่การขาดยุทธศาสตร์ระยะยาวแม้ว่ารัฐบาลมีวิสัยทัศน์ในการส่งเสริม Soft Power แต่ยังคงขาดแผนที่บูรณาการระหว่างหน่วยงานในระยะยาว

วัตถุประสงค์ 2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการใช้ Soft Power ส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างชาติ ในปัจจุบัน

ปัญหาและอุปสรรค

การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างชาติในรัฐบาลปัจจุบัน นายกรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร (2567- ปัจจุบัน) แม้ว่าจะมีนโยบายที่มุ่งเน้น Soft Power เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย แต่ยังคงเผชิญกับอุปสรรคหลายประการ เช่น ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน งบประมาณ บุคลากร การแข่งขันในตลาดโลก และการตลาดสากล ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขผ่านการสนับสนุนที่เป็นระบบ การลงทุนในเทคโนโลยี และการสร้างแบรนด์ประเทศไทยให้มีจุดเด่นชัดเจนในเวทีโลก ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างชาติ ในรัฐบาลนายกรัฐมนตรี นางสาวแพทองธาร ชินวัตร มุ่งเน้นการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในระดับโลก อย่างไรก็ตาม ยังคงเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคหลายประการในการดำเนินงาน ได้แก่

1. ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและการสนับสนุนจากรัฐ ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน เนื่องจากการดำเนินงาน Soft Power เกี่ยวข้องกับหลายกระทรวง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งอาจมีปัญหาด้านการบูรณาการนโยบาย อาจเกิดความล่าช้าในการออกมาตรการหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง งบประมาณและการสนับสนุนยังไม่เพียงพอ การพัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power ต้องการงบประมาณจำนวนมากในการลงทุนด้านสื่อ ศิลปะ เทคโนโลยี และการสร้างสรรค์คอนเทนต์ งบประมาณสำหรับโครงการ Soft Power อาจถูกลดทอนจากนโยบายเร่งด่วน เช่น การแก้ไขปัญหาหนี้สินครัวเรือน

2. ปัญหาด้านเศรษฐกิจและการแข่งขันในตลาดโลก การแข่งขันจากประเทศอื่นที่แข็งแกร่งกว่า อย่างเช่น เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และจีน มีอุตสาหกรรม Soft Power ที่แข็งแกร่งและได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ แต่ไทยยังขาดแพลตฟอร์มหรือโครงข่ายสนับสนุนที่สามารถแข่งขันกับประเทศเหล่านี้ได้ การขาดเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อพัฒนา Soft Power ประเทศ

ไทยยังขาดเทคโนโลยีขั้นสูงในอุตสาหกรรมบันเทิงเช่น CGI, VR/AR ซึ่งจำเป็นสำหรับการผลิตสื่อคุณภาพระดับโลก ซึ่งต้องให้ความสำคัญ ด้านระบบ AI ที่ไทยยัง ขาดระบบ AI หรือ Data Analytics ที่สามารถช่วยในการวิเคราะห์ตลาด Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีต้นทุนการผลิตสูงและการเข้าถึงตลาดโลกยังมีข้อจำกัด ทางด้านค่าใช้จ่ายในการผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์หรือคอนเทนต์คุณภาพสูงยังสูงกว่าหลายประเทศที่สามารถผลิตเนื้อหาคุณภาพดีในราคาถูกลง

3. ปัญหาด้านบุคลากรและทักษะในการขับเคลื่อน Soft Power ยอมรับว่าบุคลากรในการขับเคลื่อนต้องมีภูมิความรู้ แต่ไทยเรายังขาดบุคลากรที่มีทักษะระดับโลก นักออกแบบ นักสร้างสรรค์ และผู้ผลิตสื่อระดับนานาชาติของไทยยังมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง ดังนั้นการศึกษาด้าน Soft Power เช่น การเล่าเรื่อง (Storytelling), การตลาดเชิงวัฒนธรรม และเทคโนโลยีสร้างสรรค์ ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ มีปัญหาสมองไหล (Brain Drain) หมายถึงศิลปินไทยและนักออกแบบจำนวนมากย้ายไปทำงานต่างประเทศเพราะได้รับค่าตอบแทนและโอกาสที่ดีกว่า ปัญหาการขาดบุคลากรที่สามารถเชื่อมโยง Soft Power กับเศรษฐกิจ จึงเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงและสำคัญที่สุดการขาดนักการตลาดหรือที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์ที่สามารถพัฒนา Soft Power ไทยให้กลายเป็นสินค้าและบริการที่สร้างรายได้

4. ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของประเทศไทย ประเทศไทยมีปัญหาด้านสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพในการแสดงออกเป็นอย่างมากหากไทยยังมีข้อจำกัดในการแสดงออกของศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์ อาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา Soft Power การปิดกั้นสื่อบางประเภทอาจทำให้ไทยสูญเสียโอกาสในการสร้าง Soft Power ผ่านภาพยนตร์หรือเพลงที่สะท้อนวัฒนธรรมและมุมมองของประชาชน ขาดกลยุทธ์ด้าน Nation Branding ที่ชัดเจน เนื่องจากไทยยังไม่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนในระดับสากล เช่น เกาหลีใต้ที่มี K-Pop หรือญี่ปุ่นที่มีอนิเมะและเทคโนโลยีการสร้างแบรนด์ Soft Power ของไทยยังคงกระจุกกระจายและไม่มีความโดดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่ง

5. ปัญหาด้านการตลาดและช่องทางเผยแพร่ Soft Power การขาดแพลตฟอร์มสากลในการเผยแพร่ Soft Power ไทย เนื่องจากไทยยังไม่มีแพลตฟอร์มระดับโลกแบบ Netflix, Disney+ หรือ Spotify ที่สามารถผลักดันคอนเทนต์ไทยไปสู่ผู้ชมทั่วโลกศิลปินไทยยังขาดช่องทางในการเข้าถึงตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพ อุตสาหกรรม Soft Power ไทยยังมุ่งเน้นตลาดภายในประเทศมากเกินไป สินค้าและบริการ Soft Power ของไทยยังไม่ถูกปรับให้เหมาะสมกับตลาดต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อศึกษาแนวทางในการใช้อำนาจแก้ไขปัญหาในการอำนาจละมุน (Soft Power) เพื่อผลักดันวัฒนธรรม ให้เป็นยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาชาติ ในอนาคต

การใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติในแต่ละรัฐบาลมักเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคที่แตกต่างกันไปตามบริบททางการเมืองเศรษฐกิจ และสังคมในแต่ละยุค ดังนี้:

1. รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา (2557-2566) บริหารรัฐบาลภายใต้การนำของพลเอกประยุทธ์เน้นการฟื้นฟูเสถียรภาพทางการเมืองและเศรษฐกิจหลังการรัฐประหารโดยมีการ

ส่งเสริม Soft Power ผ่านนโยบายวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ Soft Power ขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน การส่งเสริม Soft Power ขาดความเชื่อมโยงระหว่างกระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจดิจิทัล ส่งผลให้การผลักดันวัฒนธรรมไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ ภาพลักษณ์ด้านสิทธิมนุษยชน การปกครองแบบเข้มงวดหลังรัฐประหาร และการจำกัดเสรีภาพในการแสดงออกส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของไทยในเวทีโลก ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการสร้าง Soft Power มุ่งเน้นด้านการท่องเที่ยวมากเกินไป แม้มีการส่งเสริม “Thai-ness” ผ่านการท่องเที่ยว แต่กลับขาดการพัฒนาด้านนวัตกรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ยั่งยืน

2. รัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน (2566-2567) บริบทรัฐบาลนายเศรษฐาเน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 และการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ Soft Power การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ไม่เท่าเทียม เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างช้า โดยเฉพาะในภาคชนบท ส่งผลให้การส่งเสริม Soft Power ยังจำกัดอยู่ในเมืองใหญ่ มีการขาดโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ห่างไกล แม้รัฐบาลพยายามส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน แต่ยังคงขาดโครงสร้างพื้นฐาน เช่น อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง หรือแหล่งเงินทุน ส่งผลให้หลายพื้นที่ไม่สามารถเข้าถึงโอกาสในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในด้านการแข่งขันในตลาดโลกประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น มีการพัฒนา Soft Power ในระดับโลกทำให้ไทยเผชิญความท้าทายในการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจนในเวทีระหว่างประเทศ

3. รัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร (2567-ปัจจุบัน) บริบทรัฐบาลนี้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชน แก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ และส่งเสริม Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมไทยในระดับโลก ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ Soft Power ปัญหาหนี้สินครัวเรือน การแก้ปัญหาหนี้สินที่อยู่ในระดับสูง (กว่า 90% ของ GDP) ส่งผลให้ทรัพยากรของรัฐถูกใช้ไปกับการบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน ทำให้การลงทุนใน Soft Power อาจไม่ได้รับการจัดสรรที่เพียงพอ เนื่องจากความเหลื่อมล้ำด้านการเข้าถึงโอกาส ของคนในพื้นที่ชนบทยังเข้าไม่ถึงทรัพยากรที่จำเป็น เช่น การศึกษา หรือการพัฒนาฝีมือแรงงาน ส่งผลให้การพัฒนา Soft Power ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร ยังมีการพึ่งพิงทรัพยากรดั้งเดิม วัฒนธรรมบางด้าน เช่น อาหาร หรืองานหัตถกรรม ยังอาจขาดการพัฒนาด้านนวัตกรรม ทำให้สูญเสียความน่าสนใจในเวทีโลก ไปสู่การขาดยุทธศาสตร์ระยะยาวแม้ว่ารัฐบาลมีวิสัยทัศน์ในการส่งเสริม Soft Power แต่ยังคงขาดแผนที่บูรณาการระหว่างหน่วยงานในระยะยาว

การอภิปรายผล

ในการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด 4 ขั้นตอนของ สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 9 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2564,อ้างถึงใน ปณตพร สรรพคง ,2566 หน้า 23) มาใช้ในการอภิปรายผล ดังนี้

งานวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์แนวคิดการใช้ Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมสร้างชาติ” ได้ดำเนินการศึกษาโดยอิงกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดไว้ 4 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การวิเคราะห์สถานการณ์การใช้อำนาจละมุนในแต่ละรัฐบาล, (2) การจำแนกและจัดประเภทข้อมูลที่เกี่ยวข้อง, (3) การวิเคราะห์แนวทางการแก้ไขปัญหา และ (4) การสรุปและให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนา Soft Power ของไทย โดยเน้นศึกษารัฐบาล 3 ยุค คือ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา, รัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน และรัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร

1. การใช้ Soft Power ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ความสำคัญกับ Soft Power ในการผลักดันวัฒนธรรมไทยสู่ระดับโลกผ่าน กลยุทธ์ 5F ได้แก่ (1) Food (อาหาร) คือ โปรโมตอาหารไทยผ่านการทูต ที่สอดคล้องกับงานวิจัย ของ วริศรา ภาคมาลี (2563) เรื่องการทูตวัฒนธรรม และอุตสาหกรรมบริการ (2) Film (ภาพยนตร์) คือ สนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยให้เข้าถึงตลาดต่างประเทศ (3) Fashion (แฟชั่น) คือ สนับสนุนดีไซน์ไทยและแบรนด์แฟชั่นไทย (4) Fighting (มวยไทย) คือ ไข่มวยไทยเป็นเครื่องมือเผยแพร่วัฒนธรรม (5) Festival (เทศกาล) คือ ผลักดันเทศกาลไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ วรกมล วงษ์สถาปนาเลิศ (2567)

จากการศึกษาพบว่าแม้แนวทางดังกล่าวจะช่วยส่งเสริม Soft Power ของไทย แต่ยังมีข้อจำกัดในด้าน โครงสร้างการบริหารจัดการและการขาดนโยบายต่อเนื่อง ส่งผลให้การใช้ Soft Power ยังไม่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เต็มศักยภาพ

2. การใช้ Soft Power ของรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน รัฐบาลของนายเศรษฐา ทวีสิน มุ่งเน้น “Soft Power Nation” ที่ขยายแนวทางการใช้ Soft Power จาก 5F ไปสู่ 11 สาขาใหม่ ซึ่งรวมถึง (1) อุตสาหกรรมเกมส์ (2) (Gaming) (3) อนิเมะและแอนิเมชัน (Anime & Animation) (4) ศิลปะดิจิทัล (Digital Arts) (5) กีฬาและการออกแบบ (Sports & Design) (6) อุตสาหกรรมบันเทิงและการท่องเที่ยวสอดคล้องกับงานวิจัยของเปรม ฤาษีประภาสสวัสดิ์ (2567) แนวคิดและบทบาทของ Soft Power ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย สนับสนุนนโยบายนี้ โดยพบว่าแนวทางของรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีสิน เน้นการบูรณาการ Soft Power กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และการทูตเชิงวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) เช่น การสนับสนุนคอนเทนต์ไทยให้แข่งขันในตลาดโลกที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ ตันดิวิเศษศักดิ์ (2566) การใช้ Soft Power ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครไทย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาภัทร ธานีรัตน์ (2564) เรื่อง อุตสาหกรรมภาพยนตร์ กับ การจัดงาน THACCA SPLASH – Soft Power Forum 2024 เพื่อส่งเสริม Soft Power ไทย, การพัฒนา Soft Power ให้แข่งขันกับประเทศชั้นนำ เช่น เกาหลีใต้ (K-Culture) มีข้อสังเกตว่า การพัฒนา Soft Power Nation ยังต้องการโครงสร้างการบริหารที่ชัดเจนและระบบสนับสนุนที่แข็งแกร่ง เพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้

3. การใช้ Soft Power ของรัฐบาลนางสาวแพทองธาร ชินวัตร รัฐบาลของ นางสาวแพทองธาร ชินวัตร สานต่อนโยบายของรัฐบาลก่อนหน้า โดยให้ความสำคัญกับ การพัฒนา

Soft Power ให้เป็นระบบและมีโครงสร้างที่ชัดเจนยิ่งขึ้น นโยบายสำคัญ ได้แก่ (1) การขยาย 5F ไปสู่ 11 อุตสาหกรรม การบูรณาการ Soft Power กับ เทคโนโลยีดิจิทัล, AI, Metaverse และ Big Data (2) การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือกระตุ้น การท่องเที่ยวและแบรนด์ประเทศไทย (Nation Branding) (3) การสร้าง “ศูนย์กลาง Soft Power ของเอเชีย”(4) การส่งเสริม Soft Power ระดับชุมชน เพื่อกระจายรายได้และสร้างอาชีพ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นว่าแนวทางของรัฐบาลนี้มีความสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนา Soft Power ระดับโลก เช่น โมเดล K-Culture ของเกาหลีใต้ ของ วริศรา ภาควาสี (2563) และ Soft Power ของอินเดีย ที่เป็นงานวิจัยของ รัชณี เอื้อไพโรจน์กิจ (2565) ไทยยังขาดระบบบริหารจัดการ Soft Power ที่เป็นรูปธรรมและขาดแรงงานที่มีทักษะสูงในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนา Soft Power ไทยให้แข่งขันกับนานาชาติได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ ดันติวิเศษศักดิ์ (2566)

ข้อเสนอแนะสำหรับการแก้ปัญหาในทุกยุครัฐบาล เป็นยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาชาติในอนาคตอย่างยั่งยืน มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ผลักดันให้ร่างพระราชบัญญัติผ่านการพิจารณาโดยเร็ว เร่งกระบวนการผ่านกฎหมายเพื่อจัดตั้งองค์กรและกลไกที่เกี่ยวข้อง
2. จัดทำแผนเฉพาะหน้าออกนโยบายชั่วคราวเพื่อสนับสนุนโครงการ Soft Power เช่น การส่งเสริมภาพยนตร์ไทย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ควรมี แผนยุทธศาสตร์ระยะยาวสำหรับ Soft Power ไทย หากรัฐบาลสามารถ พัฒนา Soft Power ตามแนวทางที่วางไว้ ไทยจะสามารถเป็น ศูนย์กลางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเอเชีย และเพิ่มบทบาท Soft Power ในระดับโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. เพิ่มการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนจัดเวทีระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ Soft Power ส่งเสริม ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การพัฒนา Soft Power เป็นไปอย่างยั่งยืน
4. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน,จัดตั้ง สำนักงาน Soft Power แห่งชาติ (NSPA) และเพิ่มงบประมาณสนับสนุน Soft Power พัฒนาบุคลากรและทักษะ,ปรับหลักสูตรศึกษาฝึกอบรมบุคลากร และจัดโครงการพัฒนาผู้ประกอบการ Soft Power สร้างแบรนด์ระดับโลก,สร้าง Thailand Soft Power Branding และใช้แพลตฟอร์มระดับโลกเผยแพร่วัฒนธรรมไทย,ใช้เทคโนโลยีสนับสนุน Soft Power,พัฒนา AI, Metaverse และแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ Soft Power ไทย ใช้ Soft Power Diplomacy ขยายตลาด Soft Power ไทยผ่านความร่วมมือกับต่างประเทศ และองค์กรระดับโลก,พัฒนากลยุทธ์ระดับชาติด้าน Soft Power ให้ชัดเจน เพิ่มงบประมาณสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สนับสนุนการศึกษาและฝึกอบรมบุคลากรด้าน Soft Power
5. บูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงาน ควรมีการจัดตั้งศูนย์กลางที่ดูแลการพัฒนา Soft Power โดยเฉพาะ เพื่อให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ ลงทุนใน

โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล มีการเพิ่มการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีในพื้นที่ชนบท เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

6. พัฒนาบุคลากรและนวัตกรรม ส่งเสริมให้มีการสนับสนุนการฝึกอบรมทักษะด้านการออกแบบ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัฒนธรรมไทย

7. สร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในระดับโลก พัฒนาเรื่องราว (Storytelling) และสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนให้วัฒนธรรมไทย เช่น การส่งออกอาหารไทย ภาพยนตร์ และแฟชั่น แม้แต่ละรัฐบาลจะมีความพยายามในการส่งเสริม Soft Power เพื่อผลักดันวัฒนธรรมไทย แต่ปัญหาทางเศรษฐกิจ ความเหลื่อมล้ำ และการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานยังเป็นอุปสรรคสำคัญ การพัฒนาในอนาคตควรมุ่งเน้นการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างและสร้างโอกาสที่ครอบคลุมทุกกลุ่มประชากร

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1). ผลักดันการออกกฎหมายและนโยบายที่เกี่ยวข้อง 2). จัดทำแผนยุทธศาสตร์และนโยบาย Soft Power ระยะสั้นและระยะยาว 3). ส่งเสริมการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน 4). พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการบริหารจัดการ Soft Power 5). บูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานและการพัฒนาเทคโนโลยี 6). พัฒนาบุคลากรและนวัตกรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 7). สร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยในระดับโลก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเก็บข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลายขึ้น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้นำชุมชน และกลุ่มที่มีวิถีชีวิตตามวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อให้ได้มุมมองที่ครอบคลุมในการพัฒนา Soft Power

2. ควรศึกษาข้อมูลจากแหล่งอื่นนอกเหนือจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น เว็บไซต์ข่าวอิสระ และข้อมูลจากประเทศที่มีวัฒนธรรมต่างกัน เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2566). ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อน และ พัฒนาสังคม พ.ศ.2546, ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.m-society.go.th/home.php>
- กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี .(2564).สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (สวทช.) Soft Powerไทยในแขนงต่างๆกว่า 15 สาขา พ.ศ.2564, ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2567, จาก www.bcg.in.th.news
- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2566). Soft power นโยบายหลักของรัฐบาล เศรษฐา ทวีสิน พ.ศ.2566, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก <https://www.google.com/>
- เขมทัตต์ พลเดช. (2567) .soft power อำนาจละมุน, ค้นเมื่อ 17 มกราคม 2568, จาก <https://www.adteb.or.th>
- คณะกรรมการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์. (2556). การดำเนินนโยบายและสร้างสันติภาพ. (พ.ศ.2567), ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2567, จาก <https://thacca.go.th>
- ชนะใจ ต้นไทรทอง. (2565). กลยุทธ์การสร้างซอฟต์แวร์ในภาพยนตร์ไทย เพื่อส่งเสริม จุดหมาย ปลายทางการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยศิลปากร, ค้นเมื่อ20 ธันวาคม2567, จาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4540/1/631230002.pdf>
- ณัฐกฤต เกิดกุลกิจ.(2566). ประสิทธิภาพการดำเนินนโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนการผลิตละครไทยในอุตสาหกรรมบันเทิง,ค้นเมื่อ17มกราคม 2568, จาก <https://e-research.siam.edu/kb/effectiveness-of-policy-implementation/>
- เตชวัน ปัญญาภูมิธรรม. (2567). การจัดการความรู้ขององค์กรในยุคดิจิทัล, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/EAIJ>
- ธนาภัทร ธานีรัตน์. (2564). อุตสาหกรรมภาพยนตร์กับ Soft Power ของจีน: กรณีศึกษา ภาพยนตร์ของ เจีย จางเค่อ, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/EAIJhttps://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/7903/>
- นริศรา ชัยเขียว. (2564). การจัดการความรู้ด้าน Soft Power ปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการแก้ปัญหา ในการจัดการความรู้ด้าน Soft Power ของสำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/msdru/article/view/1124>
- ปณตพร สรรพคง .(2566). การวิเคราะห์นโยบายเตรียมความพร้อมสังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ ภายใต้รัฐบาลนายกรัฐมนตรี นายเศรษฐา ทวีสินพ.ศ. 2567, กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, โครงการวิจัยประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต ภาคพิเศษ

- เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์. (2567). แนวคิดและบทบาทของ Soft Power ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก <https://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/620397>,
- พรทิพย์ ตันติวิเศษศักดิ์ (2566). พฤติกรรมการบริโภคและการเลียนแบบวัฒนธรรมผ่านซอฟต์แวร์ด้านละครไทยสู่มีเดียความยั่งยืนของประเทศไทยทางเศรษฐกิจและ สังคม: มุมมองผู้บริโภคชาวจีนยุค Gen-Z, วัฒนธรรม, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567 , จาก <https://so03.tcithaijo.org/index.php/msaru/article/view/266368>
- รัชณี เอื้อไพโรจน์กิจ. (2565). การใช้ Soft Power ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของอินเดีย, ค้นเมื่อ, 27 ธันวาคม 2567, จาก [https://image.mfa.go.th/mfa/วรกมล วงษ์สถาปนาเลิศ และคณะ. \(2567\). Soft Power ในวัฒนธรรมไทย, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/download/268763/179463/1105877](https://image.mfa.go.th/mfa/วรกมล วงษ์สถาปนาเลิศ และคณะ. (2567). Soft Power ในวัฒนธรรมไทย, ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/download/268763/179463/1105877)
- วริศรา ภาคมาลี. (2563). การทูตสาธารณะ: เครื่องมือ Soft Power ของเกาหลีใต้ กรณีศึกษาการทูตวัฒนธรรม ค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2567, จาก https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:190150
- อิงอร เนตรานนท์. (2563). พลังอำนาจแห่งชาติ (Soft Power) ของไทยในศตวรรษที่ 21, ค้นเมื่อ 17 มกราคม 2568
- อภิรักษ์ ทะสุนทร. (2561). การทูตเชิงวัฒนธรรม: นโยบายต่างประเทศ ของไทย ต่อ ประเทศเพื่อนบ้านอินโดจีน, ค้น เมื่อ 17 มกราคม 2568 จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jopag/article/download/162265/117041/449597>