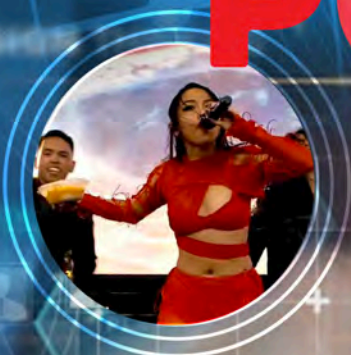


คนไทยกับโอกาส
จาก

Soft POWER



บทสรุปจากเวทีเสวนากลุ่ม
“คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power”
โดยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต
วันศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2565
ณ ห้องประชุมชั้น 5 อาคารสำนักงานมหาวิทยาลัย



ดร.พรณิษฐ์ แก้วนนต์
รองอธิการบดีฝ่ายกิจการต่างประเทศและลูกค้าสัมพันธ์
และประธานหลักสูตรธุรกิจจีน-อาเซียน

Poll *Exclusive*

by Suan Dusit Poll



สารบัญ

5 | “软实力给泰国人民带来的机会”集体讨论会总结

21 | Soft Power ไทย...
ทางรอดของเศรษฐกิจไทย

6 | บทสรุปจากเวทีเสวนากลุ่ม
“คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power”

23 | เจาะลึก
“Thai Soft Power”

15 | ผู้เข้าร่วมเสวนา
“คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power”
ณ ห้องประชุมชั้น 5
อาคารสำนักงานมหาวิทยาลัยสวนดุสิต

24 | จาก Poll
สู่บทความ

16 | ผลสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ
“คนไทยกับ Soft Power”

29 | “THAI
SOFT POWER”

18 | การวิเคราะห์ผลสำรวจความคิดเห็นของ
ประชาชนในประเด็น “คนไทยกับ Soft Power”



“Soft Power” is the ability to affect others to obtain the outcomes one wants through attraction rather than coercion or payment A country’s soft power rests on its resources of **culture, values, and policies**. A smart power strategy combines hard and soft power resources. ...

Joseph S. Nye, Jr.

The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, vol. 616, 1: pp. 94-109, First Published March 1, 2008

“Water is the softest thing, yet it can penetrate mountains and earth. This shows clearly the principle of softness overcoming hardness.”

Lao Tzu

an ancient Chinese philosopher and writer., 6th century – 4th century BCE

“SOFT POWER” ใช้เสน่ห์ไทยเข้าโจมตีหัวใจโลก

มิว ศุภศิษฏ์ จงชีวัตร
นักแสดง ศิลปิน



“软实力给泰国人民带来的机会” 集体讨论会总结



蓬差尼·盖娜博士
川登喜大学国际交流与公共关系副校长

川登喜大学2022年6月10日于校行政楼五楼会议厅举办了“软实力给泰国人民带来的机会”集体讨论会，前泰国驻阿根廷大使那林洛·凤刺斌先生及泰国文化娱乐教育等行业的多位专家学者参会，会议一致认为政府及人民应有计划地共同推进软实力的发展以尽快恢复经济。

为了顺应近期软实力话题的热度并通过文化及流行力建立社会思潮的影响，在多领域复兴经济，川登喜大学举办了此次“软实力给泰国人民带来的机会”集体讨论会。为了在公众领域推介软实力的影响，本次讨论会邀请了各行各业专家学者共同讨论，嘉宾有前泰国驻阿根廷大使那林洛·凤刺斌先生、艺鼎传媒有限公司（泰国）首席执行官张东先生、泰韩冰公司法人、泰籍在华主持人、南京大学国际关系专业在读博士蒙普·韩斯丽佩先生、泰中同学会主席、a day BULLETIN网站“寻龙之旅”专栏作家轩·西提撒满先生、4MIX组合成员杰·拉门·格底苏乌东、福柯松·差尼·布勒、梅伽·南那潘·迪勒达袞、川登喜大学研究生院尼帕差娜·娜匹尼博士、中国-东盟国际商务专业甘雅通·贺拉达博士及瓦撒那·格斯老师，讨论会由川登喜大学国际交流与公共关系副校长蓬差尼·盖娜博士主持。



บทสรุปจากเวทีเสวนากลุ่ม
“คนไทยกับโอกาส
จาก

Soft POWER

บทสรุปจากเวทีเสวนากลุ่ม “คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power” โดยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่จัดในวันศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2565 ณ ห้องประชุมชั้น 5 อาคารสำนักงานมหาวิทยาลัยสวนดุสิต โดยมีท่านนริศโรจน์ เพื่อระบิล อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม และ บุคลากรแควตงบันเทิง และ การศึกษาร่วมเสวนา และต่างเห็นตรงกันว่าภาครัฐ และ ภาคประชาชน ต้องร่วมกันขับเคลื่อน Soft Power อย่างมีแบบแผน เพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจ

จากกระแสการพูดถึง Soft Power หรือการสร้าง อิทธิพลต่อความคิดของสังคมผ่าน วัฒนธรรม และค่านิยม ที่นำมาใช้เพื่อส่งเสริมการฟื้นฟูเศรษฐกิจกันในวงกว้าง มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จึงได้จัดงานเสวนากลุ่มในหัวข้อ “คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power” โดยเชิญผู้ร่วมเสวนา จากหลากหลายวงการ เข้าร่วมนำเสนอความคิดเห็น เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ และได้รับเกียรติจาก ท่านนริศโรจน์ เพื่อระบิล อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา, คุณตง จาง CEO บจก. อาร์ทอป มีเดีย (ไทยแลนด์), คุณ เมืองภูมิ หาญสิริเพชร เจ้าของบริษัท THAIHANBING พิธีกร ชาวไทยในจีน และนักศึกษาปริญญาเอก สาขาความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหนานจิง, คุณสรวง สิทธิสมาน นายกสมาคมนักเรียนไทย-จีน และเจ้าของคอลัมน์ “มาหามังกร” ใน a day BULLETIN, จอร์จ-ราเมศวร์ เกียรติสุขอุดม, โพล์คของ-ชนินทร์ บุณรอด และ แม็กก้า-ณัฐภัทร ดีเลิศตระกูล 3 สมาชิกจากวง 4MIX, รวมถึง

ดร.นิพัทธ์ชนก นางพินิจ อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย, ดร.กัญญาทอง ทรดาล และอาจารย์วันชนะ เกตุศรี ประจำ หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่าง ประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เข้าร่วม โดยมี ดร.พรชณิตว์ แก้วเนตร รองอธิการบดีฝ่ายกิจการ ต่างประเทศและลูกค้าสัมพันธ์ และประธานหลักสูตร ธุรกิจจีน-อาเซียน เป็นผู้ดำเนินการเสวนา

ท่านนริศโรจน์ เพื่อระบิล เห็นว่า ปัจจุบัน มีการใช้ คำว่า Soft Power ในหลากหลายกิจกรรม แต่อาจมี ความสับสนในแก่นแท้ของ Soft Power ไปบ้าง ทั้งนี้ Soft Power เกิดจากการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม ค่านิยม และ นโยบายต่างประเทศในเชิงบวก

ดร.พรชณิตว์ แก้วเนตร

รองอธิการบดีฝ่ายกิจการต่างประเทศ
และลูกค้าสัมพันธ์
และประธานหลักสูตรธุรกิจจีน-อาเซียน





โดยประเทศไทยมีการใช้ Soft Power ผ่านนโยบายการต่างประเทศมาตั้งแต่สมัย 40 กว่าปีที่แล้ว ในครั้งที่พระบาทสมเด็จพระมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร มีพระราชกระแสรับสั่งให้รัฐบาลเปิดพรมแดนรับผู้หนีสงครามกลางเมืองทั้งจากลาวและเวียดนามนับล้านคนเข้ามาในประเทศไทย ขณะที่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ในฐานะองค์ประธานสภาอากาศไทยไทย มีพระราชกระแสรับสั่งให้จัดสร้าง "ศูนย์สภาอากาศไทย" เพื่อให้ความช่วยเหลือผู้อพยพ ทั้งยังเสด็จพระราชดำเนินติดตามงานด้วยพระองค์เอง ทำให้ภาพลักษณ์ด้านความมีมนุษยธรรมของไทยปรากฏแก่สายตาชาวโลก



Soft Power เกิดจากการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศในเชิงบวก

ท่านนริศโรจน์ เฟื่องระบิล
อดีตรองอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา

ในขณะที่ Soft Power ด้านค่านิยมของไทย ที่ปรากฏในเหตุการณ์ใหญ่ ๆ ได้แก่ เหตุการณ์สึนามิ ที่ทำให้ทั่วโลกได้เป็นความมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของชาวไทย ที่ให้การช่วยเหลือชาวต่างชาติผู้ประสบเหตุ รวมถึงเหตุการณ์ปฏิบัติการช่วยเหลือนักฟุตบอลเยาวชน (13 หมูป่า) ที่ติดอยู่ภายในถ้ำหลวง ขุนน้ำนางนอน ที่ได้เห็นความร่วมมือของทุกฝ่าย แม้กระทั่งชาวบ้านที่พยายามทำสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่ตนทำได้ เช่น ทำอาหาร หรือ ดูแลทำความสะอาดเสื้อผ้าให้เจ้าหน้าที่เข้าปฏิบัติการช่วยเหลือ ซึ่งภาพดังกล่าวถูกรายงานผ่านสื่อชื่อดังระดับโลก ทั้งยังเป็นเหตุการณ์ที่ถูกนำไปสร้างเป็นภาพยนตร์ในต่างประเทศหลายเรื่องด้วยกัน

ท่านนริศโรจน์ อธิบายถึงการสร้าง Soft Power ว่าเป็นปฏิบัติการที่นำเหตุการณ์บางอย่างมาทำให้เกิดค่านิยม ยกตัวอย่างเช่น เหตุการณ์ 13 หมูป่าติดถ้ำหลวง ที่ตนเองพยายามสร้าง Soft Power ให้คนทั่วโลกมีความรู้สึกมีส่วนร่วมติดตามเหตุการณ์ไปกับคนไทย ด้วยการติดต่อให้ไอเนล เมสซี นักฟุตบอลชื่อดังระดับโลกอวดวิดีโอคลิป์ให้กำลังใจ 13 หมูป่า สร้างความรู้สึกร่วมให้คนทั้งโลก และทำให้นักฟุตบอลเยาวชนทั้ง 13 คน ที่รอดชีวิตจากเหตุการณ์ดังกล่าว กลายเป็นคนดังระดับโลก ออกรายการสัมภาษณ์พิเศษในสื่อสำนักต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งยังได้รับเชิญเป็นแขกพิเศษของรัฐบาลอาร์เจนตินา เข้าชมกีฬาโอลิมปิกเกมส์ และเข้าพบประธานาธิบดีอาเจนตินาอีกด้วย



นอกจากนี้ ท่านนริศโรจน์ กล่าวถึงการใช้ Soft Power ในด้านวัฒนธรรมว่า จำเป็นต้องมีจุดร่วมเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงและผลลัพธ์ที่เกิดประโยชน์ ทั้งนี้วัฒนธรรมร่วมสมัยอาจสร้างผลลัพธ์ได้มากกว่า ทั้งยังยกตัวอย่าง ศิลปินกลุ่ม 4MIX ของไทย ว่าเป็นการสร้าง Soft Power จากประเทศไทยได้อย่างชัดเจน การเล่นคอนเสิร์ตที่เม็กซิโกของ 4MIX สร้างกระแสความนิยม T-Pop ในกลุ่มวัยรุ่นประเทศแถบละตินอเมริกาเป็นอย่างมากซึ่งเห็นได้จากผู้คนที่เข้าชมคอนเสิร์ต และกระแสการพูดถึงในโลกโซเชียลมีเดีย



Soft Power ด้านค่านิยมของไทยที่ปรากฏอย่างเด่นชัดต่อชาวต่างชาติ คือ ความมีน้ำใจ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ของชาวไทย อาทิ จากเหตุการณ์ภัยสึนามิ และเหตุการณ์ 13 หมู่ป่าติดถ้ำหลวง

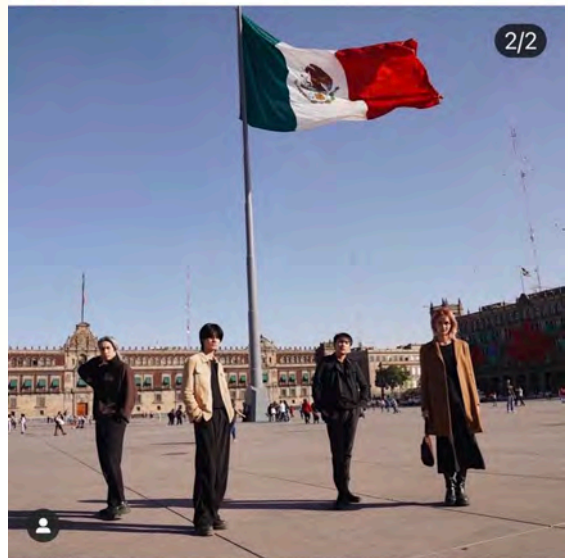
ท่านนริศโรจน์ เพ็องระบือ
อดีตนายกรัฐมนตรีไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา

ขณะที่ Soft Power ด้านวัฒนธรรมที่ทรงอิทธิพลในปัจจุบันอย่าง Soft Power ของเกาหลีใต้ ประสบความสำเร็จได้ด้วยการดำเนินการอย่างมีแบบแผน มีการติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งดำเนินการมานาน โดยในครั้งที่ตนดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการกองการท่องเที่ยววัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเมื่อ 20 ปีที่แล้ว อัครราชทูตที่ปรึกษาสถานทูตเกาหลีใต้ ประจำประเทศไทยยังได้มาขอปรึกษาเรื่องกระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทย โดยขณะนั้นกำลังได้รับความนิยมอย่างมาก ผ่านซีรีส์ และศิลปิน และเกรงว่ากระแสความนิยมที่มากเกินไป หรือการดำเนินนโยบายที่ผิดพลาด อาจเกิดผลเสียในอนาคต ซึ่งตนได้ให้คำแนะนำว่า การทำ Soft Power หรือการส่งเสริมวัฒนธรรมในประเทศอื่น ๆ ควรต้องมีปฏิสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ซึ่งหลังจากนั้น ก็ทำให้เราได้เห็นศิลปินชาวไทยได้เริ่มไปมีผลงานในเกาหลีใต้ เริ่มจาก นิคคูน และอีกหลายคนตามมา รวมถึง ลิซ่า และอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการสร้าง Soft Power คือการดำเนินงานผ่าน Korea Foundation แทนการดำเนินงานตรงโดยรัฐบาล เพื่อ

หลีกเลี่ยงการถูกมองว่าเป็นการดำเนินการเพื่อไม่ให้เกิดการต่อต้านหรือรู้สึกว่าเป็นปฏิบัติการเชิงจิตวิทยา หรือ โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

ท่านนริศโรจน์ ยังกล่าวถึงการผลักดัน Soft Power ของไทยว่า อาจไม่เข้มแข็งเหมือนอย่างเกาหลีใต้ที่วางแผนอย่างเป็นระบบ และทบทวนแผนทุก ๆ 6 เดือนที่ผ่านมา ไทยมีความพยายามส่งเสริม Soft Power ในหลายด้าน แต่การจะทำให้ Soft Power เกิดผลลัพธ์ในระดับประเทศ จำเป็นต้องมีปฏิบัติการในการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างรายได้เข้าประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่ด้านที่มีความโดดเด่น เช่น อาหาร ซีรีส์สวย และภาพยนตร์ ทั้งการส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย และการส่งเสริมการส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศ และจำเป็นต้องมีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ที่ต้องวางกลยุทธ์ที่เกื้อหนุนกัน

4mix.official.ks



31,047 likes

4mix.official.ks HOLA MEXICO 🇲🇪

• วง 4mix ผู้สร้างกระแสนิยม T-Pop ในกลุ่มวัยรุ่นประเทศแถบละตินอเมริกา



ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จ
ในการสร้าง Soft Power โดยดำเนินงาน
ผ่าน Korea Foundation แทน
การดำเนินงานตรงโดยรัฐบาล
เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกมองว่าเป็น
การปฏิบัติการเชิงจิตวิทยา หรือ
โฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

ก้านนริศโรจน์ เพ็ญระบิธา
อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา

คุณ ตง จาง CEO บจก. อาร์ท้อป มีเดีย (ไทยแลนด์) ซึ่งอยู่ในวงการภาพยนตร์ และซีรีส์ยาวนานกว่า 20 ปี กล่าวถึง Soft Power ว่า เป็นหนึ่งในเครื่องมือครอบงำโลกของสหรัฐอเมริกา นอกเหนือจากอำนาจทางการทหาร และอำนาจทางเศรษฐกิจ ซึ่งแหล่งสร้าง Soft Power ที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ ก็คือ ดินแดนแห่งภาพยนตร์ระดับโลกอย่าง Hollywood นั่นเอง ขณะที่สาธารณรัฐประชาชนจีนก็มีการพูดถึงการสร้าง Soft Power ผ่านความบันเทิงมาเป็นเวลากว่า 20 ปี เช่นกัน แต่ก็ยังตามหลังสหรัฐอเมริกา และเกาหลีใต้ ซึ่งหากจะเปรียบเทียบเรื่องระดับความรู้ความสามารถในการใช้ Soft Power ของประเทศต่าง ๆ ด้วย



Soft Power เป็นหนึ่งในเครื่องมือครอบงำโลก
ของสหรัฐอเมริกา นอกเหนือจากอำนาจทาง
การทหาร และอำนาจทางเศรษฐกิจ ซึ่งแหล่ง
สร้าง Soft Power ที่ใหญ่ที่สุดของสหรัฐฯ
ก็คือ ดินแดนแห่งภาพยนตร์ระดับโลกอย่าง
Hollywood

คุณ ตง จาง
CEO บจก. อาร์ท้อป มีเดีย (ไทยแลนด์)

ระดับการศึกษาแล้ว สหรัฐอเมริกาเปรียบได้ในระดับปริญญาเอก ส่วนเกาหลีใต้ซึ่งเรียนรู้อาจจากสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบได้ในระดับปริญญาโท ขณะที่ประเทศมหาอำนาจอื่น อาทิ จีน อังกฤษ ฝรั่งเศส อาจอยู่ในระดับปริญญาตรีถึงปริญญาโท ส่วนความรู้ความสามารถในการใช้ Soft Power ของประเทศไทยอาจจะอยู่ในระดับประถมศึกษา แต่ถือเป็นประเทศที่มีโอกาสในการพัฒนาและไต่ระดับขึ้นไปประสบความสำเร็จในอนาคต

คุณ ตง จาง กล่าวถึงการมีส่วนร่วมในการ ผลักดัน Soft Power ของไทย ผ่านธุรกิจของ บจก. อาร์ท้อป มีเดีย (ไทยแลนด์) ว่า ได้มีการส่งออกภาพยนตร์ และละครไทยไปยังประเทศในภูมิภาคเอเชีย รวมถึงประเทศในทวีปอเมริกาใต้ มากกว่า 20 ปี และประสบความสำเร็จในการผลักดันภาพยนตร์ไทยเข้าฉายในโรงภาพยนตร์ของจีน รวมถึงผลักดันละครไทยออกอากาศในสถานีโทรทัศน์ CCTV ของจีนอีกด้วย ทำให้ภาพยนตร์และละครไทยสามารถสร้างรายได้เพิ่ม ส่งผลให้นักแสดงไทยมีชื่อเสียงและได้รับความนิยมในจีน จนได้ไปร่วมแสดงละครและภาพยนตร์ในจีน สร้างกระแสความนิยมให้ประเทศไทย ซึ่งการส่งออกภาพยนตร์ และละครไทยยังส่งผลดีในด้านการส่งเสริมคุณภาพการผลิต เนื่องจากมีรายได้เพิ่มเพื่อสนับสนุนงบประมาณ และทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีโอกาสเติบโตมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยอาจต้องพยายามมองหามุมมองใหม่ ๆ ในการนำเสนอ เพราะรายได้จากการส่งออกภาพยนตร์อาจไม่มีมากนัก แต่สิ่งที่ปรากฏในภาพยนตร์จะเป็นฐานการสร้าง Soft Power ที่สำคัญ และสร้างรายได้ตามมาเป็นจำนวนมากตามมา

การส่งออกภาพยนตร์ และละครไทย
ต้องพยายามมองหามุมมองใหม่ ๆ
ในการนำเสนอ เพราะรายได้จาก
การส่งออกอาจไม่มีมากนัก แต่สิ่งที่ปรากฏ
ในภาพยนตร์จะเป็นฐานการสร้าง
Soft Power ที่สำคัญ และสร้างรายได้
ตามมาเป็นจำนวนมาก

คุณ ตง จาง
CEO บจก. อาร์ท้อป มีเดีย (ไทยแลนด์)





Soft Power เป็นดังการทูตภาคประชาชน ไม่ใช่เรื่องไกลตัว ทุกคนสามารถทำได้ด้วยการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม หาจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งตนเองในฐานะพิธีกรใช้ Soft Power ด้วยการสื่อสารที่ทำให้คนติดตรึงใจหรือคล้อยตาม

คุณเมืองภูมิ หาญสิริเพชร
พิธีกรชาวไทยที่โด่งดังในจีนในชื่อ “หั่นปิง” (韩冰)
จากรายการ 世界青年说 (A Bright World)

การใช้ Soft Power จากอาหาร จำเป็นต้องมีวิถีชีวิตมนุษย์เป็นจุดเชื่อมโยง จึงต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างอาหารและวัฒนธรรม (Gastronomy)

ดร.นิพัทธ์ชนก นางพินิจ
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและวัฒนธรรมไทย

คุณเมืองภูมิ หาญสิริเพชร พิธีกรชาวไทยที่โด่งดังในจีนในชื่อ “หั่นปิง” (韩冰) จากรายการ 世界青年说 (A Bright World) ของสถานีโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมมณฑลเจียงซู กล่าวถึง Soft Power ในมุมมองของภาคประชาชน ซึ่งเขาได้ใช้คำว่า การทูตภาคประชาชน โดยมองว่า Soft Power ไม่ใช่เรื่องไกลตัว

ทุกคนสามารถทำได้ ด้วยการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม โดยผู้ส่งสารจะต้องรู้ว่าต้องการส่งอะไรให้ผู้รับสารและสื่อสารอย่างไรให้ผู้รับสารสนใจ เข้าใจ และคล้อยตาม จำเป็นต้องหาจุดเชื่อมโยงหรือจุดร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และรู้จักพฤติกรรมและความชอบของผู้รับสาร โดยตนเองในฐานะพิธีกรก็ใช้ Soft Power ด้วยการสื่อสารที่ทำให้คนติดตรึงใจหรือคล้อยตาม เช่น การแต่งชุดไทยไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และถ่ายวิดีโอเผยแพร่ในโซเชียลมีเดีย ทำให้คนจีนจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย และแต่งชุดไทยไปถ่ายรูปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือการ Live ขายข้าวสารของกระทรวงเกษตร ที่ทำให้มียอดการสั่งซื้อถึง 5 ตันภายในเวลาไม่ถึงครึ่งชั่วโมง

ดร.นิพัทธ์ชนก นางพินิจ อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและวัฒนธรรมไทย กล่าวถึง Soft Power ว่า ต้องเป็นสิ่งที่มีความคุณค่า มีคุณธรรม และความเห็นตรงกันของคนทั่วโลก ขณะที่การใช้ Soft Power จากอาหาร จำเป็นต้องมีวิถีชีวิตมนุษย์เป็นจุดเชื่อมโยง จึงต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างอาหารและวัฒนธรรม (Gastronomy)

คุณสรวง สิทธิสมาน นายกสภาคมนักเรียนไทย-จีน และเจ้าของคอลัมน์ “มาหามังกร” ใน a day BULLETIN เปรียบเทียบว่า Soft Power ในระดับการบริหารประเทศเปรียบเหมือน การสร้างแบรนด์ ในระดับการบริหารธุรกิจที่จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) เช่น อาหารไทย มีจุดแข็งที่ความอร่อย มีจุดอ่อนเรื่องแหล่งวัตถุดิบที่มีเฉพาะบางพื้นที่ มีโอกาสเข้าถึงของชาวต่างชาติจากการท่องเที่ยว มีอุปสรรคจากสถานการณ์โลก เช่น Covid-19 ซึ่งการจะเผยแพร่อาหารไทยก็ต้องใช้จุดแข็งและโอกาสเป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมและต้องหาแนวทางแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรคในการส่ง Soft Power ออกไป ซึ่งไม่เพียงแต่อาหารไทยเท่านั้นที่มีจุดอ่อน และพบกับอุปสรรคจากสถานการณ์โลก หากแต่ศิลปะไทย มวยไทย นวดแผนไทย เทศกาลไทย ก็ยังมีจุดอ่อนในลักษณะเดียวกัน คือต้องเดินทางมาที่ประเทศไทยเท่านั้นจึงจะได้สัมผัสในสิ่งที่เป็นแบบดั้งเดิม นั้นหมายความว่าไทยยังขาดสายพานที่จะส่ง Soft Power ออกไปยังนานาประเทศ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ทั้งภาครัฐและภาคประชาชนจำเป็นต้องหาทางส่งต่อ Soft Power ของไทยออกไปให้มากยิ่งขึ้น

คุณสรวง กล่าวถึง Soft Power จากภาคประชาชนว่าไม่จำเป็นต้องเกิดจากคนที่มีบุคลิกดี เป็นคนมีชื่อเสียง แต่อาจเกิดได้จากการมีเรื่องราว และความโดดเด่นเฉพาะตัว โดยได้ยกตัวอย่างกรณีการเกิด Soft Power จากภาคประชาชนที่ภาครัฐควรนำไปต่อยอด เช่น กรณี “อาเหมย”





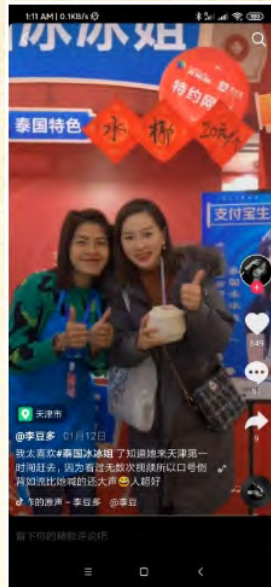
Soft Power ในระดับการบริการประเทศ
เปรียบเหมือน การสร้าง Brand ในระดับ
การบริหารธุรกิจ ส่วน Soft Power ที่เกิด
จากภาคประชาชนไม่จำเป็นต้องเกิดจากคน
ที่มีบุคลิกดีหรือมีชื่อเสียง แต่อาจเกิดจาก
เรื่องราว และความโดดเด่นเฉพาะตัว โดยภาครัฐ
ควรเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านช่องทางการสื่อสาร
ใหม่ ๆ ที่นิยมในปัจจุบัน ซึ่งอาจได้ผลลัพธ์ที่ดีกว่า

คุณสรวง สิทธิสมาน

นายกสมาคมนักเรียนไทย-จีน

และเจ้าของคอลัมน์ “มาหาบิงกร” ใน a day BULLETIN

โกดท์หญิงไทยร่างเล็ก ที่มักเรียกเสียงหัวเราะจากนักท่องเที่ยว
ชาวจีนได้ตลอดการพาชมพระบรมมหาราชวัง และเป็นที
รู้จักอย่างกว้างขวางจากการที่ถูกเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่าน
แอปพลิเคชัน Douyin ของจีน ซึ่งเพียงแค่อาเหมยหยิบยาตม
ขึ้นมาสุดตมเรียกกำลังระหว่างทำงาน ก็ทำให้ยาตมกลายเป็น
เป็นสินค้ายอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน หรือในกรณีของ
พี่ปังปัง แม่ค้าขายมะพร้าวสด ที่ตลาดรถไฟแม่กลอง ที่ลีลา
ท่าทาง การขายมะพร้าวสดของเธอ เป็นที่ถูกอกถูกใจนัก
ท่องเที่ยวชาวจีน และถือว่าเธอคือ 1 ในจุดหมายที่ต้องมา
selfie และอุดหนุนมะพร้าวสด และล่าสุดภาคเอกชนของ
จีนยังจ้างเธอเป็นพรีเซ็นเตอร์แบรนด์น้ำมะพร้าวอีกด้วย ซึ่ง
ในกรณีของ อาเหมย และ พี่ปังปัง หากได้รับการสนับสนุน
ส่งเสริมจากภาครัฐ ก็จะช่วยเสริมศักยภาพใน Soft Power
ของไทย ในขณะที่ชาวไทยเองก็ต้องมีความภูมิใจและเชื่อมั่น
ใน Soft Power ของไทย จึงจะสามารถส่งต่อออกไปได้อย่าง
มีประสิทธิภาพ และยังกล่าวด้วยว่า ภาครัฐไม่ควรยึดติดการ
เผยแพร่วัฒนธรรมผ่านช่องทางเดิม ๆ เพราะสื่อใหม่ไม่ว่า
จะเป็นแอปพลิเคชัน TikTok หรือสื่อโซเชียล เป็นช่อง
ทางการสื่อสารที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน และอาจนำมาซึ่ง
ผลลัพธ์ที่ดีกว่า และในวันนี้คนไทยควรข้ามในขั้นของการรับ
รู้ (Awareness) เกี่ยวกับ Soft Power ไปสู่ขั้นของการระดม
สมองว่า จะใช้ Soft Power อย่างไร โดยเฉพาะการขับ
เคลื่อน Soft Power หลังผ่านพ้นวิกฤติการณ์ Covid-19
ในสังคมสู่ยุคดิจิทัล



• ภาคเอกชนของจีนจ้าง “พี่ปังปัง” เป็น Presenter 11ชุดนับ
แม่พร้าว

จอร์จ-ราเมศวร์ เกียรติสุขอุดม, โพล์คของ-ชนินทร
บุญรอด และ แม็กก้า-ณัฐภัทร ดีเลิศตระกูล 3 สมาชิกจาก
วง 4MIX กล่าวถึงความภูมิใจในการได้เป็นส่วนหนึ่งในการ
ถ่ายทอด Soft Power ทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักถึง
วัฒนธรรมเพลงป๊อปสไตล์ไทย (T-Pop) และที่น่าภูมิใจ คือ
การที่แฟนเพลงชาวเม็กซิโก ร้องเพลงไทยตามได้ มีความ
พยายามที่จะใช้ภาษาไทยในการสื่อสารกับพวกตนเอง และ
เขียนข้อความส่งกำลังใจด้วยภาษาไทย ที่แม้จะผิดเพี้ยนไป
บ้างจากการใช้ Google Translate แต่ก็อาจเป็นจุดเริ่มต้น
ในการเรียนภาษาไทย และศิลปินวง 4MIX ต่างกล่าวไปใน
ทิศทางเดียวกันในฐานะผู้ถ่ายทอด Soft Power ว่าการจะ

ภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งในการถ่ายทอด
Soft Power ให้ชาวต่างชาติได้รู้จักถึง
วัฒนธรรมเพลงป๊อปสไตล์ไทย (T-Pop)

จอร์จ-ราเมศวร์ เกียรติสุขอุดม
โพล์คของ-ชนินทร บุญรอด
แม็กก้า-ณัฐภัทร ดีเลิศตระกูล
3 สมาชิกจากวง 4MIX

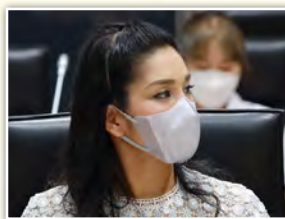




• วง 4mix นำเสนอวัฒนธรรมเพลงป๊อปสไตล์ไทย (T-Pop) ผ่าน Concert ณ ประเทศ Mexico

นำ Soft Power ไทยไปสู่เวทีระดับโลก จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ โดยในส่วนของ การสร้างศิลปิน งานเพลง และ MV นอกจากมีต้นทุนสูงแล้ว การเดินทางไปเผยแพร่ยังต่างประเทศก็ไม่สามารถทำได้ง่าย จำเป็นต้องมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุน จึงมีความเห็น ว่า รัฐบาลควรจัดตั้งองค์กรที่จะดูแลกลไกการส่งออก Soft Power ของไทยอย่างจริงจัง

ดร.กัญญทอง หรดา อาจารย์ประจำหลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจ จีน-อาเซียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กล่าวว่า ประเด็นสำคัญ ในการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power คือ จะสร้างโอกาสจาก Soft Power ได้อย่างไร และได้ยกตัวอย่าง นวดแผนไทย ที่ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมจากยูเนสโก แต่ไทยกลับไม่สามารถสร้างโอกาสจากการยอมรับในระดับ โลกนี้ได้ ซึ่งจากการวิจัยของตนพบว่า ในปีที่ผ่านมาผู้ ประกอบอาชีพนวดแผนไทยมีจำนวนลดลง การนวดไทย ขาดความยั่งยืน ซึ่งแม้ไทยเราจะมีองค์ความรู้เกี่ยวกับ ศาสตร์การนวดแผนไทยที่ดี แต่ขาดการถ่ายทอด ขาดการ ฝึกอบรมให้มีความเชี่ยวชาญ ขาดการกำหนดและรักษา มาตรฐาน ก็จะไม่สามารถคว้าโอกาสจาก Soft Power นี้ได้ ดังนั้นสิ่งที่สร้างโอกาสได้ คือ การปรับตัว การรักษา



ประเด็นสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับ Soft Power คือการสร้างโอกาสจาก Soft Power ด้วย แนวทางการปรับตัว วิธีการรักษามาตรฐาน และกระบวนการพัฒนาสิ่งใหม่

ดร.กัญญทอง หรดา
 อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
 สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน
 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต



การนำ Soft Power ไทยไปสู่เวทีระดับโลก จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมจากภาครัฐ รวมทั้งจัดตั้งองค์กรที่ดูแลกลไกการส่งออก Soft Power ของไทยอย่างจริงจัง

จอร์จ-รามศวร์ เกียรติสุขอุดม, โพลค์ของ-ชนิทร บุญรอด, เม็ชกา-ณัฐภัทร ดิลลิตระกูล
 3 สมาชิกจากวง 4MIX





Traditional Thai massage inscribed as Intangible Cultural Heritage of Humanity

มาตรฐาน และพัฒนาสิ่งใหม่ เช่น การแนะนำ สมุนไพรไทย หรือลูกประคบสำหรับผู้เข้ารับการนวดซ็อกกลับไปใช้

หมิงหมิง เหล่าซือ หรืออาจารย์วันชนะ เกตุศรี อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กล่าวว่า โอกาสในการสร้าง Soft Power ของไทยคือ ความแตกต่าง และความหลากหลาย ทั้งด้านทรัพยากร และความถนัดที่เรามี ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไทยมีความเปิดกว้างในการแสดงออกของเพศทางเลือก (LGBT) และมีความถนัดในการสร้างซีรีส์ ซีรีส์วาย หรือ boy's love รวมถึง การสร้างภาพยนตร์สยองขวัญ ภาพยนตร์เกี่ยวกับภูติผี เพราะมีความเชื่อและสภาพแวดล้อมที่สอดคล้อง ในขณะที่หลาย



โอกาสในการสร้าง Soft Power ของไทย คือความแตกต่าง และความหลากหลาย ทั้งด้านทรัพยากร และความถนัดที่เรามี

หมิงหมิง เหล่าซือ หรือ อาจารย์วันชนะ เกตุศรี
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ประเทศมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถสร้างซีรีส์หรือภาพยนตร์ประเภทนี้ได้ นอกจากนี้ หมิงหมิง เหล่าซือ ยังกล่าวถึงการลดข้อจำกัดในการสร้าง Soft Power ของไทยว่า ปัจจุบันยังมีกิจกรรมหรือกิจการบางอย่างของไทย ที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ แต่คนไทยหรือรัฐบาลกลับไม่ยอมรับ ทั้งนี้หากมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนมุมมอง ก็จะทำให้เป็น Soft Power ได้



คนไทยกับโอกาสจาก

Soft POWER

ภาคประชาชน

เริ่มต้นที่ภาคประชาชน
เน้นการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม
สร้างความแตกต่างและ
ความหลากหลาย

ภาครัฐ

ต้องสนับสนุน และส่งเสริม
ภาคเอกชนอย่างจริงจังโดย
หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3 ข้อที่ประชาชนต้องการให้รัฐบาล
ดำเนินการเพื่อผลักดัน Soft Power ของไทย

- ให้ความสำคัญวางแผนระยะยาวและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง
- ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น
- เร่งผลักดันนโยบาย Soft Power เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

รักษามาตรฐาน

- ต้นตัว
- ปรับความคิดและ
การกระทำให้เข้ากับ
ยุคสมัย
- ไม่หยุดพัฒนา

ใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมและค่านิยม

ที่แสดงออกถึงความเป็นไทย
เผยแพร่ผ่านนโยบายต่างประเทศในเชิงบวก

3 “จุดเด่น” ของ Soft Power ไทย

- หลากหลายโดดเด่นมีเอกลักษณ์ของตนเอง
- สะท้อนวัฒนธรรมวิถีชีวิตของไทย
- ต่างชาติสนใจและชื่นชม

THAILAND

ผู้เข้าร่วมเสวนา

“คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power”

วันศุกร์ที่ 10 มิถุนายน 2565 เวลา 13.30–15.00 น.

ณ ห้องประชุมชั้น 5 อาคารสำนักงานมหาวิทยาลัยสวนดุสิต



1. ท่านนริศโรจน์ เพ็ญระบิล
อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนติน่า
 2. คุณตง จาง
CEO บจก. อาร์ทอป มีเดีย (ไทยแลนด์)
 3. คุณเม็กก้า 4MIX
เจ้าของบริษัท THAIHANBING พิธีกรชาวไทยในจีน และนักศึกษาปริญญาเอก สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยหนานจิง
 4. คุณศรว ลิทธิสमान
นายกสมาคมนักเรียนไทย-จีน และเจ้าของคอลัมน์ “มาหามังกร” ใน a day BULLETIN
 5. จอร์จ-รามศวร์ เกียรติสุขอุดม
สมาชิกจากวง 4MIX
 6. โพล์คของ-ชินนิตร บุญรอด
สมาชิกจากวง 4MIX
 7. แม็กก้า-ณัฐภัทร เตเลิศระกุล
สมาชิกจากวง 4MIX
 8. ดร.นิพัทธ์ชนก นางพินิจ
อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและวัฒนธรรมไทย
 9. ดร.กัญญทอง หรดาล
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
 10. อาจารย์วันชนะ เกตุศรี
อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- ดำเนินการเสวนาโดย
ดร.พรชนิตว์ แก้วเนตร
รองอธิการบดีฝ่ายกิจการต่างประเทศและลูกค้าสัมพันธ์ และประธานบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจระหว่างประเทศ ธุรกิจจีน-อาเซียน มหาวิทยาลัยสวนดุสิต



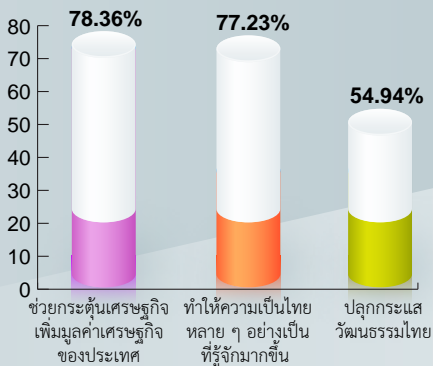
Insight Poll

ผลสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณ

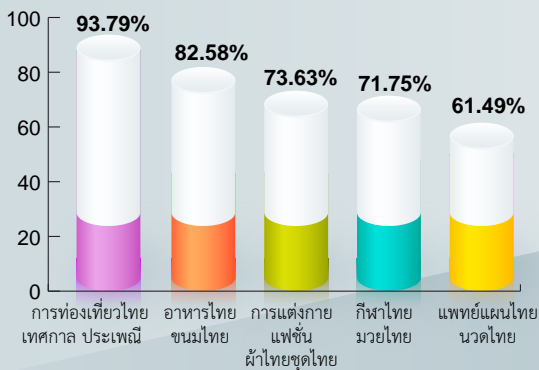
“คนไทยกับ Soft Power”

จากที่รัฐบาลมีนโยบายผลักดัน Soft Power ไทยไปสู่สากล ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สร้างชื่อเสียงของประเทศให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านความเป็นไทยที่มีอยู่อย่างหลากหลาย และเกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของประชาชน “สวนดุสิตโพล” มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 1,066 คน (สำรวจทางออนไลน์) ระหว่างวันที่ 13-16 มิถุนายน 2565 สรุปผลได้ ดังนี้

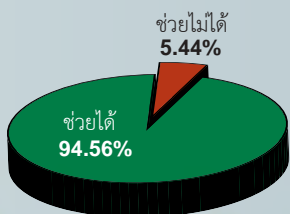
1 ประชาชนคิดอย่างไรกับการผลักดันนโยบาย Soft Power ไทย



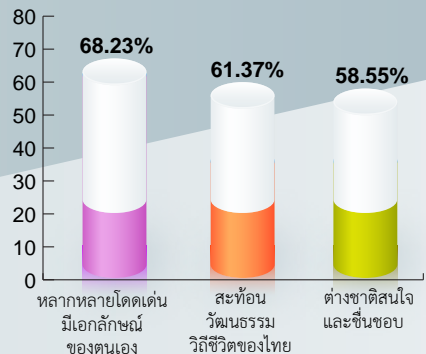
2 ประชาชนคิดว่าควรส่งเสริม Soft Power ไทยเรื่องใดบ้าง



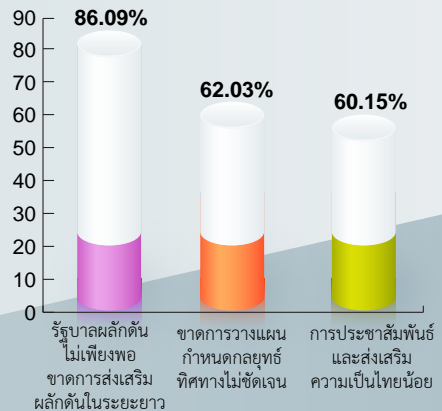
3 ประชาชนคิดว่า Soft Power ของไทย น่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้นได้หรือไม่



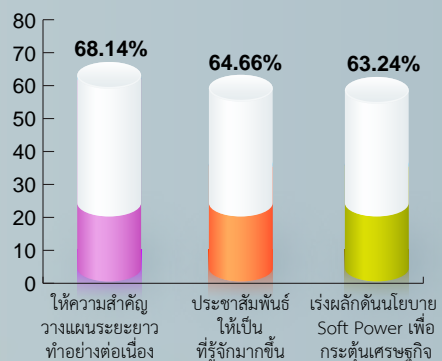
4 “จุดเด่น” ของ Soft Power ไทย คือ



5 “ปัญหาและอุปสรรค” ในการผลักดัน Soft Power ไทย คือ



6 ประชาชนอยากให้รัฐบาลดำเนินการอย่างไร เพื่อผลักดัน Soft Power ของไทย



การวิเคราะห์ผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในประเด็น “คนไทยกับ Soft Power”



ปัจจุบันกระแส Soft Power ได้ถูกหยิบยกนำมากล่าวถึงกันอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้นอกจากจะช่วยเสริมสร้างค่านิยมให้ประชาชนเกิดความรัก ความภาคภูมิใจ และหวงแหนในมรดกทางวัฒนธรรมของชาติแล้ว ยังช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและการลงทุนจากต่างประเทศ โดยอาศัยการนำเสนอความเป็นไทยผ่านช่องทางต่าง ๆ อาทิ ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง ผลิตภัณฑ์งานฝีมือ และเทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น จากความสำคัญของ Soft Power ดังกล่าว “สวนดุสิตโพล” มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จึงได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนจำนวนทั้งสิ้น 1,066 คน ผ่านระบบออนไลน์ ระหว่างวันที่ 13-16 มิถุนายน 2565 ในประเด็น “คนไทยกับ Soft Power” พบว่าการจัดกิจกรรมเสวนากลุ่มพบว่า ประชาชนในภาพรวมมองว่าการผลักดันนโยบาย Soft Power ไทย จะสามารถช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศได้มากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 78.36 ยกเว้นประชาชนกลุ่มเกษียณอายุ กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มรับจ้าง/แรงงาน ที่มีความคิดเห็นแตกต่างออกไป โดยมองว่าจะสามารถช่วยให้ความเป็นไทยหลาย ๆ อย่างเป็นที่รู้จักมากขึ้นมากที่สุด ที่ร้อยละ 84.26, 77.87 และ 71.70 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของนิตยสาร CEO world magazine ปี 2564 ที่ได้ระบุว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 5 ของประเทศที่ทรงอิทธิพลทางด้านมรดกวัฒนธรรมมาก



ที่สุดในโลก โดยผลสืบเนื่องดังกล่าวทำให้ประเทศไทยเกิดรายได้เป็นมูลค่ามากถึง 1.46 ล้านล้านบาท ทั้งนี้ Soft Power ที่มีมูลค่าสูงที่สุดคือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4.09 แสนล้านบาท และอาหารไทย 2.67 แสนล้านบาท ตามลำดับ^{2,3} นอกจากนี้จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจแล้ว การผลักดันนโยบาย Soft Power ยังช่วยส่งเสริมให้ต่างชาติรู้จักความเป็นไทยเพิ่มมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ความนิยม “ข้าวเหนียวมะม่วง” จากการที่ “มิลลิ”

ผู้เจาะประเด็นเชิงลึก: ผศ.ดร.ยุธยา อยู่เย็น ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้วิเคราะห์ข้อมูลและประสานงาน: นางสาวณิชาภัส ตั้งบรรพิมล นักวิจัยประจำสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ผู้เรียบเรียงเนื้อหาประจำสัปดาห์: ดร.สุชยา เกียรติประจักษ์ อาจารย์ประจำสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

ที่ปรึกษา: รศ.ดร.สุขุม เฉลยทรัพย์ ประธานที่ปรึกษาอธิการบดี มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

รศ.ดร.ชนะศึก นิฆานนท์ รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยสวนดุสิต



แรปเปอร์สาวชื่อดังของไทยได้นำขึ้นไปแสดงบนเวทีคอนเสิร์ตระดับโลก Coachella 2022 จนเกิดเป็นกระแสฮือฮาและส่งผลให้คนทั่วโลกรู้จักข้าวเหนียวมะม่วงของไทยมากขึ้น^{3, 4} ดังนั้น การนำเสนอความเป็นไทยผ่านช่องทางต่าง ๆ ดังกล่าว จึงเป็นวิธีการที่ช่วยสร้างการรับรู้ถึงวัฒนธรรมไทยให้แก่ชาวโลกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังความตอนหนึ่งของคุณเมืองภูมิ ชาญศิริเพชร ผู้เข้าร่วมการเสวนากลุ่มที่กล่าวว่า “การเห็นคนแต่งชุดไทยไปตามสถานที่ท่องเที่ยวและถ่ายวิดีโอเผยแพร่ในโซเชียลมีเดีย ทำให้คนจีนจำนวนมากอยากเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยและแต่งชุดไทยไปถ่ายรูปแบบเดียวกัน”

ใน ส่วนของประเด็นคำถามถึงมุมมองต่อ Soft Power ที่ควรส่งเสริมมากที่สุดนั้น พบว่า ประชาชนในภาพรวมมองว่าควรส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย เทศกาลประเพณีมากที่สุด โดยคิดเป็นร้อยละ 93.79 โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลเป็นรายกลุ่มไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ พื้นที่อาศัย ต่างก็พบว่าทุกกลุ่มมีความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นดังกล่าวนี้ทั้งสิ้น โดยประชาชนกลุ่มที่มีความคิดเห็นสอดคล้องในประเด็นนี้มากที่สุด คือ กลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มอายุ 30-39 ปี ที่ร้อยละ 95.40, 95.29 และ 95.03 ตามลำดับ จากความคิดเห็นของประชาชนดังกล่าว เมื่อศึกษาข้อมูลการดำเนินงานส่งเสริม Soft Power ของรัฐบาลและหน่วยงานภาครัฐในปี 2565 พบว่า มีความสอดคล้องในทิศทางเดียวกัน คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศนโยบายพลิกโฉมปีท่องเที่ยวไทยด้วยวัฒนธรรม

สร้างสรรค์ ผ่านการจัดงานเทศกาลสงกรานต์ ภายใต้ชื่อว่า “เย็นทั่วหล้า มหาสงกรานต์ 2565” โดยชูไฮไลต์ สืบสานวัฒนธรรมวิถีใหม่ ชมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของไทย อาทิ การแสดงโขน ตำนานนางสงกรานต์ การแสดงหุ่นละครเล็กและการละเล่นไทย⁵ ส่งผลให้ช่วงเทศกาลสงกรานต์ปี 2565 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 10 ล้านคน-ครั้ง⁶ โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่มีรายงานจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ที่ผ่านมาจำนวนมากถึง 61,287 คน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวรวมมูลค่ากว่า 549.54 ล้านบาท⁷



สำหรับสิ่งที่ยากให้รัฐบาลดำเนินการผลักดัน Soft Power ของไทยนั้น ประชาชนในภาพรวมมองว่า อยากให้รัฐบาลให้ความสำคัญ วางแผนระยะยาว ทำอย่างต่อเนื่อง มากที่สุด ที่ร้อยละ 68.14 ในขณะที่ประชาชนกลุ่มอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย กลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และกลุ่มอายุ 40-49 ปี มีความคิดเห็น ว่า ควรเร่งผลักดัน นโยบาย Soft Power เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจมากที่สุด โดย คิดเป็นร้อยละ 65.85, 63.24 และ 62.84 ตามลำดับ ทั้งนี้ ในส่วนของแผนระยะยาวนั้นพบว่ามีการกำหนดการผลักดัน Soft Power ความเป็นไทยเอาไว้อย่างเป็นทางการไว้ใน ยุทธศาสตร์ชาติ

20 ปี⁹ รวมไปถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12 และฉบับที่ 13 ที่กำลังประกาศใช้ในป็นี อีกด้วย¹⁰ ในส่วนของการเร่งผลักดันนโยบาย Soft Power นั้น รัฐบาลมีการจัดโครงการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างมูลค่า เพิ่มในเวทีโลกโดยใช้วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ เช่น การส่ง “อาหารไทย” ให้ไปสู่ครัวโลก การนำผลงาน “ภาพยนตร์ ละคร-ซีรีส์ และรายการทีวี” ในงานตลาด ภาพยนตร์และโทรทัศน์นานาชาติ¹¹ การผลักดัน “ผ้าไหม ไทย” สุรินทร์แพชชั่นโลก การผลักดัน “มวยไทย” และ “เทศกาลไทย” ให้เป็นที่รู้จักในระดับชาติและนานาชาติ¹² เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ในการที่จะผลักดัน Soft Power ของ ไทยไปสู่สากลให้เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ตินั้น เป็นหน้าที่ของคนไทย ทุกภาคส่วนที่ต้องร่วมมือกัน ดังแนวคิดของท่านนริศโรจน์



เพื่อระบิล อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศ อาร์เจนตินา ผู้ร่วมกิจกรรมเสวนากลุ่มย่อยตอนหนึ่งกล่าว ว่า “ที่ผ่านมาไทยมีความพยายามส่งเสริม Soft Power ใน หลายด้าน แต่การจะทำให้ Soft Power เกิดผลลัพธ์ในระดับ ประเทศ จำเป็นต้องมีปฏิบัติการในการส่งเสริมอย่างเป็น ระบบ เพื่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างรายได้เข้า ประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่ด้านที่มีความโดดเด่น เช่น อาหาร ซีรีส์วาย และภาพยนตร์ ทั้งการส่งเสริมการถ่ายทำ ภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย และการส่งเสริม การส่งออกภาพยนตร์ไทยไปต่างประเทศ และจำเป็นต้องมี การร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชน ที่ต้องวางกลยุทธ์ ที่เกื้อหนุนกัน”

¹ SALIKA (2565). 5 Soft power แบบไทยๆ ความหวังในการดัน ‘เศรษฐกิจสร้างสรรค์’ ให้โดดเด่นในสายตาชาวโลก. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, <https://www.salika.co/2022/04/16/5-thai-soft-power-way-to-creative-economy/>

² กรุงเทพธุรกิจ (2565). ส่อง Soft Power ไทย ไปไกล..ทำเงินแค่ไหน? ในเวทีโลก. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, <https://www.bangkokbiznews.com/business/998281>

³ AEC10News (2565). ‘ซอฟต์แวร์’ กับโอกาสการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, <https://aec10news.com/contents/special-report/158392/>

⁴ กรุงเทพธุรกิจ (2565). เปิดสถิติโซเชียล เกาะเทรนด์ ‘มิลลิ-ข้าวเหนียวมะม่วง’ จุดพลุ Soft Power. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, <https://www.bangkokbiznews.com/business/999940>

⁵ มติชนออนไลน์ (2565). ปักหมุดทั่วไทย ททท. ร่วมฉลองสงกรานต์ จัดงานซูโไฮไลต์ สืบสานวัฒนธรรมวิถีใหม่. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, https://www.matichon.co.th/economy/news_3272103

⁶ ห้องข่าวภาคเที่ยง ช่อง 7HD (2565). Soft Power กระตุ้นท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, <https://news.ch7.com/detail/567275>

⁷ สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ (2565). รองผู้ว่าฯ เชียงใหม่ เผยสงกรานต์ที่ผ่านมา เชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยว กว่า 549 ล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, https://region3.prd.go.th/region3_ci/prchiangmai/news/47257

⁸ รัฐบาลไทย (2565). วธ. ชูชนนำ “Soft Power” ความเป็นไทยเผยแพร่ต่างประเทศ. สืบค้นเมื่อ 18 มิถุนายน 2565, <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/5236>

<https://www.freepik.com/>



Soft Power ไทย...

ทางรอดของเศรษฐกิจไทย



นางสาวพวพรรณ บัวทอง

นักวิจัย สวนดุสิตโพล
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

กระแสของคำว่า Soft Power อยู่ในพื้นที่สื่ออยู่เป็นระยะ ๆ ทั้งจากศิลปินคนดังรวมไปถึงตัวนายกรัฐมนตรีเองที่ออกมาพูดถึง Soft Power เมื่อเป็นกระแสที่จับต้องได้รัฐบาลก็ส่งไม้ต่อมอบให้กระทรวงวัฒนธรรมนำไปดำเนินการหาแนวทางผลักดัน Soft Power ไทยไปสู่สากล ส่งเสริมภาพลักษณ์ สร้างชื่อเสียงของประเทศให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านความเป็นไทยที่มีอยู่อย่างหลากหลายเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

เพื่อสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ Soft Power ไทย สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ได้สำรวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 1,066

คน (สำรวจทางออนไลน์) ระหว่างวันที่ 13-16 มิถุนายน 2565 พบว่า ประชาชนมองว่าการผลักดันนโยบาย Soft Power ไทยนั้นจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศ ร้อยละ 78.36 รองลงมาคือ ทำให้ความเป็นไทยหลาย ๆ อย่างเป็นที่รู้จักมากขึ้น ร้อยละ 77.23 และยังเห็นว่า Soft Power ของไทย น่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้นได้ถึงร้อยละ 94.56 มีเพียงร้อยละ 5.44 ที่คิดว่าไม่น่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้ ผลโพลนี้เพียงพอที่จะสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาเศรษฐกิจไทยติดหล่มและประชาชนก็ต้องการทางออก เมื่อหลาย ๆ ประเทศประสบความสำเร็จจากการใช้อำนาจละมุน หรือ Soft Power ในการสร้างเม็ดเงินกระตุ้นเศรษฐกิจได้สำเร็จ ประเทศไทยเองก็น่าจะทำได้ เฉกเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการที่ไทย “มีดี” และ “มีมาก” ในแทบจะทุกด้าน เรียกได้ว่าไม่แพ้ชาติไหน ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวและอาหารไทยที่เป็นที่รู้จักโด่งดังไปทั่วโลกอยู่แล้ว สอดคล้องกับผลโพลที่พบว่า Soft Power ไทยที่ควรนำมาส่งเสริมอันดับ 1 คือ การท่องเที่ยว ไทย เทศกาล ประเพณีต่าง ๆ สูงถึงร้อยละ 93.79 อันดับ 2 คือ อาหารไทย ขนมไทย ร้อยละ 82.58 อันดับ 3 การแต่งกาย แฟชั่น ผ้าไทย ชุดไทย ร้อยละ 73.63 อันดับ 4 กีฬาไทย มวยไทย ร้อยละ 71.75 และอันดับ 5 แพทย์แผนไทย นวดไทย ร้อยละ 61.49





โดยมองว่า “จุดเด่น” ของ Soft Power ไทย คือ หลากหลายโดดเด่น มีเอกลักษณ์ของตนเอง ร้อยละ 68.23 สะท้อนวัฒนธรรม วิถีชีวิตของไทย ร้อยละ 61.37 ต่างชาติ สนใจ ชื่นชอบ ร้อยละ 58.55 จุดเด่นที่เป็นโอกาสแบบนอน มาของไทยเช่นนี้เห็นได้ชัดมากขึ้นจากมุมมองของต่างชาติ ที่มีต่อประเทศไทย ความเป็นสยามเมืองยิ้มและสร้างความรู้สึกรู้สึก “Amazing” ให้ต่างชาติในทุก ๆ แง่มุมของความเป็นไทยจนถูกจัดอันดับให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว ลำดับที่ 4 ที่น่าเดินทางไปเยือนมากที่สุดในโลกหลังโควิด-19 ซึ่งสำรวจโดยวีซ่า (Visa Global Travel Intentions Study)

แต่ทั้งนี้ “ปัญหาและอุปสรรค” ในการผลักดัน Soft Power ไทยที่ประชาชนมองเห็นก็คือรัฐบาลผลักดันไม่เพียงพอ ขาดการส่งเสริมในระยะยาว ร้อยละ 86.09 ขาดการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ ทิศทางไม่ชัดเจน ร้อยละ 62.03 และการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นไทยน้อย ร้อยละ 60.15 เมื่อถามต่อไปว่าประชาชนอยากให้รัฐบาลดำเนินการอย่างไรเพื่อผลักดัน Soft Power ของไทย ก็พบว่า ควรให้ความสำคัญ วางแผนระยะยาว ทำอย่างต่อเนื่อง ร้อยละ 68.14 ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ร้อยละ 64.66 และเร่งผลักดันนโยบาย Soft Power เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ร้อยละ 63.24

ในมุมมองของประชาชน โอกาสคือ “ไทยมีดีและหลากหลาย” อุปสรรคคือ “การทำงานของรัฐบาลที่ยังไม่ชัด” ถึงเวลาแล้วที่รัฐบาลจะจับมือร่วมกับหลาย ๆ ฝ่าย ค้นศักยภาพที่มีอยู่มากของ Soft Power ไทยสื่อสารออกไปให้ต่างชาติได้รับรู้ ซึมซับ และ “อิน” ไปกับความเป็นไทย โดยไม่เน้นเพียงแค่การอนุรักษ์รักษา แต่ต้องกล้าที่จะแตกต่าง ส่งเสริมในความหลากหลาย ใช้สายพานสำคัญอย่าง วงการบันเทิงที่เข้าถึงทุกกลุ่มทุกชาติเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และทันสมัย กระแสตลาดโลก

ถ้าทำได้ Soft Power ไทย (คงจะเป็น) ทางรอดของเศรษฐกิจไทย...แน่นอน...

iamKohChang.com

Your Koh Chang Travel Guide. All you need to know about the island & quite a lot of other stuff too.

Baan Rim Nam - Transport - Beaches - Maps - Resorts - Restaurants - Activities - Info - Q

Blog

When Will Thailand Reopen to Tourists?

by iam - 5,557 Views



How to Visit Thailand in 2022?



เจาะลึก ‘Thai Soft Power’

ดร.พรชณิตร์ แก้วเนตร
รองอธิการบดี
ฝ่ายกิจการต่างประเทศและลูกค้าสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Soft Power คำสุดฮิตที่ถูกนำมาใช้เรียกกิจกรรมการสร้างภาพลักษณ์ จุดเด่น ความน่าดึงดูด ความนิยม และการยอมรับให้กับประเทศในยุคนี้ ยังเป็นคำที่ถูกหยิบมาวิเคราะห์ที่วิชาชีพวารสาร ถึงการนำไปใช้ว่ามีความเข้าใจในความหมายอย่างอง่่างแท้ และดีพอหรือไม่ แต่สิ่งทีทุกคนมีความเห็นตรงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือการสร้างและใช้ประโยชน์จาก Soft Power คือหนึ่งหนทางที่ไทยจะนำมาใช้ฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังวิกฤติการณ์โลกที่ถาโถมจากโควิดสูงสงครามรัสเซีย-ยูเครน

การเสวนากลุ่ม “คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power” โดย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต คือเวทีนำเสนอความเห็นจากบุคลากรชั้นนำในแวดวงรัฐศาสตร์การทูตวัฒนธรรม บันเทิง การอาหาร และการศึกษา นำมาซึ่งมุมมอง และข้อเสนอแนะที่น่าสนใจ

Soft Power อะไรคือไร จำเป็นหรือไม่ต้องนิยามคำนี้

ท่านริคโรจน์ เพื่อระบิล อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา และประธานคณะกรรมการพิจารณาคำขออนุญาตถ่ายทำภาพยนตร์และวีดิทัศน์จากต่างประเทศที่เข้ามาถ่ายทำในไทย กล่าวถึงการสร้าง Soft Power ว่าเกิดจากการใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศในเชิงบวก ในปฏิบัติการสร้างค่านิยม (Values) และนำมาซึ่งโอกาส

ดร.นิพัทธ์ชนก นางพินิจ อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและ

วัฒนธรรมไทย เน้นย้ำว่า Soft Power ต้องเป็นสิ่งที่มีคุณค่า มีคุณธรรม และมีความเห็นต้องตรงกันของคนทั่วโลก

คุณสรวง สิทธิสมาน นายกสมาคมนักเรียนไทย-จีน เจ้าของคอลัมน์ “มาหามังกร” ใน a day BULLETIN เปรียบเทียบการสร้าง Soft Power ของประเทศเหมือนการสร้างแบรนด์ (Branding) ของภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นความคิดที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดอันดับ Global Soft Power Index ของ Brand Finance ที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์และการประเมินมูลค่าแบรนด์ดีไอเอสชั้นนำของโลก ที่ให้คำอธิบายการจัดอันดับ Soft Power ของประเทศต่างๆ ในโลกว่า THE WORLD’S MOST COMPREHENSIVE RESEARCH STUDY ON PERCEPTIONS OF NATION BRANDS หรือการศึกษาวิจัยที่ครอบคลุมมากที่สุดในโลกเกี่ยวกับการรับรู้แบรนด์ของประเทศต่างๆ อย่างไรก็ตาม คุณสรวง สิทธิสมาน แสดงความเห็นว่าถึงเวลาแล้วที่สังคมไทยควรก้าวข้ามขั้นของการรับรู้เกี่ยวกับ Soft Power ไปสู่ขั้นของการระดมสมองว่าจะใช้ Soft Power อย่างไร

Soft Power ต้องกำหนดทิศทางให้ชัด ร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน

ท่านริคโรจน์ เพื่อระบิล ยกตัวอย่างการสร้าง Soft Power จากสื่อบันเทิงที่ประสบความสำเร็จของเกาหลีใต้ ว่ามีการดำเนินการอย่างมีแบบแผน มาเป็นระยะเวลานานกว่า 20 ปี ทบทวนแผนทุกๆ 6 เดือน และดำเนินการอย่างสอดประสานกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในขณะที่ Soft Power ของไทย แม้จะมีความพยายามส่งเสริมในหลากหลายด้าน แต่ยังคงขาดการให้ความรู้สร้างความเข้าใจในการใช้โอกาสจาก Soft Power ยกตัวอย่างเช่น นโยบายการสนับสนุนการ

ถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ที่ทำให้มีภาพยนตร์ต่างชาติเข้ามาถ่ายทำในไทยเป็นจำนวนมาก โดยสถานที่ถ่ายทำสามารถผลักดันให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ หรือจุดหมายการท่องเที่ยวได้ แต่ยังคงขาดการนำไปต่อยอด ทั้งนี้หากมีการให้ความรู้ความเข้าใจ ส่งต่อนโยบาย Soft Power สู่ภาคเอกชนและหน่วยงานในระดับท้องถิ่น ก็จะช่วยสร้างโอกาสจาก Soft Power ได้

นอกจากแนวคิดการวางแผน Soft Power แบบ Top Down จากนโยบายระดับประเทศส่งต่อสู่การต่อยอดในภาคเอกชนและหน่วยงานระดับท้องถิ่นของท่านริคโรจน์แล้ว ยังมีแนวคิด เรื่องการส่งเสริม Soft Power จากระดับ Micro สู่อันดับ Macro และการใช้ประโยชน์จากความ เป็นสังคมยุคดิจิทัล ของคุณสรวง สิทธิสมาน ที่มองว่า ยังมี Influencer ชาวไทยที่เป็นที่รู้จักและติดตามของชาวต่างชาติอีกเป็นจำนวนมาก ที่ภาครัฐสามารถผลักดันให้กลายเป็น Soft Power ในระดับประเทศได้ โดยไม่จำเป็นต้องมุ่งเป้าไปที่ดารารหรือศิลปิน และว่าการสร้าง Soft Power ในสังคมยุคปัจจุบันไม่สามารถมองข้ามพลังของสื่อใหม่หรือโซเชียลมีเดียได้เลย

ส่วนในมุมมองศิลปินหน้าใหม่อย่างวง 4MIX ก็เปิดเผยเช่นกันว่า แม้โซเชียลมีเดียจะทำให้พวกเขาเป็นที่รู้จัก และโด่งดังไกลไปถึงฝั่งละตินอเมริกา แต่การจะออกไปขยายผล Soft Power ในต่างประเทศไม่ใช่เรื่องง่าย หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และเสนอ ให้มีหน่วยงานที่ส่งเสริมและสนับสนุนศิลปินไทยก้าวสู่เวทีสากลอย่างจริงจัง



Soft Power ภาคประชาชนทุกคนก็ทำได้การส่งสารที่ติดตรึงใจสไตล์ไทยๆ ที่ถูกใจชาวโลก

วันที่ 23 มิ.ย. 2565 เวลา 13:45 น.



โดย...ดร.พรชนิดร์ แก้วเนตร และ ลักขณ์สุดา รักชาติกิจ

ในขณะที่สังคมกำลังพุ่งเป้าและจับตาการดำเนินนโยบาย Soft Power ของภาครัฐ รอคอยที่จะเห็นความก้าวหน้าในระดับมหภาค แต่ในการเสวนากลุ่ม “คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power” ที่จัดโดยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต คำว่า “การทูตภาคประชาชน” และ “Soft Power ภาคประชาชน” กลายเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่มีความสนใจ และถูกหยิบยกขึ้นมาขยายภาพให้เห็นถึงพลังเล็กๆ ที่สร้างปรากฏการณ์ได้ ไม่ต้องสวย-หล่อ ขอเพียงจริงใจ มั่นใจ มีจุดเชื่อมโยง ก็สร้าง Soft Power ได้

“การส่งเสริม Soft Power มีหลายวิธี ซึ่งการทูตภาคประชาชน (Public Diplomacy) คือหนึ่งในนั้น ประชาชนมีส่วนสำคัญในการสร้าง Soft Power ด้วยการแบ่งปันเรื่องราวความเป็นตัวตนของแต่ละบุคคล” คุณเมื่องภูมิ หาญสิริเพชร พิธีกรชาวไทยที่โด่งดังในจีนในชื่อ “ห่านปิง” (韩冰) จากรายการ 世界青年说 (A Bright World) เปิดประเด็น Soft Power ในระดับจุลภาค และกล่าวว่า Soft Power ไม่ใช่เรื่องไกลตัว ทุกคนสามารถทำได้ ด้วยการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมที่สร้างความติดตรึงใจ





สำหรับผู้ที่ศึกษาเรื่อง Soft Power อาจคุ้นเคยกับ คำว่า การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ซึ่ง ศาสตราจารย์ โจเซฟ ไนย์ แห่งมหาวิทยาลัยฮาเวิร์ด ผู้ริเริ่ม ใช้คำว่า Soft Power กล่าวว่า เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ทำให้ Soft Power บรรลุผลในทางปฏิบัติ โดยการทูตสาธารณะ (Public diplomacy) จะหมายถึงปฏิสัมพันธ์ที่มีได้พุ่งเป้า ไปที่รัฐบาลของต่างประเทศ หากแต่พุ่งเป้าหมายหลักไปยัง ปัจเจกบุคคลและองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ ซึ่งนอกจากจะเป็นไปเพื่อ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศของตนเองแล้ว ยังมุ่งหวัง ที่จะสร้างบรรยากาศอันดีในระยะยาวเพื่อรองรับนโยบาย ต่างประเทศที่จะตามมาในอนาคตอีกด้วย แต่สำหรับสิ่งที่คุณเมืองภูมิกำลังนำเสนอ นั้นเป็นสิ่งที่ใกล้ชิดประชาชนทั่วไป มากกว่าคำว่า Public Diplomacy หากแต่เป็น Soft Power ในลักษณะ People's Diplomacy หรือ People-to-People Diplomacy กล่าวคือ ที่นิกการทูตขอ ประเทศหนึ่งสื่อสารโดยตรงกับ ประชาชนของอีกประเทศ หนึ่ง ซึ่งการทูตประเภทนี้สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ แน่นแฟ้นระหว่างประเทศ เกิดการสนับสนุนทางการค้า หุ่น ส่วนทางเศรษฐกิจ พาไปสู่ความมั่งคั่ง

ยูจีนี แอนเดอร์สัน เอกอัครราชทูตหญิงคนแรกของ อเมริกา คือผู้บุกเบิกการทูตระหว่างบุคคล ซึ่งเธอเรียกว่า “การทูตของประชาชน” (People's Diplomacy) ในฐานะ เอกอัครราชทูตสหรัฐฯ ประจำเดนมาร์ก ระหว่างปี 2492 ถึง 2496 แอนเดอร์สัน พยายามเข้าถึงประชาชนและมีส่วนร่วม กับกิจกรรมสาธารณะต่าง ๆ ของเดนมาร์ก จนทำให้ความสัมพันธ์โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจจะระหว่างประเทศเป็นไป อย่างแน่นแฟ้น

คุณเมืองภูมิ กล่าวว่า การทูตภาคประชาชน เพื่อ สร้าง Soft Power เริ่มได้ที่ตัวเรา เพียงแค่เรารู้ว่าต้องการ ส่งสาร หรือสื่อสารอะไรให้ผู้รับสารและสื่อสารอย่างไรให้

ผู้รับสารสนใจ เข้าใจ และคล้อยตาม แต่จำเป็นต้องหาจุด เชื่อมโยงหรือจุดร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร และรู้ถึง พฤติกรรมและความชอบของผู้รับสาร โดยตนเองในฐานะ พิธีกร ก็ใช้ Soft Power ด้วยการสื่อสารที่ทำให้คนติดตาม ใจหรือคล้อยตาม เช่น การแต่งชุดไทยไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และถ่ายวิดีโอเผยแพร่ในโซเชียลมีเดีย ทำให้คน จีนจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยและแต่งชุด ไทยไปถ่ายรูปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ หรือการ Live ขาย ข้าวสารของกระทรวงเกษตร ที่ทำให้มียอดการสั่งซื้อถึง 5 ตันภายในเวลาไม่ถึงครึ่งชั่วโมง

ขณะที่ คุณสรวง สิทธิสมาน นายกสมาคมนักเรียน ไทย-จีน เจ้าของคอลัมน์ “มาหามังกร” ใน a day BULLETIN เลือกใช้คำว่า Soft Power ภาคประชาชน เพื่อสื่อถึง การที่ประชาชนในทุกสาขาอาชีพสามารถสร้าง Soft Power ได้ โดยอาศัยความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ จุดเด่นในแบบฉบับของตนเอง ต้นทุนทางวัฒนธรรม ค่านิยม และเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคนไทย รวมถึงการที่ชาวไทยด้วยกันเองที่ต้องช่วยเป็นสายพานส่งต่อ Soft Power ซึ่ง สามารถทำได้ง่ายในยุคดิจิทัล ที่ประชากรโลกส่งสารและ สื่อสารถึงกันได้ด้วยโซเชียลมีเดีย

ในขณะที่ Soft Power ระดับประเทศของไทยกำลัง ถูกขับเคลื่อนอย่างจริงจัง ชาวไทยทุกคนก็สามารถร่วมกัน สร้างพลังแห่ง Soft Power ภาคประชาชนได้ ทั้งจากการ มองหาจุดเด่น หรือสิ่งดี ๆ ของไทย เพื่อสื่อสารออกไปให้ ติดตรึงใจชาวโลก หรือการเป็นส่วนหนึ่งในการกระพือ Soft Power ของไทยให้ขยายวงกว้างด้วยความภาคภูมิใจ เพราะ หากชาวไทยด้วยกันไม่เห็นคุณค่าของ Thai Soft Power แล้ว ก็คงเป็นเรื่องยากที่จะทำให้ปฏิบัติการครั้งนี้ประสบความสำเร็จได้.



สวนดุสิต จัดเสวนาระดมสมอง หาแนวส่งเสริม Soft Power ไทย



มหาวิทยาลัยสวนดุสิตจัดเสวนากลุ่ม “คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power” โดยมี นายนครโรจน์ เพื่อระบิล อดีตเอกอัครราชทูตไทย ประจำประเทศอาร์เจนตินา และผู้เชี่ยวชาญ ด้านวัฒนธรรม และบุคลากรแวดวงบันเทิง และ การศึกษา ร่วมเสวนา และต่างเห็นตรงกันว่า ภาครัฐและภาคประชาชน ต้องร่วมกันขับเคลื่อน Soft Power อย่างมีแบบแผน เพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ในการเสวนาครั้งนี้ นอกจากจะมีการ แสดงมุมมองต่อการใช้ Soft Power ของ ประเทศต่างๆ รวมถึงประเทศไทยแล้ว ยังมี การแบ่งปันประสบการณ์ที่ได้สัมผัสหรือศึกษา Soft Power ในด้านต่างๆ อาทิ การสร้าง Soft Power ผ่านเหตุการณ์ 13 นักฟุตบอลทีมหมูป่า

ติดถ้ำหลวงขุนน้ำนางนอน, การสร้างกระแสความนิยม T-Pop และหัตถ์ใช้ภาษาไทย ในหมู่วัยรุ่นประเทศแถบละตินอเมริกาของ วง 4MIX, การวิพากษ์ถึงจุดเด่น จุดด้อย โอกาส รวมถึงอุปสรรคของ Soft Power ไทย ไปจนถึงแนวทางที่จะนำเสนอแนวคิด ในการสร้าง และส่งออก Soft Power ไทย รวมถึงการบอกเล่าประสบการณ์ที่ได้สัมผัสแล้ว ยังมีการเสนอแนวทางการใช้ Soft Power ที่จะช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจ ในยุคดิจิทัล ภายหลังจากวิกฤตการณ์ COVID-19 อีกด้วย ซึ่งทุกคนต่างเห็นตรงกันว่า การสร้าง Soft Power ต้องมีปฏิบัติการทั้งในส่วนของภาครัฐ และภาคประชาชน และต้องดำเนินการผ่านการวางกลยุทธ์และการดำเนินงาน



สังคม

สวนดุสิตโพลเผย ปชช. ชู "ท่องเที่ยว-วัฒนธรรมไทย" เป็น Soft Power ขับเคลื่อนศก.

ฉบับแรก - ฝ่าย - สังคม



ข่าวล่าสุด





เปิด 5 อันดับ Soft Power คนไทยหนุนผลิตภัณฑ์-เชือกระตุ้นศรชก

วันอาทิตย์ ที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2565, 08.48 น.

Tag : [5อันดับ](#) [Soft Power](#) [คนไทย](#) [เศรษฐกิจ](#) [ไทย](#) [สวนดุสิตโพล](#)

เปิด 5 อันดับ Soft Power คนไทยหนุนผลิตภัณฑ์-เชือกระตุ้นศรชก

19 มิถุนายน 2565 “สวนดุสิตโพล” มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สํารวจความคิดเห็นของประชาชนทั่วประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 1,066 คน (สำรวจทางออนไลน์) ระหว่างวันที่ 13-16 มิถุนายน 2565 หัวข้อ “คนไทยกับ Soft Power” เพื่อสะท้อนความคิดเห็นกรณีรัฐบาลมีนโยบายผลักดัน Soft Power ไทยไปสู่สากล ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ สร้างชื่อเสียงของประเทศ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านความเป็นไทยที่มีอยู่อย่างหลากหลาย และเกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ สรุปผลได้ ดังนี้

1. ประชาชนคิดอย่างไรกับการผลักดันนโยบาย Soft Power ไทย

อันดับ 1 ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศไทย 78.36%

อันดับ 2 ทำให้ความเป็นไทยหลาย ๆ อย่างเป็นที่รู้จักมากขึ้น 77.23%

อันดับ 3 ปลุกกระแสวัฒนธรรมไทย 54.94%

2. ประชาชนคิดว่าควรส่งเสริม Soft Power ไทยเรื่องใดบ้าง

อันดับ 1 การท่องเที่ยวไทย เทศกาล ประเพณี 93.79%

อันดับ 2 อาหารไทย ขนมไทย 82.58%

อันดับ 3 การแต่งกาย แฟชั่น ผ้าไทย ชุดไทย 73.63%

อันดับ 4 กีฬาไทย มวยไทย 71.75%

อันดับ 5 แพทย์แผนไทย นวดไทย 61.49%

3. ประชาชนคิดว่า Soft Power ของไทย น่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้นได้หรือไม่

ช่วยได้ 94.56%

ช่วยไม่ได้ 5.44%

4. “จุดเด่น” ของ Soft Power ไทย คือ

อันดับ 1 หลากหลาย โดดเด่น มีเอกลักษณ์ของตนเอง 68.23%

อันดับ 2 สะท้อนวัฒนธรรม วิถีชีวิตของไทย 61.37%

อันดับ 3 ต่างชาติสนใจและชื่นชอบ 58.55%

5. “ปัญหาและอุปสรรค” ในการผลักดัน Soft Power ไทย คือ

อันดับ 1 รัฐบาลผลักดันไม่เพียงพอ ขาดการส่งเสริมในระยะยาว 86.09%

อันดับ 2 ขาดการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ ทิศทางไม่ชัดเจน 62.03%

อันดับ 3 การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นไทยน้อย 60.15%

6. ประชาชนอยากให้รัฐบาลดำเนินการอย่างไรเพื่อผลักดัน Soft Power ของไทย

อันดับ 1 ให้ความสำคัญ วางแผนระยะยาว ทำอย่างต่อเนื่อง 68.14%

อันดับ 2 ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 64.66%

อันดับ 3 เร่งผลักดันนโยบาย Soft Power เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ 63.24%

นางสาวพรพรรณ บัวทอง นักวิจัย สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เปิดเผยว่า จากผลการสำรวจประชาชนเห็นถึงโอกาสจาก Soft Power ว่าจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้สูงถึงร้อยละ 94 สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนคาดหวังว่า Soft Power จะเข้ามาช่วยฟื้นเศรษฐกิจไทยได้ และยังมองว่าศักยภาพที่มีอยู่มากของ Soft Power ไทยนี้รัฐบาลยังผลักดันไม่เพียงพอ ดังนั้นภาครัฐจึงควรร่วมมือกับหลาย ๆ ฝ่าย กำหนดแผนระยะยาว ไม่เน้นเพียงแค่การอนุรักษ์รักษา แต่ต้องกล้าที่จะแตกต่าง ส่งเสริมในความหลากหลาย เพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์และทันสมัยตลาดโลก

ด้าน ดร.พรชนิดร์ แก้วเนตร รองอธิการบดีฝ่ายกิจการต่างประเทศ และลูกค้าสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต เปิดเผยว่า จากการเก็บข้อมูลด้วยการเสวนากลุ่มย่อย ในหัวข้อ “คนไทยกับโอกาสจาก Soft Power” เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2565 โดยเก็บข้อมูลจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและมีความเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมและการทูต บุคคลในวงการสื่อ วงการบันเทิง การศึกษา จำนวน 10 คน ผู้ร่วมเสวนามีความเห็นตรงกันว่า Soft Power มีความหมายที่กว้างไกลกว่าคำว่าวัฒนธรรมหรืออาหารไทย แต่เป็นปฏิบัติการที่ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้รัฐบาลต้องให้ความสำคัญในการวางแผนและขับเคลื่อน Soft Power อย่างเป็นระบบ มีความจำเป็นที่ต้องมีหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านนี้โดยเฉพาะ ขณะที่บุคคลทั่วไปก็สามารถร่วมสร้าง Soft Power ภาคประชาชนได้ เริ่มจากการยอมรับและเห็นคุณค่าของ Soft power ไทย แล้วทำหน้าที่เป็นผู้นำเสนอหรือผู้บอกต่อที่ดี ผ่านการสื่อสารที่ซื่อสัตย์และจริงใจ



ประชาชนเชื่อมั่นนโยบาย 'Soft Power' ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจแนะรัฐให้ความสำคัญ

19 มิถุนายน 2565 เวลา 8:16 น.

จากสำรวจความคิดเห็นเรื่อง Soft Power ไทยโพสต์ โดย สวสดี มีผลสำรวจที่จัดทำขึ้นระหว่างวันที่ 13-18 มิถุนายน 2565 มีคนไทยกว่า 1 หมื่นคนตอบเป็นปกติ โดยผู้ตอบคำถามทั้งหมด 9,878 คน ซึ่งผลสำรวจมีผลใช้ระหว่างวันที่ 13-18 มิถุนายน 2565 สรุปผลได้ ดังนี้

01 ประชาชนคิดอย่างไรกับการผลักดันนโยบาย Soft Power ไทย

ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศ

78.36%

ทำให้ความเชื่อมั่นไทยหลาย ๆ อย่างเริ่มดีขึ้นมากขึ้น

77.23%

ปลูกกระแสวัฒนธรรมไทย

54.94%

คนไทยกับ Soft Power

04 จุดเด่น ของ Soft Power ไทย คือ

หลากหลาย โดดเด่น มีเอกลักษณ์ของตนเอง **68.23%**

สะท้อนวัฒนธรรมวิถีชีวิตของไทย **61.37%**

ต่างชาติสนใจและชื่นชอบ **58.55%**

05 ปัญหาและอุปสรรคในการผลักดัน Soft Power ไทย คือ

รัฐบาลผลักดันไม่เพียงพอ ขาดการส่งเสริมในระยะยาว **86.09%**

ขาดการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ทิศทางไม่ชัดเจน **62.03%**

การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมความเป็นไทยน้อย **60.15%**

02 ประชาชนคิดว่าควรส่งเสริม Soft Power ไทยเรื่องใด

การท่องเที่ยวไทย เทศกาล ประเพณี **93.79%**

อาหารไทย วัฒนธรรมไทย **82.58%**

การแต่งกาย แฟชั่นผ้าไทย ชุดไทย **73.63%**

กีฬาไทย มวยไทย **71.75%**

แพทย์แผนไทย เหวไทย **61.49%**

ช่วยได้ **94.56%**

ช่วยไม่ได้ **5.44%**

03 ประชาชนคิดว่า Soft Power ของไทย น่าจะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้นได้หรือไม่

ให้ความสำคัญวางแผนระยะยาว ทำอย่างต่อเนื่อง **68.14%**

ประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น **64.66%**

เร่งผลักดันนโยบาย Soft Power เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ **63.24%**

สามารถติดตามผลการสำรวจของสวนดุสิตโพลได้ที่ www.suandusitpoll.dusit.ac.th

talk pall



"THAI SOFT POWER"

Francesca Regalado, Nikkei

Nobody knows if a new pop song will be a hit, and they are lying if they say they do. That thought has been a constant in Thai pop idol Stamp's songwriting philosophy. What has changed, in the nearly two decades that Stamp has serenaded Thai fans, is the way songs become hits -- and how far they can reach.

"It's like a twilight zone," Stamp, 40, told Nikkei Asia, referring to the social media platforms TikTok and Instagram. When his song, "Nobody Knows," went viral on TikTok this year he was surprised to find it being used as background music for 60-second cooking videos.

"Artists get discovered on the internet and streaming platforms around the world," said Stamp, whose real name is Apiwat Ueathavornsuk. "Look at Milli at Coachella. She didn't originally intend to go international, but fame found her."

Milli, a 19-year-old rapper whose real name is Danupha Khanatheerakul, became the first Thai solo artist to perform at California's Coachella music festival in April. Her set even caught the attention of politicians, including Thai Prime Minister Prayuth Chan-ocha, who said "Thailand needs to support and expedite the



Lalisa Manobal, Thailand's most recognizable star, gained fame with the K-pop girl band Blackpink. (Getty Images)

development of existing soft powers in order to make people interested and give importance to Thailand."

The pieces are in place for Thai artists to shoot for the stars -- and in Asia, that means recreating the international success of South Korean pop music. Thailand's most recognizable star, Lalisa Manobal, gained fame with the K-pop girl band Blackpink. Now boasting a diverse catalog of artists, Thai labels are keeping an eye on streaming platforms and social media to find pockets of international fans, with the military-led government's backing to raise Thailand's cultural cachet.

"Soft power" is notoriously hard to measure, but the economic impact of cultural exports such as Hollywood movies and Japanese anime and video games is clear. The boy band BTS, for example, generated \$1.43 billion in revenue and 7,900 jobs for the South Korean economy from a single song, the 2020 hit "Dynamite," according to a study by the country's culture and tourism ministry.

In Thailand, the entertainment industry will reap revenues of 600 billion baht a year (\$16.7 billion) by 2025, according to the consultancy PwC, helped in part by a pandemic-generated



Thai rapper Milli performs at California's Coachella music festival in April. (Getty Images)



boom in streaming services. The international success of dramas like “2gether,” a romantic comedy about two college boys, has been a gateway for fans in Japan, Taiwan and the Philippines to discover Thai musicians.

“TV dramas are one element of Thai soft power, and we are phasing in T-pop by using them in the soundtracks of popular Thai dramas,” said Wichulee Chotbenjakul, cultural attache at the Thai Embassy in Japan, which hosted a Thai pop festival in May.

“The Thai government wants T-pop to be famous globally, and the T-pop industry wants that as well,” said Wichulee. “With their strong potential and uniqueness, they can go far.”

Khaosan Entertainment, a Thai record label, discovered last year that its recently launched band 4Mix had amassed a fan base in Latin America. The label contacted Thailand’s embassy in Mexico, which helped to arrange a concert for 4Mix attended by hundreds of fans.

“We started with what we liked first. The concept of an LGBTQ band, the music, the performance, the melody, is in line with the character of the fans there,” said 4Mix vocalist Jarukit Khamhongsa, known as Ninja.

After visiting Mexico, the band members worked with a language coach to record the song “Roller Coaster” in Spanish. They

performed another song in Japanese at the Thai Embassy’s virtual pop festival, which was watched live by 80,000 people and has since been viewed over 360,000 times by fans in Japan and around the world.

Now, Thai artists are finding the reverse. “A fan in America posted on social media, ‘We are learning Thai for you guys,’” said Ramet Kiertsukudom, or George, of 4Mix.

Before playing at the Thai pop festival in Japan, Stamp performed on the Japanese broadcaster NHK’s “Songs of Tokyo.” It was the first time a foreigner had been invited to appear on the TV program, which typically showcases Japanese artists.

Despite his longevity in Thai show business, Stamp says he asks younger artists like 4Mix for advice because they understand better how songs become popular on the internet. He believes that song quality is a winning formula that transcends language and borders, but knowing the right time and platform for music releases has always required “luck from the gods,” he said.

“Now we are in a phase of trial and error,” Stamp said of the blossoming Thai industry. “We are trying to find who we are as Thai pop and to be united in international music.”



Thai band 4Mix is building up a global fan base and has performed songs in Spanish and Japanese. (Courtesy of the Royal Thai Embassy in Japan)



Poll **Talk** *Exclusive*

by Suan Dusit Poll



ต้นทุนทาง วัฒนธรรม



สวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

295 ถนนนครราชสีมา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์ : 02-244-5210-3 แฟกซ์ : 02-244-5600-1
อีเมล : suandusitpoll@dusit.ac.th
เว็บไซต์ : www.suandusitpoll.dusit.ac.th www.facebook/suandusitpoll



Youtube
Poll Talk Exclusive
Ep.3

