การพัฒนานโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่

Development of Soft Power Policy of Phrae Provincial Administrative Organization

กิตติศักดิ์ วิมล[1]

Kittisak Wimon

บทคัดย่อ

บทความการวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบาย Soft Power ในจังหวัดแพร่ 2) วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อนโยบาย Soft Power และ 3) เสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบาย Soft Power ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed-Methods Research) โดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตเชิงปฏิบัติการ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 25 คน ประกอบด้วย ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ (อบจ.) ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และนักวิชาการ โดยมีพื้นที่ศึกษา ณ บ้านปทุมเหมืองหม้อ ตำบลเหมืองหม้อ จังหวัดแพร่ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยความสำเร็จคือทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดแพร่ โดยเฉพาะอัตลักษณ์ไทลื้อ เช่น ผ้าทอและภาษา รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในฐานะเจ้าของและผู้สร้างสรรค์เนื้อหา ปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญคือนวัตกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ การตลาดดิจิทัล และการสนับสนุนด้านงบประมาณและโครงสร้างพื้นฐานจาก อบจ.แพร่ ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่ยอมรับว่านโยบาย Soft Power เป็นเครื่องมือยกระดับเศรษฐกิจฐานราก แต่เสนอแนะให้ อบจ.แพร่ เพิ่มความชัดเจนในการกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) และเน้นการสร้างแพลตฟอร์มการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง พร้อมพัฒนาทักษะด้านภาษาและดิจิทัลให้กับผู้ประกอบการชุมชน แนวทางการพัฒนา

---

[1] อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่

ควรเน้นการบูรณาการโดยการจัดตั้งศูนย์ประสานงาน Soft Power เพื่อเชื่อมโยงภาครัฐ เอกชนและชุมชน พร้อมเปลี่ยนไปใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) ที่เน้นการขายเรื่องราวและวิถีชีวิต และกำหนดให้มีแผนการอนุรักษ์วัฒนธรรมควบคู่ไปกับแผนเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: Soft Power, องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่, ทุนทางวัฒนธรรม, ไทลื้อ, การพัฒนาท้องถิ่น

Abstracts

This research aimed to 1) study the factors affecting the success of Soft Power policy in Phrae Province, 2) analyze stakeholders' opinions on Soft Power policy, and 3) propose guidelines for developing more effective Soft Power policy. This study employed mixed-methods research, emphasizing qualitative research through in-depth interviews, focus group discussions, and participatory observation. Twenty-five key informants consisted of executives, officials from Phrae Provincial Administrative Organization (PAO), community leaders, entrepreneurs, and academics. The study area was Ban Pathum Mueang Mo, Mueang Mo Sub-district, Phrae Province. Content analysis was used for data analysis.

The key findings revealed that success factors include distinctive cultural capital of Phrae Province, particularly Tai Lue identity such as woven fabrics and language, as well as community participation as owners and content creators. Important driving factors include product design innovation, digital marketing, and budget and infrastructure support from Phrae PAO. Most stakeholders acknowledged that Soft Power policy is a tool for grassroots economic development but suggested that Phrae PAO should clarify key performance indicators (KPIs) and emphasize continuous marketing and public relations platforms, along with developing language and digital skills for community entrepreneurs. Development guidelines should focus on integration by establishing a Soft Power Coordination Center to connect government, private sector, and communities, shifting to experiential marketing strategies that emphasize selling stories and lifestyles, and establishing cultural conservation plans alongside economic plans for sustainable development.

Keywords: Soft Power, Phrae Provincial Administrative Organization, Cultural Capital, Tai Lue, Local Development

1. บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุคโลกาภิวัตน์ที่การแข่งขันระหว่างประเทศและท้องถิ่นมีความรุนแรงมากขึ้น แนวคิด Soft Power หรืออำนาจอ่อนได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางยุทธศาสตร์ โดยไม่ต้องอาศัยกำลังทหารหรืออำนาจบังคับทางเศรษฐกิจ (Joseph S. Nye, Jr. 2004) ผู้บัญญัติคำว่า Soft Power นิยามว่า Soft Power คือความสามารถในการทำให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งที่เราต้องการ โดยอาศัยความดึงดูดใจทางวัฒนธรรม คุณค่าทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศที่ถูกต้องชอบธรรม มากกว่าการใช้กำลังบังคับ ซึ่งแตกต่างจาก Hard Power ที่อาศัยการให้รางวัลหรือการลงโทษทางเศรษฐกิจและการทหาร

บริบทของประเทศไทย รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของ Soft Power และได้กำหนดให้เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ช่วงปีพ.ศ. 2566-2570 ที่เน้นการใช้ศักยภาพทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การส่งเสริม Soft Power ของไทยจึงไม่ใช่เพียงการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน การสร้างงาน สร้างรายได้ และการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่น

จังหวัดแพร่ เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนา Soft Power เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่อุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมรดกทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่นและแตกต่างจากพื้นที่อื่น กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อในจังหวัดแพร่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 200 ปี โดยอพยพมาจากเมืองสิบสองปันนา ปัจจุบันอยู่ในมาณฑลยูนนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน และตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ต่างๆ ของจังหวัดแพร่ โดยเฉพาะในอำเภอเมืองแพร่ อำเภอสูงเม่น และอำเภอเด่นชัย ชาวไทลื้อมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ทั้งในด้านภาษา การแต่งกาย ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของจังหวัดแพร่ ประกอบด้วยหลายมิติ ประการแรกคืองานหัตถกรรมและผ้าทอพื้นเมือง โดยเฉพาะผ้าทอไทลื้อที่มีลายและสีสันเป็นเอกลักษณ์ผ้าย้อมคราม (ย้อมฮ่อม) ที่มีกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม และงานจักสานไม้ไผ่ที่มีความประณีตและมีการพัฒนา

รูปแบบใหม่ๆ อย่าง ลายดอกสัก ซึ่งได้รับการยอมรับในระดับประเทศ ประการที่สอง สถาปัตยกรรมไม้สัก จังหวัดแพร่มีบ้านเรือนไม้สักโบราณจำนวนมาก โดยเฉพาะในย่านเมืองเก่า ซึ่งสะท้อนถึงความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจในอดีตจากการค้าไม้สัก และเป็นมรดกทางสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า ประการที่สาม อาหารพื้นเมืองล้านนา เช่น ลาบเมือง แกงฮังเล ไส้อั่ว และน้ำพริกต่างๆ ที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว และประการสุดท้าย ประเพณีและวิถีชีวิต เช่น งานประเพณีสลากภัต งานบุญข้าวใหม่ การทำบุญตักบาตรเทโว และวิถีชีวิตของชุมชนที่ยังคงรักษาความเป็นล้านนาไว้อย่างเข้มแข็ง

องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ (อบจ.แพร่) ในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่มีขนาดใหญ่และมีอำนาจหน้าที่กว้างขวาง มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power ในระดับจังหวัด ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติม อบจ.มีอำนาจหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะและกิจกรรมสาธารณะเพื่อประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น อบจ.แพร่ได้ตระหนักถึงศักยภาพด้าน Soft Power ของจังหวัดและได้กำหนดนโยบายและแผนงานต่างๆ เพื่อส่งเสริมและพัฒนา Soft Power อย่างเป็นระบบ

การดำเนินงานด้าน Soft Power ของ อบจ.แพร่ที่ผ่านมา มีทั้งโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การจัดงานเทศกาลและกิจกรรมทางวัฒนธรรม การสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการประชาสัมพันธ์เผยแพร่เอกลักษณ์ของจังหวัดผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่บ้านปทุมเหมืองหม้อ ตำบลเหมืองหม้อ ที่เป็นชุมชนไทลื้อที่มีความเข้มแข็งและมีการพัฒนางานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่อย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญและเป็นต้นแบบในการพัฒนา Soft Power ของจังหวัด

อย่างไรก็ตาม แม้ว่า อบจ.แพร่ จะมีการดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังขาดการศึกษาวิจัยที่เป็นระบบและครอบคลุมทุกมิติของการพัฒนานโยบาย Soft Power การขาดการประเมินผลที่ชัดเจนทำให้ไม่สามารถระบุได้ว่าปัจจัยใดมีผลต่อความสำเร็จของนโยบาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความคิดเห็นอย่างไร และควรพัฒนานโยบายไปในทิศทางใดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ช่องว่างทางการวิจัยนี้จึงเป็นแรงจูงใจสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเติมเต็มองค์ความรู้และสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา Soft Power ของจังหวัดแพร่ให้เป็นรูปธรรมและยั่งยืน

นอกจากนี้ ด้านบริบทของการกระจายอำนาจและการส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น การศึกษานี้ยังมีความสำคัญในการแสดงให้เห็นถึงบทบาทและศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน Soft Power ซึ่งไม่ใช่เพียงความรับผิดชอบของรัฐบาลกลางเท่านั้น การศึกษาที่เป็นระบบและมีหลักฐานเชิงประจักษ์จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเป็นต้นแบบให้กับองค์กร

ปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ ในการพัฒนา Soft Power ตามบริบทและศักยภาพของตนเอง จึงออกแบบการวิจัยตามวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ (อบจ.แพร่)

2) เพื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อนโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่

3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนานโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์เชิงวิชาการ ได้แก่ 1) การเติมเต็มองค์ความรู้เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แนวคิด Soft Power ในบริบทของการบริหารจัดการท้องถิ่นในประเทศไทย 2) เป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการวิจัยและการศึกษาเรื่อง Soft Power ในระดับท้องถิ่นต่อไป 3) เป็นกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมของชุมชน และการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น

ประโยชน์เชิงปฏิบัติ คือ 1) องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ได้รับข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เป็นรูปธรรมสำหรับการพัฒนา Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ชุมชนและผู้ประกอบการในจังหวัดแพร่ได้รับความรู้และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มจาก Soft Power 3) หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นๆ สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนา Soft Power ในพื้นที่ของตนเอง 4) นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน การสร้างงาน สร้างรายได้ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) เป็นการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไทลื้อและจังหวัดแพร่ให้คงอยู่และสืบทอดต่อไป

ขอบเขตในการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ศึกษาการพัฒนานโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ โดยเน้นการศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และแนวทางการพัฒนา ภายใต้กรอบแนวคิด Soft Power ทุนทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน

ขอบเขตด้านพื้นที่ การวิจัยดำเนินการในพื้นที่บ้านปทุมเหมืองหม้อ ตำบลเหมืองหม้อ อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นชุมชนไทลื้อที่มีความโดดเด่นด้านงานหัตถกรรมและเป็นพื้นที่นำร่องในการพัฒนา Soft Power ของจังหวัด

ขอบเขตด้านประชากร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 25 คน ประกอบด้วย 1) ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ จำนวน 10 คน 2) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม

และการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน และ 3) ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ จำนวน 10 คน

2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด Soft Power

จากแนวคิด Soft Power หรืออำนาจอ่อน ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย **Joseph S. Nye, Jr.** ศาสตราจารย์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ในหนังสือ "Bound to Lead: The Changing Nature of American Power" (1990) และได้รับการพัฒนาอย่างเต็มรูปแบบในหนังสือ "Soft Power: The Means to Success in World Politics" (2004) Nye นิยาม Soft Power ว่าเป็นความสามารถในการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการโดยการดึงดูดใจและโน้มน้าวใจ มากกว่าการบีบบังคับหรือการใช้เงิน ซึ่งตรงข้ามกับ Hard Power ที่อาศัยการใช้กำลังทหารหรือการให้รางวัลทางเศรษฐกิจ

Soft Power มีพื้นฐานมาจากสามแหล่งหลัก ได้แก่ 1) วัฒนธรรม (Culture) ในแง่ของความน่าดึงดูดใจของวัฒนธรรมต่อผู้อื่น 2) คุณค่าทางการเมือง (Political Values) ที่รัฐบาลและสังคมยึดถือและปฏิบัติ และ 3) นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy) ที่ถูกมองว่ามีความชอบธรรม มีศีลธรรม และคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้อื่นด้วย เมื่อนโยบายและค่านิยมของประเทศหนึ่งมีความน่าดึงดูดใจ ประเทศอื่นก็จะมีแนวโน้มที่จะติดตามและร่วมมือด้วย โดยไม่จำเป็นต้องใช้การบังคับ

ในบริบทของการพัฒนาท้องถิ่นและการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิด Soft Power ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในวงกว้าง โดยเน้นการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเอกลักษณ์พื้นถิ่นเป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน การพัฒนา Soft Power ในระดับท้องถิ่นจึงไม่ใช่เพียงการสร้างภาพลักษณ์เท่านั้น แต่รวมถึงการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชน

รัชนี เอื้อไพโรจน์กิจ (2565) ได้ขยายแนวคิด Soft Power ในบริบทไทยว่า Soft Power คือการใช้จุดแข็งด้านวัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย มาสร้างคุณค่าและสร้างรายได้ให้กับประเทศ โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยังคงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมถูกพัฒนาโดย Pierre Bourdieu (1986) นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส ซึ่งเสนอว่าทุนไม่ได้มีเพียงทุนทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีทุนในรูปแบบอื่นที่มีคุณค่าและสามารถแปลงเป็นผลประโยชน์ได้ โดยทุนทางวัฒนธรรมหมายถึง ความรู้ ทักษะ การศึกษา รสนิยม วิถีชีวิต และ

วัฒนธรรมที่บุคคลหรือกลุ่มคนสะสมไว้และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าทางสังคม

Bourdieu แบ่งทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1.รูปแบบที่ฝังอยู่ในตัวบุคคล (Embodied State) เช่น ความรู้ ทักษะ ภาษา และความสามารถทางศิลปะที่สะสมผ่านกระบวนการเรียนรู้และด้วยการขัดเกลาทางสังคม

2.รูปแบบที่เป็นวัตถุ (Objectified State) เช่น หนังสือ งานศิลปะ เครื่องมือ สิ่งของที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนได้

3.รูปแบบที่เป็นสถาบัน (Institutionalized State) เช่น วุฒิการศึกษา ใบประกาศนียบัตร การรับรองทางวิชาการ ที่เป็นการรับรองคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการ

ในบริบทของชุมชนท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรมหมายรวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษาพื้นเมือง งานหัตถกรรม ประเพณีวัฒนธรรม วิถีชีวิต และความรู้ที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ทุนเหล่านี้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าและสามารถนำมาพัฒนาเป็น Soft Power ได้ โดยเฉพาะในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์กลายเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

สำหรับชุมชนไทลื้อในจังหวัดแพร่ ทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญประกอบด้วย ภาษาไทลื้อที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ การทอผ้าและการย้อมสีธรรมชาติ งานจักสานไม้ไผ่ สถาปัตยกรรมบ้านเรือน อาหารพื้นเมือง ประเพณีและพิธีกรรม ตลอดจนวิถีชีวิตที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทลื้อกับวัฒนธรรมล้านนา ทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนา Soft Power และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation)

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน **Cohen** และ **Uphoff** (1977) นิยามการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินการ การรับผลประโยชน์ และการประเมินผลของโครงการหรือกิจกรรมพัฒนา โดยแบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1.การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประชาชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและมีอำนาจในการตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการ 2.การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (Implementation) ประชาชนมีส่วนร่วมในการลงมือทำ การสนับสนุนทรัพยากร และการปฏิบัติงาน 3.การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ประชาชนได้รับผลประโยชน์จากโครงการอย่างเป็นธรรม 4.การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

Arnstein (1969) ได้เสนอ “บันไดแห่งการมีส่วนร่วมของประชาชน” (Ladder of Citizen Participation) ที่แบ่งระดับการมีส่วนร่วมออกเป็น 8 ขั้น ตั้งแต่การจัดการ (Manipulation) ที่

ประชาชนไม่มีอำนาจเลย จนถึงการควบคุมโดยประชาชน (Citizen Control) ที่ประชาชนมีอำนาจเต็มที่ในการตัดสินใจและจัดการ โดยขั้นที่ 6-8 (Partnership, Delegated Power, และ Citizen Control) ถือเป็นการมีส่วนร่วมที่แท้จริง (Citizen Power)

สรุปว่า ในบริบทของการพัฒนา Soft Power การมีส่วนร่วมของชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้สร้างสรรค์ทุนทางวัฒนธรรม การพัฒนาที่ไม่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนอาจนำไปสู่การสูญเสียเอกลักษณ์ การทำลายวัฒนธรรม และการกระจุกตัวของผลประโยชน์ในกลุ่มคนบางกลุ่ม ดังนั้น การพัฒนา Soft Power ที่ยั่งยืนจึงต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดทิศทาง การดำเนินการ การรับผลประโยชน์ และการอนุรักษ์สืบทอด

แนวคิด Model 4A2R สำหรับการพัฒนา Soft Power

Model 4A2R เป็นกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนา Soft Power อย่างเป็นระบบ โดยประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่

1. การสร้างการรับรู้ (Awareness) เป็นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในกลุ่มเจ้าของวัฒนธรรมเองและกลุ่มเป้าหมายภายนอก การสร้างความตระหนักรู้เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญ เพราะหากคนในชุมชนเองไม่เห็นคุณค่าของวัฒนธรรม ก็ยากที่จะรักษาและพัฒนาต่อไป

2. การสร้างความดึงดูดใจ (Attraction) เป็นการพัฒนาและนำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมในรูปแบบที่น่าสนใจ ทันสมัย และตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาประสบการณ์การท่องเที่ยว หรือการสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ

3. การสร้างความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) เป็นการทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการทางวัฒนธรรมเข้าถึงได้ง่าย ทั้งในแง่ของสถานที่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการสื่อสาร ในยุคดิจิทัล การสร้างความเข้าถึงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง

4. การรักษาความเป็นแท้ (Authenticity) เป็นการรักษาคุณค่าและความเป็นต้นฉบับของวัฒนธรรม แม้จะมีการพัฒนาและปรับตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด แต่ต้องไม่สูญเสียเอกลักษณ์และความเป็นแท้ของวัฒนธรรม การรักษาความเป็นแท้เป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างและเป็นคุณค่าหลักของ Soft Power

5. การสร้างรายได้ (Revenue) เป็นการพัฒนาให้วัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและเป็นแรงจูงใจให้ชุมชนต้องการอนุรักษ์และพัฒนาต่อไป การสร้างรายได้ไม่ได้หมายถึงการแสวงหากำไรสูงสุด แต่เป็นการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างเป็นธรรม

6. การสืบทอดและการสร้างสรรค์ใหม่ (Reproduction) เป็นการสืบทอดความรู้และทักษะไปสู่คนรุ่นใหม่ พร้อมกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เดิมไว้ การสืบทอดที่ยั่งยืนต้องทำให้คนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าและมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง

ดังนั้นกรอบแนวคิด Model 4A2R นี้ สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของการพัฒนา Soft Power ในพื้นที่ ระบุจุดแข็งและจุดอ่อน และกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสมในแต่ละมิติ

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ โดย John Howkins. (2001) นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นการทำธุรกรรมทางเศรษฐกิจที่มาจากผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งครอบคลุม 15 อุตสาหกรรม ได้แก่ การโฆษณา สถาปัตยกรรม ศิลปะ งานฝีมือ การออกแบบ แฟชั่น ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะการแสดง การพิมพ์ การวิจัยและพัฒนา ซอฟต์แวร์ เกม วิดีโอเกม และเกมอิเล็กทรอนิกส์

UNESCO (2013) กำหนดขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่กว้างขึ้น โดยเน้นที่การสร้างมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 7 สาขา ได้แก่

1. มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Cultural and Natural Heritage)
2. ศิลปะการแสดงและการเฉลิมฉลอง (Performance and Celebration)
3. ศิลปวิจิตร (Visual Arts and Crafts)
4. หนังสือและสิ่งพิมพ์ (Books and Press)
5. สื่อโสตทัศน์และสื่อโต้ตอบ (Audio-Visual and Interactive Media)
6. การออกแบบและบริการสร้างสรรค์ (Design and Creative Services)
7. มรดกทางวัฒนธรรมจับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage)

แนวคิดเชิงนโยบาย ในบริบทของประเทศไทย กระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐาน เชื่อมโยงกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะในระดับชุมชนและท้องถิ่น

แนวทางการจัดการและพัฒนา Soft Power ในจังหวัดแพร่ จึงสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมของชาวไทลื้อ ภูมิปัญญาการทอผ้า การจักสาน และวิถีชีวิตมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีมูลค่า สร้างงาน สร้างรายได้ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing)

แนวคิดการตลาดเชิงประสบการณ์ ถูกพัฒนาโดย Bernd H. Schmitt (1999) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับลูกค้า มากกว่าการขายสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว Schmitt เสนอกรอบแนวคิด Strategic Experiential Modules (SEMs) ที่ประกอบด้วย 5 มิติ ของประสบการณ์ ดังนี้

1. ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sense) การสร้างประสบการณ์ผ่านการมองเห็น เสียง กลิ่น รส และสัมผัส

2. ประสบการณ์ทางอารมณ์ (Feel) การสร้างอารมณ์และความรู้สึกที่ดีให้กับลูกค้า

3. ประสบการณ์ทางความคิด (Think) การกระตุ้นให้ลูกค้าคิดและใช้ความคิดสร้างสรรค์

4. ประสบการณ์ทางพฤติกรรม (Act) การสร้างประสบการณ์ผ่านการมีส่วนร่วมและการกระทำ

5. ประสบการณ์ทางสังคม (Relate) การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างลูกค้ากับกลุ่มอ้างอิง ชุมชน หรือสังคม

Pine และ **Gilmore** (1998) ได้เสนอแนวคิด “เศรษฐกิจแห่งประสบการณ์” (Experience Economy) ที่อธิบายว่า ในยุคปัจจุบัน ประสบการณ์กลายเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงกว่าสินค้าหรือบริการทั่วไป โดยแบ่งประสบการณ์ออกเป็น 4 ประเภท คือ ความบันเทิง (Entertainment), การศึกษา (Educational), ความงาม (Esthetic), และการหลีกหนี (Escapist)

จึงสรุปว่า ในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนา Soft Power การตลาดเชิงประสบการณ์ มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะว่านักท่องเที่ยวในปัจจุบันไม่ได้ต้องการเพียงแค่ซื้อสินค้าหรือเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ แต่ต้องการได้ประสบการณ์ที่มีความหมายลึกซึ้งกว่า เช่น การได้เรียนรู้วิถีชีวิต การได้มีส่วนร่วมในกิจกรรม และการสร้างความทรงจำที่ดี การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนบ้านปทุมเหมืองหม้อ จึงต้องเน้นการสร้างประสบการณ์ที่แท้จริง อาทิ การเรียนรู้และเชิงปฏิบัติการทอผ้า การจักสาน การทำอาหารพื้นเมือง และการใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนเป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยด้าน Soft Power ในบริบทประเทศไทย

1. วิทยา ณ นคร และคณะ (2564) ศึกษาเรื่อง “ศักยภาพ Soft Power ของภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย” พบว่า ภาคเหนือมีศักยภาพด้าน Soft Power สูง โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมล้านนา อาหาร และการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งช่วยสนับสนุนการพัฒนานโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ ดังนี้

2. สมชาย และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งพบว่า การผสมผสานระหว่างศิลปะล้านนา การแสดง

พื้นบ้าน และเทศกาลท้องถิ่น เช่น งานยี่เป็ง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการสร้างและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยว

3. กานต์สินี และคณะ (2566) ศึกษาเรื่อง “บทบาทของ Soft Power ในการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในภาคอีสาน” ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ และอาหารพื้นบ้านอย่างส้มตำและลาบ มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านการสร้างแบรนด์และการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น การศึกษานี้เน้นย้ำถึงความจำเป็นในการพัฒนานโยบายที่สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริม Soft Power อย่างเป็นระบบ

4. จิรพงษ์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “นโยบาย Soft Power และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน” ซึ่งระบุว่า การใช้ Soft Power ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวัฒนธรรม เช่น การส่งเสริมวิถีชุมชนไทลื้อและวัดภูมินทร์ ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น งานวิจัยนี้ยังเสนอแนะให้หน่วยงานท้องถิ่นมีบทบาทในการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน เพื่อเชื่อมโยง Soft Power เข้ากับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว

5. พัชรินทร์ (2565) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนานโยบาย Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา” ซึ่งพบว่า การใช้มรดกทางวัฒนธรรม เช่น วัดและโบราณสถาน รวมถึงการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ผ่านสื่อสมัยใหม่ เช่น สื่อสังคมออนไลน์และภาพยนตร์ สามารถสร้างความสนใจในหมู่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ได้ งานวิจัยนี้ยังแนะนำให้มีการพัฒนาทักษะบุคลากรท้องถิ่นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายการเข้าถึง Soft Power ในระดับสากล

การสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า Soft Power ในบริบทไทยมีศักยภาพสูงในมิติของวัฒนธรรม อาหาร การท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ชัดเจน เช่น ภาคเหนือ อย่างไรก็ตามการพัฒนานโยบาย Soft Power ให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุน เช่น การมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชน การใช้สื่อสมัยใหม่ในการประชาสัมพันธ์ และการพัฒนาทักษะบุคลากรท้องถิ่น สำหรับจังหวัดแพร่ ซึ่งมีวัฒนธรรมล้านนา ผ้าทอมือ เช่น ผ้าม่อฮ่อม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัดพระธาตุช่อแฮ งานวิจัยเหล่านี้สามารถใช้เป็นกรอบในการพัฒนานโยบายที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริม Soft Power ของจังหวัดแพร่ให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

3. ระเบียบวิธีวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 30 คน ประกอบด้วย

1. **ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่** จำนวน 10 คน ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดนโยบายและการบริหารจัดการด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

2. **ผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น** จำนวน 10 คน ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ผ้าม่อฮ่อม และการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. **นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้าน Soft Power และการท่องเที่ยว** จำนวน 10 คน จากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดแพร่ และพื้นที่ใกล้เคียง

การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากความรู้ และ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Soft Power และนโยบายท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความหลากหลายและครอบคลุม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ออกแบบคำถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของ Soft Power ในจังหวัดแพร่ อุปสรรคในการพัฒนานโยบาย และข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนานโยบาย คำถามครอบคลุมประเด็น เช่น เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของแพร่ การใช้สื่อสมัยใหม่ และการมีส่วนร่วมของชุมชน

2. **แบบสังเกตการณ์ (Observation Form)** ใช้ในการสังเกตกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power เช่น เทศกาลท้องถิ่น การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดแพร่

3. **การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis)** ศึกษานโยบายและแผนพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ รวมถึงรายงานและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power และการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

เครื่องมือทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยการนำร่องกับกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กจำนวน 5 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สำหรับข้อมูลจากการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสาร โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นหลัก เช่น ศักยภาพของ Soft Power, อุปสรรค, และข้อเสนอแนะ

2. **การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)** สำหรับข้อมูลจากการสังเกตการณ์เพื่อสรุปพฤติกรรมและลักษณะของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power

3. **การเปรียบเทียบและสังเคราะห์ (Comparative and Synthesis Analysis)** เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่าง ๆ และสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนานโยบาย Soft Power

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ศักยภาพของ Soft Power ในจังหวัดแพร่ ดังนี้

1. จังหวัดแพร่ มีจุดเด่นด้านวัฒนธรรมล้านนา เช่น ผ้าม่อฮ่อม วัดพระธาตุช่อแฮ และประเพณีท้องถิ่น เช่น งานประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ ซึ่งได้รับการยอมรับจากทั้งนักท่องเที่ยวในและต่างประเทศ

2. อาหารพื้นเมือง เช่น แคบหมู และข้าวซอย มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ Soft Power ผ่านการสร้างแบรนด์และการเล่าเรื่อง

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น บ้านวงศ์บุรี และพิพิธภัณฑ์เมืองแพร่ เป็นจุดแข็งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี

อุปสรรคในการพัฒนานโยบาย Soft Power ได้แก่

1) ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและชุมชนท้องถิ่น ทำให้การพัฒนานโยบายขาดความต่อเนื่อง

2) การขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะในการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อประชาสัมพันธ์ Soft Power ในระดับสากล

3) งบประมาณจำกัดสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและกิจกรรมวัฒนธรรม

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1) พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ ชุมชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ เพื่อสร้างห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของผลิตภัณฑ์ Soft Power

2) จัดอบรมทักษะการใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับบุคลากรท้องถิ่น

3) สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรมของแพร่ เช่น เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน

4) จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการพัฒนา Soft Power โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน

ประเด็น	ผลการวิจัย
ศักยภาพ Soft Power	ผ้าม่อฮ่อม, วัดพระธาตุช่อแฮ, อาหารพื้นเมือง, และประเพณีท้องถิ่น

อุปสรรค	ขาดการประสานงาน, ทักษะดิจิทัลจำกัด, งบประมาณไม่เพียงพอ
ข้อเสนอแนะ	สร้างเครือข่าย, อบรมทักษะดิจิทัล, พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์, จัดตั้งกองทุน

5. การอภิปรายผลและสรุป

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา ณ นคร และคณะ (2564) ที่ระบุว่า ภาคเหนือมีศักยภาพสูงในด้าน Soft Power โดยเฉพาะวัฒนธรรมล้านนาและการท่องเที่ยว กรณีของจังหวัดแพร่แสดงให้เห็นว่าผ้าม่อฮ่อมและวัดพระธาตุช่อแฮเป็นจุดแข็งที่สามารถพัฒนาต่อได้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสนับสนุนงานของ สมชาย และคณะ (2565) ที่เน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริม Soft Power ซึ่งในบริบทของแพร่ การสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชนและหน่วยงานท้องถิ่นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนานโยบาย

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบข้อมูลว่าอุปสรรคด้านงบประมาณและบุคลากรที่มีทักษะจำกัดสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรินทร์ (2565) ซึ่งพบปัญหาคล้ายกันในจังหวัดอยุธยา การแก้ไขปัญหานี้จำเป็นต้องมีการลงทุนในด้านการพัฒนาทักษะดิจิทัลและการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งจะช่วยให้ Soft Power ของแพร่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในระดับสากลได้

ข้อสรุปการพัฒนานโยบาย Soft Power ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดแพร่ควรเน้น 3 ด้านหลัก ได้แก่

1. **การส่งเสริมเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม** ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าม่อฮ่อม และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น วัดพระธาตุช่อแฮ

2. **การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ** ระหว่างหน่วยงานท้องถิ่น ชุมชน และผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

3. **การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล** เพื่อประชาสัมพันธ์และขยายการเข้าถึง Soft Power ในระดับสากล

สรุปข้อเสนอแนะ สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบศักยภาพ Soft Power ระหว่างจังหวัดแพร่ กับ จังหวัดอื่น ๆ ในภาคเหนือ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมยิ่งขึ้น รวมถึงการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการพัฒนานโยบาย Soft Power ให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในระดับสูงขึ้นอีกเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติอย่างยั่งยืนสืบต่อไป

รายการอ้างอิง

กัลยานี ปฏิมาพรเทพ, **แนวทางส่งเสริมภูมิปัญญาไทยในการจัดการศึกษา: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี/สถาบันแห่งชาติว่าด้วยภูมิปัญญาและการศึกษาไทย,** กรุงเทพมหานคร: พิมพ์ดี, ๒๕๔๑.

โกวิทย์ พวงงาม, **การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น.** กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์, ๒๕๕๓.

กานต์สินี และคณะ. (2566). **บทบาทของ Soft Power ในการยกระดับเศรษฐกิจชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในภาคอีสาน.** วารสารการพัฒนาท้องถิ่น, 15(2), 45-60.

จิรพงษ์ และคณะ. (2564). **นโยบาย Soft Power และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในจังหวัดน่าน.** วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทย, 12(3), 78-92.

พัชรินทร์. (2565). **การพัฒนานโยบาย Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา.** วารสารการจัดการท่องเที่ยว, 10(1), 23-38.

วิทยา ณ นคร และคณะ. (2564). **ศักยภาพ Soft Power ของภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย.** วารสารวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว, 8(4), 112-130.

สมชาย และคณะ. (2565). **การใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดเชียงใหม่.** วารสารการพัฒนาการท่องเที่ยว, 14(1), 56-72.

เอกชัย ศรีวิลาศ. (2558, 24 กันยายน). **อำนาจละมุน**. มติชนสุดสัปดาห์ออนไลน์. สืบค้นจาก https://www.matichonweekly.com

Guilford J.P.. **The Nature Intelligence**. New York: McGraw-Hill Book. ๑๙๖๗.

Jospeh S. Nye, Jr. 2004. Soft Power: The Means to Success in World Politics. NewYork, USA: Public Affairs

Kunplome, I. (2022). APEC 2022 prepares to showcase cultures in 4regions that are hard to find and welcome APEC leaders topush Thai soft power. Retrieved fromhttps://www.thansettakij.com/apec-2022/547208