

RESEARCH FOCUS

บทความวิจัยสำหรับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและกรรมการ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 (กุมภาพันธ์ 2567)



Soft Power



- ★ แนวทางการผลิตสารคดีเพื่อเป็นซอฟต์แวร์ไทยสำหรับเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศ
- ★ การศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี
- ★ ซอฟต์แวร์ไทยพวน: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย
- ★ การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร
- ★ อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงวัยของชุมชนบ้านโนนเขวาอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ



กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

คำนำ

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นหน่วยงานสนับสนุนการปฏิบัติงานของฝ่ายนิติบัญญัติ ในส่วนของภารกิจด้านการวิจัยรับผิดชอบโดยกลุ่มงานวิจัยและพัฒนาสำนักวิชาการ ปฏิบัติหน้าที่ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการศึกษาวิจัยและการเผยแพร่ข้อมูลการวิจัยในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อวงงานรัฐสภาและสาธารณชน จากบทบาทและหน้าที่ดังกล่าว กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาจึงได้พิจารณาคัดเลือกผลงานวิจัยด้านการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจและสังคม โดยนำเสนอในรูปแบบบทความวิจัย ทั้งนี้ เพื่อให้ผลงานวิจัยเป็นกลไกสำคัญด้านวิชาการและมีการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างทั่วถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งประโยชน์ในการสนับสนุนการปฏิบัติงานให้กับสภาผู้แทนราษฎร และภารกิจงานของคณะกรรมการธิการต่าง ๆ ที่มีบทบาทหน้าที่ในการพิจารณา ร่างกฎหมาย ควบคุมการบริหารราชการแผ่นดิน และการพิจารณาศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องตามบทบาทหน้าที่ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ซึ่งบทบาทในแต่ละด้านจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลทางวิชาการและผลงานวิจัยเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงประกอบการพิจารณา อันจะส่งผลสำคัญต่อการตัดสินใจในการทำหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล และมีความถูกต้องตามหลักวิชาการ

จากความสำคัญดังกล่าว กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาจึงได้จัดทำ Research Focus (บทความวิจัยสำหรับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและกรรมการธิการ) ขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อวงงานรัฐสภาและเป็นข้อมูลที่สำคัญที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า วิจัยอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถเป็นข้อมูลสนับสนุนการปฏิบัติงานให้แก่สมาชิกรัฐสภา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร คณะกรรมการ บุคคลในวงงานรัฐสภา รวมถึงประชาชนผู้สนใจทั่วไป โดยนำเสนอในรูปแบบของบทความวิจัยที่มุ่งเน้นความถูกต้อง ครบถ้วน กระชับและเข้าใจง่าย พร้อมมีบทสรุปและการวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรัฐสภาไปปรับใช้ได้ตรงตามความต้องการ และเพื่อประโยชน์ในการปฏิบัติงานด้านนิติบัญญัติต่อไป

กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา
สำนักวิชาการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

แนวทางการผลิตสารคดีเพื่อเป็นซอฟต์แวร์ไทย สำหรับเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศ

วิจัยโดย ประพันธ์ สุวิศาลกุล และสุภารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทรวัดนากุล
เรียบเรียงโดย วิลาสิณี ฉายรัตน์ตระกูล
วิทยาการชำนาญการ

“การผลิตสารคดีนั้นเป็นหนึ่งในการผลิตซอฟต์แวร์ไทย หรืออำนาจละมุน ผ่านแนวคิด 5 F ของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา คือ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) และเป็น 1 ใน 8 อุตสาหกรรมเป้าหมายของรัฐบาล นายเศรษฐา ทวีสิน ที่จะผลักดัน Thailand Creative Content Agency (THACCA)”

บทนำ

คำว่า “Soft Power” หมายถึง “อำนาจละมุน” เป็นทฤษฎีอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ริเริ่มใช้โดยศาสตราจารย์โจเซฟ ไนย์ (Joseph S. Nye) อาจารย์มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ซึ่งหมายความถึงความสามารถในการชักจูงให้ผู้อื่นมีความพึงพอใจหรือเต็มใจเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ยอมรับ และคล้อยตามสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อำนาจ โดยปราศจากการคุกคามหรือการแลกเปลี่ยนสิ่งใด ซึ่งแตกต่างจาก “Hard Power” หรือ “อำนาจเชิงบังคับ” อาทิ การใช้อำนาจทางการทหารและการใช้อำนาจทางเศรษฐกิจเพื่อคุกคามผู้อื่น

ประชาคมระหว่างประเทศสามารถนำ Soft Power มาใช้สร้างภาพลักษณ์ที่ดีและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศได้ หากกล่าวถึงประเทศในภูมิภาคเอเชียที่ประสบความสำเร็จในการนำ Soft Power มาใช้ อาทิ 1) เกาหลีใต้ได้ส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมบันเทิง ได้แก่ ซีรีส์ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ และดนตรี K-Pop และ 2) ญี่ปุ่นกำหนดยุทธศาสตร์ Cool Japan ในการส่งออกนิเมะ การ์ตูน เกม อาหาร รวมทั้งมีการจัดตั้งโครงการส่งเสริมการเผยแพร่คอนเทนต์สู่ต่างประเทศและการปรับคอนเทนต์ให้เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น (Japan Localization and Promotion: JLOP) ที่ให้การสนับสนุนเงินช่วยเหลือเพื่อประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์ของญี่ปุ่น และโครงการสนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการบุกเบิกช่องทางการค้าในต่างประเทศ ด้วยการสร้างทีมโปรดิวเซอร์ที่มีความรู้ความเข้าใจในความต้องการตลาดและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนท้องถิ่น (Japan Brand Produce) ร่วมกับผู้ประกอบการ SMEs

ในส่วนของรัฐบาลไทยได้วางแนวนโยบายขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ นโยบายการส่งเสริม

การใช้อำนาจละมุน (Soft Power) ตามแนวทาง 5F ได้แก่ 1) อาหาร (Food) 2) แฟชั่น (Fashion) 3) ภาพยนตร์ (Film) 4) ศิลปะการต่อสู้ไทย (Fighting) และ 5) เทศกาลประเพณี (Festival) ในสองมิติ คือ 1) มิติเศรษฐกิจ สร้างรายได้จากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และ 2) มิติการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย ดังนั้น การขับเคลื่อนแนวทางการผลิตสารคดีเพื่อเป็นซอฟต์แวร์ไทย สำหรับเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศ จึงสอดคล้องกับ Film หนึ่งใน 5F ข้างต้น คณะผู้วิจัยมุ่งศึกษาสื่อในรูปแบบสารคดี (Media) ที่มีสถานีโทรทัศน์ทั่วโลกเป็นตลาดรองรับซึ่งมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และศึกษาพัฒนาการการผลิตสารคดีของไทยให้ตอบโจทย์การจำหน่ายในตลาดดังกล่าว เพื่อให้เกิดแนวทางการผลิตสารคดีของไทยที่เป็นที่ยอมรับทั้งในด้านคุณค่าและมาตรฐานคุณภาพการผลิตในระดับสากล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาสารคดีในต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษามาตรฐานและคุณลักษณะของสารคดีที่ได้รับความนิยมในระดับสากล
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนสารคดีไทยสู่ตลาดต่างประเทศ

ผลการวิจัย สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาสารคดีในต่างประเทศ การวางโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาสารคดีไทยสู่การเป็น Soft Power ต้องวางระบบและแบบแผนเป็นขั้นเป็นตอนอย่างชัดเจน จากกรณีศึกษาเกาหลีใต้พบว่า เกาหลีใต้ได้มีการวางระบบและโครงสร้างมาอย่างยาวนานมากกว่า 30 ปี ภายใต้การกำกับดูแลของสภาการภาพยนตร์เกาหลี

(Korean Film Council: KOFIC) และองค์กรพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ (Korea Creative Content Agency: KOCCA) สองหน่วยงานหลักที่ทำงานบูรณาการส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงให้ขยายไปสู่ตลาดโลก โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล

รัฐบาลเกาหลีใต้ร่วมกับ KOFIC และ KOCCA สร้างสภาพแวดล้อมที่เกื้อหนุนให้ผู้ที่ทำงานในแวดวงอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงได้รับค่าตอบแทนที่เป็นธรรมผ่านการออกกฎหมายปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาที่เข้มงวดและรักษาผลประโยชน์ของสื่อในประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (Busan International Film Festival) ซึ่งเป็นเทศกาลภาพยนตร์ระดับโลกที่จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2539 มีวัตถุประสงค์ในการรวมกลุ่มบุคลากรในวงการภาพยนตร์จากทั่วโลกให้มาแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้อย่างเป็นทางการ พร้อมทั้งได้ผ่อนปรนนโยบายควบคุมเนื้อหา เพื่อป้องกันการลดทอนศักยภาพในการสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการสร้างโรงเรียนที่พัฒนาหลักสูตรร่วมกับบริษัทด้านสื่อบันเทิง

ต่อมาในปี 2548 เกาหลีใต้ได้จัดตั้งบริษัทเพื่อการร่วมลงทุนแห่งชาติเกาหลีใต้ (Korea Venture Investment Corporation: KVIC) เพื่อหาแหล่งเงินทุนให้กับผู้ผลิตสื่อบันเทิง โดยเป็นเงินทุนจากการสนับสนุนของรัฐบาล ร้อยละ 20 และจากการสนับสนุนของภาคเอกชน ร้อยละ 80 นอกจากนี้ รัฐบาลและ KVIC ได้อำนวยความสะดวกแก่ผู้ผลิตสื่อบันเทิงในส่วนของสถานที่ถ่ายทำเพิ่มเติมด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น รัฐบาลเกาหลีใต้ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมสื่อ โดยให้สถาบันวิจัยด้านอิเล็กทรอนิกส์และการสื่อสารทางไกล (Electronics and Telecommunications Research Institute: ETRI) พัฒนาเทคโนโลยีประกอบอุตสาหกรรมสื่อ อาทิ การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในสารคดีและภาพยนตร์

2. มาตรฐานและคุณลักษณะของสารคดีที่ได้รับค่านิยมในระดับสากล คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาสารคดีทั่วโลกที่ได้รับความสนใจและได้รับการตอบรับที่ดีทั้งในแง่ของค่านิยมและรายได้พบว่า สารคดีที่ได้รับความนิยมเป็นพิเศษในตลาดต่างประเทศ คือ สารคดีที่มีรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) เจาะลึกถึงเรื่องราวของตัวละคร (Character Deep Driven) ใช้เทคนิคการเดินเรื่องด้วยบุคลิกของตัวละคร ซึ่งจะสามารถเข้าถึงผู้ชมได้ง่ายกว่าการเล่าเรื่องผ่านผู้บรรยาย (Voice Over) รวมทั้ง

มีการเลือกประเด็นการเล่าเรื่องที่มีอิทธิพล สร้างผลกระทบ สร้างการรับรู้ และเข้าถึงคนทั่วโลกได้

ในภาพรวมของผู้ผลิตสารคดีในประเทศไทย พบว่าด้านการถ่ายทำนั้นมีการใช้กล้องที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานสากลในการถ่ายทำจึงทำให้ไฟล์ภาพมีคุณภาพสูงเท่าเทียมกับสารคดีของต่างประเทศ แต่ยังมีประเด็นที่ต้องปรับปรุงแก้ไขอยู่ 2 ประเด็น คือ 1) ด้านการบันทึกเสียงและการปรุงแต่งเสียง ยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาให้ดีขึ้นหากต้องส่งสารคดีไทยไปยังตลาดต่างประเทศ เนื่องจากระบบการเผยแพร่ของต่างประเทศมักใช้ระบบ AI เป็นตัวชี้วัดมาตรฐานเสียง ดังนั้น ขั้นตอนการผสมเสียง (Mixer) จึงมีความสำคัญในการนำสารคดีไปฉายในแพลตฟอร์มต่างประเทศมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสารคดีชีวิตสรรพสัตว์และสารคดีที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีขั้นสูง และ 2) ด้านการเล่าเรื่อง (Storytelling) มักมุ่งเน้นการถ่ายทอดข้อมูลปริมาณมากผ่านการเล่าเรื่องของผู้บรรยายเสียงและการสัมภาษณ์เป็นหลัก อีกทั้งตอนท้ายเรื่องมักเป็นการสรุปตอนจบที่เจาะจงความถูกต้องไปในด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว จึงทำให้การเล่าเรื่องไม่ทันสมัยและไม่สามารถทำให้ผู้ชมซาบซึ้งกับเนื้อเรื่องเท่าที่ควร

3. แนวทางการส่งเสริมและสนับสนุนสารคดีไทยสู่ตลาดต่างประเทศ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 แนวทางการสร้างความร่วมมือเพื่อสร้างสรรค์เนื้อหาและการผลิตสารคดีระหว่างประเทศ (Co-Production) ได้แก่ 1) การร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ (Official Co-Production) คือ การผลิตรายการร่วมระหว่างบริษัทผู้ผลิตคอนเทนต์จากสองประเทศ โดยที่รัฐบาลของบริษัทผู้ร่วมผลิตในแต่ละประเทศได้มีการเจรจาต่อรองและลงนามในข้อตกลงการร่วมผลิตระหว่างประเทศแบบเป็นทางการ เพื่อส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้แก่บริษัทผู้ดำเนินการผลิตร่วมกันตามข้อตกลง และ 2) การร่วมผลิตรายการระหว่างประเทศแบบไม่เป็นทางการ (Unofficial Co-Production) คือ การร่วมกันผลิตรายการระหว่างบริษัทผู้ผลิตคอนเทนต์ (Content Provider) จากสองประเทศหรือมากกว่า โดยข้อตกลงและเงื่อนไขทั้งหมดจะเป็นไปตามสัญญาทางธุรกิจระหว่างบริษัทคู่ค้าทุกฝ่ายตกลงกัน ลักษณะทั่วไปของการร่วมผลิตรายการประเภทนี้คือ มีการร่วมมือกันอย่างน้อยหนึ่งด้าน อาทิ ด้านการเงิน ด้านเทคนิค ด้านการถ่ายทำ ด้านเนื้อหา ด้านลิขสิทธิ์ ซึ่งจะ

เป็นไปตามข้อตกลงและเงื่อนไขที่ระบุไว้ในสัญญาทางธุรกิจระหว่างกัน

3.2 เงินทุนสนับสนุนการผลิตและการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ 1) ทุนสนับสนุนจากภาคเอกชน เป็นแหล่งทุนที่เข้าถึงได้ง่าย มีงบประมาณสนับสนุนสูง ในทางกลับกันมักมีการสอดแทรกเนื้อหาในรูปแบบการโฆษณาสินค้าหรือบริการของบริษัทผู้ให้การสนับสนุน (Tie in) 2) ทุนสนับสนุนจากภาครัฐ มีการสอดแทรกเนื้อหาน้อยกว่าทุนสนับสนุนจากภาคเอกชน แต่มีการควบคุมเนื้อหาที่เป็นประเด็นอ่อนไหวหรืออาจเป็นประเด็นถกเถียงอย่างกว้างขวางในสังคม ต้องดำเนินงานตามเงื่อนไขเวลาและระเบียบปฏิบัติของทางราชการอย่างเคร่งครัด และ 3) ทุนสนับสนุนจากท้องถิ่นหรือรายย่อย เป็นแหล่งเงินทุนที่มีเงื่อนไขและระเบียบปฏิบัติที่น้อย ทำให้ผู้ผลิตสารคดีสามารถสร้างผลงานได้อย่างเป็นอิสระมากที่สุด แต่อาจมีงบประมาณสนับสนุนที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับทุนสนับสนุนทั้งจากภาคเอกชนและภาครัฐ

บทสรุปและการวิเคราะห์

ในสมัยรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา (2557–2566) ได้มีการผลักดันซอฟต์แวร์ หรืออำนาจละมุนผ่านแนวคิด 5 F ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (Film) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณีไทย (Festival) เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก ต่อมาในสมัยรัฐบาล นายเศรษฐา ทวีสิน (2566–ปัจจุบัน) ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติและ Thailand Creative Content Agency (THACCA) ทำหน้าที่ดูแลซอฟต์แวร์อย่างเป็นระบบ เพื่อเร่งส่งออกสินค้าสร้างสรรค์และเจรจาเปิดตลาดใหม่ต่อไป

ในส่วนของการผลิตสารคดีนั้นเป็น 1 ใน 5F ของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา คือ ภาพยนตร์และวิดิทัศน์ (Film) และเป็น 1 ใน 8 อุตสาหกรรมเป้าหมายของรัฐบาล นายเศรษฐา ทวีสิน ที่ THACCA จะผลักดันนับตั้งแต่ปี 2559 จนถึงปัจจุบัน มีบริษัทผู้ผลิตสารคดีของไทยส่งออกสารคดีสู่ตลาดต่างประเทศ อาทิ 1) บริษัทพาโนรามา เวิลด์ไวด์ จำกัด มีแผนเชิงรุกสร้างรายได้จากการขายรายการสารคดีให้กับตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น และผลักดันบริษัทให้เป็นผู้ผลิตสารคดีและสารคดีเชิงข่าวรายใหญ่ของภูมิภาคเอเชีย อีกทั้งยังมีการร่วมมือกับ

ภาคเอกชนของไทยและต่างประเทศในลักษณะการผลิตร่วมผลิต (Co-Production) และนำเทคโนโลยีและแนวคิดการผลิตผลงานอย่างสร้างสรรค์มาใช้ในการผลิตสารคดีเพื่อเพิ่มรายได้จากการส่งสารคดีสู่ตลาดต่างประเทศให้เพิ่มขึ้น และ 2) บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ได้ขยายตลาดส่งออกสารคดีไทยสู่ต่างประเทศมากขึ้นในปี 2560 ผ่านการรับเงินทุนสนับสนุนการผลิตจากแหล่งทุนต่าง ๆ การผลิตสารคดีในรูปแบบการผลิตร่วมผลิตกับผู้ผลิตและสถานีโทรทัศน์ในต่างประเทศ

ปี 2561 นายชนวัฒน์ วาจานนท์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด ให้ความเห็นว่า การผลิตรายการรูปแบบสารคดีของไทยเมื่อเทียบกับการผลิตสื่อประเภทอื่นได้รับความนิยมน้อย แต่ในตลาดต่างประเทศสื่อประเภทสารคดีเป็นที่นิยมมาก โดยเฉพาะสารคดีที่มีข้อมูลหรือถ่ายทำในภูมิภาคเอเชียเป็นที่ต้องการของตลาดโลกมาก และหากผู้ผลิตสารคดีของภูมิภาคเอเชียมีการนำเสนอที่น่าสนใจซึ่งดึงดูดกลุ่มทุนต่างประเทศให้ซื้อลิขสิทธิ์หรือร่วมทุนผลิต (Co-Production)

นอกจากนี้ ผลการศึกษาจากรายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขากระจายเสียง ปี 2564 ของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ได้กล่าวถึงข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อการผลิตสารคดีไทยเพื่อส่งออกตลาดโลก ในประเด็นการปรับกระบวนการของแหล่งทุนที่เกี่ยวข้องให้เหมาะสมต่อการสนับสนุนการสร้างสารคดี เนื่องจากการผลิตสารคดีให้มีคุณภาพสูงจำเป็นต้องใช้ต้นทุนการผลิตที่สูง ดังนั้น การสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐจึงเป็นการให้เอกชนและผู้ผลิตสารคดีสามารถผลิตสารคดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ในทางปฏิบัติพบว่า กองทุนของภาครัฐ อาทิ กองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ มักมีข้อจำกัดในเชิงเนื้อหาที่แสดงออก รวมถึงระเบียบการขอทุนที่ใช้เอกสารจำนวนมาก ทำให้เอกชนต้องร่วมมือกับนักวิจัยของมหาวิทยาลัยเพื่อสนับสนุนด้านการเตรียมเอกสารการขอทุนต่าง ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความยุ่งยากซับซ้อนของกระบวนการเชิงเอกสาร ดังนั้นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว กองทุนภาครัฐที่ให้การสนับสนุนด้านเงินทุนในการผลิตสารคดีจึงควรพิจารณาเกณฑ์กระบวนการดำเนินการ และการปรับปรุงการดำเนินการที่เอื้อต่อการสนับสนุนภาคเอกชนในการผลิตสารคดีเพื่อส่งออกตลาดโลกที่ดียิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดระบบทุนที่สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขากระจายเสียงได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่นำเสนอไปข้างต้นเป็นเพียง
บทสรุปในประเด็นที่สำคัญ หากผู้อ่านมีความสนใจต้องการ
ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม สามารถสืบทัด QR Code
ที่แนบมาท้ายบทความนี้

บรรณานุกรม

ประพันธ์ สุวิศาลกุล, และ สุดารัตน์ ดิษยวรรณะ จันทราวัดนากุล.
(2566). แนวทางการผลิตสารคดีเพื่อเป็นซอฟต์แวร์
ไทย สำหรับเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศ. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

“พานoram้า” ประกาศขึ้นแท่นอันดับ 1 ครองเจ้าตลาด “ผู้ผลิตสาร
คดี” ในเอเชีย. (2559). สืบค้น 5 มกราคม 2566 จาก
<https://positioningmag.com/1103661>

รัตติยา อังกุลานนท์. (2559). “ทีวีบูรพา” รุกส่งออกสารคดีไทย.
สืบค้น 5 มกราคม 2566 จาก
<https://www.bangkokbiznews.com/business/725329>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2564).
รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขา
กระจายเสียง ปี 2564. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.

ศึกษารายละเอียดของรายงานวิจัยได้ที่



การศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี

วิจัยโดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
เรียบเรียงโดย อัญชลี จวงจันทร์
วิทยากรชำนาญการพิเศษ

ปัจจุบันหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการสร้าง "Soft Power" ด้วยวิธีส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 15 สาขา คือ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย และ 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรีจำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสภาพปัญหาข้อจำกัดและโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมสาขาดนตรี รวมทั้งประเด็นการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและนำเสนอแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรีของไทยต่อไปในอนาคต

บทนำ

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรีให้มีความพร้อมในด้านศักยภาพพื้นฐานและขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นความท้าทายของตลาดอุตสาหกรรมดนตรีของไทย เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมดนตรีของไทยเข้าสู่ตลาดโลก โดยวิสัยทัศน์ของประเทศไทย คือ การเป็นผู้นำด้านความหลากหลายทางดนตรีในสายตาชาวโลก มีวัตถุประสงค์สำคัญ คือ 1) การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาของอุตสาหกรรมดนตรี (Promoting Music IP) เพื่อยกระดับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ดนตรี ผลักดันการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากลิขสิทธิ์ดนตรีอย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ 2) สนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อพัฒนาแนวทางส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมดนตรีไปต่างประเทศ พัฒนาการเชื่อมโยงดนตรีไปยังอุตสาหกรรมอื่น ๆ ในหลากหลายมิติ และ 3) ยกระดับความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานทางดนตรีให้ก้าวทันโลก เพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีในการประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรม โดยในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนความหลากหลายของธุรกิจดนตรี คือ การพัฒนาและบริหารจัดการพื้นที่การแสดงดนตรี รวมไปถึงปรับปรุงและทบทวนกฎระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสร้างมาตรฐานอาชีพทางดนตรี

การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงเป็นการผลิตเพลงในอุตสาหกรรมดนตรี ซึ่งไม่ใช่เป็นเพียงรูปแบบของสิ่งบันทึกเสียง ได้แก่ เทป ซีดี และ Digital Music เท่านั้น ยังรวมถึงคอนเสิร์ตหรืองานแสดงดนตรีสด โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้จะเป็นผู้สนับสนุนให้เกิดการแสดง

ดนตรีที่สมบูรณ์ เช่น สถานที่จัดงาน สปอนเซอร์ เทศกาลดนตรี เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีต้องมีการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการบริหารจัดการผลงานดนตรี การเชื่อมโยงถึงการเก็บค่าลิขสิทธิ์ระหว่างอุตสาหกรรมดนตรีของไทยและในต่างประเทศ และการจัดเก็บรายได้จากการใช้เพลงไทยในต่างประเทศอีกด้วย ทั้งนี้ ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรมดนตรีของไทย มี 4 ประการ ได้แก่ ด้านทรัพย์สินทางปัญญาทางดนตรี ด้านการสร้างสรรค์ผลงาน ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ และด้านการดำเนินงานของภาครัฐ ซึ่งเป็นความท้าทายของตลาดอุตสาหกรรมสาขาดนตรีของไทยในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการส่งเสริมมาตรการที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพเพื่อจะนำไปสู่การกำหนดแผนปฏิบัติงานด้านดนตรีที่รองรับนโยบายของรัฐบาล และส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมดนตรีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงภาพรวม มีสถานการณ์ศักยภาพ พร้อมทั้งวางทิศทางและจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ที่มีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม
2. เพื่อจัดทำแนวทางการรวบรวมข้อมูลและสถิติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขา: ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เช่น จำนวนผู้ประกอบการ จำนวนแรงงาน เป็นต้น สำหรับวางโครงสร้างฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมดังกล่าว

ผลการวิจัย

1. ด้านทรัพย์สินทางปัญญาทางดนตรี ปัญหาหลักของอุตสาหกรรมดนตรี คือ การละเมิดลิขสิทธิ์เพลงเนื่องจากพฤติกรรมของผู้ฟังและระบบการตรวจสอบการละเมิดลิขสิทธิ์ในประเทศไทยไม่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการคุ้มครองลิขสิทธิ์เพลงยังไม่มีประสิทธิภาพมากพอ ประกอบกับการที่ประเทศไทยมีหน่วยงานด้านลิขสิทธิ์จำนวนมาก ก่อให้เกิดความสับสนแก่นักแต่งเพลงและผู้ใช้เพลงเป็นอย่างมาก ตลอดจนนักแต่งเพลงและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมมีความรู้ความเข้าใจด้านลิขสิทธิ์ดนตรีไม่เพียงพอ สาเหตุสำคัญมาจากปัญหาด้านข้อจำกัดในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านลิขสิทธิ์แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังพบว่ารูปแบบการซื้อขายลิขสิทธิ์ในประเทศไทยยังขาดความหลากหลายและขาดความยืดหยุ่นในการซื้อขายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านการสร้างสรรค์ผลงานพบว่า อุตสาหกรรมดนตรีของไทยขาดการสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาทักษะในด้านที่เกี่ยวข้องกับดนตรีโดยตรง และด้านการบริหารจัดการอื่น ๆ เช่น การบริหารจัดการศิลปิน การบริหารจัดการผลงานเพลง และการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ เป็นต้น และยังขาดการเตรียมความพร้อมในการรับมือกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม รวมถึงขาดการสนับสนุนด้านการลงทุนในงานวิจัย และคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่สามารถนำมาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรม และขาดการรวมกลุ่มของบุคลากรทางดนตรีในการร่วมกันรักษาสិทธิประโยชน์ด้านการจ้างงานร่วมกัน รวมไปถึงการกระจายเงินทุนสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ ปัญหาสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการวางภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรม ส่งผลให้อุตสาหกรรมขาดการสร้างภาพลักษณ์ในการส่งออกอุตสาหกรรมไปยังต่างประเทศ ตลอดจนแนวทางในการประชาสัมพันธ์และวางแผนการตลาดอุตสาหกรรมดนตรีในภาพรวมทั้งในส่วนของตลาดในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงขาดแนวทางในการสนับสนุนความหลากหลายของดนตรีในประเทศ และแนวทางในการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมดนตรี และอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างโอกาสและช่องทางการขายใหม่ ๆ แก่อุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังพบปัญหาสถานที่จัดการแสดงที่ในปัจจุบันมีไม่เพียงพอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่การแสดงสาธารณะในรูปแบบ

Landmark ของเมืองที่มีความโดดเด่นและพื้นที่การแสดงส่วนมากไม่ได้มาตรฐานระดับสากล

4. ด้านการดำเนินงานของภาครัฐพบว่า ในปัจจุบันยังขาดนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีในภาพรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และยังพบว่าบทบาทของเจ้าหน้าที่และหน่วยงานของภาครัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรมดนตรีมีบทบาทการดำเนินงานที่ไม่ชัดเจน และมีมาตรฐานการทำงานต่างกันในแต่ละพื้นที่ รวมทั้งกฎหมายข้อบังคับที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดนตรียังไม่มีทิศทางที่ชัดเจน ส่งผลให้การพิจารณาแนวทางดำเนินงานขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของเจ้าหน้าที่เป็นหลัก นอกจากนี้ อุตสาหกรรมดนตรีของไทยยังขาดฐานข้อมูลที่มีความครบถ้วน และมีการเผยแพร่ให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้

5. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย เนื่องจากประเด็นปัญหาและอุปสรรคในปัจจุบันของอุตสาหกรรมดนตรีมีข้อจำกัดในการผลักดันให้เกิดการส่งเสริมด้านดนตรี เนื่องจากยังขาดปัจจัยเชิงโครงสร้างพื้นฐานในการสนับสนุนอุตสาหกรรม ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญการพัฒนาปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานในภาพรวมของอุตสาหกรรม ทั้งการแก้ปัญหาในระยะเร่งด่วนและการพัฒนาอุตสาหกรรมในระยะยาว พร้อมทั้งส่งเสริมการต่อยอดอุตสาหกรรมดนตรีในมิติของการสร้างมูลค่าเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุปและการวิเคราะห์

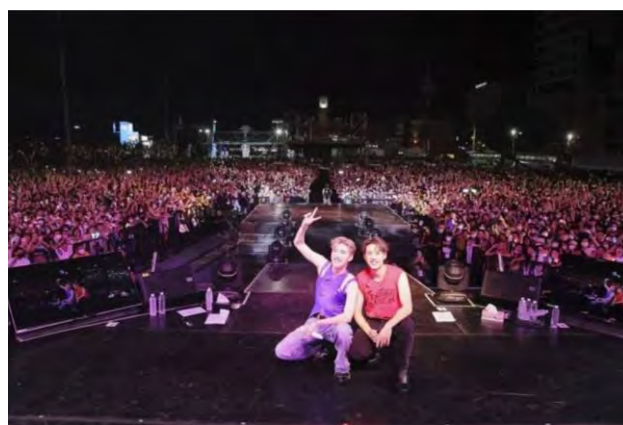
เมื่อวิเคราะห์การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรีจะพบว่า ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาของอุตสาหกรรมดนตรีที่สำคัญ คือ การยกระดับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ดนตรีให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมปัจจุบัน โดยผลักดันให้การคุ้มครองลิขสิทธิ์ด้านดนตรีให้ครอบคลุมกับการผลักดันให้เกิดการจัดสรรรายได้ของผู้สร้างสรรค์ผลงานอย่างเป็นธรรม รวมทั้งผลักดันการบริหารจัดการและใช้ประโยชน์จากลิขสิทธิ์ดนตรีอย่างหลากหลายและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการจัดเก็บลิขสิทธิ์ดนตรีในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการกระจายความคุ้มครองและผลักดันให้เกิดประโยชน์จากลิขสิทธิ์เพลงของนักแต่งเพลงชาวไทยในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมยุรี จอยเอกา สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งเสนอว่าควรมีการผลักดันการนำผลงานด้านทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ รวมทั้งพัฒนา

กระบวนการคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิคุ้มครองผลประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา รวมทั้งการนำผลงานไปใช้ประโยชน์ได้จริง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและสามารถนำทรัพย์สินทางปัญญาไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างกว้างขวาง ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นการยกระดับความหลากหลายของดนตรีภายในประเทศ โดยกำหนดแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์เน้นการยกระดับความหลากหลายของดนตรี และเชื่อมโยงให้เกิดการบูรณาการกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เพื่อให้เกิดช่องทางรายได้ใหม่แก่อุตสาหกรรมดนตรี โดยกำหนดแนวทางการพัฒนาเพื่อสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรมดนตรี ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการพัฒนาแบรนด์และส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมดนตรีไปยังต่างประเทศผ่านการวางกลยุทธ์ในการเจาะตลาดต่างประเทศ ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับความสามารถในการสร้างสรรค์ผลงานทางดนตรีให้ก้าวทันโลก โดยการผลิตผลงานทางดนตรีอย่างสร้างสรรค์ในด้านทักษะทางดนตรี โดยนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อกระตุ้นให้เกิดผลงานทางดนตรีใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมทางดนตรีของไทย และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขับเคลื่อนความหลากหลายของธุรกิจดนตรี เช่น การจัดพื้นที่การแสดงดนตรีในหลากหลายรูปแบบ และมีขนาดหลากหลาย เพื่อสนับสนุนศิลปินให้ได้ใช้พื้นที่เล่นดนตรีสดต่อหน้าผู้ฟัง และสนับสนุนให้เกิดพื้นที่การแสดงดนตรีหรือคอนเสิร์ตที่มีลักษณะเป็นศูนย์กลางหรือสัญลักษณ์ของประเทศ เช่น สนามราชวังคลาสิกพิพิธสถาน อิมแพคเมืองทองธานี เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ โดยการสร้างประสบการณ์ทางดนตรี หรือ Music Experience ที่สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ แก่ผู้บริโภคใน 3 ธุรกิจ คือ 1) The Wave VR เทศกาลดนตรีระบบ VR 2) U2 Experience Innocence Tour คือ คอนเสิร์ตที่ใช้เทคโนโลยี AR 3) Melody VR คือ แพลตฟอร์มเพลง VR โดยต้องมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านดนตรี เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ภายใต้วิสัยทัศน์ของแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาอุตสาหกรรมดนตรี คือ “ประเทศไทยจะเป็นแหล่งบ่มเพาะวิสาหกิจเริ่มต้นเทคโนโลยีด้านดนตรี ศิลปะ และกิจกรรมนันทนาการระดับโลก ที่จะช่วยยกระดับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยสู่สากล”

จากข้อมูลและข้อค้นพบดังกล่าวพบว่า ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี ควรประกอบด้วย

1. การสนับสนุนให้เกิดการบริหารจัดการลิขสิทธิ์ดนตรีให้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ักแต่งเพลง และใช้งานในส่วนของหน่วยงานจัดเก็บลิขสิทธิ์และกระจายรายได้จากลิขสิทธิ์ดนตรีระหว่างประเทศให้มีประสิทธิภาพ

2. การผลักดันและพัฒนาแบรนด์ของอุตสาหกรรมดนตรีของประเทศเพื่อวางกลยุทธ์ในการเจาะตลาดต่างประเทศ รวมทั้งนำเสนออุตสาหกรรมดนตรีของไทยผ่านการร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม ทั้งในส่วนของภาครัฐ และภาคเอกชน ในหลากหลายรูปแบบ เพื่อเปิดกว้างและส่งออกวัฒนธรรมทางดนตรีของไทยสู่สายตาชาวโลก ก่อให้เกิดผลดีต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมประเทศไทยในระยะยาว ได้แก่ การจัดแสดงคอนเสิร์ตของศิลปินไทยในต่างประเทศ เช่น การเข้าร่วมแสดงเทศกาลดนตรี Songshan Music Festival ของพีพีและบิวกิ้น ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน การจัดกิจกรรมพบแฟนคลับและคอนเสิร์ตของเจมีไนท์-โพธิ์ ณ ไต้หวันและญี่ปุ่น เป็นต้น โดยการประชาสัมพันธ์ผ่านกลุ่มแฟนคลับของศิลปิน โดยการทำป้ายโฆษณาดิจิทัล วิดีทัศน์ โฆษณาผ่านจอแสดงผล LED ที่มีความละเอียดสูง หรือแม้แต่การทำรูปสกรีนประชาสัมพันธ์ศิลปินไทยติดด้านรอบตัวรถบัสเพื่อประชาสัมพันธ์คอนเสิร์ตและศิลปินให้รถวิ่งรอบบริเวณงานคอนเสิร์ตและในชุมชนที่คนหนาแน่น เป็นต้น



ที่มา: พีพี-บิวกิ้น, โดย Billkin Entertainment, 23 มิถุนายน 2566, สืบค้นจาก <https://www.facebook.com/billkinentertainment/>

3. ควรมีกลไกในการยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมดนตรี เนื่องจากอุตสาหกรรมดนตรีของไทยมีจุดเด่นด้านความหลากหลายของแนวเพลง และดนตรี จึงควรมีการสร้างและขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายมิติ ผ่านการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับประเทศและระดับภูมิภาค ทั้งในดนตรีระดับพื้นฐาน ดนตรีอาชีพ และดนตรีของกลุ่มชาติพันธุ์

4. การจะทำให้อุตสาหกรรมดนตรีของไทยมีความโดดเด่นและเป็น Soft Power ด้านดนตรี ควรมีการศึกษากฎระเบียบประเทศสาธารณรัฐเกาหลีซึ่งเป็นประเทศที่สร้างรายได้จากอุตสาหกรรมดนตรีได้มากที่สุดในโลก และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจำนวนมากสากลแก่ประเทศ โดยรัฐบาลสาธารณรัฐเกาหลีได้มีการสนับสนุนอุตสาหกรรมทางดนตรีอย่างเป็นระบบ มีการจัดทำยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมและส่งออกอุตสาหกรรมดนตรี โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) องค์กรในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและท่องเที่ยวของสาธารณรัฐเกาหลี ทำหน้าที่ในการสนับสนุนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ของสาธารณรัฐเกาหลี ผ่านการสนับสนุนเงินทุนและอำนวยความสะดวกในการผลิตเนื้อหาทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้ และสนับสนุนการส่งออกคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี หรือเรียกว่า “Hallyu (Korean Wave) 2) องค์กรลิขสิทธิ์สิ่งบันเทิงเสียงทำหน้าที่ในการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ทางดนตรี ดูแลสิทธิและผลประโยชน์ของผู้ผลิตดนตรี นักร้องและบริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมดนตรี รวมถึงส่งเสริมการนำดนตรีไปใช้อย่างถูกต้องตามลิขสิทธิ์และกฎหมายคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย เช่น กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งมีข้อมูลจำนวนธุรกิจในอุตสาหกรรมย่อยสาขาดนตรี สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ซึ่งจัดเก็บมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รายสาขาของประเทศไทย และหอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ซึ่งจัดเก็บและนำเสนอกิจกรรมดนตรี เป็นต้น ควรมีความร่วมมือกันในการผลักดันอุตสาหกรรมทางดนตรีของไทยให้เป็นที่รู้จักและสามารถเผยแพร่วัฒนธรรมทางดนตรีของคนไทยสู่สายตาชาวโลกต่อไป

ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่นำเสนอไปข้างต้นเป็นเพียงบทสรุปในประเด็นที่สำคัญ หากผู้อ่านมีความสนใจต้องการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม สามารถสแกนได้ตั้ง QR Code ที่แนบมาท้ายบทความนี้

บรรณานุกรม

Soft Power อิทธิพลและอำนาจเชิงสร้างสรรค์เชิงบวกที่มีทั้งคุณค่าและมูลค่า. (26 พฤศจิกายน 2566). สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก <https://thaipost.net/articles-news/271086/>

ณดา จันทร์สม. (2566). ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นขอพท์พาวเวอร์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก <http://thaipublica.org/2023/12/nida-sustainable-move62/>

“T Pop Time” ศิลปินไทยป๊อปร็อกที่ “สิงคโปร์-ฮ่องกง” ก้าวต่อไป Soft Power ไทย. (14 พฤศจิกายน 2566). สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.workpointtoday.com/tpop-time-thai-music-festival-0/>

มยุรี จอยเอก. (2564). กระบวนการบริการขอรับความคุ้มครองด้านทรัพย์สินทางปัญญา. สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4017/3/20230316-Research-Mayuree_j.pdf

มหาวิทยาลัยมหิดลร่วมกับจังหวัดนครปฐมเปิดตัวโครงการพัฒนา “จังหวัดนครปฐมเมืองสร้างสรรค์ สาขาดนตรี” พร้อมเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO หวังต่อยอดทางวัฒนธรรม ศิลปะและดนตรี สู่การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างสรรค์ด้านดนตรีอย่างยั่งยืน. (25 มีนาคม 2564). สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก <http://mahidol.ac.th/2021/music-field-UNESCO/>

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2563). โครงการพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นเทคโนโลยีดนตรี ศิลปะและกิจกรรมนันทนาการ (MAR Tech). สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก <http://www.nia.or.th/download/2672>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). (2563). รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาดนตรี. สืบค้น 27 ธันวาคม 2566 จาก <http://resource.tcdc.or.th/ebook/CEA.Music.Report.pdf>

ศึกษารายละเอียดของรายงานวิจัยได้ที่



ซอฟต์แวร์ไทยพวน: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย

วิจัยโดย มานพ แสงจำนงค์ และอังค์ริสา แสงจำนงค์
เรียบเรียงโดย วิมลรักษ์ ศานติธรรม
วิทยากรชำนาญการพิเศษ

Soft Power เป็นอำนาจในการชักจูงโน้มน้าวดึงดูดให้ผู้คนพอใจและยอมรับโดยไม่มี การบังคับข่มขู่เป็นพลังแห่งการสร้างสรรค์ สำหรับประเทศไทยรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการใช้ Soft Power เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ การท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่งรายได้อันดับต้นของประเทศไทยในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน ถือเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมที่โดดเด่นในด้านศิลปวัฒนธรรม การตั้งบ้านเรือน การละเล่น ธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย อาหาร ดนตรี การแสดง ตลอดจนความเชื่อ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรม ประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดย Soft Power ไทยพวน เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยังสามารถจะพัฒนาต่อยอดเพื่ออนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไทยพวนไว้ไม่ให้สูญหายไป

บทนำ

ประเทศไทยได้ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านโมเดลเศรษฐกิจ BCG (BCG Economy) อันประกอบด้วยเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว โดยน้อมนำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นหลักในการพัฒนาสู่ “เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน” โดยใช้ “Soft Power” เป็นเครื่องมือในการเพิ่มมูลค่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) ที่มาจากองค์ความรู้และการวิจัย เชื่อมกับวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจการค้า การผลิตสินค้าและธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ประกอบกับนโยบายของนายกรัฐมนตรี (นายเศรษฐา ทวีสิน) ในการต่อยอดความสำเร็จจากโครงการ “365 วัน มหัศจรรย์เมืองไทย เที่ยวได้ทุกวัน” ซึ่งเป็นการกระตุ้น การท่องเที่ยวภายในประเทศปี 2566 เพิ่มขึ้นทั้งเมืองหลัก และเมืองรอง พร้อมนำเสนอโครงการ “365 วัน มหัศจรรย์ เที่ยวเมืองรอง” ภายใต้แคมเปญ “สุขทันทีที่เที่ยวไทย” เพื่อผลักดันกระแสการท่องเที่ยวเมืองรองตลอดปี 2567 โดยการนำ Soft Power ของแต่ละภูมิภาคมาใช้เป็นจุดขาย เพื่อกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน

สำหรับประเทศไทยซึ่งมี 6 ภูมิภาค แต่ละภาคมี ประชากรหลากหลายศาสนา เชื้อชาติ และเผ่าพันธุ์ มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว แสดงให้นักท่องเที่ยวเห็นถึงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิต

ความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ การประกอบอาชีพ รวมถึง การนำเสนอโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศาสนาซึ่งเป็นที่ เคารพนับถือของชุมชน



ที่มา: ไทยพวนจากเชียงขวางสู่อีสาน (ชาติพันธุ์อีสานผ่านลายเส้น 2), โดย อ้ายเต็ง, ม.ป.ป., สืบค้นจาก <https://board.postjung.com/1041786>

ไทยพวนหรือลาวพวนเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่เข้ามาเป็น เซลยสงครามของประเทศสยามโดยอพยพเข้ามาอยู่ตั้งแต่ สมัยกรุงธนบุรีตอนปลาย (ประมาณ พ.ศ. 2322) สมัย พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชโดยเลือก สถานที่สร้างบ้านเรือนอยู่ตามแม่น้ำ ลำคลอง ชาวไทยพวน มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ทรงคุณค่าและน่าสนใจ ชาวไทยพวนกระจายอยู่ทั่วประเทศไทย กว่า 36 จังหวัด เช่น นครนายก ปราจีนบุรี ลพบุรี สุพรรณบุรี สุโขทัย นครสวรรค์ พิจิตร อุตรดิตถ์ แพร่ น่าน เป็นต้น และกลายเป็นส่วนหนึ่งที่ มีบทบาทสำคัญในประวัติศาสตร์ของไทยตั้งแต่ในอดีต ความมีอัตลักษณ์ของไทยพวนที่มีชีวิตเรียบง่าย มักน้อย

รักสงบและอ่อนโยน มีความศรัทธาในพระพุทธศาสนาสูง การสร้างบ้านเรือนที่มีเอกลักษณ์ ภูมิทัศน์พื้นถิ่นและภูมิทัศน์ วัฒนธรรม คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณี ขนบธรรมเนียม ศิลปะ การละเล่น การแต่งกาย อาหารการกิน และความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษที่ถือสืบทอดกันมานาน

จากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ความก้าวหน้าทาง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่นำไปสู่ความเป็นอารยธรรมใหม่ ทางเทคโนโลยีที่ทำให้การถ่ายทอดทางวัฒนธรรมและ เอกลักษณ์มีความเฉพาะ จึงถือได้ว่าเป็นทุนทางสังคมที่ควร อนุรักษ์ แต่ที่ผ่านมามีความต่อเนื่องในเชิงการอนุรักษ์ โดยเฉพาะการนำเสนอความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ภูมิปัญญา ประเพณี ความเชื่อ ภาษาถิ่น ศิลปะการแสดง อาหาร การแต่งกาย และสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากมูลค่าทางประวัติศาสตร์ของวัฒนธรรมไทยพวน จึงเกิดความจำเป็นต่อการที่จะต้องอนุรักษ์และคงไว้ซึ่งความ เป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญา วัฒนธรรมของชาติไทยในมิติ ทางสังคมที่อยู่ในบริบทหัตถกรรมและการเสนอมุมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความเป็นมา อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ ของชาวไทยพวน ความเป็นมรดกเชิงวัฒนธรรมในบริบท หัตถกรรมของประเทศไทย

2. ศึกษาแนวทางสู่การพัฒนา Soft Power ยกระดับ การรับรู้วัฒนธรรมการฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรม และสร้างคุณค่า ในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไทยพวนในบริบท การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ผลการวิจัย สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. การรวบรวมจุดเด่นที่เป็นประเด็นสำคัญทาง วัฒนธรรมของไทยพวน

1.1 ความเป็นมาของชาติพันธุ์ไทยพวน
ชาวไทยพวน เดิมอยู่เมืองพวนใกล้ทุ่งไหหิน แขวงเชียงขวาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) บริเวณ ชายแดนติดเวียตนาม ชนชาติไทยพวนแม้เป็นผู้อพยพ แต่ก็ได้มีบทบาทสำคัญในประวัติศาสตร์ของไทยตั้งแต่ ในอดีตสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้นถึงปัจจุบัน เป็นกลุ่ม ชาติพันธุ์ที่มีประวัติความเป็นมาและลักษณะเฉพาะ ที่น่าสนใจ ตั้งแต่การย้ายถิ่นฐานในสมัยกรุงธนบุรี สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว และในสมัย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ด้วยเหตุผลหลาย ประการทั้งการถูกกวาดต้อนในฐานะเชลย การอพยพหนีภัย

สงคราม ตลอดจนการย้ายถิ่นมาด้วยความสมัครใจ ชาวไทยพวนมีการกระจายอยู่ตามเส้นทางกวาดต้อนและ อยู่ทั่วไปตามการจัดสรรถิ่นที่อยู่ของเชลยโดยเฉพาะใน ภาคกลางของไทย

1.2 ความเป็นอยู่ของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน
อัตลักษณ์ของชาวไทยพวนยังคงอยู่กันเป็นกลุ่มเป็นก้อนและ ไม่ปะปนกับชุมชนกลุ่มอื่น แม้จะมีการอพยพมาด้วยเหตุผล ที่ต่างกัน ปัจจุบันชาวไทยพวนยังคงใช้ภาษาพวนในหมู่บ้าน และมีการสร้างบ้านเรือนที่เป็นอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์

1.3 การทำมาหากินแบบไทยพวน ชาวไทยพวน มีวิถีความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ มีความขยันขันแข็งในการ ประกอบอาชีพ ยึดมั่นในศาสนา ประเพณีและวิถีชีวิตประจำวัน ที่เป็นอยู่อย่างเรียบง่าย มีความผูกพันกับครอบครัวและญาติ

1.4 ไทยพวนวิถีพุทธ ความเป็นพุทธศาสนิกชน ของชาวไทยพวนที่มี “ฮึดคอง” (การทำตามจารีตประเพณี ดั้งเดิม) ที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาและมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิต ชีวิต เชื่อเรื่องบาปบุญ มีความศรัทธาในพระพุทธศาสนา อย่างสูง การตั้งบ้านเรือนจะสร้างวัดประจำหมู่บ้านเพื่อเป็น สถานประกอบศาสนกิจ

1.5 ประเพณีของชาวไทยพวน ประเพณีของชาว ไทยพวนมีความโดดเด่นชัดในเชิงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ ของชาวไทยพวนแบบดั้งเดิมโดยยังมีการสืบทอดถึงปัจจุบัน เช่น ความเชื่อที่มีต่อบรรพบุรุษ การมีเอกลักษณ์ด้านภาษา การแต่งกาย และยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและ วัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น ประเพณีสงกรานต์ การทำบุญห่อข้าว บุญพระเวส และบุญข้าวหลาม ลักษณะการแต่งกาย ภาษา การละเล่น อาหารการกิน ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความเฉพาะ ของชาวไทยพวน

1.6 สารทพวน ความเชื่อและสิ่งลี้ลับกับวิถีของ ชาวไทยพวนมีการสืบทอดกันมา ทั้งพิธีกรรมทางด้าน พระพุทธศาสนา บรรพบุรุษ ผู้ล่วงลับ และการบูชาผีสง เทวดา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ประเพณีที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของ คนในชุมชน ประเพณีของชาวลาวซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ประเพณีทางพระพุทธศาสนาและประเพณีที่เกิดจากการ ผสมผสานระหว่างพุทธศาสนากับความเชื่อ โดยชาวไทยพวน ยังคงเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษที่ถือว่ามีอำนาจและเป็นกิจ ที่ทุกคนพึงปฏิบัติ

1.7 ศิลปะชาวไทยพวน “ผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายตีเหล็ก” แสดงถึงอัตลักษณ์ทางศิลปหัตถกรรมของชาวไทยพวน ศิลปะการทอผ้า ทอเสื่อ ทอไหม เลี้ยงครั่ง ทำกระดาษสา ถือเป็นความชำนาญเฉพาะและเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน

ลักษณะบ้านเรือน วัด พระ จิตรกรรมฝาผนังที่มีคุณค่าทางสังคมที่เป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวน

1.8 กินอย่างไทยพวน สภาพความเป็นอยู่ที่ยังเรียบง่าย กินอาหารที่มีอยู่ตามธรรมชาติ ตามครัวบ้าน ไร่นา มีน้ำปู ปลา ร้า ปลา ส้ม ชาวไทยพวนทำอาหารง่าย ๆ ที่ประกอบจากพืช ผัก ปลาในท้องถิ่น โดยจะปรุงอาหารให้สุกทุกอย่าง มีการถนอมอาหารแบบแห้ง เวลาถึงงานบุญนิยมทำขนมจีนและข้าวหลาม

1.9 ดนตรีพวนและการแสดงไทยพวน การขับพวนหรือลำพวน ฟ้อนไทยพวนเป็นศิลปะพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยพวนที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษและร้องเป็นภาษาพวน ใช้แคนเป็นเครื่องดนตรีประกอบ

1.10 การแต่งกายไทยพวน ผู้หญิงชาวไทยพวนมีความสามารถในการทอผ้า โดยมีอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมทั้งชนิดผ้าและกรรมวิธีการสร้างลวดลาย สีเส้นที่มีความซับซ้อนและมีความเฉพาะเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาชาวบ้านและมีความเฉพาะแตกต่างจากกลุ่มชาติพันธุ์อื่น

2. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวน

การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนจำนวน 20 คน ในแหล่งท่องเที่ยวของวัฒนธรรมไทยพวน โดยนักท่องเที่ยวมีความเห็นต่อการพัฒนา Soft Power เพื่อยกระดับการรับรู้วัฒนธรรม การฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมและสร้างคุณค่าในการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไทยพวนผ่านแนวคิด 4A 2R Model ที่มีต่อทั้ง 10 เรื่อง/ตอน โดย Agenda (A1) พบว่าทั้ง 10 เรื่อง/ตอน แสดงถึงความ เป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยพวนได้ชัดเจน Actor (A2) และ Action (A4) พบว่าความร่วมมือในการสนับสนุนและการจัดการให้บรรลุเป้าหมาย ยังไม่เพียงพอในการดำเนินการ โดยเห็นว่ากลุ่มเป้าหมายไม่เพียงพอ Asset (A3) พบว่ามีการนำเสนอที่มีความชัดเจนในเส้นทางวัฒนธรรมไทยพวนมากขึ้น ส่วน Reaction (R1) พบว่ายังมีการตื่นตัวและติดตามในเรื่อง Soft Power น้อยมาก และ Result (R2) ยังขาดความชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายผลการตอบรับ

3. ข้อเสนอแนะ

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้ 1) เห็นควรสนับสนุนการศึกษาความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยพวนที่ทรงคุณค่าต่าง ๆ ซึ่งนับวันจะถูกลดความสำคัญลงไป โดยการให้ส่วนงานต่าง ๆ ร่วมกันกำหนดนโยบาย สนับสนุน ส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์

มรดกทางวัฒนธรรมไว้เพื่อไม่ให้สูญหายไป 2) เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในการสนับสนุนและส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไม่ให้สูญหายไป ทั้งนี้ ควรสนับสนุนและส่งเสริมงบประมาณในการศึกษาวิจัยโครงการการจัดทำสื่อ Soft Power ที่สร้างสรรค์และปลอดภัย และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามเหมาะสม 3) มีนโยบายดำเนินการอย่างต่อเนื่องและการจัดสรรงบประมาณเพื่อการสนับสนุนการศึกษา มิติทางสังคม และความหลากหลายทางด้านเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่าของไทย การอนุรักษ์และส่งเสริมการศึกษาร่วมกับวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ต่อไป

บทสรุปและการวิเคราะห์

การท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้อันดับต้น ๆ ของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมาย คือ 1) การท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น 2) นักท่องเที่ยวประชาชนเจ้าของประเทศต้องได้รับคุณค่าทางใจ 3) การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม 4) สร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ ความเข้าใจ และสงบสุข เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นไปด้วยกัน จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของยุคลวัชร ภัคดีจักรวิทย์, ปรัชญา เปี่ยมการณ และอภิรพี เศรษฐรักษ์ ต้นเจริญวงศ์ ทำการศึกษาเรื่องไทยพวนกับกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ ในการอนุรักษ์ไทยพวนให้เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมที่โดดเด่น มีศิลปวัฒนธรรมในการสร้างบ้านเรือน ศิลปะการละเล่นขนบธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย อาหาร ดนตรีและการแสดง ตลอดจนความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษที่ยึดถือปฏิบัติ สืบทอดมายาวนาน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวน จึงถือได้ว่า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีระบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและมีทุนทางสังคมมาก สำหรับองค์ประกอบที่นำมาส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวได้ คือ ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยการนำองค์ความรู้จากตัวบุคคล ชุมชน ภูมิปัญญา ประชาชนท้องถิ่น ไปสู่การใช้ประโยชน์และความภาคภูมิใจในความเป็นตัวตน การที่กลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนเป็นกลุ่มที่มีทุนภูมิปัญญาและทุนวัฒนธรรมสูงมาก เห็นได้จากความโดดเด่นของวิถีชีวิต การทอผ้าพื้นบ้าน ลำพวนและลำตัดพวน ประเพณีกำฟ้า ซึ่งเป็นประเพณีที่ชาวไทยพวนหลายพื้นที่ของประเทศไทยยังคงรักษาปฏิบัติ สืบต่อกันมา เมื่อนำทุนทางวัฒนธรรม ประเพณีของชาวไทยพวนมาประยุกต์กับแนวคิดของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ คือ การสร้างโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการทอผ้า ย้อมสีเส้นด้าย การทดลองแต่งกาย

แบบชาวไทยพวน การขับร้องลำตัดพวน ตลอดจนการมีส่วนร่วมในประเพณีกีฬาที่สามารถสร้างความประทับใจในการท่องเที่ยวได้ การที่ประเทศไทยกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมาเป็นแนวทาง จึงสามารถนำเสนอจุดขายเรื่อง Soft Power ผ่านแนวคิด 5F ประกอบกับหลักคิดใหม่ ๆ ทางการตลาดเพื่อยกระดับมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ยกย่องเศรษฐกิจชุมชนและท้องถิ่นโดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กล่าวโดยสรุป การพัฒนากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนมีความเป็นไปได้ โดยการสร้างความเข้มแข็งในเรื่องของการให้ความรู้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ และเมื่อสามารถทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว จะส่งผลให้อุปสรรค คือ การขาดความสนใจจากคนรุ่นใหม่ลดน้อยลง เนื่องจากสามารถสร้างงานและสร้างอาชีพในด้านการท่องเที่ยวได้ และเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดความยั่งยืนทางวัฒนธรรมได้ ดังนั้นชาวไทยพวนกับกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ จึงสามารถทำได้ในรูปแบบกิจกรรมที่อยู่บนฐานของทุนทางสังคม ด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ประเพณี และในอนาคตสามารถนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปใช้ในการบูรณาการร่วมกับภูมิปัญญาของชาวไทยพวนในแต่ละท้องถิ่นของประเทศไทย เพื่อให้เกิดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ที่สามารถดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ และเป็นส่วนสำคัญในการทำนุบำรุงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยพวนไม่สูญหายไปได้อีกด้วย

ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่นำเสนอไปข้างต้นเป็นเพียงบทสรุปในประเด็นที่สำคัญ หากผู้อ่านมีความสนใจต้องการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม สามารถสืบค้นได้ดัง QR Code ที่แนบมาท้ายบทความนี้

บรรณานุกรม

ประทีป ช่วยเกิด. (18 มิถุนายน 2565). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย “Soft Power”. สืบค้น 6 ธันวาคม 2566 จาก <https://rsdi.kku.ac.th/?p=2894>

มานพ แสงจำนงค์, และ อังศรีสา แสงจำนงค์. (31 มีนาคม 2566). **ซอฟต์แวร์พาเวอร์ไทยพวน: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย**. สืบค้น 1 ธันวาคม 2566 จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/264318/178960>

ยุคลวัชร ภัคดีจักริวิฑูร์, ปรัชญา เปี่ยมการุณ และอภิรพี เศรษฐวิริยะ ตันเจริญวงศ์. (2559). **ไทยพวนกับกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบบูรณาการ**. สืบค้น 18 ธันวาคม 2566 จาก <https://so60.tci-thaijo.org/index.php/jeosci/article/view/93113>

รัฐบาลไทย. (13 ธันวาคม 2566). **การประชุมเพื่อรับมอบนโยบายกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ**. สืบค้น 18 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/76069>

วิมลรักษ์ ศานติธรรม. (ตุลาคม 2565). **Soft Power พลังแห่งการสร้างสรรค**. วิจัยปริทัศน์, (27). บทคัดย่อ.

สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน. (2556). **ทุนทางสังคมกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์: กรณีศึกษาชาวไทยพวน อำเภอปากพลี จังหวัดนครนายก**. สืบค้น 13 ธันวาคม 2566 จาก <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOS/article/view/3819>

ศึกษารายละเอียดของรายงานวิจัยได้ที่



การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร

วิจัยโดย ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ชัยรุ่งเรือง
เรียบเรียงโดย ปรียวรรณ สุวรรณสุนัย
วิทยากรชำนาญการพิเศษ

Soft Power หรือ อำนาจละมุน เป็นกลยุทธ์ที่ถูกพูดถึงในวงการตลาดอย่างมาก ทั้ง ๆ ที่ Soft Power ไม่ใช่เรื่องใหม่ และในหลายประเทศนำมาใช้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและวัฒนธรรมได้อย่างมาก จังหวัดชุมพรนับเป็นประตูด่านแรกที่จะเข้าสู่ภาคใต้ มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ เป็นเมืองแห่งผลไม้เหมาะแก่การท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงการมีสถานที่ประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรด้วยการใช้ Soft Power เป็นจุดขาย จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ และสร้างรายได้ในท้องถิ่นให้มากขึ้น

บทนำ

Soft Power หรือ อำนาจละมุน ได้กลายเป็นวลีนิยมทั้งในวงวิชาการและนอกราชการ หลังเกิดปรากฏการณ์ เช่น “ลิซ่า Blackpink” และ “แบบแบม Got7” ศิลปินเกาหลีสัญชาติไทยที่มีการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมไทยผ่านผลงานของตนเอง รวมทั้งยังมีศิลปินของไทยหลายคนที่ได้รับ ความสนใจในต่างประเทศ เช่น วงพาราไดซ์ บางกอก หมดล่า อินเทอร์เน็ตซันแนล แบนด์ หรือการทานข้าวเหนียวมะม่วงบนเวทีดนตรี Coachella ของมิลลิ ผลบวกด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมอันเกิดจาก Soft Power ได้ทำให้ภาครัฐตื่นตัวมากขึ้นในการพยายามเข้ามาสนับสนุนวัฒนธรรมประเพณีไทยเพื่อใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสร้างชื่อเสียงแก่ประเทศ รัฐบาลจึงมีนโยบายต่อเนื่องในการสนับสนุน Soft Power โดยสั่งการให้ทุกกระทรวงสำรวจและขับเคลื่อน Soft Power เพื่อผลักดันให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางเศรษฐกิจ เชื่อมโยงวัฒนธรรมไทยสู่สากล โดยมีการประกาศส่งเสริมวัฒนธรรม 5 F ที่เป็น Soft Power ของไทยให้กลายเป็นสินค้าส่งออกทางวัฒนธรรมสำคัญของไทย รัฐบาลเล็งเห็นว่า ด้วยเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยเป็นรากฐานที่เป็นทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสะท้อนผ่านอาหาร ศิลปะ วัฒนธรรม บันเทิง เพลง ภาพยนตร์ และสถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะความพยายามที่จะยกระดับความเป็นท้องถิ่นให้กลายเป็น Soft Power ทำให้ไทยเป็นที่รู้จักจากการผลักดันนโยบายดังกล่าวในระดับท้องถิ่น เช่น ระดับวัฒนธรรมจังหวัดในการตามหา Soft Power ที่มีการผลักดันวัฒนธรรมท้องถิ่นตามนโยบาย 5 F (Films, Food, Fashion, Fighting, Festival) ที่แสดงถึงตัวตนและอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่งดงาม ทำให้หน่วยงานท้องถิ่นต้นตอที่จะนำเสนอวัฒนธรรมชุมชนขึ้นอีกมากมาย

ภาคใต้เป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติมีที่ราบชายทะเล และทิวเขาอันเป็นต้นน้ำหลายสาย พื้นที่สันทรายทอดยาวไปตามแนวเหนือ-ใต้ เหมาะสมกับการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์จนก่อเกิดเป็นชุมชนและพัฒนาเป็นแหล่งอารยธรรมที่มีความเจริญรุ่งเรืองสืบมาตั้งแต่โบราณ ส่งผลให้ภาคใต้ยังมีศักยภาพสูงในด้านการท่องเที่ยว ทั้งสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม อาหาร ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่น นับเป็นจุดขายที่มีอัตลักษณ์และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

จังหวัดชุมพรเป็นเมืองที่เก่าแก่และมีความเป็นมายาวนาน เป็นประตูด่านแรกที่จะเข้าสู่ภาคใต้ มีหาดทรายทอดตัวยาวถึง 222 กิโลเมตร มีเกาะกว่า 30 เกาะ ความสวยงามของท้องทะเล ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ทำให้ชุมพรเหมาะแก่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยุคใหม่ นอกจากนั้น ชุมพรยังเป็นเมืองผลไม้ที่นิยมหลายชนิด อาทิ กล้วยเล็บมือนางทุเรียน ลองกอง เงาะ มังคุด เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งการท่องเที่ยวลักษณะนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สามารถสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นอย่างแท้จริง ทั้งยังมีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ซึ่งสามารถใช้ขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด และดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างตัวตนในระดับภูมิภาคและประเทศ แต่ที่ผ่านมา การขับเคลื่อนเรื่อง Soft Power ยังขาดความชัดเจน ความเป็นเอกภาพ ไม่มีความต่อเนื่องในการดำเนินการ ความเข้าใจผิดในการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าว ทำให้การพัฒนา Soft Power ไม่สามารถดำเนินการตามเป้าหมายที่รัฐบาลวางไว้ได้ จึงได้มีการศึกษาเพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพรด้วยการใช้ Soft Power สร้างจุดขาย กระตุ้นการท่องเที่ยวให้เติบโต เกิดการ

สร้างรายได้กระจายสู่ท้องถิ่น อันนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร
3. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร

ผลการวิจัย สามารถสรุปประเด็นสำคัญ ได้ดังนี้

1. การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดชุมพร พบ 6 ประเด็นเพื่อขับเคลื่อน Soft Power คือ 1) การบูรณาการความร่วมมือ พบว่าการทำงานเป็นไปในลักษณะการดำเนินการภารกิจร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง มีการร่วมมือกันกับทั้งหน่วยงานภาครัฐด้วยตนเอง ภาคเอกชน และประชาชนในพื้นที่เพื่อเชื่อมโยงการขับเคลื่อน Soft Power ที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น มีการระดมความคิดเห็น เพื่อให้เกิดชุดความคิดใหม่ ๆ การวางแผนทางการดำเนินงาน และการกำหนดเป้าหมายทั้งระยะสั้นและระยะยาว เชื่อมโยงข้อมูลเพื่อลดความซ้ำซ้อนของโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ในการยกระดับอาหาร ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยวของท้องถิ่นหรือจังหวัดให้กลายเป็น Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) การส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วม ให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของ Soft Power ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด โดยการณรงค์เชิญชวนการจัดกิจกรรมกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่ตื่นตัวเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัด ทั้งในรูปของส่วนบุคคลและกลุ่มคน เช่น การมีส่วนร่วมผ่านเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การวางแผนการพัฒนา Soft Power จากทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น และร่วมกำหนดแนวทางปรับปรุงการดำเนินงาน 3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องร่วมมือกับภาคเอกชน สมาคม เครือข่าย และชุมชนในพื้นที่จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจากชุมชน เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการได้แสดงความสามารถและคุณภาพของสินค้า ประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชนให้เป็นที่สนใจแก่คนทั่วไป การจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านงานเทศกาลและประเพณีต่าง ๆ เพื่อการอนุรักษ์ สืบสาน และส่งเสริมประเพณีที่

ทรงคุณค่า ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยว ตลอดจนการจัดกิจกรรมที่เป็นการกระตุ้นให้ประชาชน และเด็กเยาวชนในพื้นที่เห็นความสำคัญและเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนและส่งเสริม Soft Power ของท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม 4) การใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น พบว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันกับภาคส่วนต่าง ๆ ค้นหาต้นทุนที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น และเป็นอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น อาหาร ศิลปะ วัฒนธรรม กีฬา ภูมิปัญญา และสถานที่ท่องเที่ยว โดยพัฒนาและผลักดันให้เกิดเป็น Soft Power ให้เป็นที่รู้จักของคนในประเทศและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด เช่น ประเพณีแห่ผ้าห่มพระบรมธาตุสวี งานประเพณีแห่พระแข่งเรืออำเภอหลังสวน พิธีเสนเฮือนของชาวไทยทรงดำ ฯลฯ นอกจากนี้ ได้หาโอกาสใหม่ ๆ ในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาพัฒนาต่อยอด สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชนในรูปแบบร่วมสมัยเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด 5) สร้างการรับรู้จากรุ่นสู่รุ่น มีการสืบสานรักษาวินัยวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง ทั้งการอนุรักษ์ รักษา พื้นฟูมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นชุมชน และจังหวัด ส่งต่อให้คนรุ่นต่อไปโดยผ่านกระบวนการฝึกอบรมให้ความรู้ กิจกรรมที่ดำเนินการ คือ การนำปราชญ์ชาวบ้านของชุมชนมาถ่ายทอดความรู้ในเรื่อง วัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิต เพื่อต่อยอดคุณค่าของวัฒนธรรมพื้นถิ่น การประกวดแข่งขันอนุรักษ์ ศิลปะและวัฒนธรรมของท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่เชื่อมโยงความรู้ระหว่างศาสตร์ในแขนงต่าง ๆ ที่เป็นภูมิปัญญา เพื่อให้เกิดการไหลเวียนของความรู้ที่จะเอื้ออำนวยให้เกิดความสำเร็จกับการขับเคลื่อน Soft Power ของจังหวัด และ 6) ส่งเสริมสื่อและการสื่อสารหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการผลักดันให้ประชาชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่นให้ใช้ Social Platform อาทิ Facebook Twitter Instagram YouTube และ TikTok เป็นเครื่องมือและช่องทางการประชาสัมพันธ์กิจกรรม และสร้างความต้องการให้กับสินค้า วัฒนธรรม วิถีชีวิต และการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานภาครัฐจะร่วมมือกันจัดอบรมให้ความรู้ที่จำเป็นแก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนใช้สื่อและสามารถสื่อสารได้อย่างเหมาะสม เป็นสื่อบุคคลในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่สาธารณชน เพื่อผลักดัน Soft Power ของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก ผ่านการบอกเล่าเรื่องราว การสอดแทรกประวัติความเป็นมา ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวตามรอยเรื่องเล่า

2. ปัญหาและอุปสรรคของการขับเคลื่อน Soft Power คือ บุคลากรภาครัฐและประชาชนยังขาดความเข้าใจในแก่นของแนวคิดและเนื้อหาเกี่ยวกับ Soft Power ทำให้

ไม่สามารถนำทรัพยากรในท้องถิ่นแปลงออกมาเป็น Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้ การผลักดันและสนับสนุนจากรัฐบาลยังขาดความจริงจังและต่อเนื่อง ขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างแท้จริง การกิจที่ทับซ้อนกันระหว่างหน่วยงาน ประชาชนในพื้นที่ไม่ตื่นตัวและให้ความร่วมมือร่วมใจ และการจัดกิจกรรมการส่งเสริมส่วนใหญ่ยังเป็นการนำเสนอเพียงบางส่วนเท่านั้น

3. แนวทางการขับเคลื่อน Soft Power พบว่าหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสร้างกลไกหนุนเสริม Soft Power ร่วมกันกับทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันให้การดำเนินงานเป็นระบบและเป็นรูปธรรม สร้างการรับรู้ในอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสู่คนภายนอก โดยการเผยแพร่อาหาร วัฒนธรรม เทศกาล ประเพณี กีฬา ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ผ่านสื่อสร้างสรรค์ต่าง ๆ ที่สามารถเชื่อมโยงเข้าถึงคนทุกเพศทุกวัย ขณะเดียวกันก็สร้างความเข้าใจและความภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้กับประชาชนในจังหวัด กระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่ รักษา และพัฒนาต่อยอดอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้มีมูลค่าเพิ่มสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมเยือนมากขึ้น ความสำคัญของการท่องเที่ยวในท้องถิ่นจะเป็นการปรับเปลี่ยนระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นและเป็นการพัฒนาสังคมชนบท ดังนั้น การมีส่วนร่วมของภาครัฐจึงมีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของท้องถิ่น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวจะต้องมีมาตรการในการรักษาวัฒนธรรมชาติพันธุ์เพื่อความยั่งยืนในท้องถิ่นด้วย

4. ข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยเสนอให้ภาครัฐเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อน Soft Power ดังนี้ 1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงาน และภาคเอกชนเพื่อร่วมกันนำนโยบาย Soft Power ไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ 2) กระตุ้นให้ประชาชนมีความรู้สึกของการเป็นเจ้าของท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน เล็งเห็นคุณค่า ประโยชน์ และเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ตัดสินใจ วางแผน ร่วมแก้ปัญหา และร่วมดำเนินการขับเคลื่อน Soft Power 3) เพิ่มการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารในรูปแบบใหม่ ๆ รวมถึงจัดกิจกรรมส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดขาย 4) ร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ดำเนินการบริหารจัดการตามหาทรัพยากร ส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร กีฬาต่าง ๆ ที่เป็นอัตลักษณ์ในท้องถิ่นเพื่อยกระดับและกำหนดเป็นเป้าหมายในการผลักดัน Soft Power ของท้องถิ่นและจังหวัดให้ชัดเจน และ 5) ส่งเสริมให้มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาของท้องถิ่นเพื่อสืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญไว้ไม่ให้สูญหายไป

บทสรุปและการวิเคราะห์

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจรวมของประเทศ ทั้งในด้านการสร้างเงินตราต่างประเทศ การเพิ่มมูลค่าการค้าและบริการ การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ทั้งยังมีบทบาทต่อสังคม อาทิ การสร้างงาน การกระจายรายได้ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม จากข้อมูล Mastercard Global Destination Cities Index 2022-2023 รายงานว่า กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดในโลกถึง 22.78 ล้านคน และติดอันดับที่ 10 ของประเทศที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดในโลก โดยมีชื่อเสียงด้านความเป็นมิตรและอัธยาศัยดี เป็นเมืองแห่งรอยยิ้ม จึงทำให้รัฐบาลได้ผลักดันการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อผลักดัน Soft Power ของไทย เช่น อาหาร งานเทศกาล ภาพยนตร์ แฟชั่น ภายใต้โครงการ Soft Power Tourism Booster Shot เชื่อมไทยสู่โลก ส่งเสริมวัฒนธรรม Soft Power ของไทยให้เป็นสินค้าทางการส่งออกที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระตุ้นการยกระดับห่วงโซ่อุปทานอย่างมีประสิทธิภาพตามแนวคิด BCG Model และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ไทยกระจายไปยังทุกภูมิภาคและมุ่งสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของอทิเทพ งามศิลป์เสถียร (2563) เรื่อง แนวทางการยกระดับคุณภาพของสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว กล่าวว่าประเทศไทยมีพื้นที่ที่สวยงามและเหมาะสมที่จะเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวและถ่ายทำภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ทั้งของไทยและต่างประเทศในทุกโอกาสทุกฤดูกาล ทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ได้ประชาสัมพันธ์ในเรื่องความสะอาด ปลอดภัย การเดินทางที่หลากหลาย มีกิจกรรมสนับสนุนการถ่ายทำสื่อ เพื่อสนับสนุนให้การถ่ายทำภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ให้แก่ผู้ผลิตจากนานาประเทศ เมื่อผู้ชมภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์จะทำให้เกิดความ ต้องการตามรอยสถานที่ถ่ายทำ ซึ่งจะเป็น Soft Power อย่างหนึ่งในการผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร” ยังคงพบปัญหาเกี่ยวกับขาดความเข้าใจของหลักการ Soft Power ที่แท้จริง การสนับสนุนจากรัฐที่ไม่ต่อเนื่อง และประชาชนในพื้นที่ขาดความตื่นตัวต่อการผลักดันเรื่อง Soft Power จึงทำให้ไม่สามารถส่งเสริม Soft Power เพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชนจากการท่องเที่ยวได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ดังนั้น ภาครัฐในฐานะผู้กำหนดนโยบายต้องเป็นกลไกหลักของการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นยุทธศาสตร์

ผลักดัน Soft Power อย่างเป็นทางการจัดตั้ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพราะ ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจาก นานาประเทศ จึงควรส่งเสริมจุดเด่นดังกล่าวเป็นจุดแข็ง ให้การท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่ความยั่งยืนทั้งคุณค่าและสร้าง มูลค่าสูงได้ด้วยการใช้ Soft Power โดยควรกำหนดแนวทางใน การดำเนินการ คือ

1. สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพิ่มศักยภาพการให้บริการ ทั้ง Social media, Big data, Geolocation virtual, Chatbot รวมถึงการใช้หุ่นยนต์ช่วยทำงาน เช่น Henna Hotel ประเทศ ญี่ปุ่น มีการใช้หุ่นยนต์ให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยว แนะนำ ข้อมูลพื้นฐานเป็นภาษาต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีหุ่นยนต์สำรวจ ความเรียบร้อย หุ่นยนต์ช่วยเป็นไกด์นำทาง ซึ่งเป็นหุ่นยนต์ สามารถทำงานร่วมกับชุมชนได้ ประเทศไทยจึงต้องประเมิน ว่าจะสามารถใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยได้มากน้อยอย่างไร

2. ประเทศไทยจำเป็นต้องแก้ไขอุปสรรคภายในประเทศ ทั้งเรื่องความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ ความเสี่ยงในด้าน ต่าง ๆ อาทิ โรคระบาด ความปลอดภัยต่อนักท่องเที่ยว ด้านธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และความไม่สงบ เพราะทุกความเสี่ยงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อ การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

3. ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศไทย ต้องมาจากประเทศที่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคมและ สิ่งแวดล้อม เพราะในช่วงที่จีนปิดประเทศเนื่องจากโรคโควิด 19 พบว่ารายได้ด้านการท่องเที่ยวของไทยลดลงกว่าร้อยละ 50 จึงจำเป็นที่จะต้องพิจารณาการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศ ที่มีความมั่นคงภายในด้วย โดยการสำรวจข้อมูลและวิเคราะห์ จากดัชนีวัดคุณภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ ต่าง ๆ พบว่าประเทศที่มีความมั่นคงและสามารถเดินทางมา ประเทศไทยได้สะดวก (ไม่เกิน 28 ชั่วโมง) กระจายตัวอยู่ ทั่วโลก ทั้งทวีปเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ ฮองกง สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิสราเอล ทวีปยุโรป เช่น รัสเซีย โปรตุเกส ฝรั่งเศส สเปน สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ ทวีปอเมริกา เช่น สหรัฐอเมริกา บราซิล แคนาดา ทวีปโอเชียเนีย ได้แก่ ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มประเทศใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ เช่น โอมาน การ์ตา บาห์เรน มาเก๊า เอสโตเนีย ไอร์แลนด์ โครเอเชีย ปานามา

4. ต้องสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น กล่าวคือลักษณะการ ท่องเที่ยวของไทยที่เด่นอันดับแรก คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และธรรมชาติ รองลงมา คือ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและ ประเพณี การท่องเที่ยวชุมชนและวิถีท้องถิ่น การท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อน การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยว

เชิงอาหาร การท่องเที่ยววิถีเกษตร ตามลำดับ ซึ่งแต่ละจังหวัด ต้องพิจารณาโดยละเอียดในเรื่องสิ่งที่นำเสนอของแต่ละ พื้นที่ว่าควรส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบใด การส่งเสริมการ ท่องเที่ยวสู่ตลาดใหม่ และการขยายฐานลูกค้าที่ไม่ซ้ำกลุ่มเดิม ๆ ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้นำเสนอไปข้างต้นเป็นส่วนหนึ่ง ของบทสรุปในประเด็นที่สำคัญ หากผู้อ่านมีความสนใจ ต้องการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม สามารถสืบค้นได้ตาม QR Code ที่แนบมาท้ายบทความนี้

บรรณานุกรม

- กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2565). **พลังแห่ง Soft Power** ภาพยนตร์-ซีรีส์ กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว. สืบค้น 25 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.thaimediafund.or.th/articlesoftpower/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลักดัน Soft Power ผ่านเวทีפורัม การท่องเที่ยวแห่งปี ในงาน “The Soft Power Tourism 2023”. (2566). สืบค้น 26 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.bcg.in.th/news/tat-pushes-soft-power-through-the-tourism-forum-of-the-year/>
- ความหมายและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (ม.ป.ป.). สืบค้น 25 ธันวาคม 2566 จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com/อุตสาหกรรมกา รท่องเที่ยว/ความหมายและความสำคัญขอ/>
- Soft Power ชุมทรัพย์ต่อยอดท่องเที่ยวไทย. (2566). สืบค้น 26 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/327076>
- ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ชัยรุ่งเรือง. (2566). การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 11(5), 1922–1935.
- ไทยติดอันดับ 1 ใน 10 ประเทศปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว. (มิถุนายน 2566). สืบค้น 25 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.tnnthailand.com/news/social/149085/>
- เปิดตัวซอฟต์แวร์ท่องเที่ยว ไทยเชื่อมโลก ดันจุดแข็งให้เป็นจุดขาย. (มิถุนายน 2566) สืบค้น 25 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.thaipost.net/all-news/397209/>
- เปิดปัจจัยต่างชาติ 5 ประเทศ ชอบเที่ยวไทย. (2566). สืบค้น 26 ธันวาคม 2566 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/332045>
- พิชญาวร โพธิ์สง่า. (17 พฤษภาคม 2566). ดัน ‘ซอฟต์แวร์ท่องเที่ยว’ ให้นัก ท่องเที่ยวรักประเทศไทย. สืบค้น 26 ธันวาคม 2566 จาก <https://theactive.net/read/soft-power-tourism/>

ศึกษารายละเอียดของรายงานวิจัยได้ที่



อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงวัยของชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

วิจัยโดย ศิริพร พึ่งเพชร, วิไลวรรณ ศิริประภาภูวดล และไพโรจน์ ศรีคง
เรียบเรียงโดย คณาธิป ไกยชน
วิทยาการชำนาญการ

“อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ที่เป็นรูปธรรมเป็นอำนาจละมุนทางธรรมชาติ ได้แก่ พื้นที่ปลูกฝ้าย พื้นที่ติดภูเขาไม้ต้นครึ่ง มะหาด ตะโกภูเขา คนทา และสมอ เพื่อใช้ย้อมสีธรรมชาติ แม่น้ำพรม เขื่อนโนนเขวา เป็นแหล่งน้ำ วิถีชีวิตชุมชนแต่งกายด้วยผ้าฝ้ายเส้นมือเพื่อการทำงานและไปงานบุญ มีภูมิปัญญาชุมชนในการปลูกฝ้าย ย้อมฝ้าย และการตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป มีแหล่งท่องเที่ยวล่องแพ อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นนามธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณี ฝ้ายผูกแขน การทำบุญคุ้ม บุญข้าวจี บุญพระเวส สำหรับแนวทางในการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงวัย คือ การทอผ้า “ผ้าฝ้ายเส้นมือ” และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณและพันธุ์ฝ้ายด้านการตลาดควรมีการส่งเสริมการขายในเทศกาลต่าง ๆ ทั้งแบบออกร้านและออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายการทอผ้าและการจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าว”

บทนำ

เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคของโลกเทคโนโลยีสารสนเทศที่อำนาจละมุน (Soft Power) สามารถเผยแพร่เข้าสู่สังคมได้อย่างรวดเร็ว เป็นอำนาจที่ชักชวนหรือชักจูงใ้มนำให้ผู้อื่นปฏิบัติตามความประสงค์ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ ความชื่นชม ความสมัครใจที่จะร่วมกันทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยไม่มีการบังคับ ซึ่งประเทศไทยมีอำนาจละมุนโดดเด่นในมิติวัฒนธรรมประเพณี ทั้งด้านวิถีชีวิต การไหว้ การแต่งกาย อาหารไทย เช่น ต้มยำกุ้ง ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากสังคมโลก และถือว่าเป็นพลังอำนาจละมุนระดับชาติที่เกิดจากค่านิยมทางวัฒนธรรมในการมีส่วนร่วมมากกว่าการแข่งขัน

ชุมชนบ้านโนนเขวาเป็นชุมชนหนึ่งในตำบลโนนทอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ มีจำนวนประชากร 7,435 คน (ข้อมูลปี 2562) เป็นผู้สูงอายุ 250 คน มีอายุตั้งแต่ 60–82 ปี มีรายได้จากการได้เงินเลี้ยงชีพผู้สูงอายุโดยเฉลี่ยปีละ 84,000 บาท ซึ่งถือว่าเป็นรายได้ที่ค่อนข้างน้อยส่งผลให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุต่ำ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีตามแนวคิดพัฒนาพลังในด้านอารมณ์สุขภาพดี มีหลักประกันและความมั่นคงในชีวิต การช่วยให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีวิธีหนึ่ง คือ การให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมที่เกิดประโยชน์และมีคุณค่าทางสังคม อันจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจในคุณค่าแห่งตน ก่อให้เกิดความเบิกบานมีความสุขด้วยการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุประกอบอาชีพที่ทำสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพื่อให้เกิดความ

ยั่งยืน และมีความมั่นคงทางรายได้อันจะส่งผลให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดี

ผู้วิจัยจึงเห็นว่า ชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ เป็นชุมชนที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นผู้สูงวัยมาก แต่มีรายได้น้อยซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุต่ำ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีตามแนวคิดพัฒนาพลังในด้านอารมณ์สุขภาพดี มีหลักประกันและความมั่นคงในชีวิต จึงควรศึกษาอำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถสร้างรายได้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมถึงการส่งเสริมและการอนุรักษ์สืบสานอาชีพของชุมชนให้ยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงวัยด้วยอำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

ผลการวิจัย สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวาที่เป็นรูปธรรม ได้แก่ พื้นที่สำหรับการปลูกฝ้าย แม่น้ำพรม เขื่อนโนนเขวา มีแหล่งท่องเที่ยวล่องแพ พื้นที่ติดภูเขาไม้ต้นครึ่ง มะหาด ตะโกภูเขา คนทา และสมอ เพื่อใช้ย้อมสีธรรมชาติ วิถีชีวิตชุมชนแต่งกายด้วยผ้าฝ้ายเส้นมือเพื่อการทำงานและไปงานบุญ มีภูมิปัญญาชุมชนในการปลูกฝ้าย ย้อมฝ้าย และ

การตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป สำหรับอำนาจละมุน อุตสาหกรรมชุมชนที่เป็นนามธรรม ได้แก่ นโยบายส่งเสริมการใช้ผ้าไทยของจังหวัดชัยภูมิ “นุ่งขึ้น สวมผ้าไทย สร้างอัตลักษณ์ชัยภูมิ” หรือผ้าไทยใส่สนุกทุกวันศุกร์ตั้งแต่ พ.ศ. 2563 ผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานภาครัฐของชุมชนบ้านโนนเขวาสองต้องแต่งกายด้วยผ้าไทย และวัฒนธรรมประเพณีฮีตสิบสองที่ส่งเสริมการแต่งกายด้วยผ้าฝ้ายทอมือมาตั้งแต่อดีตกาล ตั้งแต่เดือนอ้ายบุญเข้ากรรม เดือนยี่บุญคุณลาน เดือนสามบุญข้าวจี เดือนสี่บุญผะเหวด เดือนห้าบุญสงกรานต์ เดือนหกบุญบั้งไฟ เดือนเจ็ดบุญข้าสะ เดือนแปดบุญเข้าพรรษา เดือนเก้าบุญข้าวประดับดิน เดือนสิบบุญข้าวสาก เดือนสิบเอ็ดบุญออกพรรษา เดือนสิบสองบุญกฐิน นอกจากนี้ ยังมีการใช้ฝ้ายผูกแขนสำหรับการรับขวัญผู้มาเยือน ผู้หายจากการเจ็บป่วย ตลอดจนการทำบุญคุ้มประจำหมู่บ้าน แต่ละครัวเรือนจะรวมเป็นคุ้มจัดเตรียมอาหารร่วมกันทำบุญในเวลากลางวันจัดรูปเทียนดอกไม้สำหรับไหว้พระสงฆ์ ฟังเทศน์ ช่วงเช้าทำบุญตักบาตรรักษาศีล ถวายอาหารพระสงฆ์ ซึ่งเป็นอำนาจละมุนที่อยู่ในวิถีชีวิตของชุมชนบ้านโนนเขวาสองตั้งแต่อดีตเป็นต้นมา ประกอบกับสภาพทางภูมิประเทศของชุมชนที่อยู่ติดภูเขาทำให้เกิดอัตลักษณ์ชุมชนเป็นอำนาจละมุนดังกล่าว

นอกจากนี้ ยังมีอำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวาสองได้นำฝ้ายที่ปลูกเองมาเป็นวัตถุดิบในการทอนำครั้ง มะหาด ตะโกภูเขา คนทา และสมอมาย้อมเส้นฝ้าย ทำให้ได้สีจากธรรมชาติ และสีไม่ตกเพราะแช่น้ำมะเกลือ สำหรับเสื้อผ้าสำเร็จรูปจะมีลายเส้นเป็น 12 สี ซึ่งหมายถึงตำบล 12 ตำบลในอำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ



ที่มา: การสาธิตกิจกรรมขั้นตอนการทอผ้าฝ้ายเข้มนมือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าฝ้ายโนนเขวาสอง, โดย องค์การบริหารส่วนตำบลโนนทอง, 2565, สืบค้นจาก https://www.tambonnonthong.go.th/activity/user_select_photo.php?news_id=103

2. แนวทางในการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงอายุด้วยอำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวาสอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ

แนวทางในการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงอายุ คือ การทอผ้า “ผ้าฝ้ายเข้มนมือ” และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ได้แก่ เสื้อ กะโปรง กางเกง กระเป๋าทู้อ กระเป๋าต่างค์ หมวก ผ้าขาวม้า ดอกไม้ประดิษฐ์ ภาครัฐควรมีเงินทุนและพันธู์ฝ้ายสนับสนุน ด้านการตลาดควรมีการส่งเสริมการขายในเทศกาลต่าง ๆ ทั้งแบบออกร้านและออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายการทอผ้า และการจัดจำหน่าย “ผ้าฝ้ายเข้มนมือ”

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะว่า อำนาจละมุนเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยส่งเสริมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของคนในชุมชน โดยเฉพาะชุมชนบ้านโนนเขวาสองที่มีผู้สูงอายุจำนวนมาก ทำให้ผู้สูงอายุเกิดความภาคภูมิใจที่สามารถดำรงชีพได้ด้วยรายได้ของตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาลูกหลาน แต่อำนาจละมุนไม่สามารถคงอยู่ได้ตลอดไป ภาครัฐจึงควรสร้างกลไกส่งเสริมอำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวาสอง ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนตำบลโนนทอง ควรจัดทำโครงการพัฒนาแหล่งปลูกฝ้ายชุมชนและให้ทุนสนับสนุนการทำผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปจาก “ผ้าฝ้ายเข้มนมือ” ให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน
2. องค์การบริหารส่วนตำบลโนนทอง ควรทำการตลาดทั้งแหล่งท่องเที่ยวและการขายผลิตภัณฑ์ “ผ้าฝ้ายเข้มนมือ”
3. ควรสร้างศูนย์การเรียนรู้ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้การทอ “ผ้าฝ้ายเข้มนมือ”
4. ภาครัฐควรจัดหาแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์และโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้วยการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยด้านการตลาดและการบรรจุภัณฑ์

บทสรุปและการวิเคราะห์

งานวิจัยเรื่อง “อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงอายุของชุมชนบ้านโนนเขวาสอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ” ได้ข้อค้นพบสำคัญ คือ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) อัตลักษณ์ชุมชนบ้านโนนเขวาสอง อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ ที่เป็นรูปธรรมเป็นอำนาจละมุนทางธรรมชาติ ได้แก่ พื้นที่ปลูกฝ้าย พื้นที่ติดภูเขาไม้ต้นครั้ง มะหาด ตะโกภูเขา คนทา และสมอ เพื่อใช้ย้อมสีธรรมชาติ แม่น้ำพรม เขื่อนโนนเขวาสอง เป็นแหล่งน้ำวิถีชีวิตชุมชนแต่งกายด้วยผ้าฝ้ายเข้มนมือเพื่อการทำงานและไปงานบุญ มีภูมิปัญญาชุมชนในการปลูกฝ้าย ย้อม

ฝ่าย และการตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป มีแหล่งท่องเที่ยว ล่องแพ อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นนามธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมประเพณี ฝ่ายผูกแขน การทำบุญคุ้ม บุญข้าวจี บุญผะเหวด สำหรับแนวทางในการเสริมสร้างรายได้ผู้สูงวัย คือ การทอผ้า “ผ้าฝ้ายเข็นมือ” และผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ภาครัฐควรสนับสนุนพันธกิจฝ่าย ด้านการตลาดควรมีการส่งเสริมการขายในเทศกาลต่าง ๆ ทั้งแบบออกร้านและออนไลน์ และการสร้างเครือข่ายการทอผ้าและการจัดจำหน่ายสินค้าดังกล่าว

จากข้อมูลและข้อค้นพบข้างต้น สรุปได้ว่า ซอฟต์แวร์อัตลักษณ์ของชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ มีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ทางธรรมชาติ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า แต่ยังคงขาดการสนับสนุนในทางนโยบายเพื่อผลักดันให้เกิดซอฟต์แวร์อย่างแท้จริง ดังนั้น ภาครัฐควรส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นซอฟต์แวร์ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะผู้สูงวัยในพื้นที่ดังกล่าวสามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการสร้างรายได้ ทั้งการทอผ้าฝ้ายเข็นมือ และการสร้างผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ซอฟต์แวร์ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงการฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มุ่งสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) พัฒนามาจากองค์ความรู้ทรัพยากรปัญญา การศึกษา และการสร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นอาหาร มวยไทย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่น่าสนใจได้ แต่ไม่ใช่ซอฟต์แวร์ในตัวเอง เพราะซอฟต์แวร์หมายถึงอำนาจในการชักจูงหรือโน้มน้าวให้ปฏิบัติตามโดยการสร้างเสน่ห์ ภาพลักษณ์ ความชื่นชมและความสมัครใจพร้อมที่จะร่วมมือกัน และเป็นการใช้กลไกที่ไม่ใช่การบังคับขู่เข็ญเพื่อบรรลุผลลัพธ์ประการใดประการหนึ่งที่ต้องการ ดังนั้น ผู้เรียบเรียงจึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากงานวิจัยดังกล่าว เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นซอฟต์แวร์ที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมและเกิดความยั่งยืน ดังนี้

1. รัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอสำหรับดำเนินการส่งเสริมการใช้ซอฟต์แวร์เพื่อเป็นเครื่องมือ

เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในชุมชน โดยใช้องค์ความรู้ และการวิจัย เชื่อมโยงเข้ากับวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจการค้า การผลิตสินค้า และธุรกิจบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประเทศ

2. ส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนการใช้ซอฟต์แวร์อย่าง เป็นรูปธรรมผ่านการแสดงออกของบุคคลที่มีชื่อเสียง (Influencer) หรือบุคคลตัวอย่างในโลกออนไลน์ (Net Idol) ในระดับชาติหรือระดับโลก รวมถึงการถ่ายทอดความงดงามทางธรรมชาติของชุมชน วัฒนธรรม ประเพณี รวมถึงสินค้าชุมชนผ่านสื่อสร้างสรรค์ที่ทันสมัย เช่น สื่อสังคมออนไลน์ โทรศัพท์สาธารณะ เป็นต้น และต่อยอดให้ผู้ชมในต่างประเทศที่เป็นนักแสดงหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ชื่นชอบและเป็นทูตทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ในวงกว้างและให้เกิดผลขึ้นจริงในทางปฏิบัติ

3. สร้างกลไกการขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ในระดับต่าง ๆ ทั้งระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนผ่านช่องทางที่เข้าถึงประชาชนทุกกลุ่ม และส่งผลกระทบต่อในวงกว้างเพื่อให้เกิดแรงจูงใจหรือโน้มน้าวใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการใช้สินค้าหรือบริการในชุมชน เช่น การใช้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ผ่านละครโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการใช้ซอฟต์แวร์ในการสร้างรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้นำเสนอไปข้างต้นเป็นส่วนหนึ่งของบทสรุปในประเด็นที่สำคัญ หากผู้อ่านมีความสนใจ ต้องการศึกษารายละเอียดเพิ่มเติม สามารถสืบค้นได้ตาม QR Code ที่แนบมาท้ายบทความนี้

บรรณานุกรม

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย. (2561).

สืบค้น 5 มกราคม 2567 จาก

<https://www.aseanwatch.org/wp-content/uploads/2018/10/ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย-soft-power-revised.pdf>

Soft Power อำนาจแห่งความสร้างสรรค์ เพื่อสรรค์สร้างเศรษฐกิจไทย.

(ม.ป.ป.). สืบค้น 4 มกราคม 2567 จาก

<https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy>

ประทีป ช่วยเกิด. (2565). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย “Soft Power”. สืบค้น 4 มกราคม 2567 จาก <https://rsdi.kku.ac.th/?p=2894>

พีระ เจริญวัฒนกุล. (พฤษภาคม 2565). ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย และความตระหนักในการสร้าง Moral Authority ด้านต่างประเทศ. *วิเทศปริทัศน์*, (6), 1–5.

ศิริพร พึ่งเพ็ชร, วิไลวรรณ ศิริประภาภูวดล, และ ไพโรจน์ ศรีคง. (2566). **อำนาจละมุนอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการเสริมสร้างรายได้** ผู้สูงอายุของชุมชนบ้านโนนเขวา อำเภอเกษตรสมบูรณ์ จังหวัดชัยภูมิ. สืบค้น 4 มกราคม 2567 จาก <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jemri/article/view/261364>

สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2566). **ข่าวนายกรัฐมนตรี**. สืบค้น 4 มกราคม 2567 จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/72896>

ศึกษารายละเอียดของรายงานวิจัยได้ที่





การเผยแพร่ความรู้ด้านงานวิจัยและพัฒนา โดยกลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร มีผลงาน 6 รูปแบบที่สำคัญ ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ “คลังสารสนเทศของสถาบันนิติบัญญัติ” ดังนี้

1. รายงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ (full text) โดยสถาบัน นักวิชาการอิสระ และนิสิตนักศึกษา ที่ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานฯ รวมถึงผลงานวิจัยที่จัดทำโดยบุคลากรของกลุ่มงานวิจัยและพัฒนา
2. บทความวิจัยปริทัศน์ (Research Review Article) บทความวิชาการที่ได้จากการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด องค์ความรู้ และผลงานวิจัยต่าง ๆ เพื่อประมวลความรู้และหาข้อสรุปในเรื่องหรือประเด็นใดประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ ทั้งข้อเท็จจริงและข้อเสนอแนะในวงสาธารณะและกิจการที่เกี่ยวข้องกับฝ่ายนิติบัญญัติ
3. บทความวิจัยสำหรับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและกรรมการ (Research Focus) เอกสารทางวิชาการที่รวบรวมข้อมูล ในรูปของบทความวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบทบาทและอำนาจหน้าที่ของสภาผู้แทนราษฎร และภารกิจของคณะกรรมการสามัญ
4. เอกสารวิชาการ “เกาะกระแสโพล” เป็นเอกสารที่นำเสนอผลการสำรวจความคิดเห็น (Poll) ในประเด็นที่อยู่ในกระแสความสนใจ ของสังคม พร้อมทั้งวิเคราะห์เสนอความคิดเห็นและมุมมองด้านต่าง ๆ ด้วยการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. บทสรุปเชิงนโยบาย (Policy Brief) เป็นการศึกษาผลงานวิจัยหรืองานวิชาการมาศึกษาประกอบกัน ในขอบเขตของปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อนำเสนอนโยบายทางเลือกต่าง ๆ ที่เป็นไปได้ให้แก่ผู้อ่าน ที่เป็นข้อเสนอแนะหรือแนวทางแก้ไขปัญหาค่าที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ

เข้าถึงและเรียกดูเอกสาร (download) ทั้ง 5 ฉบับข้างต้นได้ที่



6. บทความวิจัยออกอากาศในรายการวิจัยก้าวไกล สามารถรับฟังได้ในรายการ “วิจัยก้าวไกล” ทางสถานีวิทยุกระจายเสียงรัฐสภา ระบบ F.M. คลื่นความถี่ 87.5 MHZ และระบบ A.M. คลื่นความถี่ 1071 KHZ ทุกวันเสาร์ ตั้งแต่เวลา 07.30-08.00 นาฬิกา

รับฟังรายการย้อนหลังได้ที่



กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
1111 ถนนสามเสน แขวงนครไชยศรี เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 10300
โทร : 02-242-5900 ต่อ 5761