

การวิเคราะห์นโยบายการส่งเสริม Soft Power เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศไทย

An Analysis of Soft Power Promotion Policy for Driving Thailand's Creative Economy

มาลินี สิงหสูวิช (Malinee Singhasuvich)¹

ชัยณรงค์ เครือنوان (Chainarong Krunnual)²

¹นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์และความมั่นคง คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

Doctor of Philosophy Program in Strategy and Security, Faculty of Political Science and Law,
Burapha University

²รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
Associate Professor, Ph.D., Lecturer of Department of Political Science, Faculty of Political Science
and Law, Burapha University

E-mail: singhasuvich1972@gmail.com¹, chainarong@go.buu.ac.th²

Received: 21 July 2025

Revised: 25 August 2025

Accepted: 9 September 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ วิเคราะห์กระบวนการก่อรูปและการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย วิเคราะห์ปัญหาข้อจำกัดนโยบาย และเสนอแนวทางการปรับปรุงเชิงนโยบาย ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารราชการและงานวิชาการ และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายจำนวน 15 คน คัดเลือกโดยวิธีเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยกระบวนการเนื้อหา content analysis และการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) เพื่อสร้างข้อสรุปจากข้อมูลที่เป็นรูปธรรม นำเสนอโดยเปรียบเทียบกับแนวคิดการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัตินำไปสู่การระบุทางเลือกในการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า นโยบาย Soft Power ของไทยมีการก่อรูปมาจากปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัญหาได้สถานะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัจจัยทางการเมือง การค้าเสรี และแข่งขันเพื่อแข่งขันความได้เปรียบทางการค้า ปัจจัย

ทางนโยบาย ได้แก่ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของพรรคเพื่อไทย และปัจจัยทางเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดความสะดวกทางด้านการตลาด การบริหารธุรกิจและธุรกรรมทางการเงิน การขับเคลื่อนนโยบายผ่านหน่วยงาน Thailand Creative Content Agency หรือ THACCA เป็นหน่วยงาน ที่สนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย เป้าหมาย ได้แก่ Food, Festival, Flight, Film และ Fashion ปัญหาข้อจำกัด ได้แก่ นโยบายที่ยังขาดความชัดเจนในแนวปฏิบัติ ความไม่เข้าใจของส่วนราชการในระดับปฏิบัติ กลไกการประเมินผลที่ยังไม่เป็นระบบ และนโยบายขาดการให้ความสำคัญกับชุมชนและท้องถิ่น ข้อเสนอแนะสร้างความชัดเจนในเป้าหมายและวิธีปฏิบัติของนโยบาย พัฒนาความรู้ให้กับข้าราชการ สร้างระบบการประเมินผลที่ดี และให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นมากขึ้น

คำสำคัญ: Soft Power, เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ,การวิเคราะห์นโยบาย

Abstract

This study Thailand's Soft Power policy with three objectives: to analyze its formulation and implementation, to identify key challenges, and to propose improvement strategies. Employing a qualitative design, data were gathered from official documents, academic literature, and in-depth interviews with 15 purposively selected informants. Content analysis and analytic induction were applied to derive findings, interpreted through policy formulation and implementation frameworks.

The results reveal that the policy emerged from four interconnected drivers: (1) problem-related factors—economic downturn and technological shifts in production; (2) political factors—free trade competition and the pursuit of competitive trade advantages; (3) policy factors—global competition in Soft Power industries generating substantial revenue, and the Pheu Thai Party's “creative economy” platform; and (4) technological factors—digital advancements facilitating marketing, business operations, and financial transactions. Implementation is spearheaded by the Thailand Creative Content Agency (THACCA), targeting five domains: Food, Festival, Flight, Film, and Fashion.

Key constraints include unclear operational guidelines, limited capacity of frontline government agencies, lack of a systematic evaluation framework, and insufficient community engagement. The study recommends clarifying policy goals and procedures, strengthening institutional capacity, establishing robust evaluation mechanisms, and enhancing local participation to ensure more inclusive and sustainable Soft Power development.

Keywords: Soft Power, Creative Economy, Policy Analysis

บทนำ

แนวคิด Soft Power หรือ พลังอำนาจอ่อน เป็นการกล่าวอ้างถึงพลังอำนาจที่มีบทบาท ในช่วงปลาย ศตวรรษที่ 20 หลังสงครามเย็น ที่โลกเริ่มเปลี่ยนผ่านการแข่งขันด้านอาวุธและอำนาจทางทหาร (Hard Power) ตู้อการใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรม แนวคิด และค่านิยม เพื่อชักจูงให้ประเทศอื่นคล้อยตามโดยไม่ต้อง ใช้กำลัง เมื่อโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทมากขึ้น แนวคิดเกี่ยวกับ Soft Power ได้เริ่มพัฒนาไปสู่มิติด้านเศรษฐกิจ อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในประเทศที่มีทรัพยากรทางวัฒนธรรม เป็นทุนทาง Soft Power จึงไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือเพื่อรักษาความมั่นคงหรือส่งเสริมภาพลักษณ์ของรัฐ แต่ยังกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้าง รายได้ สร้างงาน และเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจ อย่างเป็นระบบ (อนูรัตน์ อนันตนาธร, 2566)

พลังอำนาจของ Soft Power อยู่ที่ความสามารถในการมีอิทธิพลและกำหนดรูปแบบการรับรู้ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้อื่น ผ่านการดึงดูดและการโน้มน้าวใจมากกว่าการบังคับ Soft Power ช่วยให้ ประเทศต่าง ๆ สามารถเผยคุณค่าทางวัฒนธรรม การเมือง และเศรษฐกิจในลักษณะที่สร้างความไว้วางใจ ส่งเสริมความร่วมมือ และเพิ่มจุดยืนในระดับโลก สามารถใช้เพื่อส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ และบรรลุดัตุประสงค์เชิงกลยุทธ์โดยการชนะใจและความคิดของผู้คนทั่วโลก Soft Power ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการสร้างชาติได้อีกด้วย (อนูรัตน์ อนันตนาธร, 2566)

ประเทศไทย นโยบาย Soft Power ถือว่าเป็นนโยบายเรือธงของพรรคเพื่อไทยที่ใช้ในการรณรงค์ หาเสียง และได้ประกาศให้เป็นนโยบายหลักของรัฐบาลนายเศรษฐา ทวีผลและต่อเนื่องถึงรัฐบาลนางสาว แพรทองธาร ชินวัตร โดยมีเป้าหมายเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และการส่งเสริมอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ อย่างไรก็ตามการดำเนินนโยบายยังไม่ปรากฏผลอย่างเด่นชัด เป็นเหตุให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาว่า นโยบาย Soft Power ในประเทศไทยมีปัจจัยหรือขั้นตอนอย่างไร การขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power มีกลไกหรือวิธีการอย่างไร และปัญหาข้อจำกัดในการดำเนินนโยบายมี อะไรบ้าง เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางในการให้ความรู้ ส่งเสริม ปรับปรุง และวางแผนการจัดการพัฒนาศักยภาพ Soft Power ของประเทศไทยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่าง เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์กระบวนการก่อรูปและการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย
2. วิเคราะห์ปัญหาและข้อจำกัดการดำเนินนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย
3. นำเสนอทางเลือกในการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์นโยบายการพัฒนา Soft Power เพื่อเสริมสร้างโครงสร้างของประเทศ
ไทยครั้งนี้ มีขอบเขตของการศึกษา ดังนี้

1. ขอบเขตในด้านช่วงเวลาของการศึกษา

การศึกษาการวิเคราะห์นโยบายการพัฒนานโยบาย Soft Power เพื่อเสริมสร้างโครงสร้างของ
ประเทศไทยครั้งนี้ จะเริ่มศึกษาตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2566 ซึ่งอยู่ภายใต้รัฐบาลของเศรษฐา ทวีสิน จนถึงปัจจุบัน

2. ขอบเขตในด้านเนื้อหาที่จะศึกษา

ได้กำหนดขอบเขตเนื้อหา โดยใช้กรอบกระบวนการนโยบาย ได้แก่ การก่อรูปนโยบาย
การกำหนดนโยบาย การขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย วิเคราะห์ปัญหาและข้อจำกัด
นโยบายหาและเสนอทางเลือกในการปรับปรุงนโยบาย

3. ขอบเขตประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ประกอบไปด้วย ผู้บริหารที่กำกับนโยบายจากส่วนกลาง
ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติในนโยบายระดับจังหวัด อำเภอ และท้องถิ่น ผู้ประกอบการกิจการที่เกี่ยวข้องกับ
อุตสาหกรรม เป้าหมายซอฟต์แวร์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่ง
ผลิตภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสมัยใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด Soft Power

แนวคิด Soft Power ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย Joseph Nye (2004) เพื่ออธิบายถึงความสามารถของ
รัฐในการสร้างอิทธิพลผ่านการดึงดูดและโน้มน้าวใจโดยไม่ใช้กำลังหรือนโยบายบังคับ แต่ผ่านการนำเสนอ
วัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่น่าเชื่อถือ Nye แบ่ง Soft Power ออกเป็นสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่
วัฒนธรรม (Culture) ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy)
ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้สามารถสร้างแรงจูงใจและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน

Soft Power ได้รับการศึกษาและพัฒนาต่ออย่างโดดเด่นในหลายมิติ รวมถึง Soft Power ในยุคดิจิทัล
(Digital Soft Power) ที่มุ่งเน้นการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีสารสนเทศในการเผยแพร่ภาพลักษณ์
และวัฒนธรรมของชาติ Cull (2019) ซึ่งเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารอย่างรวดเร็วและเข้าถึงประชาชนทั่วโลก
ได้อย่างกว้างขวาง

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy เป็นแนวคิดที่ได้รับการส่งเสริมอย่างกว้างขวางใน
รายงานของ UNCTAD (2010) และ Howkins (2001) ซึ่งนิยามว่าเป็นระบบเศรษฐกิจที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์
และนวัตกรรมเป็นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผ่านสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ

วัฒนธรรม เทคโนโลยี และสื่อ ประเทศต่าง ๆ เช่น เกาหลีใต้ ได้ใช้ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่กับ Soft Power เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมบันเทิง วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ให้กลายเป็นเครื่องมือสร้างอิทธิพล และรายได้ (Jung, 2011; Shin, 2013) ซึ่งเป็นกรณีศึกษาที่มีประโยชน์สำหรับการวางนโยบายในประเทศไทย

แนวคิดการวิเคราะห์นโยบาย

บทความนี้ใช้กรอบแนวคิดการวิเคราะห์นโยบายสาธารณะของ เดวิส อิสตัน (1953) ที่มองนโยบายเป็นระบบการตอบสนองต่อข้อเรียกร้องของสังคมผ่านกลไกของรัฐ โดยประกอบด้วยอินพุต (Input) กระบวนการนโยบาย (Throughput) และผลลัพธ์ (Output) ซึ่งช่วยให้เข้าใจการไหลของข้อมูลและอำนาจในระบบนโยบาย นอกจากนี้ ยังใช้ Multiple Streams Framework ของ Kingdon (1995) เพื่อวิเคราะห์โอกาสของการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบาย โดยพิจารณาการบรรจบกันของ 3 กระแส คือ กระแสปัญหา กระแสทางนโยบาย และกระแสทางการเมือง ซึ่งช่วยอธิบายว่าทำไมนโยบาย Soft Power ถึงได้รับความสนใจในช่วงเวลาหนึ่ง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและความเข้าใจที่ครบถ้วนเกี่ยวกับนโยบาย Soft Power ของไทยในบริบทปัจจุบัน การวิจัยเชิงคุณภาพเหมาะสมกับการศึกษาปรากฏการณ์ที่ซับซ้อนและมีหลายมิติ โดยเฉพาะการวิเคราะห์กระบวนการนโยบาย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการตีความข้อมูลเชิงบริบท (Creswell, 2013)

ข้อมูลหลักได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ที่ออกแบบคำถามให้ครอบคลุมประเด็นหลัก ได้แก่ ที่มาของนโยบาย กระบวนการขับเคลื่อน ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางการพัฒนางานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เกี่ยวข้อง ดังนี้ รองผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี วัฒนธรรมจังหวัดชลบุรี ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวตำบลตะเคียนเตี้ย ผู้อำนวยการส่งเสริมกิจการชุมชน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดชลบุรี พัฒนาการจังหวัดชลบุรี ปลัดเทศบาลตำบลบางเสร่ นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เยาวชนนักออกแบบสื่อทันสมัยจากมหาวิทยาลัยศิลปากร ผู้นำชุมชนในพื้นที่เมืองพัทยา และเก็บข้อมูลจากเอกสาร (Document Analysis) เช่น นโยบายราชการ รายงานผลการดำเนินงาน แผนยุทธศาสตร์ และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง การตรวจสอบใช้หลักการสามเส้า (Triangulation) โดยใช้วิธีการดังนี้ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2558, หน้า 4-5) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) สามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล (Method triangulation) และการตรวจสอบสามเส้าโดยการทบทวนข้อมูล (Reviews Triangulation) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ Content Analysis โดยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าวิจัย มาจัดกระทำให้เป็นระบบ และหาความหมาย แยกแยะองค์ประกอบ รวมทั้งเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยอาศัยการตีความเพื่อทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ตามกรอบการวิจัย

ผลการศึกษา

1. กระบวนการก่อรูปนโยบายการพัฒนา Soft Power ของประเทศไทย

จากการศึกษากระบวนการก่อรูปนโยบายการพัฒนา Soft Power ของประเทศไทย พบว่า นโยบายดังกล่าวมีพัฒนาการอย่างชัดเจนในช่วงหลังการเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2566 โดยเฉพาะภายใต้รัฐบาลพรรคเพื่อไทยที่ได้ดำเนินนโยบาย Soft Power เข้ามาเป็นยุทธศาสตร์หลักของประเทศผ่านการจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะ Thailand Creative Content Agency (THACCA) และการดำเนินโครงการหนึ่งครอบครัว หนึ่งซอฟต์แวร์ (One Family One Soft Power – OFOS) อันสะท้อนถึงความพยายามในการวางรากฐาน Soft Power อย่างเป็นระบบและบูรณาการในระดับนโยบาย การก่อรูปนโยบายดังกล่าวไม่ได้เป็นผลจากปัจจัยด้านการเมืองเพียงประการเดียว หากแต่มีความสัมพันธ์กับเงื่อนไขโครงสร้างในหลายมิติที่ส่งผลต่อวาระของรัฐและแนวทางการดำเนินนโยบาย ซึ่งผู้วิจัยได้จำแนกการศึกษาออกเป็น 4 เงื่อนไขสำคัญ ได้แก่

(1) เงื่อนไขทางการเมือง เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการก่อรูปนโยบายการพัฒนา Soft Power ของประเทศไทยอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในช่วงก่อนและหลังการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2566 ซึ่งประเด็น Soft Power ได้ถูกหยิบยกขึ้นเป็นวาระทางการเมืองที่มีนัยสำคัญ พรรคการเมืองหลัก โดยเฉพาะพรรคเพื่อไทยและพรรคก้าวไกลที่ต่างแข่งขันกันนำเสนอแนวทางการใช้ทุนวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างรายได้ในระดับครัวเรือน โดยมีจุดเน้นที่แตกต่างกันแต่มีแก่นร่วมคือการส่งเสริมเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรม พรรคเพื่อไทยเสนอหนึ่งครอบครัว หนึ่งซอฟต์แวร์ (One Family One Soft Power – OFOS) เป็นกลไกฝึกทักษะและสร้างรายได้ในครัวเรือนผ่านอุตสาหกรรม Soft Power ซึ่งสามารถสื่อสารได้ง่ายและตรงกับกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ส่งผลให้นโยบาย Soft Power ถูกจดจำและได้รับการสนับสนุนจากประชาชนในช่วงหาเสียงอย่างชัดเจน

เมื่อพรรคเพื่อไทยสามารถจัดตั้งรัฐบาล นโยบาย Soft Power จึงได้รับการยกระดับจากแนวคิดสู่การกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะระดับชาติ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และหน่วยงานกลางคือ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการกำหนดยุทธศาสตร์ วางระบบสนับสนุนงบประมาณ และประสานแผนงานด้าน Soft Power ที่เดิมกระจัดกระจายอยู่ในหลายกระทรวงให้เกิดความบูรณาการ

นอกจากนี้ การผลักดันนโยบาย Soft Power ยังมีลักษณะกึ่ง Top-down ผสานกับ Bottom-up อย่างเด่นชัด กล่าวคือ แม้นโยบายถูกริเริ่มและกำหนดทิศทางจากฝ่ายบริหารระดับสูง แต่กระบวนการขับเคลื่อนในระดับปฏิบัติได้เปิดพื้นที่ให้ภาคประชาชนและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ทั้งในรูปแบบการร่วมออกแบบนโยบาย การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น และการส่งเสริมให้ศิลปินรุ่นใหม่มีบทบาทเป็นแรงขับเคลื่อนในพื้นที่ของตนเอง ลักษณะของการก่อรูปนโยบายดังกล่าวสะท้อนถึงพลังของการแข่งขันทางการเมืองเชิงนโยบาย ที่ไม่เพียงแสดงถึงความเปลี่ยนแปลงในวาทกรรมของพรรคการเมือง หากยังนำไปสู่การจัดตั้งกลไกระดับชาติที่มีความยืดหยุ่นและมีลักษณะกึ่งอิสระ ทั้งยัง

แสดงให้เห็นถึงความพยายามของรัฐบาลไทยในการประสานระหว่างอำนาจทางการเมืองกับทุนทางวัฒนธรรมของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม

กล่าวโดยสรุป เงื่อนไขทางการเมืองมีบทบาทเป็นทั้งจุดเริ่มต้น ตัวเร่ง และกลไกสนับสนุนสำคัญในการก่อรูปนโยบายการพัฒนา Soft Power ของประเทศไทย โดยเปลี่ยนผ่านจากวาทกรรมทางการเมืองไปสู่การจัดตั้งสถาบันระดับชาติอย่างเป็นระบบ เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของการเมืองเชิงยุทธศาสตร์ในการกำหนดอนาคตของนโยบายวัฒนธรรมในบริบทโลกยุคใหม่

(2) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ การก่อรูปนโยบาย Soft Power ของประเทศไทยไม่ได้เกิดจากแรงผลักดันทางการเมืองเพียงอย่างเดียว หากแต่มีรากฐานจากเงื่อนไขเชิงเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยเฉพาะในช่วงหลังวิกฤตโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมส่งออก และการจ้างงาน ทำให้รัฐบาลไทยจำเป็นต้องมองหาแนวทางใหม่ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ และส่งเสริมอุตสาหกรรมที่อาศัยความสามารถทางความคิดสร้างสรรค์เป็นทุน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งมีต้นทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรหลักในการผลิตมูลค่า การส่งเสริม Soft Power จึงถูกออกแบบให้เป็นกลไกกระตุ้นการเติบโตแบบใหม่ที่เน้นการสร้างงานและรายได้จากอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เช่น อาหาร ภาพยนตร์ แฟชั่น ศิลปะการแสดง มวยไทย ฯลฯ

กล่าวโดยสรุป เงื่อนไขทางเศรษฐกิจมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิดการก่อรูปนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย ทั้งในฐานะกลไกฟื้นฟูหลังวิกฤต ตลอดจนเป็นทางเลือกเชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างโครงสร้างเศรษฐกิจใหม่ที่มีศักยภาพยั่งยืนและแข่งขันได้ในเวทีโลก

(3) เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรม ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูง ทั้งในเชิงชาติพันธุ์ ภาษา ภูมิภาค และวิถีชีวิต ซึ่งก่อให้เกิดทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาต่อยอดเป็น Soft Power ได้อย่างมีศักยภาพ ความหลากหลายนี้ไม่เพียงเป็นพื้นฐานของความมั่งคั่งทางวัฒนธรรม แต่ยังเป็นเงื่อนไขทางสังคมที่สำคัญในการออกแบบนโยบาย Soft Power ให้มีลักษณะสอดคล้องกับบริบทภายในประเทศ นอกจากนี้ ลักษณะเฉพาะของคนไทย เช่น ความเป็นมิตร การบริการที่จริงใจ ทักษะด้านงานฝีมือ และความสามารถในการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมร่วมสมัย ล้วนเป็นคุณลักษณะที่เอื้อต่อการนำไปสู่การผลิตเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่เข้าถึงผู้บริโภคในระดับนานาชาติ ในปัจจุบันกลุ่มประชากรรุ่นใหม่จำนวนมากได้กลายเป็นผู้ผลิตเนื้อหาทางวัฒนธรรมด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบของดนตรี เกม แอนิเมชัน หรือศิลปะร่วมสมัย ผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น TikTok YouTube และแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ กลุ่มคนเหล่านี้คือ Soft Power actors โดยธรรมชาติ ซึ่งนโยบายภาครัฐต้องออกแบบเพื่อสนับสนุน ไม่ใช่ควบคุม

ในภาพรวม เงื่อนไขทางสังคมและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดลักษณะของนโยบาย Soft Power ให้มีความหลากหลาย ยืดหยุ่น และสามารถตอบสนองต่อทุนทางสังคมที่มีอยู่แล้วในประเทศ โดยเน้นการพัฒนาแบบจากล่างขึ้นบน (Bottom-up) ผสมผสานกับการสนับสนุนจากภาครัฐ

(4) เงื่อนไขทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม การพัฒนา Soft Power ของประเทศไทยยังต้องพิจารณาจากเงื่อนไขด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเชิงพื้นที่และการออกแบบนโยบายเชิงนิเวศวัฒนธรรม ในประเทศไทยมีภูมิประเทศที่หลากหลาย ทั้งภูเขา ทะเล ป่าไม้ และชุมชนวัฒนธรรมที่กระจายอยู่ในทุกภูมิภาค ซึ่งล้วนมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นพื้นที่ Soft Power ผ่านการออกแบบเมืองสร้างสรรค์ การจัดเทศกาลวัฒนธรรมในท้องถิ่น และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนทำอาหารไทย การฝึกมวยไทย การแต่งชุดไทย

เงื่อนไขทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมมีบทบาทเป็นโครงสร้างพื้นฐานทางนิเวศที่ช่วยให้การขับเคลื่อน Soft Power ของไทยสามารถลงหลักปักฐานในพื้นที่จริง เชื่อมโยงกับชีวิตผู้คน และขยายไปสู่ระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

2. วิเคราะห์การขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย

การขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทย ขับเคลื่อนผ่านทั้งแผนยุทธศาสตร์ กลไกระดับคณะกรรมการ และโครงสร้างกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน โดยมีรายละเอียดตาม 5 กรอบการวิเคราะห์ดังนี้

(1) การผนวกนโยบาย Soft Power เข้ากับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติ การขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทยในระยะหลังการเลือกตั้ง พ.ศ. 2566 ไม่ได้ดำเนินการในฐานะนโยบายเฉพาะกิจ แต่ได้รับการยกระดับสู่การเป็นนโยบายหลักของรัฐ โดยมีการบูรณาการเข้ากับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาติที่สำคัญหลายฉบับ ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการพัฒนาทุนมนุษย์ สะท้อนถึงความพยายามในการวาง Soft Power ให้มีบทบาทในโครงสร้างการพัฒนาประเทศอย่างเป็นระบบและยั่งยืน เชื่อมโยงอย่างเป็นทางการกับ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) โดยเฉพาะในประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ โดยมีการระบุถึงการใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในการยกระดับอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยในเวทีโลกอย่างมีทิศทาง และ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ได้เน้นย้ำบทบาทของ Soft Power ในการเปลี่ยนผ่านสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและทุนมนุษย์ของคนรุ่นใหม่ในการผลิตมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างหลากหลาย ทั้งในมิติเชิงเศรษฐกิจดิจิทัล การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเฉพาะด้าน

นอกจากนี้ นโยบาย Soft Power ยังได้รับการเชื่อมโยงเข้ากับ โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green Economy) โดยเฉพาะในมิติ C หรือ Creative Economy ซึ่งให้ความสำคัญกับการใช้ทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดสร้างสรรค์เป็นรากฐานในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีโลก

รัฐบาลภายใต้การนำของนายกรัฐมนตรี เศรษฐา ทวีสิน ได้แถลงนโยบาย Soft Power ต่อรัฐสภาอย่างชัดเจน โดยกำหนดเป้าหมายในด้านต่าง ๆ เช่น การสร้างอาชีพ Soft Power ในระดับครอบครัว (One Family One Soft Power – OFOS) การจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อบริหารจัดการ Soft Power อย่างเป็นระบบ การยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง Soft Power ในภูมิภาค และการใช้วัฒนธรรมไทยเป็นเครื่องมือเชิงรุกในเวทีระหว่างประเทศ การผนวกนโยบาย Soft Power เข้ากับแผนยุทธศาสตร์ระดับชาตินับเป็นการวางฐานนโยบายให้มีความต่อเนื่อง ชัดเจน และสามารถบูรณาการกับแผนพัฒนาด้านอื่น ๆ ได้อย่างยั่งยืนทั้งในระดับยุทธศาสตร์และเชิงปฏิบัติ นโยบาย Soft Power จึงมิได้ดำรงอยู่ในลักษณะ “นโยบายลอยตัว” หากแต่เป็นนโยบายที่สอดคล้องประสานกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศโดยรวม ซึ่งสามารถดึงดูดทรัพยากรงบประมาณ และความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเข้ามาสนับสนุนได้อย่างเป็นระบบ

(2) การจัดตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการระดับชาติ รัฐบาลได้มีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานคณะกรรมการ และมีองค์ประกอบจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีบทบาทหน้าที่หลักในการกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนา Soft Power ของประเทศในระดับมหภาค และจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติ ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนระดับสูงจากกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานสภาพัฒน์ สำนักงาน ก.พ.ร. สำนักงานงบประมาณ ฯลฯ โดยคณะกรรมการชุดนี้มีบทบาทในการวางยุทธศาสตร์สนับสนุน การพัฒนากลไกเชิงระบบ การวางมาตรการจูงใจ เช่น กลไกภาษีหรือเงินทุนหมุนเวียน และการเชื่อมโยงนโยบาย Soft Power เข้ากับนโยบายภาคส่วนต่าง ๆ ของรัฐ เพื่อให้การดำเนินการสามารถเจาะลึกในรายละเอียดเชิงนโยบายเฉพาะด้าน จึงได้มีการจัดตั้ง คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power เฉพาะด้าน อย่างเป็นทางการ

การจัดตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการระดับชาติ นับเป็นกลไกสำคัญในการวางโครงสร้างการบริหารจัดการ Soft Power ให้สามารถดำเนินงานในระดับมหภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ เชื่อมโยงนโยบายเข้ากับงบประมาณ กฎหมาย และแผนปฏิบัติการ ตลอดจนเปิดพื้นที่ให้ภาคส่วนต่าง ๆ มีบทบาทร่วมในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของชาติในลักษณะองค์รวม

(3) การจัดทำแผนขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power กระบวนการจัดทำแผนขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของประเทศไทยในระยะเปลี่ยนผ่านจากแนวนโยบายสู่การดำเนินการจริง ได้รับการออกแบบอย่างเป็นระบบและเป็นขั้นตอน โดยวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ไว้ในลักษณะ 3 ระยะสำคัญ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านการบริหารจัดการ โครงสร้างหน่วยงาน และกิจกรรมขับเคลื่อนในเชิงพื้นที่

ระยะแรก การจัดวางโครงสร้างการบริหารจัดการเบื้องต้น เป็นช่วงเวลาเร่งรัดภายหลังจากรัฐบาลเข้ารับตำแหน่ง โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ฯ พร้อมคณะอนุกรรมการ 6 ด้าน และจัดตั้งสำนักงาน ป.ย.ป. (สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี) ให้ทำหน้าที่เป็น THACCA Interim Office เพื่อรับผิดชอบงานเชิงบริหารและประสานภารกิจระยะเร่งด่วน โดยมีการดำเนินการที่สำคัญ เช่น

การรวบรวมข้อมูลและจัดตั้งระบบฐานข้อมูล Soft Power การสื่อสารสร้างการรับรู้ระดับประเทศ การออกแบบแผนงาน Quick Win เพื่อแสดงผลลัพธ์เชิงรูปธรรมในระยะสั้น การประชุมร่วมกับผู้แทนอุตสาหกรรม สภาวัฒนธรรม และเครือข่ายภาคประชาชน

ระยะที่สอง การขับเคลื่อนนโยบายผ่านกลไกอนุกรรมการเฉพาะด้าน ในช่วงนี้รัฐบาลได้ขยายขอบเขตการดำเนินงาน โดยคณะอนุกรรมการทั้ง 6 ด้านได้ทำหน้าที่เฉพาะทาง เช่น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ในภาพรวมและรายอุตสาหกรรม การออกแบบระบบสนับสนุนผู้ประกอบการ การวางมาตรการด้านกฎหมายและข้อเสนอการปรับปรุงระเบียบ การออกแบบกลไกการสื่อสารทางวัฒนธรรมในเวทีนานาชาติ การกำหนดเกณฑ์มาตรฐานในการคัดเลือก OFOS คริวเรชั่นต้นแบบ

ระยะที่สาม การถ่ายโอนภารกิจสู่หน่วยงานถาวร (THACCA) เพื่อความต่อเนื่องและยั่งยืน รัฐบาลได้เตรียมการจัดตั้ง Thailand Creative Content Agency (THACCA) ในฐานะองค์การมหาชน โดยร่างพระราชบัญญัติได้อยู่ระหว่างกระบวนการพิจารณา ซึ่งจะทำหน้าที่เป็นองค์กรกลางที่เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ในการส่งเสริมอุตสาหกรรม Soft Power ของประเทศอย่างครอบคลุมในระยะยาว

การจัดทำแผนขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ของไทยมีลักษณะเป็นการออกแบบระบบเชิงยุทธศาสตร์ที่มีความยืดหยุ่น (adaptive policy structure) สามารถตอบสนองต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลงได้ โดยมีการวางแผนระยะสั้นเพื่อผลลัพธ์เชิงสัญลักษณ์ (symbolic result) ควบคู่กับการจัดวางระบบระยะยาวเพื่อรองรับกลไกถาวร โดยทั้งหมดนี้มีเป้าหมายร่วมกันคือ การทำให้ Soft Power กลายเป็น “ระบบนิเวศนโยบาย” ที่ขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม ครอบคลุม และยั่งยืน

(4) การจัดทำแผนขับเคลื่อนนโยบายรายอุตสาหกรรม ในระดับการดำเนินการเฉพาะด้าน รัฐบาลได้แต่งตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อน Soft Power รายอุตสาหกรรม ทั้งหมด 13 ด้าน ซึ่งครอบคลุมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและมีบทบาทในเวทีนานาชาติ ได้แก่ ดนตรี ภาพยนตร์ แฟชั่น อาหาร กีฬา ละคร/ซีรีส์ เกม แอนิเมชัน หนังสือ ศิลปะการแสดง สถาปัตยกรรม การออกแบบ และการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยคณะอนุกรรมการแต่ละชุดประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ และตัวแทนภาคเอกชน คณะอนุกรรมการเหล่านี้มีภารกิจหลักในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์รายอุตสาหกรรมที่เป็นเป้าหมาย

นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ริเริ่มการขับเคลื่อนระดับพื้นที่ โดยแต่งตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อน Soft Power ระดับจังหวัด ตัวอย่างเช่น จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งได้พัฒนาแผนเชิงพื้นที่ใน 6 มิติ ได้แก่ อาหาร ดนตรี ศิลปะ กีฬา แฟชั่น และภาพยนตร์ โดยมีการจัดทำฐานข้อมูลศิลปิน ประเมินความพร้อมของสถานที่ฝึกอบรม และออกแบบกิจกรรมระดับชุมชนที่ตอบโจทย์อัตลักษณ์ท้องถิ่น

3. ปัญหาและข้อจำกัดนโยบาย

1. ปัญหาด้านการออกแบบนโยบาย: ความไม่ชัดเจนเชิงยุทธศาสตร์

แนวทางการออกแบบนโยบาย Soft Power ในปัจจุบัน ยังเป็นแบบบนลงล่าง (top-down) ซึ่งรัฐเป็นผู้กำหนดกรอบและทิศทาง โดยไม่เปิดโอกาส ให้ภาควัฒนธรรม ใน ระดับ ฐานราก ได้มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง “การออกแบบ นโยบายจึงไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ และการพัฒนาจากฐานราก อีกทั้งยังขาดการ ขอมรับจากผู้ปฏิบัติงาน ในพื้นที่จริงสอดคล้องกับข้อเสนอของ นนริฏ พิศลยบุตร (2565) นักวิชาการ TDRI เขียนบทความเรื่อง Soft Power ไทย ทำไมไม่เวิร์ค เผยแพร่ใน เว็บไซต์ <https://tdri.or.th/2022/04/soft-power-thai/> ระบุว่า

“การตอบสนองอย่างตื่นตัวของภาครัฐต่อกระแส Soft Power ยังนำมาซึ่งคำถามสำคัญว่า ภาครัฐ เข้าใจแนวคิด Soft Power อย่างลึกซึ้งเพียงใด เนื่องจากนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ซึ่งออกโดยหน่วยงานรัฐ ตลอดจนความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในหลากหลายภาคส่วน ได้สะท้อนถึงข้อจำกัดในความเข้าใจต่อคำนิยามและกลไกของพลังอ่อนดังกล่าวอย่างชัดเจน”

“ตัวอย่างที่ปรากฏในสังคมไทย ได้แก่ การที่กระทรวงวัฒนธรรมสั่งห้ามไม่ให้ใช้ท่ารำไทยใน เกมผี ด้วยเหตุผลว่าทำให้เกิดความกลัวต่อการรำไทย กรณี “ทศกัณฐ์เที่ยวไทย” ซึ่งถูกวิจารณ์ว่าเป็นการ บิดเบือนหรือทำให้วัฒนธรรมไทยเสื่อมเสีย หรือกรณี “อ้าวพระเครื่อง” ที่ถูกมองว่าไม่เหมาะสม เนื่องจาก เป็นการผลิตขมในรูปทรงของวัตถุทางศาสนา”

ปรากฏการณ์เหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มการแทรกแซงจากภาครัฐ ซึ่งแทนที่จะส่งเสริมการ สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม กลับกลายเป็นข้อจำกัดที่ขัดขวางโอกาสในการต่อยอดมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกทั้ง ยังสะท้อนความไม่เข้าใจต่อแนวคิด Soft Power ที่แท้จริง ซึ่งมุ่งเน้นการดึงดูดใจและความสนใจจากผู้คน มากกว่าการควบคุมหรือกำหนดให้ผู้คนต้องยอมรับ”

2. ปัญหาด้านการสร้างความเข้าใจต่อเจ้าหน้าที่และประชาชน

ปัญหาสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power คือ การขาดความเข้าใจที่ ลึกซึ้งและตรงกันของเจ้าหน้าที่รัฐและประชาชนในวงกว้าง “ข้าราชการ จำนวนมาก ยังคงเข้าใจ Soft Power ในเชิงผิวเผิน เช่น การจัดนิทรรศการ หรืองานแสดงอาหารไทยเท่านั้น ทั้งที่จริงแล้ว Soft Power ต้องมี แก่นสารที่ลึกซึ้งกว่านั้น เช่น การสร้างแบรนด์ชาติ การเจรจาทางวัฒนธรรม และการวางกลยุทธ์ เชิงเศรษฐกิจ” ดังนั้นในการดำเนินนโยบายในระดับพื้นที่จึงไม่ต่อประสบความสำเร็จเพราะไม่ได้สร้างความ เข้าใจที่ถูกต้องผู้ปฏิบัติ ดังเช่น คำสัมภาษณ์ของผู้ปฏิบัติในพื้นที่

“สำนักงานได้รับนโยบายมาให้ส่งเสริมและสนับสนุน Soft Power และหาผลิตภัณฑ์ ที่จะผลักดัน ให้เป็น Soft Power ประจำถิ่น คำถามที่มักจะเจอคือ Soft Power คืออะไร ต่างจาก OTOP อย่างไรบางที่เจ้า หนายังไม่เข้าใจทั้งความหมายและวิธีการ” สัมภาษณ์ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2568

“ทุกวันนี้ตำบลตะเคียนเตี้ยก็ทำเรื่องการท่องเที่ยววัฒนธรรมอยู่แล้ว เรามีชื่อเสียงมีนักท่องเที่ยว และหน่วยงานมาดูงานจำนวนมาก แต่เราไม่รู้ว่อันนี้คือ Soft Power ไหม เพราะที่ผ่านมามีเรียกว่าท่องเที่ยว

เชิงวัฒนธรรมถ้าไม่ใช่ต้องทำอะไร เราก็ยังไม่รู้ ถามเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ก็ไม่แน่ใจคำตอบ “สัมภาษณ์วันดี ประกอบธรรม ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลตะเคียนเตี้ย

3. ปัญหาด้านการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

การนำนโยบาย Soft Power ไปปฏิบัติในพื้นที่ มีปัญหาเรื่องความชัดเจนของนโยบาย เมื่อมีการสั่งการจากส่วนกลางมาในระดับพื้นที่ ไม่มีความชัดเจนว่าต้องทำอะไร มีวิธีการอย่างไร จุดมุ่งหมายคืออะไร ในการดำเนินการ ทำงานแบบงานประจำลักษณะรายปี ทำเสร็จแล้วก็จบ ไม่มีการวางแผนระยะยาว นอกจากนี้ ยังพบมีหลายหน่วยงานที่ทำนโยบาย แต่ขาดการบูรณาการ แต่ละหน่วยงานมักดำเนินการแยกส่วนและแข่งขันกันเอง เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงมหาดไทย และ กระทรวงการอุดมศึกษา ซึ่งขาดความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ

“ยังไม่เห็นคู่มือหรือแนวปฏิบัติเรื่องการส่งเสริม Soft Power แต่มีนโยบายสั่งการลงมาให้ทำ แต่รู้ว่า Soft Power มาเป้าหมายหลายตัว เช่น อาหาร เทศกาล กีฬา การท่องเที่ยวหรือแฟชั่น ในระดับพื้นที่ เป้าหมายแต่ละตัวมีส่วนราชการรับผิดชอบกันอยู่แล้ว ถ้าจะทำการส่งเสริมต้องมาบูรณาการกัน แต่ยังไม่รู้จะบูรณาการอย่างไร ทุกวันนี้ต่างคนเลยต่างทำ เพราะไม่เข้าใจและไม่รู้ว่าต้องทำอะไร” สัมภาษณ์รองผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2568

4. ปัญหาด้านการวัดผลและประเมินผล

การวัดและประเมินผลนโยบาย Soft Power ถือเป็นความท้าทายที่สำคัญ และขาดประสิทธิภาพอย่างเด่นชัด การประเมินผลในไทยส่วนใหญ่เน้นเพียงตัวเลขปริมาณ เช่น จำนวนผู้เข้าร่วม กิจกรรม หรือ ปริมาณงบประมาณที่ใช้ โดยขาดการวัดผลกระทบในเชิงภาพลักษณ์ และอิทธิพลทางวัฒนธรรมในเวทีโลก”

5. การสนับสนุนและการเปิดพื้นที่ให้ผู้สร้างสรรค์ในท้องถิ่น

การขับเคลื่อนนโยบายเป็นแบบบนลงล่าง ทำให้ขาดความรอบคอบในการรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะประชาชนในระดับพื้นที่ รวมถึงเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ที่อยู่ต่างจังหวัด ขาดโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรม และมีส่วนร่วมในนโยบายค่อนข้างยาก ทำให้การออกแบบนโยบายไม่สอดคล้องกับความต้องการจริงของประชาชน นโยบายจึงไม่ได้รับการตอบรับ และการขับเคลื่อนทำได้ช้า สัมภาษณ์ อนุรักษ์รัตน์ อนันตนาทร นักออกแบบสื่อสร้างสรรค์สมัยใหม่ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร

“เห็นมีนโยบายส่งเสริม Soft Power หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องใช้ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาขับเคลื่อนกิจกรรม แต่เห็นแต่ทำงานกันเฉพาะหน่วยงานรัฐ จัดแต่งงานอีเวนต์ ยังไม่เห็นการส่งเสริมกิจกรรมสร้างสรรค์อะไร โดยเฉพาะสำหรับคนรุ่นใหม่ ไม่มีเวทีในการแสดงผลงาน ไม่มีพื้นที่ให้เด็กรุ่นใหม่ได้แสดงออก และที่สำคัญไม่มีแหล่งทุนที่จะให้เด็กรุ่นใหม่เข้าถึงและนำมาพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (อนุรักษ์รัตน์ อนันตนาทร, 2568, สัมภาษณ์)

อภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลนำข้อค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้ ไปเปรียบเทียบกับกรอบความคิดนโยบายสาธารณะและการนำนโยบายไปปฏิบัติ พบว่า นโยบาย Soft Power ของไทยสะท้อนการประยุกต์ใช้หลักการทางทฤษฎีนโยบายสาธารณะในหลายมิติ โดยเฉพาะในด้านวงจรนโยบาย (Policy Cycle) กล่าวคือ

ในส่วนการก่อรูปนโยบาย ข้อค้นพบยืนยันแนวคิดที่ว่านโยบายสาธารณะเกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและตัวกระทำ (Structure and Agency) โดยสะท้อนทฤษฎีตัวแบบผสมผสานระหว่างตัวแบบชนชั้นนำ (Elite Model) ซึ่งพรรคการเมืองและผู้นำประเทศมีบทบาทสำคัญผลักดันนโยบาย Soft Power เข้าสู่วาระแห่งชาติในช่วงการเลือกตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2566 และตัวแบบเชิงระบบ (Systemic Model) ที่แรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร โดยเฉพาะกลุ่มคน Generation Y และ Z และการเปลี่ยนแปลงภูมิรัฐศาสตร์โลกโดยเฉพาะการแข่งขันเชิงอิทธิพลระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา ล้วนเป็นปัจจัยกดดันให้นโยบายนี้ถูกพัฒนาขึ้น

ในมิติการกำหนดนโยบาย การที่รัฐบาลไทยเลือกใช้กรอบนโยบาย “5F” (Food, Film, Fashion, Fighting, Festival) สะท้อนแนวคิดการกำหนดขอบเขตนโยบาย (Policy Scoping) ที่พยายามระบุขอบเขตปัญหาและทางออกให้ชัดเจนเพื่อประสิทธิภาพในการจัดการ ซึ่งแม้จะช่วยให้เกิดความชัดเจนและวัดผลได้ แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะละเลยวัฒนธรรมย่อยและนวัตกรรมวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับกรอบนโยบายที่กำหนดไว้ การค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดข้อจำกัดของการกำหนดนโยบายแบบเหตุผลที่มักไม่สามารถครอบคลุมทุกมิติของปัญหาได้อย่างสมบูรณ์

ส่วนมิติการนำนโยบายไปปฏิบัติ โครงสร้างการบริหารแบบหลายระดับชั้นที่เชื่อมโยงกัน สะท้อนแนวคิดการบริหารจัดการแบบเครือข่ายที่พยายามบูรณาการการทำงานของหลากหลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมขับเคลื่อนนโยบาย นับตั้งแต่คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน ไปจนถึงคณะอนุกรรมการเฉพาะด้านกว่า 14 คณะ ในขณะเดียวกัน การจัดตั้งคณะกรรมการและหน่วยงานเฉพาะ การร่าง พ.ร.บ. และการจัดตั้งกองทุน ยังสะท้อนทฤษฎีโครงสร้างเชิงสถาบัน (Institutional Structure) ที่เน้นการสร้างกลไกสถาบันเพื่อรองรับการดำเนินนโยบายในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบจากการวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าการขับเคลื่อนนโยบายยังมีลักษณะ “บนลงล่าง” สะท้อนแนวคิดการจัดการนโยบายแบบดั้งเดิมที่รัฐบาลกลางมีบทบาทนำในการขับเคลื่อน ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดต่อการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนและชุมชนท้องถิ่น ขณะที่การจัดตั้งหน่วยงาน THACCA ในฐานะองค์กรเฉพาะทางสะท้อนแนวคิดการแบ่งแยกหน่วยงานเชิงนโยบาย (Policy Fragmentation) ที่แม้จะช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการขับเคลื่อนนโยบาย แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะทำให้การทำงานแยกส่วนและขาดการบูรณาการกับหน่วยงานที่มีอยู่เดิม ขณะเดียวกันการพัฒนา นโยบายนี้ขึ้นมา ก็สะท้อนกระบวนการที่ผลักดันของรัฐบาลไทยในยุคสมัยใหม่จากมุมมองวัฒนธรรมต้อง “สิ่งที่ต้องอนุรักษ์และปกป้อง” ไปสู่การทำให้วัฒนธรรม กลายเป็น “ทรัพยากรที่สามารถพัฒนาและต่อยอดเชิงเศรษฐกิจและการเมือง” นับเช่นนี้สะท้อนการเปลี่ยนวิธีคิดเกี่ยวกับปรากฏการณ์หนึ่ง ๆ การเปลี่ยนแปลงนี้จึงมีความสำคัญ เพราะเป็น

รากฐานทางความคิดที่จะเอื้อต่อการกำหนดนโยบายวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ที่บูรณาการมิติเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเข้าด้วยกัน

กล่าวโดยสรุป การศึกษานโยบาย Soft Power ของไทยครั้งนี้ ได้พัฒนาองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญในเชิงแนวคิดการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติ กล่าวคือ ในมิติการกำหนดนโยบาย การศึกษาพบปรากฏการณ์การหลอมรวมตัวแบบนโยบายที่ผสมผสานระหว่างตัวแบบชนชั้นนำ กับตัวแบบเชิงระบบ ซึ่งสะท้อนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างการขับเคลื่อนจากพรรคการเมืองและผู้นำประเทศกับแรงกดดันจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้การค้นพบกระบวนการทำให้วัฒนธรรมเป็นประเด็นเศรษฐกิจการเมือง กระทั่งเกิดการเปลี่ยนสถานะของวัฒนธรรมจากสิ่งที่ต้องอนุรักษ์ไปสู่ทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์

ในเชิงแนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ ข้อค้นพบการวิจัยได้แสดงให้เห็นรูปแบบเฉพาะของการบริหารจัดการนโยบายวัฒนธรรมแบบไทย ในลักษณะระบบนิเวศเชิงนโยบายแบบบูรณาการซึ่งมีการออกแบบโครงสร้างเชิงซ้อน สะท้อนให้เห็นจากการมีกลไกขับเคลื่อนนโยบายหลายระดับตั้งแต่คณะกรรมการระดับชาติจนถึงการปฏิบัติในระดับครัวเรือน

จากการศึกษานโยบาย Soft Power ของประเทศไทยในทุกมิติ ทั้งในแง่กระบวนการก่อรูป การขับเคลื่อนเชิงนโยบาย และข้อเสนอทางเลือกในการพัฒนา พบว่า ผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายฉบับ ทั้งในระดับแนวคิด หลักการ และข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยเฉพาะในด้านความจำเป็นของการจัดตั้งโครงสร้างนโยบายที่ชัดเจน การบูรณาการแผนงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชน และการวางรากฐานเชิงระบบที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตามยังมียังงานวิจัยบางชิ้นที่มีจุดเน้นและระดับการวิเคราะห์แตกต่างจากผลการวิจัยฉบับนี้ ซึ่งสามารถอธิบายได้จากบริบท วิธีวิจัย และกรอบความคิดที่ใช้ในการศึกษา

ผลการวิจัยมีจุดร่วมอย่างชัดเจนกับงานของ รุยาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์ (2561) และ บัณฑิต รัตนไทร และคณะ (2565) ซึ่งต่างชี้ถึงความจำเป็นในการมีองค์กรกลาง กลไกระดับนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์ที่สามารถบริหารจัดการ Soft Power ได้อย่างเป็นระบบ โดยข้อเสนอในงานวิจัยนี้ เช่น การจัดตั้ง THACCA และการผลักดันให้มีพระราชบัญญัติ Soft Power แห่งชาติ สะท้อนแนวคิดเดียวกันว่าหากปราศจากกลไกถาวรและโครงสร้างทางกฎหมาย Soft Power ไทยจะขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ในระยะยาว

ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานของ ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ชัยรุ่งเรือง (2566) มานพ แสงจันทร์ (2566) และธัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์ (2566) ซึ่งเน้นบทบาทของอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความร่วมมือของชุมชนในการขับเคลื่อน Soft Power อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการออกแบบนโยบายที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมและสามารถต่อยอดทุนวัฒนธรรมไปสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมได้จริง ข้อนี้

สอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนา Soft Power แบบองค์รวมทั้งสามระดับในงานวิจัยนี้ ซึ่งเน้นความสำคัญของชุมชนและประชาชนอย่างชัดเจน

ผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถสะท้อนและต่อยอดจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการออกแบบนโยบาย Soft Power ให้มีความชัดเจนในระดับเชิงโครงสร้าง นโยบาย และกลไก ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและมีประสิทธิภาพในบริบทของประเทศไทย

โดยผลการวิจัยชี้ว่า การวางระบบ Soft Power ต้องอาศัยความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ มีหน่วยงานเฉพาะที่มีอำนาจหน้าที่โดยตรง และการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาชนในทุกระดับ ทั้งในเชิงแนวคิด การจัดตั้งองค์กรกลาง การจัดสรรงบประมาณ ไปจนถึงการกำหนดเป้าหมายเชิงนโยบายในระยะยาว ในขณะเดียวกัน

ผลการวิจัยยังช่วยขยายขอบเขตความเข้าใจจากระดับการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีและวาทกรรมที่งานวิจัยบางฉบับได้เน้นไว้ ไปสู่การออกแบบ Soft Power ในฐานนโยบายสาธารณะที่มีโครงสร้างรองรับในระดับมหภาค ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ในบริบทของประเทศไทยได้จริง ไม่ว่าจะเป็นการบูรณาการ Soft Power เข้ากับนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษา การท่องเที่ยว หรือการส่งออกทุนวัฒนธรรม

การวิจัยครั้งนี้ จึงไม่เพียงตอบโจทย์เชิงวิชาการ แต่ยังให้แนวทางในเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปต่อยอดในการกำหนดนโยบาย Soft Power แห่งชาติได้อย่างครอบคลุม เป็นระบบและยั่งยืน โดยเฉพาะในด้านการวางระบบนโยบาย Soft Power ให้มีโครงสร้างที่มั่นคง มีการบูรณาการกับยุทธศาสตร์ชาติ และขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบจากทุกภาคส่วน ขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของงานวิจัยบางชิ้นที่ยังมุ่งเน้นเฉพาะด้านการสื่อสาร วาทกรรม หรือภาพลักษณ์ระหว่างประเทศ โดยยังไม่ได้เชื่อมโยงกับบริบทโครงสร้างภายในประเทศ ซึ่งทำให้ผลการวิจัยฉบับนี้สามารถยกระดับการอภิปรายเรื่อง Soft Power ไปสู่มิติของนโยบายสาธารณะที่ชัดเจน ครอบคลุม และใช้ได้จริงในบริบทของประเทศไทย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

งานวิจัยฉบับนี้ได้เสนอข้อค้นพบที่สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะทั้งในเชิงนโยบายและเชิงวิชาการอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนานโยบาย Soft Power ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและความยั่งยืนในระยะยาว ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 รัฐบาลควรยกระดับ Soft Power ให้เป็นนโยบายสาธารณะแห่งชาติอย่างเป็นทางการ ด้วยการตรากฎหมายรองรับและผนวกเข้ากับยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้มีทิศทางที่ชัดเจนและต่อเนื่องในระยะยาว

1.2 รัฐควรผลักดันให้ THACCA มีสถานะเป็นองค์กรมหาชนที่มีอิสระทางบริหาร งบประมาณ และบุคลากร เพื่อให้สามารถบูรณาการงานจากภาคส่วนต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดข้อจำกัดจากระบบราชการแบบดั้งเดิม

1.3 ควรพัฒนากลไกสนับสนุนให้จังหวัดและท้องถิ่นสามารถพัฒนาแผน Soft Power เชิงพื้นที่ได้โดยยึดโยงกับทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง พร้อมทั้งได้รับงบประมาณและการสนับสนุนอย่างเหมาะสมจากส่วนกลาง

1.4 ควรสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน ช่างฝีมือ ศิลปิน และชุมชนท้องถิ่นให้เป็นเจ้าของ Soft Power ด้วยตนเอง ผ่านการอบรม ทุนสนับสนุน การสร้างเครือข่าย และเวทีแสดงออก

2. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

2.1 ควรศึกษาความเชื่อมโยงระหว่าง Soft Power กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชิงพื้นที่แนะนำให้มีการศึกษาเฉพาะพื้นที่ เช่น จังหวัดสร้างสรรค์ หรือกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อทำความเข้าใจว่าทุนวัฒนธรรมสามารถกลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้จริงในแต่ละบริบทหรือไม่

2.2 ควรศึกษาประสิทธิภาพของ THACCA และกลไกที่เกี่ยวข้องเมื่อจัดตั้งเป็นองค์กรกลาง หากมีการตรากฎหมายและจัดตั้ง THACCA อย่างเป็นทางการในอนาคต ควรมีการประเมินผลในด้านประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การกระจายงบประมาณ และการสร้างผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และอัตลักษณ์

2.3 ควรศึกษาความเข้าใจของประชาชนต่อ Soft Power และผลกระทบในระดับจุลภาคนงานวิจัยในอนาคตควรศึกษาความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ ต่อ Soft Power โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชน ผู้ประกอบการ หรือช่างฝีมือ ซึ่งเป็นผู้ผลิต Soft Power โดยตรง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาริกุล ชัยรุ่งเรือง. (2566). การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 5, 1922-1935. วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/journal-peace/article/view/269605>

ธัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์. (2566). อำนาจอ่อนกับการพัฒนาสังคมไทย. *วารสารสังคมสงเคราะห์ศาสตร์*, 37(1), 89-117. วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/swjournal/article/view/261046>

บัณฑิต รัตนไตร และคณะ. (2565). บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการส่งเสริม Soft Power ของประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และการพัฒนา*, 20(1), 78-92.

พนธกร วรภมร และณณริฎ พิศลยบุตร. (2565, เมษายน). *Soft power ไทย เหตุใดจึงยังไม่เวิร์ค*. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI). วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://tdri.or.th/2022/04/soft-power-thai/>

- รุกรานณ์ สุคนธ์ทรัพย์. (2561). การส่งเสริม Soft Power ผ่านการท่องเที่ยวของประเทศไทย. *วารสารการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม*, 15(2), 45-60.
- มานพ แสงจำนงค์. (2566). ซอฟต์เพาเวอร์ไทยพวน: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์*, 6(1), 6-95. วันที่ค้นข้อมูล 20 สิงหาคม 2567, เข้าถึงได้จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/264318>
- อนูรัตน์ อนันทนาธร. (2566). ยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น. ตำราการสอน, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2558). การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation). ใน รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (หน้า 4-5). มหาวิทยาลัยบูรพา.

ภาษาอังกฤษ

- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Cull, N. J. (2019). The tightrope to tomorrow: Reputational security, collective vision and the future of public diplomacy. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1), 1-15.
- Easton, D. (1953). *The political system: An inquiry into the state of political science*. New York: Alfred A. Knopf.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. London: Allen Lane.
- Jung, S. (2011). [Title not specified]. [Publication details not specified].
- Kingdon, J. W. (1995). *Agendas, alternatives, and public policies* (2nd ed.). New York: HarperCollins College Publishers.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: PublicAffairs.
- Shin, S. (2013). *China's rewarding power strategy: Case study of China and South Korea relations*. University of London.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2010). *Creative economy report 2010: Creative economy – a feasible development option*. UNCTAD/UNDP.

สัมภาษณ์

- ณัฐรัตน์ อนันทนาธร. (2568, 20 มกราคม). นักออกแบบสื่อสร้างสรรค์สมัยใหม่. สัมภาษณ์.
- วันดี ประกอบธรรม. (2568, 20 กุมภาพันธ์). ประธานวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลตะเคียนเตี้ย. สัมภาษณ์.

มาลินี สิงห์สุวิข และ ชัยณรงค์ เครือนวน

อำไพ ศักดานุกุลจิตต์ สไลวินสกี. (2568, 15 มกราคม). ผู้อำนวยการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี.
สัมภาษณ์.

อำนาจ เจริญศรี. (2568, 15 มกราคม). รองผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี. สัมภาษณ์.