การส่งเสริมการแพทย์แผนไทยในนโยบาย Soft Power

ธิติรัตน์ เหล่าคมพฤฒาจารย์*
อนันต์ รัศมี**
จิรัชญา เหล่าคมพฤฒาจารย์***
กิติศักดิ์ พ้นภัย****

บทคัดย่อ

ในยุคโลกาภิวัตน์ การสร้างอิทธิพลของประเทศไม่ได้ขึ้นกับกำลังหรือเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แต่ขยายไปสู่วัฒนธรรม ค่านิยม และภูมิปัญญาไทย ประเทศไทยได้ใช้ซอฟต์พาวเวอร์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และภาพลักษณ์ประเทศ ผ่านวัฒนธรรม ศิลปะและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่าง ๆ การจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ช่วยกำหนดแนวทางและขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดผลเป็นรูปธรรม หนึ่งในทรัพยากรวัฒนธรรมที่โดดเด่นคือการแพทย์แผนไทยประยุกต์ เช่น การนวดสมุนไพร ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของไทย การบูรณาการการแพทย์แผนไทยเข้ากับนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ช่วยสร้างแรงดึงดูดในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมเศรษฐกิจและยกระดับภาพลักษณ์วัฒนธรรมไทยในเวทีโลก

บทความนี้วิเคราะห์บทบาทของการแพทย์แผนไทยในบริบทซอฟต์พาวเวอร์ พบว่าการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาไทยร่วมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถเพิ่มอิทธิพลเชิงวัฒนธรรม สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน และสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้ประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การส่งเสริม; การแพทย์แผนไทย; นโยบาย Soft Power

* คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ประเทศไทย
Corresponding Author E-mail: thitirat1115@gmail.com
** หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประเทศไทย
*** คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ ประเทศไทย
**** นักวิชาการอิสระ จังหวัดศรีษะเกษ ประเทศไทย
วันที่รับบทความ: 6 กรกฎาคม 2568 วันที่แก้ไขบทความล่าสุด: 20 ตุลาคม 2568 วันที่อนุมัติตีพิมพ์: 12 พฤศจิกายน 2568

Promoting Applied Thai Traditional Medicine under the Soft Power Policy

Thitirat Laokhompruttajarn[*]
Ananta Rusmee[**]
Jiratchaya Laokhompruttajarn [***]
Kitisak Phonpai [****]

Abstract

In the era of globalization, a country's influence is no longer determined solely by military power or the economy, but also extends to culture, values, and traditional knowledge. Thailand has utilized soft power as a tool to promote the creative economy and enhance its national image through culture, arts, and various creative industries. The establishment of the Soft Power Strategy Committee has helped define directions and implement policies effectively. One of Thailand's notable cultural resources is applied Thai traditional medicine, including massage, herbal remedies, which reflect the country's unique identity and wisdom. Integrating Thai traditional medicine into the soft power policy helps attract health tourism, stimulate the economy, and elevate Thailand's cultural image on the global stage.

This article analyzes the role of Thai traditional medicine within the soft power framework. It finds that applying Thai wisdom alongside the creative economy can enhance cultural influence, support sustainable development, and create economic opportunities for Thailand effectively.

Keywords: Promotion, Thai Traditional Medicine, Soft Power Policy

[*] Faculty of Liberal Arts and Science, Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author E-mail: thitirat1115@gmail.com

[**] Master of Science and Doctor of Philosophy Programs Maejo University, Thailand

[***] Faculty of Nursing, Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand

[****] Independent Scholar, Sisaket Province, Thailand

Received: 6 July 2025 Revised: 20 October 2025 Accepted: 12 November 2025

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 การเปลี่ยนแปลงจากโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีได้ปรับโครงสร้าง “อำนาจ” ระหว่างประเทศจากการพึ่งพากำลังและเศรษฐกิจ ไปสู่มิติทางวัฒนธรรม การศึกษาและค่านิยมทางสังคม แนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) หรือ อำนาจละมุน ที่ Nye (2004) เสนอไว้ว่าเป็น “ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งเดียวกับที่ตนต้องการ โดยอาศัยแรงดึงดูดจากวัฒนธรรม ค่านิยมและนโยบายที่น่าเชื่อถือ” จึงกลายเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคใหม่ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ไม่เพียงสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก แต่ยังเป็นกลไกในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) และทุนทางสังคม (Social Capital) เพื่อเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ การทูตและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตัวอย่างในเอเชียตะวันออกและอาเซียนสะท้อนให้เห็นการใช้วัฒนธรรม อาหารและศิลปะพื้นบ้านเป็นเครื่องมือเชิงนโยบายในการสร้างอัตลักษณ์และอิทธิพลในระดับภูมิภาค (Gallarotti, 2022; Sevin, 2025) ดังนั้น ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) จึงถือเป็นยุทธศาสตร์เชิงรุกในการสร้างอิทธิพลโดยไม่ใช้กำลัง รวมถึงมีการผสานคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ประเทศที่พัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) อย่างมีประสิทธิภาพย่อมมีศักยภาพสูงในการสร้างความร่วมมือและความยั่งยืนในเวทีระดับโลก (Cogan, 2024)

ประเทศไทยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและยกระดับภาพลักษณ์ประเทศในเวทีระดับโลก โดยใช้แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นกลไกหลักในการบูรณาการวัฒนธรรม ทุนมนุษย์และนวัตกรรม เข้ากับเศรษฐกิจดิจิทัลและอุตสาหกรรมบริการ (Creative Economy Promotion [CEA], 2023) แนวทางนี้สะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยทรัพยากรธรรมชาติ สู่การใช้ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน ในปี พ.ศ.2566 รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ (National Soft Power Strategy Committee) เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และบูรณาการนโยบาย Soft Power ของประเทศ โดยเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมผ่าน “Soft Power 5F” ได้แก่ (Food, Film, Fashion, Fight, Festival) เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันในระดับโลก นโยบายดังกล่าวมุ่งเชื่อมโยงวัฒนธรรม เศรษฐกิจและการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ให้สอดประสานกัน เพื่อเสริมอิทธิพลเชิงบวกและสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยอย่างมีเอกลักษณ์ ทั้งยังเป็น “พลังเชิงวัฒนธรรม” ที่สร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ สังคม และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ไทย นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Public Relations Department, 2023)

การแพทย์แผนไทยประยุกต์ เป็นสัญลักษณ์สำคัญของอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย สะท้อนแนวคิดการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม การใช้สมุนไพรและการนวดแผนไทย ซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติ จากองค์การยูเนสโก ในปี พ.ศ. 2562 ดังนั้นการบูรณาการด้านการแพทย์แผนไทยประยุกต์เข้ากับแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ช่วยยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นพลังสร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศ ในเชิงเศรษฐกิจการแพทย์แผนไทยประยุกต์มีบทบาทโดดเด่นในอุตสาหกรรมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะ “การนวดแผนไทย” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความอ่อนโยนและภูมิปัญญาไทยที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2022) ด้านนโยบาย ภาครัฐได้ผลักดันการพัฒนามาตรฐานบริการ การจัดตั้งศูนย์สุขภาพไทย และการส่งออก องค์ความรู้สู่ต่างประเทศ เพื่อเชื่อมโยง

กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสุขภาพ ดังนั้น การแพทย์แผนไทยประยุกต์จึงเป็นกลไกเชิงยุทธศาสตร์ที่บูรณาการวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสาธารณสุข เข้ากับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะ SDG 3 (สุขภาพดี), SDG 8 (เศรษฐกิจมีคุณภาพ) และ SDG 11 (ชุมชนยั่งยืน) เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านสุขภาพเชิงวัฒนธรรมในเวทีโลก (Public Relations Department, 2023)

ดังนั้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์แนวทางและกลไกการส่งเสริมการแพทย์แผนไทยตามนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย โดยมุ่งเสนอแนวคิดเชิงนโยบายที่สามารถยกระดับภูมิปัญญาไทยให้เป็นพลังสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนประเทศ สร้างคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมและสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่ความเป็นผู้นำด้านสุขภาพเชิงวัฒนธรรมในเวทีโลกต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

1. ความหมาย พัฒนาการและมิติของ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) หรือ “อำนาจละมุน” หมายถึง ความสามารถของประเทศในการสร้างอิทธิพลและดึงดูดความสนใจจากประเทศอื่นผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบาย แทนการใช้กำลังทางทหารหรือเศรษฐกิจโดยตรง ซึ่งการใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) มุ่งเน้นการสร้างความเชื่อมั่นและความร่วมมือทางสังคม การศึกษา และเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรม (Nye, 2004)

พัฒนาการของแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เริ่มจากการนิยามโดย (Nye, 2004) ซึ่งเน้นบทบาทของสหรัฐอเมริกาในการสร้างอิทธิพลผ่านวัฒนธรรมและค่านิยม แทนการใช้กำลังทางทหารหรือแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ต่อมาแนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาและต่อยอดให้ครอบคลุมมิติต่าง ๆ เช่น การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) การสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (Nation Branding) และการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Gallarotti, 2022) การพัฒนาแนวคิดนี้สะท้อนให้เห็นว่าซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นเครื่องมือที่สามารถประยุกต์ใช้กับสาขาต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง รวมถึงสุขภาพและการแพทย์ดั้งเดิม เพื่อสร้างอิทธิพลเชิงบวกและเสริมภาพลักษณ์ในเวทีโลก

แนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) สามารถวิเคราะห์ได้จาก มิติสำคัญ 4 ด้าน ซึ่งเป็นกลไกหลักในการสร้างอิทธิพลและดึงดูดความสนใจของต่างประเทศ (Cogan, 2024) ดังนี้

1) วัฒนธรรม (Culture) โดยการส่งออกวัฒนธรรมและภูมิปัญญา เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี อาหาร การออกแบบ รวมถึงการแพทย์ดั้งเดิมและองค์ความรู้สุขภาพ เพื่อสร้างความน่าสนใจและภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศ

2) ค่านิยม (Values) โดยการสร้างอัตลักษณ์และความเชื่อมั่นผ่านค่านิยมสากล เช่น สิทธิมนุษยชน ความเป็นธรรม สุขภาพและความยั่งยืน ซึ่งช่วยสร้างความไว้วางใจและแรงดึงดูดในระดับนานาชาติ

3) นโยบาย (Policy) โดยการกำหนดนโยบายที่สร้างความน่าเชื่อถือและความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเน้นการสนับสนุนความร่วมมือทางวัฒนธรรม การศึกษา และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4) การสื่อสาร (Communication) โดยการประชาสัมพันธ์และสร้างเรื่องเล่าที่สื่อสารถึงคุณค่าและภาพลักษณ์ของประเทศอย่างต่อเนื่องและชัดเจน เพื่อเสริมความเข้าใจและความเชื่อมั่นในระดับสากล

จะเห็นได้ว่า การบูรณาการมิติทั้งสี่ทำให้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นกลไกสำคัญในการดึงดูดความสนใจ สร้างความร่วมมือและเสริมอิทธิพลในเวทีโลก โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยการบังคับหรือความรุนแรง อีกทั้งการทำงานร่วมกันของมิติเหล่านี้ช่วยให้ประเทศสามารถสร้างความร่วมมือเชิงบวกและภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือในระดับสากล

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

แนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) หรือ “อำนาจละมุน” เป็นแนวคิดที่ริเริ่มโดย Nye (2004) เพื่ออธิบายกลไกการสร้างอิทธิพลของประเทศ ผ่านความน่าสนใจทางวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบาย แทนการใช้กำลังทางทหารหรือแรงกดดันทางเศรษฐกิจ แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าประเทศสามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกและดึงดูดความร่วมมือจากต่างประเทศได้โดยการทำให้ประเทศอื่นยอมรับและชื่นชม

พัฒนาการและการต่อยอดทางทฤษฎี ตั้งแต่ Nye (2004) เสนอแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ปัจจุบันนักวิชาการได้ต่อยอดแนวคิดนี้ให้ครอบคลุมหลากหลายมิติ เช่น การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) การสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (Nation Branding) และการบูรณาการกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Gallarotti, 2022; Sevin, 2025) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า Soft Power ไม่ใช่เพียงกลไกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังสามารถประยุกต์ใช้กับสาขาอื่น ๆ เช่น การศึกษา สุขภาพ การแพทย์ดั้งเดิม และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ทฤษฎีและกรอบแนวคิดสำคัญ มีนักวิชาการหลายคนได้เสนอกรอบแนวคิดเพื่ออธิบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในเชิงวิชาการดังนี้

1. ทฤษฎีซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของ Nye (2004) เน้นว่าประเทศสามารถสร้างอิทธิพลโดยอาศัยความน่าสนใจและความเชื่อมั่นของประเทศอื่น แทนการใช้กำลัง

2. ทฤษฎีการส่งผ่านวัฒนธรรม (Cultural Transmission Theory) อธิบายกลไกที่วัฒนธรรม ค่านิยม และความเชื่อถูกถ่ายทอดและยอมรับในระดับสากล (Gallarotti, 2022)

3. แนวคิด Nation Branding และ Economic Integration เน้นการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การส่งออกวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ (Sevin, 2025)

จะเห็นได้ว่า แนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลระหว่างประเทศไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจหรือกำลังทหารเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ค่านิยม นโยบายและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับ การแพทย์แผนไทยประยุกต์ เพื่อสร้าง “ซอฟต์พาวเวอร์ทางสุขภาพ” และขยายอิทธิพลในเวทีระดับโลก

3. การประยุกต์ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ระดับนานาชาติและบทเรียนเชิงสร้างความเชื่อมั่น

ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นเครื่องมือสำคัญที่ประเทศต่าง ๆ ใช้เพื่อสร้างอิทธิพลและความน่าเชื่อถือในเวทีโลกโดยไม่พึ่งพากำลังทางทหารหรือแรงกดดันทางเศรษฐกิจ (Nye, 2004) การประยุกต์ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในระดับนานาชาติมักเกี่ยวข้องกับ การส่งออกวัฒนธรรม การสร้างแบรนด์ประเทศ และการทูตวัฒนธรรม ซึ่งช่วยเพิ่มความร่วมมือและแรงดึงดูดต่อประเทศอื่น ๆ (Cogan, 2024)

ตัวอย่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ ในการประยุกต์ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ได้แก่

1. ประเทศเกาหลีใต้ มีนโยบายใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ผ่าน K-Pop ซีรีส์ และภาพยนตร์ ร่วมกับวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อสร้างอิทธิพลและภาพลักษณ์ประเทศ หน่วยงานอย่าง KOCCA สนับสนุนการผลิตและส่งออกคอนเทนต์ พร้อมจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในต่างประเทศ เช่น Korean Wave Festivals ผลลัพธ์คือ ดึงดูดนักท่องเที่ยว เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจและสร้างความเชื่อถือในเวทีโลก (Gallarotti, 2022)

2. ประเทศญี่ปุ่นใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอิทธิพลและภาพลักษณ์ประเทศ โดยมุ่งเน้นการส่งออก อาหาร เทคโนโลยีและวัฒนธรรมดั้งเดิม ร่วมกับการสร้าง Nation Branding ผ่านหน่วยงานภาครัฐ เช่น Japan Foundation ซึ่งสนับสนุนการจัดเทศกาลวัฒนธรรม นิทรรศการศิลปะ และโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษา เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นสู่ต่างประเทศ โดยนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของญี่ปุ่นเน้นการสื่อสารเชิงบวกและการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศให้ทันสมัยแต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิม ผลลัพธ์คือคนทั่วโลกสนใจเรียนรู้วัฒนธรรมญี่ปุ่นและบริโภคสินค้าและบริการจากประเทศนี้อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังส่งเสริมความร่วมมือทางการศึกษาและวัฒนธรรมกับหลายประเทศ ทำให้ญี่ปุ่นได้รับความชื่นชมและความไว้วางใจในระดับสากล (Sevin, 2025)

3. ประเทศจีน ใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในการสร้างอิทธิพลและภาพลักษณ์ประเทศผ่าน Traditional Chinese Medicine (TCM) วัฒนธรรมจีน ภาษาและการศึกษา รัฐบาลจีนได้จัดตั้ง Confucius Institutes ในต่างประเทศเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมและภาษาจีน พร้อมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจในภูมิปัญญาจีน ซึ่งนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของจีน เน้น Health Diplomacy และการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านความเชี่ยวชาญทางสุขภาพและภูมิปัญญา ผลลัพธ์คือจีนสามารถสร้างความสนใจในภูมิปัญญาและสุขภาพแบบจีน ส่งเสริมความร่วมมือด้านการแพทย์และการศึกษา และเพิ่มอิทธิพลในระดับนานาชาติโดยไม่พึ่งพากำลังทางทหาร ทำให้จีนได้รับการยอมรับและความเชื่อมั่นจากประชาคมโลก (Cogan, 2024)

จะเห็นได้ว่า การประยุกต์ใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในระดับนานาชาติ ถือเป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่ประเทศต่าง ๆ ใช้สร้างอิทธิพลและความเชื่อมั่นโดยไม่พึ่งกำลังทางทหาร ผ่านการส่งออกวัฒนธรรม การสร้างแบรนด์ประเทศและการทูตวัฒนธรรม ซึ่งช่วยเสริมภาพลักษณ์และความร่วมมือระหว่างประเทศ ซึ่งการใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของแต่ละประเทศชี้ให้เห็นว่าการสร้างอิทธิพลเชิงบวกผ่านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา สามารถเสริมความน่าเชื่อถือ ความร่วมมือและพลังทางเศรษฐกิจในระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน

นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย

1. กรอบนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย

ประเทศไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ประเทศ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาความสามารถด้านวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผ่านกลไกต่าง ๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 นโยบาย "ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) 5F" โดยรัฐบาลได้กำหนด 5F เป็นสัญลักษณ์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย (Public Relations Department [PRD], 2023) ดังนี้

1.1.1 Food (อาหารไทย) การส่งเสริมอาหารไทยเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการส่งออก โดยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น เทศกาลอาหารไทยและการสนับสนุนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้และความสนใจจากต่างชาติ

1.1.2 Film (ภาพยนตร์และซีรีส์ไทย): การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และซีรีส์ไทย โดยการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ และการสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ที่สะท้อนวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ไทย เพื่อสร้างการรับรู้และความสนใจจากผู้ชมต่างชาติ

1.1.3 Fashion (แฟชั่นไทย) การพัฒนาและส่งเสริมการออกแบบแฟชั่นไทย โดยการสนับสนุนดีไซเนอร์ไทยและการจัดงานแฟชั่นโชว์ระดับนานาชาติ เพื่อแสดงศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ของไทยในวงการแฟชั่นโลก

1.1.4 Fight (กีฬาและศิลปะการต่อสู้ไทย): การส่งเสริมกีฬาและศิลปะการต่อสู้ไทย เช่น มวยไทย โดยการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติ และการสนับสนุนการฝึกอบรมและการเผยแพร่ศิลปะการต่อสู้ไทยในต่างประเทศ เพื่อสร้างการรับรู้และความสนใจจากผู้ชมต่างชาติ

1.1.5 Festival (เทศกาลไทย): การส่งเสริมเทศกาลและประเพณีไทย เช่น สงกรานต์และลอยกระทง โดยการจัดกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจและความสนใจในวัฒนธรรมไทย

1.2 นโยบาย “ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในการพัฒนา 11 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ของประเทศไทย เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และเผยแพร่อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยสู่ระดับสากล ภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ (Thailand Soft Power Strategy Committee) ซึ่งจัดตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2566 เพื่อผลักดันซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ให้เป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสังคมในระยะยาว โดยมีรายละเอียด (Creative Economy Agency (CEA), 2023) ดังนี้

1.2.1 อาหาร (Food): การส่งเสริมอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในต่างประเทศ

1.2.2 ภาพยนตร์และซีรีส์ (Film & Series): การสนับสนุนการผลิตและเผยแพร่ภาพยนตร์และซีรีส์ไทยในตลาดโลก

1.2.3 แฟชั่น (Fashion): การพัฒนาและส่งเสริมแฟชั่นไทยที่มีเอกลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์

1.2.4 กีฬา (Sports): การส่งเสริมกีฬาไทย เช่น มวยไทย ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

1.2.5 เทศกาล (Festival): การจัดงานเทศกาลไทย เช่น สงกรานต์ และลอยกระทง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเผยแพร่วัฒนธรรมไทย

1.2.6 หนังสือ (Books): การสนับสนุนการผลิตและเผยแพร่หนังสือไทยในต่างประเทศ

1.2.7 การท่องเที่ยว (Tourism): การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่เน้นวัฒนธรรมและประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์

1.2.8 ดนตรี (Music): การสนับสนุนและเผยแพร่ดนตรีไทยในตลาดโลก

1.2.9 เกม (Games): ส่งเสริมผู้พัฒนาเกมไทยและคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์ให้แข่งขันได้ในระดับสากล

1.2.10 ศิลปะ (Arts): การส่งเสริมศิลปะไทย เช่น การแสดงพื้นบ้านและงานศิลปะร่วมสมัย

1.2.11 ออกแบบ (Design): การพัฒนาและส่งเสริมการออกแบบไทยที่มีความคิดสร้างสรรค์และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยได้นำมาประยุกต์ใช้เชิงยุทธศาสตร์ผ่าน นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) 5F (Food, Film, Fashion, Fight, Festival) และ 11 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) รัฐบาลได้จัดตั้ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566) เพื่อบูรณาการความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชน โดยใช้วัฒนธรรมไทยเป็น “สินทรัพย์ทางเศรษฐกิจ” เช่น การส่งเสริมอาหาร มวยไทย แฟชั่น และเทศกาลสงกรานต์ให้เป็นเครื่องมือทางการทูตวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ นอกจากนี้ นโยบายดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น สมุนไพร การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและภาพลักษณ์ประเทศในเวทีโลกอย่างยั่งยืน

2. แนวทางการกำหนดและดำเนินนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

ในบริบทของประเทศไทย ณ ปัจจุบัน นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ถูกผลักดันอย่างชัดเจนโดยรัฐบาลผ่านกรอบนโยบายและกลไกหลายส่วน ดังนี้

2.1 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของประเทศไทย มีรายละเอียดสำคัญ (Creative Economy Agency [CEA], 2023) ดังนี้

2.1.1 เป้าหมายและแนวทางหลัก

ประเทศไทยมองว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถทางเศรษฐกิจ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรมเป็นพลังในการเพิ่มมูลค่าสินค้า บริการ และแบรนด์ไทยในตลาดโลก หน่วยงาน Creative Economy Agency (CEA) จึงถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ พัฒนาทักษะแรงงาน และสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รัฐบาล

ยังมุ่งเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ไทย และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเสริมพลังซอฟต์พาวเวอร์และขยายอิทธิพลของไทยในเวทีโลก

2.1.2 กลไกการปฏิบัติ

2.1.2.1 การจัดตั้งคณะกรรมการด้านนโยบาย เช่น National Creative Economy Policy Committee เพื่อประสานงานและผลักดัน “นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ” อย่างเป็นระบบ

2.1.2.2 การพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Districts) และเมืองแห่งความคิดสร้างสรรค์ (Creative Cities) ซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีการให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมการสร้างสรรค์และนวัตกรรมในระดับท้องถิ่น

2.1.2.3 การร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ผ่านความตกลง (MOU) และเครือข่ายพันธมิตร เพื่อยกระดับธุรกิจสร้างสรรค์ไทยให้มีขีดความสามารถในตลาดโลก

2.1.3 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของไทย ทำให้มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ดังนี้

2.1.3.1 สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างชัดเจน โดยในปี 2023 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยมีมูลค่าถึง 1.44 ล้าน ล้านบาท และมีการจ้างงานจำนวนมาก

2.1.3.2 การยกระดับภาพลักษณ์ไทยในระดับนานาชาติ โดยไทยสามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ได้อย่างชัดเจน ผ่านการใช้วัฒนธรรมไทย งานดีไซน์ ภาพยนตร์ ดนตรีและเทศกาลไทย ในเวทีโลก ทำให้เกิดความสนใจและความชื่นชมจากต่างประเทศ

2.1.3.3 การสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) และ Creative Economy ไม่เพียงสร้างรายได้และงานเท่านั้น แต่ยังเสริมภาพลักษณ์ประเทศ และทำให้ “อัตลักษณ์ไทย” กลายเป็นเครื่องมือในการสร้างอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจในระดับสากล

จะเห็นได้ว่า นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยมุ่งใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรมเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจและเสริมซอฟต์พาวเวอร์ ผ่านการสนับสนุนผู้ประกอบการพื้นที่สร้างสรรค์ และความร่วมมือรัฐ–เอกชน ส่งผลให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีมูลค่า 1.44 ล้าน ล้านบาท ในปี 2023 และช่วยยกระดับอัตลักษณ์ไทยให้เป็นพลังอิทธิพลทางวัฒนธรรมในเวทีโลกอย่างยั่งยืน

2.2 การจัดตั้ง Thailand Soft Power Strategy Committee

รัฐบาลไทยในยุคปัจจุบันมุ่งใช้ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นกลไกสำคัญในการเสริมอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงได้จัดตั้ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งประเทศไทย ในปี 2566–2567 เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ บูรณาการนโยบาย และขับเคลื่อนโครงการที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ มีรายละเอียด (Strategic Transformation Office, 2023) ดังนี้

2.2.1 วัตถุประสงค์หลัก

คณะกรรมการมีบทบาทกำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ของชาติ โดยส่งเสริมศิลปะ ดนตรี แฟชั่น อาหาร การท่องเที่ยว และการแพทย์แผนไทย เพื่อสร้างอิทธิพลเชิงบวกและส่งเสริมการทูตวัฒนธรรม อีกทั้งมุ่งเชื่อมโยงซอฟต์พาวเวอร์กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านการพัฒนานวัตกรรม กิจกรรม และธุรกิจที่ต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมไทยให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจในตลาดโลก

2.2.2 กลไกการดำเนินงาน

คณะกรรมการทำหน้าที่บูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม เพื่อผลักดันโครงการเชิงวัฒนธรรม เช่น เทศกาลไทยในต่างประเทศ การเผยแพร่ศิลปะวัฒนธรรม และสื่อดิจิทัลไทย พร้อมทั้งกำหนดตัวชี้วัดผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการเข้าถึงวัฒนธรรมไทยในระดับนานาชาติ

2.2.3 ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์

การจัดตั้งคณะกรรมการดังกล่าวช่วยให้ประเทศไทยมีกรอบยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ที่ชัดเจนและเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน เสริมอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมในภูมิภาคและระดับโลก ตลอดจนเป็นกลไกสำคัญในการเผยแพร่อัตลักษณ์ไทยอย่างยั่งยืน

จะเห็นได้ว่า คณะกรรมการฯ ถือเป็นกลไกเชิงนโยบายที่เปลี่ยนซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) จาก “แนวคิดทางวัฒนธรรม” ให้กลายเป็น “ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเชิงระบบ” โดยบูรณาการทุกภาคส่วนเข้ามามีบทบาทร่วมกันในการสร้างคุณค่าและอิทธิพลของวัฒนธรรมไทยในเวทีโลกอย่างต่อเนื่อง

1. การขับเคลื่อนอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจตามนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ของไทย

นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศมุ่งสร้างอิทธิพลเชิงบวกโดยไม่ใช้ความรุนแรงผ่านวัฒนธรรม การศึกษา การทูต และการสร้างภาพลักษณ์ ทำให้ต่างประเทศเกิดความสนใจและชื่นชอบในวัฒนธรรม สินค้า และบริการ ตัวอย่างเช่น K-pop ของเกาหลีใต้ หรืออาหารญี่ปุ่น (Cogan, 2024) นอกจากนี้ยังเสริมความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ประเทศ ส่งผลให้เกิดมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวควบคู่กัน ซึ่งประเทศไทยให้ความสำคัญกับ Soft Power เป็นกลยุทธ์สร้างอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจโดยเฉพาะในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ผ่าน คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งประเทศไทย (2566–2567) ที่กำหนดยุทธศาสตร์ ส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม ดนตรี แฟชั่น อาหาร การท่องเที่ยว และแพทย์แผนไทย พร้อมเชื่อมโยง soft power กับมูลค่าทางเศรษฐกิจ หน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน ได้แก่ Creative Economy Agency (CEA) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT) (Public Relations Department [PRD], 2023)

แนวทางขับเคลื่อนประกอบด้วยการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน ภาควิชาการ และประชาสังคม พัฒนาโครงการเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น เทศกาลไทยในต่างประเทศ สื่อดิจิทัล อาหารไทย แฟชั่นไทย และ Wellness Tourism รวมถึงมาตรการสร้างความน่าเชื่อถือ เช่น การรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ และสนับสนุนงานวิจัยยืนยันคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งผลลัพธ์

ของนโยบาย ได้แก่ การเพิ่มความนิยมและภาพลักษณ์ประเทศไทยในต่างประเทศ ขยายตลาดสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเสริมศักยภาพ Soft Power ของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในเวทีโลกอย่างยั่งยืน (Creative Economy Agency [CEA], 2024)

จะเห็นได้ว่า นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทยมุ่งใช้ “วัฒนธรรมไทย” เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเสริมอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมในเวทีโลก ผ่านกรอบ 5F (Food, Film, Fashion, Fight, Festival) และ 11 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ภายใต้การดำเนินงานของ คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ (พ.ศ. 2566–2567) ที่บูรณาการภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ประเทศ นโยบายดังกล่าวเชื่อมโยงกับแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น สมุนไพร การแพทย์แผนไทย และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็น Soft Power เฉพาะทางของไทย สร้างรายได้ การจ้างงานและส่งเสริมภาพลักษณ์ “ความเป็นไทย” ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติอย่างยั่งยืน

แนวคิดและหลักการของการแพทย์แผนไทยประยุกต์

1. แนวคิดการแพทย์แผนไทยประยุกต์ (Integrative Thai Medicine)

การแพทย์แผนไทยประยุกต์ (Integrative Thai Medicine) เป็นการผสมผสานองค์ความรู้จากการแพทย์แผนไทยดั้งเดิมกับวิทยาการสมัยใหม่เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ ฟื้นฟูสมรรถภาพและป้องกันโรคอย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความสมดุลของร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ การแพทย์แผนไทยประยุกต์ไม่เพียงแต่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดกันมา แต่ยังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสุขภาพที่ยั่งยืนและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างมีนัยสำคัญ (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023) ดังนี้

1.1 แนวคิดเชิงองค์รวม (Holistic Approach) โดยการแพทย์แผนไทยประยุกต์มุ่งเน้นการดูแลผู้ป่วยแบบองค์รวม ครอบคลุมร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ (Body-Mind-Spirit) โดยถือว่าความสมดุลของทั้งสามด้านเป็นปัจจัยสำคัญต่อสุขภาพ การรักษาไม่เพียงแค่บรรเทาอาการ แต่ยังส่งเสริมสุขภาพโดยรวมและป้องกันการเกิดโรค

1.2 หลักการบำบัดและการรักษา มีดังนี้

1.2.1 การนวดแผนไทย (Thai Massage / Nuad Thai): ปรับสมดุลพลังงานในร่างกาย กระตุ้นการไหลเวียนเลือด และลดอาการปวดเมื่อย

1.2.2 การใช้สมุนไพร (Herbal Therapy): ใช้สมุนไพรไทยในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ยาต้ม ยาสกัด ยาพอก หรือยาน้ำมัน เพื่อรักษาอาการและเสริมภูมิคุ้มกัน

1.2.3 การบำบัดด้วยจิตใจ (Mind-Body Therapy): การฝึกสมาธิ การหายใจและจิตบำบัด เพื่อสร้างความผ่อนคลาย ลดความเครียด และเสริมภูมิคุ้มกัน

1.3 การบูรณาการองค์ความรู้ (Integrative Approach) โดยการแพทย์แผนไทยประยุกต์รวมองค์ความรู้จากหลายศาสตร์ เช่น แพทย์แผนไทยดั้งเดิม การแพทย์แผนปัจจุบัน และการแพทย์ทางเลือกสากล เพื่อให้การรักษามีความหลากหลาย เหมาะสม และปลอดภัยกับผู้ป่วยแต่ละราย

1.4 การป้องกันและส่งเสริมสุขภาพ (Preventive & Wellness Focus) โดยการวิเคราะห์ภาวะร่างกายและพฤติกรรมสุขภาพ เพื่อแนะนำแนวทางการใช้ชีวิตที่เหมาะสม การส่งเสริมโภชนาการ การออกกำลังกาย การพักผ่อนและการจัดการความเครียด รวมถึงการสร้างแนวทางสุขภาพเชิงป้องกัน ลดความเสี่ยงในการเกิดโรคระยะยาว

1.5 ศักยภาพเชิงเศรษฐกิจและสังคม โดยการแพทย์แผนไทยประยุกต์ไม่เพียงแต่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม แต่ยังมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจ ผ่านอุตสาหกรรมสุขภาพ (Health Industry) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และธุรกิจผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ที่สามารถแข่งขันในตลาดโลก

1.6 การพัฒนามาตรฐานและคุณภาพ โดยการรับรองมาตรฐานการแพทย์และสมุนไพรให้เป็นที่ยอมรับสากล การฝึกอบรมบุคลากรด้านภาษาและทักษะสากล เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและผู้ป่วยต่างชาติ รวมถึงการวิจัยและพัฒนาหลักฐานเชิงวิชาการ เพื่อยืนยันประสิทธิภาพและความปลอดภัย

2. ศักยภาพของการแพทย์แผนไทยประยุกต์ในเศรษฐกิจเชิงสุขภาพ

การแพทย์แผนไทยประยุกต์มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมสุขภาพที่ยั่งยืน โดยสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในระดับสากลได้ผ่าน 3 ด้านหลัก (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023) ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) โดยการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว ที่เน้นสุขภาพ เช่น การเยี่ยมชมสปา การนวดแผนไทยและการใช้สมุนไพรไทย ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ สร้างรายได้และเสริมศักยภาพ Soft Power ของประเทศไทย

2.2 การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สุขภาพ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรไทย เช่น ยาสมุนไพร ครีมบำรุงผิว และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร หากมีคุณภาพและมาตรฐานสากล สามารถขยายตลาด ในประเทศและต่างประเทศได้

2.3 การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร โดยการจัดฝึกอบรมบุคลากรด้านการแพทย์แผนไทยให้มีทักษะทันสมัย รองรับผู้ป่วยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ช่วยยกระดับคุณภาพการบริการและสร้างความน่าเชื่อถือในระดับสากล

3. การบูรณาการการแพทย์แผนไทยประยุกต์กับซอฟต์พาวเวอร์ และเศรษฐกิจเชิงสุขภาพ

การบูรณาการการแพทย์แผนไทยประยุกต์เข้าสู่ระบบสุขภาพสมัยใหม่ถือเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับศักยภาพของประเทศทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และอิทธิพลทางวัฒนธรรม โดยประเทศไทยได้ตระหนักถึงคุณค่าขององค์ความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในฐานะ “ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)” ที่สามารถต่อยอดเป็น Soft Power ด้านสุขภาพ (Health Soft Power) เพื่อสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นในระดับนานาชาติ (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023) ในมิติทางเศรษฐกิจ การแพทย์แผนไทยมิได้เป็นเพียงบริการสุขภาพทางเลือก แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสุขภาพ (Health Economy) ผ่านอุตสาหกรรมสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ การท่องเที่ยว

เชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่ต้องการประสบการณ์การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม การแพทย์แผนไทยจึงกลายเป็นจุดขายของประเทศ ที่ผสานมิติของ “สุขภาพ–เศรษฐกิจ–วัฒนธรรม” เข้าด้วยกันอย่างสมดุล (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023)

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญยังคงอยู่ในด้าน มาตรฐานสากล การวิจัยเชิงประจักษ์ และการพัฒนาทักษะบุคลากร ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานต่อการสร้างความน่าเชื่อถือในตลาดโลก (World Health Organization [WHO], 2013) การขาดระบบรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ การขาดหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ยืนยันประสิทธิภาพ ตลอดจนการขาดบุคลากรที่เข้าใจมิติระหว่างวัฒนธรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ล้วนเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับการแพทย์แผนไทยประยุกต์สู่ระดับนานาชาติ (Protection and Promotion of Traditional Thai Medicinal Intelligence Act, B.E. 2542 (1999)

จะเห็นได้ว่า แนวทางพัฒนาเชิงนโยบายควรมุ่ง ยกระดับการแพทย์แผนไทยจากมรดกวัฒนธรรมสู่สินทรัพย์เศรษฐกิจ (Cultural to Economic Asset) ผ่านการจัดตั้งศูนย์มาตรฐานการแพทย์แผนไทยในระดับสากล การลงทุนในวิจัยและนวัตกรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีมูลค่าสูง และการพัฒนาหลักสูตรบุคลากรให้มีความรู้ด้านเทคโนโลยีและวัฒนธรรมสากล การดำเนินการเช่นนี้ไม่เพียงช่วยยกระดับภาพลักษณ์ประเทศในเวทีโลก แต่ยังสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านอุตสาหกรรมสุขภาพ สมุนไพร และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยในศตวรรษที่ 21

4. กรณีศึกษาและการเปรียบเทียบศักยภาพของไทยในระดับสากล

ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) แนวคิด Soft Power ได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการเสริมอิทธิพลทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของประเทศ โดยมุ่งบูรณาการ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม เข้ากับอุตสาหกรรมสร้างมูลค่า เช่น สื่อบันเทิง แฟชั่น อาหาร และการแพทย์แผนดั้งเดิม การพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ลักษณะนี้ไม่เพียงเผยแพร่อัตลักษณ์ชาติ แต่ยังสร้างรายได้ การจ้างงานและขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจในระดับโลก โดยมีหลายประเทศใช้กลยุทธ์นี้ (Gallarotti, 2022, Cogan, 2024, Sevin, 2025) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1. การเปรียบเทียบกรณีศึกษาของประเทศที่นำแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) มาใช้

ประเทศ / กรณีศึกษา	กลยุทธ์ Soft Power หลัก	แนวทางการพัฒนาและผลลัพธ์	บทเรียนสำคัญ / ปัจจัยความสำเร็จ	การประยุกต์ใช้ในบริบทการแพทย์แผนไทย
เกาหลีใต้ (K-Pop & K-Content)	ใช้อุตสาหกรรมบันเทิงและวัฒนธรรมร่วมสมัย (K-Pop, K-Drama, ความงาม) เป็นศูนย์กลาง Soft Power	- นโยบาย Korean Wave (Hallyu) สนับสนุนสื่อคุณภาพสูงและเชื่อมโยงบันเทิง–เทคโนโลยี–ท่องเที่ยว - ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลขยายสู่ตลาดโลก - สร้างรายได้กว่า 10,000 ล้านดอลลาร์/ปี และเพิ่มนักท่องเที่ยวกว่า 20%	- นโยบายชัดเจนต่อเนื่อง - ลงทุนด้าน R&D และการศึกษา - สร้าง Nation Branding ผ่านนวัตกรรมวัฒนธรรม - รัฐ–เอกชนร่วมมือแน่นแฟ้น	- พัฒนา Thai Wellness Identity โดยใช้แพทย์แผนไทยเป็นศูนย์กลาง เช่น นวดไทย สมุนไพร สปา อาหารสุขภาพ - ผลักดันผ่านสื่อสร้างสรรค์ (ภาพยนตร์/ออนไลน์) - เชื่อมโยงอุตสาหกรรมสุขภาพกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ตารางที่ 1. การเปรียบเทียบกรณีศึกษาของประเทศที่นำแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) มาใช้ (ต่อ)

ประเทศ / กรณีศึกษา	กลยุทธ์ Soft Power หลัก	แนวทางการพัฒนาและผลลัพธ์	บทเรียนสำคัญ / ปัจจัยความสำเร็จ	การประยุกต์ใช้ในบริบทการแพทย์แผนไทย
ญี่ปุ่น (Anime & วัฒนธรรมอาหาร)	ใช้วัฒนธรรมร่วมสมัย (Anime, Manga, Pop Culture) ผสานกับมรดกดั้งเดิม เช่น อาหารญี่ปุ่นและจิตวิญญาณ “Omotenashi”	- นโยบายระดับชาติ *Cool Japan Initiative* ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและการทูตผ่านสื่อและอาหาร - สร้างรายได้กว่า 20,000 ล้านดอลลาร์/ปี - อาหารญี่ปุ่น (*Washoku*) ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกวัฒนธรรมของ UNESCO	- การบูรณาการรัฐ–เอกชนเข้มแข็ง (Public–Private Partnership) - การสร้าง Nation Branding ผ่านคุณภาพและวัฒนธรรม - การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ต่อยอดจากรากวัฒนธรรม	- พัฒนาแนวคิด “Thai Wellness Culture” ให้การแพทย์แผนไทยเป็น “มรดกสุขภาพของโลก” - ผลักดันนวดไทย สมุนไพร และอาหารสุขภาพไทยใน Wellness Tourism - สร้างแบรนด์สากลผ่านมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ และสื่อวัฒนธรรมไทย
จีน (TCM)	ใช้การแพทย์แผนจีนเป็น Soft Power ด้านสุขภาพ ขยายอิทธิพลทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ	- จัดตั้งสถาบัน TCM ในต่างประเทศ >70 แห่ง เพื่อเผยแพร่ความรู้และฝึกอบรมบุคลากร - บรรจุ TCM เข้าสู่ระบบสุขภาพแห่งชาติ - ส่งเสริมวิจัยและสร้างหลักฐานทางวิชาการ รับรองมาตรฐาน WHO - ผลลัพธ์: TCM เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในหลายประเทศ สามารถสร้างรายได้และอิทธิพลเชิงสุขภาพระดับสากล	- มีนโยบายและมาตรฐานระดับชาติชัดเจน - ลงทุนด้านวิจัยและหลักฐานเชิงวิชาการ (Evidence-Based) - สร้างเครือข่ายสถาบันต่างประเทศเพื่อขยาย Soft Power - บูรณาการ TCM เข้ากับระบบสุขภาพสมัยใหม่	- จัดตั้ง Thai Traditional Medicine Institute ในต่างประเทศเพื่อเผยแพร่และฝึกอบรมบุคลากร - พัฒนามาตรฐานและระบบรับรองสากลตาม WHO Traditional Medicine Strategy - ผสานแพทย์แผนไทยเข้ากับ Wellness Tourism และอุตสาหกรรมสุขภาพ - สนับสนุนวิจัยผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้เป็น Evidence-Based และแข่งขันได้ในตลาดสากล
ประเทศไทย (Thai Traditional Medicine)	ใช้การแพทย์แผนไทยเป็น Soft Power ด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ เสริมภาพลักษณ์ประเทศและสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมสุขภาพ	- มีชื่อเสียงด้านนวดไทย สมุนไพร สปา และ Wellness Tourism - อัตลักษณ์ภูมิปัญญาไทยโดดเด่นในระดับนานาชาติ - ผลลัพธ์: ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และส่งเสริมการจ้างงานในชุมชน	- จุดแข็ง: ภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกลักษณ์วัฒนธรรม ความหลากหลายของตำรับยาและการรักษา - จุดอ่อน: ขาดมาตรฐานและการรับรองสากล การวิจัยเชิงวิชาการไม่เพียงพอ บุคลากรขาดทักษะเชิงสากล - ปัจจัยสำคัญ: การบูรณาการรัฐ–เอกชน–ชุมชน สนับสนุน R&D และสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน	- จัดตั้ง Thai Traditional Medicine Institute และศูนย์มาตรฐานเพื่อรับรองคุณภาพและมาตรฐานสากล - ผสานแพทย์แผนไทยเข้ากับ Wellness Tourism และอุตสาหกรรมสุขภาพ - พัฒนางานวิจัยเพื่อสร้าง Evidence-Based Practice - ใช้สื่อดิจิทัลและประชาสัมพันธ์สร้าง Thai Wellness Brand ระดับสากล

จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยสามารถใช้การแพทย์แผนไทยเป็น Soft Power ด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ โดยบูรณาการภูมิปัญญาไทยกับ Wellness Tourism และอุตสาหกรรมสุขภาพ สร้าง Thai Wellness Identity ผ่านมาตรฐานสากล งานวิจัยเชิงประจักษ์ และสื่อสร้างสรรค์ คล้ายกับแนวทางของญี่ปุ่นและจีนที่ใช้วัฒนธรรมและการแพทย์ดั้งเดิมสร้างอิทธิพลระดับโลก และเช่นเดียวกับเกาหลีใต้ที่บูรณาการบันเทิง–เทคโนโลยี–ท่องเที่ยว เพื่อ Soft Power, ไทยสามารถเชื่อมโยงแพทย์แผนไทยกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมสุขภาพเพื่อสร้างรายได้และภาพลักษณ์ประเทศอย่างยั่งยืน

5. ข้อจำกัดและความท้าทายในการพัฒนาการแพทย์แผนไทยสู่ระดับสากล

แม้ว่าการแพทย์แผนไทยจะได้รับการยอมรับในฐานะอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีบทบาทสำคัญในเศรษฐกิจสุขภาพ (Health Economy) ของประเทศ แต่การขับเคลื่อนให้เป็น Soft Power เชิงยุทธศาสตร์ระดับโลก ยังเผชิญกับข้อจำกัดและความท้าทายหลายประการ ดังนี้

5.1 การขาดมาตรฐานการรับรองระดับสากล (Certification & Accreditation) ซึ่งเป็นอุปสรรคหลักต่อการส่งออกผลิตภัณฑ์และบริการไทยสู่ตลาดโลก แม้จะมีระบบรับรองในประเทศ เช่น การรับรองสถานประกอบการนวดไทยหรือผลิตภัณฑ์สมุนไพรบางประเภท แต่ยังไม่เทียบเท่ามาตรฐานขององค์การอนามัยโลก (WHO), ISO หรือระบบ GMP ที่ใช้ในระดับสากล ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพไทยจำนวนมากไม่สามารถเข้าสู่ตลาดยุโรปหรืออเมริกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023)

5.2 ข้อจำกัดด้านบุคลากรและทักษะสากล บุคลากรด้านการแพทย์แผนไทยส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ แต่ยังขาดความสามารถด้านภาษาอังกฤษและทักษะการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้การให้บริการ การวิจัยร่วมหรือการถ่ายทอดองค์ความรู้ในต่างประเทศยังมีขอบเขตจำกัด (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023) ความท้าทายนี้ทำให้การสร้างภาพลักษณ์ระดับนานาชาติและการเชื่อมโยงกับตลาดโลกยังไม่เกิดขึ้นอย่างเต็มศักยภาพ

5.3 การแข่งขันจากประเทศที่มีซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ทางสุขภาพแข็งแกร่ง เช่น จีนซึ่งใช้ Traditional Chinese Medicine (TCM) เป็นเครื่องมือทางการทูตสุขภาพ (Health Diplomacy) ผ่านการจัดตั้งสถาบัน TCM กว่า 70 แห่งทั่วโลก และอินเดียซึ่งใช้ Ayurveda เป็นยุทธศาสตร์ระดับชาติภายใต้ Ministry of AYUSH ประเทศเหล่านี้มีระบบการศึกษา การวิจัย และการรับรองผลิตภัณฑ์ครบวงจร ส่งผลให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและอิทธิพลทางวัฒนธรรมได้อย่างต่อเนื่อง (Chaziza, 2019) ในขณะที่ไทยยังขาดกลไกแบบบูรณาการเช่นเดียวกัน

5.4 การขาดการบูรณาการระหว่างภาครัฐ เอกชน และภาคการศึกษา แม้ว่ารัฐบาลจะกำหนดยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงพาณิชย์ ยังดำเนินการแยกส่วน ทำให้ขาดกลไกกลางในการกำหนดมาตรฐานและกำกับการขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ (Damnoensawat et al., 2025)

5.5 การขาดฐานข้อมูลและงานวิจัยเชิงประจักษ์ (Evidence-Based Practice) ที่สามารถเทียบมาตรฐานสากลได้ โดยเฉพาะการวิจัยเชิงทดลองทางคลินิก (Clinical Trial) ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญในการรับรองจากองค์การอนามัยโลก (WHO GMP) และตลาดยาในยุโรปหรือสหรัฐอเมริกา ความอ่อนแอด้านงานวิจัยทำให้ภูมิปัญญาไทยยังถูกมองว่าเป็น “การแพทย์ทางเลือก” มากกว่าการแพทย์ที่มีฐานวิทยาศาสตร์รองรับ (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023)

จะเห็นได้ว่า การยกระดับการแพทย์แผนไทยให้เป็นซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เชิงเศรษฐกิจสุขภาพ จำเป็นต้องสร้างระบบนิเวศที่ครบวงจร ตั้งแต่การพัฒนามาตรฐาน การวิจัยนวัตกรรม การพัฒนาทักษะบุคลากร ไปจนถึงการสร้างแบรนด์สุขภาพไทย (Thai Wellness Brand) ที่มีภาพลักษณ์ชัดเจนและได้รับการยอมรับในระดับโลก

6. การแพทย์แผนไทยประยุกต์กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

การแพทย์แผนไทยประยุกต์ถือเป็นหนึ่งในทรัพยากรทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถเชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืนได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะใน สามเป้าหมายหลักของ SDGs ได้แก่ SDG 3, SDG 8 และ SDG 11 ซึ่งสะท้อนการบูรณาการด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และชุมชนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้

6.1 SDG 3: สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Good Health and Well-being) โดยการแพทย์แผนไทยประยุกต์ สนับสนุนการเข้าถึงบริการสุขภาพอย่างทั่วถึงและครอบคลุม โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบท ซึ่งบริการแพทย์แผนปัจจุบันยังไม่เพียงพอ การใช้สมุนไพรและภูมิปัญญาท้องถิ่นช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านการรักษา และเสริมสร้างสุขภาวะองค์รวม ทั้งทางกาย จิตใจ และสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายย่อย SDG 3.8 (การเข้าถึงบริการสุขภาพถ้วนหน้า: Universal Health Coverage) โดยในระดับประเทศ กระทรวงสาธารณสุขได้บรรจุการแพทย์แผนไทยในระบบหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (UHC) เช่น บริการนวดไทยเพื่อบำบัดอาการปวดกล้ามเนื้อและการใช้ยาสมุนไพรแทนยาปฏิชีวนะในบางกรณี (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023) ขณะที่ในระดับโลก การส่งเสริม “Thai Massage” และ “Thai Spa” ยังได้รับการยอมรับจากองค์การยูเนสโก (UNESCO, 2019) ว่าเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีบทบาทด้านสุขภาวะของมนุษย์ ตัวอย่างเช่น ศูนย์การแพทย์แผนไทยวัดโพธิ์ กรุงเทพฯ ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติที่เข้ามารับบริการกว่า 20,000 คนต่อปี สร้างทั้งรายได้และภาพลักษณ์ด้านสุขภาพไทยบนเวทีโลก

6.2 SDG 8: การเติบโตทางเศรษฐกิจและการจ้างงานที่มีคุณค่า (Decent Work and Economic Growth) โดยภายใต้กรอบ เศรษฐกิจเชิงสุขภาพ (Health Economy) และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) การแพทย์แผนไทยถือเป็น “Soft Power เชิงเศรษฐกิจ” ที่สร้างรายได้มหาศาลจากอุตสาหกรรมสมุนไพร สปา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) สอดคล้องกับ SDG 8.2 (ส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมและการเพิ่มผลิตภาพ) และ SDG 8.9 (พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) ซึ่งข้อมูลจากสำนักส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency (CEA), 2024) ระบุว่า อุตสาหกรรมสปาและการแพทย์แผนไทยสร้างรายได้กว่า 40,000 ล้านบาทต่อปี และจ้างงานกว่า 300,000 คนทั่วประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และกระบี่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย เช่น ฟ้าทะลายโจร เหงือกปลาหมอ และไพล ยังเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจใหม่ ตัวอย่างเช่น โครงการ “Thai Herbal Valley” จังหวัดเชียงใหม่ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรส่งออกกว่า 50 รายการ โดยร่วมมือกับภาคเอกชนและมหาวิทยาลัย สร้างงานและรายได้ให้ชุมชนกว่า 200 ครัวเรือน (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023)

6.3 SDG 11: เมืองและชุมชนที่ยั่งยืน (Sustainable Cities and Communities) โดยการแพทย์แผนไทยประยุกต์มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ SDG 11.4 (การปกป้องและส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของโลก) และ SDG 11.a (การบูรณาการการพัฒนาเมืองและชนบท) (Creative Economy Agency (CEA), 2024) ซึ่งการส่งเสริมศูนย์การเรียนรู้สมุนไพรในชุมชน โรงเรียนแพทย์แผนไทยท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร ทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ข้ามรุ่น สร้างการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น และป้องกันการสูญหายของภูมิปัญญาไทย

นอกจากนี้ การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น “หมู่บ้านนวดไทย” หรือ “หมู่บ้านสมุนไพร” ยังเป็นรูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืน ตัวอย่างเช่น หมู่บ้านสมุนไพรบ้านดงบัง จังหวัดปราจีนบุรี เป็นพื้นที่ต้นแบบการพัฒนาเศรษฐกิจสุขภาพระดับชุมชน ผ่านการปลูกสมุนไพร การผลิตน้ำมันไพล และการบริการนวดไทยเชิงวัฒนธรรม สร้างรายได้เสริมเฉลี่ยครัวเรือนละกว่า 50,000 บาทต่อปี (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, 2023)

จะเห็นได้ว่า การแพทย์แผนไทยจึงเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยง มิติสุขภาพ–เศรษฐกิจ–วัฒนธรรม–ชุมชน เข้าด้วยกันอย่างสอดคล้องกับกรอบ SDGs ทั้งสามข้อ การผลักดันการแพทย์แผนไทยให้สอดคล้องกับนโยบาย Thailand Soft Power Strategy (2566-2567) จะช่วยให้ไทยสามารถสร้างอิทธิพลเชิงบวกต่อสังคมโลก ขณะเดียวกันก็สร้างการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่มีความยั่งยืนในระยะยาว โดยเฉพาะ หากสามารถยกระดับมาตรฐาน การวิจัยและการสร้างแบรนด์สุขภาพไทยให้ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

บทวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่าง “แนวคิดทฤษฎี” และ “การประยุกต์ใช้จริงของประเทศไทย”

สำหรับบทวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ระหว่าง “แนวคิดทฤษฎี” และ “การประยุกต์ใช้จริงของประเทศไทย” ในการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ทางการแพทย์แผนไทยประยุกต์ โดยใช้กรอบทฤษฎี 3 แนว ได้แก่ Soft Power Theory, Cultural Transmission Theory และ Sustainable Development Theory ดังแสดงในตารางที่ 2 นี้

ตารางที่ 2. บทวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างทฤษฎีกับการประยุกต์ใช้จริงของประเทศไทย

กรอบแนวคิด/ทฤษฎี	สาระสำคัญของทฤษฎี	การประยุกต์ใช้ในบริบทการแพทย์แผนไทย	การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ / ข้อสังเกต
1. Soft Power Theory (Nye, 2004)	Soft Power คือ “อำนาจโน้มน้าวใจโดยไม่ใช้กำลัง” ผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่น่าดึงดูด เพื่อสร้างอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการเมืองในระดับโลก	ไทยใช้ *การแพทย์แผนไทย* เป็นเครื่องมือ Soft Power โดยเฉพาะการนวดไทย สมุนไพร และสปา ผ่านโครงการ “Thai Wellness”, “Amazing Thailand Health & Wellness Tourism”	- ไทยประสบความสำเร็จในการสร้างภาพลักษณ์เชิงวัฒนธรรมที่โดดเด่น แต่ - ยังขาดการสร้าง “Brand Identity” ที่เชื่อมโยงกับคุณค่าทางสุขภาพระดับโลก เช่น ความปลอดภัย มาตรฐาน WHO และนวัตกรรมสมุนไพร

ตารางที่ 2. บทวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างทฤษฎีกับการประยุกต์ใช้จริงของประเทศไทย (ต่อ)

กรอบแนวคิด/ทฤษฎี	สาระสำคัญของทฤษฎี	การประยุกต์ใช้ในบริบทการแพทย์แผนไทย	การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ / ข้อสังเกต
2. Cultural Transmission Theory (Herskovits, 1948)	วัฒนธรรมและองค์ความรู้สามารถถ่ายทอดและคงอยู่ได้ผ่าน “ระบบการเรียนรู้และการสื่อสารระหว่างรุ่น”	ไทยมีการสืบทอดภูมิปัญญาแพทย์แผนไทยผ่านชุมชน ครูหมอ และสถาบันการศึกษา เช่น ม.มหิดล ม.นเรศวร รวมถึงการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์แพทย์แผนไทยและหลักสูตรระหว่างประเทศ	- ไทยสามารถอนุรักษ์องค์ความรู้ได้ดี แต่ - ยังขาดระบบ “Digital Knowledge Transfer” และการบันทึกองค์ความรู้เชิงมาตรฐาน (Standardized Knowledge Repository) ทำให้ความรู้ท้องถิ่นยังไม่เชื่อมโยงกับการวิจัยสมัยใหม่
3. Sustainable Development Theory (WCED, 1987; UNDP, 2015)	การพัฒนาที่ยั่งยืนหมายถึง “การตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบันโดยไม่ทำลายความสามารถของคนรุ่นต่อไปในการตอบสนองความต้องการของตนเอง” ครอบคลุม 3 มิติ: เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	ไทยพยายามเชื่อมโยงการแพทย์แผนไทยกับ SDG 3 (สุขภาพดี), SDG 8 (เศรษฐกิจและงานที่มีคุณค่า), SDG 11 (เมืองและชุมชนยั่งยืน) ผ่านนโยบาย “เมืองสมุนไพร” และ “เศรษฐกิจสุขภาพสร้างสรรค์”	- มีความสอดคล้องเชิงนโยบายในระดับแผนยุทธศาสตร์ชาติ แต่ - ยังขาดระบบประเมินผลลัพธ์ความยั่งยืน (Sustainability Indicators) เช่น การใช้สมุนไพรอย่างอนุรักษ์ หรือผลกระทบต่อเศรษฐกิจฐานราก

การบูรณาการระหว่างการแพทย์แผนไทยประยุกต์และนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

สำหรับบทวิเคราะห์เชิงนโยบายเกี่ยวกับ นโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของประเทศไทย และการบูรณาการระหว่างการแพทย์แผนไทยประยุกต์กับนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในประเด็นเชิงนโยบาย ข้อจำกัด และข้อเสนอเชิงปฏิบัติ มีดังนี้

1. สถานภาพนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ของไทย

รัฐบาลไทยในช่วงหลังได้ยกระดับซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) เป็นวาระเชิงนโยบายระดับชาติ โดยจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์ (National Soft Power Strategy Committee) และกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายหลายด้าน เพื่อใช้วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ประเทศ นโยบายนี้ผสานกับกรอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และมียุทธศาสตร์ส่งเสริมทั้งสื่อบันเทิง อาหาร การท่องเที่ยวและกิจการสุขภาพ ซึ่งสะท้อนแนวคิดการวางแบรนด์ชาติและการขับเคลื่อนผ่านหน่วยงานหลายภาคส่วน ซึ่งเหตุผลเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในระดับชาติเห็นเป็นช่องทางสร้างรายได้ เช่น tourism & creative exports และเป็นกลยุทธ์ฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิด-19 จึงมีการจัดสรรงบประมาณและแผนปฏิบัติการระยะสั้น–กลาง เพื่อผลักดันกิจกรรมเหล่านี้ (Public Relations Department [PRD], 2023)

2. ความเชื่อมโยงเชิงกลยุทธ์ระหว่างการแพทย์แผนไทยกับ Soft Power

การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine: TTM) เป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงในการเป็น Soft Power ด้านสุขภาพ (Health Soft Power) เพราะเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร แพ็กเกจรีทรีต และบริการสปา/นวดไทย ซึ่งสามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจและการรับรู้แบรนด์ประเทศได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ความสามารถของ TTM ในการสร้างประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม (experiential cultural diplomacy) ทำให้เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมสำหรับการสื่อสารคุณค่าประเทศในระดับนานาชาติ (Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. , 2023)

3. ช่องว่างเชิงนโยบายและอุปสรรคที่ต้องจัดการ

แม้ศักยภาพสูง แต่การแปลง TTM ให้เป็น Soft Power เชิงยุทธศาสตร์ระดับโลกเผชิญอุปสรรคสำคัญหลายประการ (Office of the National Economic and Social Development Council [NESDC], 2024; Public Relations Department [PRD], 2023) ดังนี้

3.1 มาตรฐานและการรับรองสากลยังไม่สมบูรณ์ โดยการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศต้องการมาตรฐาน GMP/ISO และกรอบการรับรองที่สอดคล้องกับแนวทาง WHO Traditional Medicine Strategy แต่ไทยยังขาดศูนย์กลางการรับรองเชิงสากลสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ TTM ซึ่งจำกัดช่องทางการค้าและความน่าเชื่อถือในต่างประเทศ

3.2 การประสานงานเชิงนโยบายยังเป็นแบบขนาน โดยหน่วยงานด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สาธารณสุข และการค้า มักดำเนินมาตรการที่ไม่บูรณาการ ทำให้สูญเสียโอกาสการออกแบบแพ็กเกจนโยบายแบบครบวงจร (standards ⟶ R&D ⟶ market ⟶ diplomacy).

3.3 ขาด R&D และฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ — งานวิจัยคลินิกและหลักฐานเชิงวิทยาศาสตร์ (evidence-based) เป็นเงื่อนไขสำคัญในการได้รับการยอมรับจากชาติตะวันตกและตลาดสากล งานวิจัยและการทดสอบมาตรฐานยังต้องเพิ่มทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

3.4 การแข่งขันจากผู้เล่นระดับภูมิภาค ประเทศที่มีการแพทย์ดั้งเดิมเข้มแข็ง เช่น การแพทย์แผนจีน, Ayurveda ลงทุนในสถาบันต่างประเทศ มาตรฐานและการทูตทางสุขภาพ ทำให้ไทยต้องเร่งปิดช่องว่างทั้งด้านมาตรฐานและการตลาด

4. แนวทางเชิงนโยบายเพื่อบูรณาการการแพทย์แผนไทยกับ Soft Power (ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์) ต่อไปนี้เป็นข้อเสนอเชิงนโยบายที่เป็นระบบ (จากระดับนโยบายสู่ปฏิบัติ) เพื่อยกระดับ TTM ให้เป็นส่วนสำคัญของนโยบาย Soft Power (Public Relations Department [PRD], 2023) ดังนี้

4.1 จัดตั้งศูนย์กลางมาตรฐานและการรับรองระดับชาติ (Thai TTM Standards Hub)

4.1.1 มีหน้าที่กำหนดมาตรฐาน GMP/GHP สำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรและบริการ (สปา/คลินิก), ออกระบบการรับรองสถานประกอบการ และทำงานร่วมกับ WHO/ASEAN เพื่อการยอมรับระหว่างประเทศ

4.1.2 ผลคาดหวัง: เพิ่มทางผ่านการค้าและความน่าเชื่อถือระหว่างประเทศ

4.2 เพิ่มงบสนับสนุน R&D แบบบูรณาการ (clinical trials + value-chain innovation)

4.2.1 จัดทุนวิจัยร่วม (public–private–academic) เพื่อทดสอบตำรับหลักแยกสารสำคัญ และประเมินความปลอดภัย/ประสิทธิผลตามมาตรฐานสากล.

4.2.2 ผลคาดหวัง มีหลักฐานรองรับการตลาดเชิงวิทยาศาสตร์ และเปิดทางสู่ทะเบียนยา/ผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ.

4.3 สร้างแบรนด์ระดับชาติ “Thai Wellness” ภายใต้กรอบซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)

4.3.1 ผสานเรื่องราววัฒนธรรม (narrative) กับมาตรฐานวิทยาศาสตร์ในแคมเปญสื่อระดับโลก (content + certification label) เพื่อสื่อสารความปลอดภัยและคุณค่าเชิงประสบการณ์

4.3.2 ผลคาดหวัง: เพิ่มการรับรู้เชิงบวกและมูลค่าทางการตลาด เช่น การดึงนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (high-value tourists)

4.4 บูรณาการนโยบายแบบ Whole-of-Government & Public–Private Partnerships โดยการตั้งหน่วยงานคณะกรรมการขับเคลื่อนข้ามกระทรวงที่มี KPI ชัดเจน (มาตรฐาน, การวิจัย, การตลาด, การทูตสุขภาพ) เพื่อทำงานร่วมกับภาคเอกชนและชุมชน

4.5 พัฒนาทุนมนุษย์และทักษะสากล โดยหลักสูตรฝึกอบรมภาษา การสื่อสารวัฒนธรรม การจัดการบริการสุขภาพสากล และการรับรองวิชาชีพสำหรับแพทย์แผนไทย/ผู้ให้บริการสปาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

4.6 ใช้การทูตสุขภาพ (Health Diplomacy) เป็นเครื่องมือโปรโมท โดยการส่งเสริม Institute/Center ที่ให้การฝึกอบรม TTM ในต่างประเทศ และสอดประสานกับสำนักงานการต่างประเทศ/การค้า เพื่อเปิดตลาดและเชื่อมโยงกับความร่วมมือทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ.

5. ข้อสังเกตเชิงบริบทและความยั่งยืน

5.1 การผลักดัน TTM ในฐานะ Soft Power ต้องรักษาสมดุลระหว่าง การค้า–การอนุรักษ์–คุณภาพเชิงวิชาการ (เช่น การจัดการทรัพยากรสมุนไพรเชิงยั่งยืน) มิฉะนั้นจะเกิดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรหรือการทำลายความน่าเชื่อถือ

5.2 การประเมินผล (metrics) ควรรวมตัวชี้วัดเชิงวัฒนธรรม (ระดับการรับรู้ Engagement) เศรษฐกิจ (รายได้ จ้างงาน) และสุขภาพ (การเข้าถึงบริการ, ผลลัพธ์ด้านสุขภาพ) เพื่อให้เห็นภาพผลกระทบเชิงนโยบายอย่างชัดเจน

บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. บทสรุปเชิงสังเคราะห์

การแพทย์แผนไทยประยุกต์เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สามารถเชื่อมโยงกับสุขภาพ เศรษฐกิจ และชุมชนอย่างบูรณาการ สอดคล้องกับ SDG 3, SDG 8 และ SDG 11 โดยสามารถสร้าง Soft Power เชิงสุขภาพของไทย ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสมุนไพร สปา และ Wellness Tourism สร้างรายได้และการจ้างงาน พร้อมส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนามาตรฐาน การวิจัยเชิงประจักษ์ และการสร้างแบรนด์สุขภาพไทย (Thai Wellness Brand) เป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับการแพทย์แผนไทยสู่เวทีสากลและสร้างความยั่งยืนเชิงเศรษฐกิจ–สังคม

2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

2.1 พัฒนามาตรฐานและการรับรองสากล โดยการจัดตั้งศูนย์มาตรฐานการแพทย์แผนไทยและสนับสนุนการรับรองผลิตภัณฑ์และบริการตามเกณฑ์ WHO, ISO และ GMP เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตลาดโลก

2.2 ส่งเสริมงานวิจัยและหลักฐานเชิงประจักษ์ โดยการเพิ่มงบประมาณ R&D และสนับสนุนงานวิจัยทางคลินิกและนวัตกรรมสมุนไพรไทย เพื่อยกระดับ Evidence-Based Practice

2.3 พัฒนาบุคลากรเชิงสากล โดยการสร้างหลักสูตรการแพทย์แผนไทยแบบบูรณาการกับวิทยาศาสตร์สุขภาพ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรม และเทคโนโลยีดิจิทัล พร้อมเปิดโอกาสฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนระดับนานาชาติ

2.4 สร้างแบรนด์สุขภาพไทย (Thai Wellness Brand) โดยการบูรณาการการแพทย์แผนไทยเข้ากับท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สื่อสร้างสรรค์ และประชาสัมพันธ์ระดับสากล เพื่อสร้างภาพลักษณ์และ Soft Power ของไทยอย่างยั่งยืน

2.5 ส่งเสริมความร่วมมือแบบบูรณาการ โดยการเชื่อมโยงภาครัฐ เอกชน และภาคการศึกษา เพื่อสร้างระบบนิเวศสุขภาพเชิงสร้างสรรค์ (Health & Wellness Ecosystem) ที่สนับสนุนการขยายตลาดและอิทธิพลทางวัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

Chaziza, M. (2019, November 12). *China's outbound tourism as a soft power tool in the Middle East. Middle East Institute*. https://mei.edu/publication/chinas-outbound-tourism-soft-power-tool-middle-east/

Cogan, M. S. (2024). Thailand's new soft power focus and the makings of a paradox. *Asian Affairs: An American Review*, 51(2), 90–116. https://doi.org/10.1080/00927678.2024.2333684

Creative Economy Agency (Public Organization). (2024). *Annual action plan for fiscal year 2024.* https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2567/o8_ActionPlan_2567.pdf

Damnoensawat, W., Buntuchai, G., & Nambun, S. (2025). Evaluating Thai traditional medicine health promotion program, Lampang Province: 3S Anti-Aging [in Thai]. *Journal of Thai Traditional and Alternative Medicine*, 23(2), 301–317. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JTTAM/article/view/275709

Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. (2022). *Five-year action plan of the Department of Thai Traditional and Alternative Medicine (2023–2027)* [In Thai]. https://www.dtam.moph.go.th/publications/43603/

Department of Thai Traditional and Alternative Medicine. (2023). *Thai public health report on Thai traditional medicine, folk medicine, and alternative medicine*, [2012–2025] [in Thai].

Gallarotti, G. M. (2022). Esteem and influence: soft power in international politics. *Journal of Political Power*, 15(3), 383–396. https://doi.org/10.1080/2158379X.2022.2135303

Herskovits, M. J. (1948). *Man and his works: The science of cultural anthropology*. Alfred A. Knopf.

Nye, J. S., Jr. (2004). *Soft power: The means to success in world politics.* PublicAffairs.

Protection and Promotion of Traditional Thai Medicinal Intelligence Act, B.E. 2542 (1999). (1999). *Royal Thai Government Gazette*, 116.

Office of the Creative Economy Promotion. (2023). *Creative economy situation report of Thailand.* Bangkok, Thailand: Office of the Creative Economy Promotion.

Office of the National Economic and Social Development Council. (2024). *Project on the development of statistical systems and indicators for national strategy-based public administration*. Bangkok: Chulalongkorn University Academic Service Center.

Protection and Promotion of Traditional Thai Medicinal Intelligence Act, B.E. 2542 (1999). (1999). *Royal Thai Government Gazette*, 116.

Public Relations Department. (2023, March 10). *Soft power (5F) of Thailand attracts tourists. Thailand.go.th*. https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/001_02_070

Sevin, E. (2025). Unpacking soft power for cities: A theoretical approach. *Place Branding and Public Diplomacy*, 21(1), 106–115. https://doi.org/10.1057/s41254-024-00342-9.

UNESCO. (2019). *Decision of the Intergovernmental Committee: 14.COM 10.B.37 [Inscription of Nuad Thai, traditional Thai massage on the Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity].* https://ich.unesco.org/en/decisions/14.COM/10.B.37

United Nations Development Programme. (2015). *Human development report 2015: Work for human development*. New York: United Nations Development Programme.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our common future.* Oxford University Press.

World Health Organization. (2013). *WHO traditional medicine strategy: 2014–2023.* https://iris.who.int/handle/10665/92455.