

ซอฟต์แวร์: คำนิยามและการประยุกต์ใช้ในบริบทประเทศไทย

Soft Power: Definitions and Applications in the Context of Thailand

Article History

Received: July 1, 2024

Revised: June 19, 2025

Accepted: June 25, 2025

มัลลิกา พลอนันต์

Mallika Polanan

บทคัดย่อ

ปัจจุบันแนวคิดซอฟต์แวร์ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย อย่างไรก็ตาม มีการอภิปรายกันอย่างแพร่หลายว่าสิ่งใดสามารถส่งเสริมให้เป็นซอฟต์แวร์ได้ โดยไม่ได้มีการศึกษาอย่างละเอียดและขาดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความหมายของซอฟต์แวร์ และถูกนิยามว่า เป็นการเกิดพฤติกรรมที่นำเอาสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาใช้ เนื่องจากสิ่งนั้นมีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการของตนเอง และเห็นว่า มีประโยชน์ ผ่านกระบวนการโน้มน้าวใจ ดึงดูดใจ ให้เกิดความนิยมชมชอบ จนเกิดการนำมาใช้โดยสมัครใจ ไม่มีการใช้กำลังบีบบังคับ

ในประเทศไทยวัฒนธรรมถูกกำหนดให้เป็นทรัพยากรในการแปรรูปเพื่อให้เกิดเป็นซอฟต์แวร์ เช่น อาหารไทย กีฬามวยไทย เครื่องแต่งกายชุดไทย และเทศกาลที่เกี่ยวข้องกับประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ยังมีทรัพยากรในมิติอื่นๆ ที่สามารถพัฒนาให้เกิดเป็นซอฟต์แวร์ได้เช่นกัน เช่น ความเท่าเทียม ด้านเพศ ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นประชาธิปไตย และการให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาชาวต่างชาติ เป็นต้น ซึ่งหากมีการพัฒนาทรัพยากรตามที่กล่าวมานี้ ควบคู่กับการพัฒนาทรัพยากรด้านวัฒนธรรม ประเทศไทยก็จะมีหลากหลายด้านทรัพยากรซอฟต์แวร์จนสามารถกลายเป็นแบรนด์ประเทศ สร้างการจดจำ สร้างชื่อเสียง สร้างการยอมรับในระดับสากล จนมีประเทศอื่นนำไปใช้หรือยอมทำตาม ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดโลกได้

การพัฒนาทรัพยากรซอฟต์แวร์ต้องอาศัยการวางยุทธศาสตร์ โดยมีการวางแผนให้ชัดเจน และสร้างกลไกที่เอื้อต่อการพัฒนาซอฟต์แวร์ โดยมุ่งเน้นไปยังผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่น

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ประเทศไทย

School of Communication Arts, Bangkok University, Thailand

E-mail: mallika.p@bu.ac.th

การเพิ่มทักษะที่เป็นที่ต้องการในอนาคต การจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม การจัดหาแหล่งเงินทุนที่เข้าถึงได้ง่าย รวมทั้งการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบข้อบังคับบางประการที่ไม่เป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาซอฟต์แวร์ เป็นต้น

คำสำคัญ: ซอฟต์แวร์, ทรัพยากรซอฟต์แวร์, แบรินด์ประเทศ

Abstract

Presently, the concept of soft power is being used as a significant tool to drive Thailand's economy. This has led to a wide debate that focuses only on what can be promoted as soft power, without a detailed study and a lack of profound understanding of the meaning of soft power. Soft power is defined as the occurrence of behavior that uses something because it is consistent with one's needs and is seen as useful, through the process of persuasion, attraction, and popularity, leading to voluntary use without the use of force.

In Thailand, culture is often defined as a resource that can be transformed into soft power, such as Thai food, Thai boxing, Thai clothing, and festivals related to local traditions and culture. However, there are also resources in other dimensions that can be developed into soft power, such as gender equality, environmental sustainability, democracy, and scholarships for international students. If the development of the resources mentioned above is coupled with the development of cultural resources, Thailand will have a diversity of soft power resources that can become a national brand, create recognition, build reputation, and create international acceptance until other countries use it or follow suit. These things can create a competitive advantage in the global market.

The development of soft power resources requires strategic planning, with clear goals and the creation of mechanisms that support the improvement of soft power by focusing on SMEs. Mechanisms that enable the development of soft power include promoting future-needed skills, appropriate budget allocation, providing easily accessible sources of finance, and changing some regulations that do not promote the development of soft power.

Keywords: *Soft Power, Resources of Soft Power, Nation Branding*

บทนำ

แนวคิดซอฟต์แวร์ (soft power) ถูกกำหนดให้เป็นนโยบายสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศไทยให้เติบโต มีการตั้งคำถามจากนักวิชาการและสาธารณชนว่าซอฟต์แวร์ที่แท้จริงคืออะไร และถ้าจะนำมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยจะมีแนวทางและการประยุกต์ใช้อย่างไร ปรากฏการณ์หนึ่งที่ทำให้คนไทยมีความตื่นตัวกับคำว่าซอฟต์แวร์คือ การที่อาหารว่างของไทย ได้แก่ ข้าวเหนียวมะม่วงถูก “คุณدنุภา คณาธีรกุล

(มิลลิ)” นำเสนอบนเวทีเทศกาลดนตรีระดับโลกที่ชื่อว่า โคเชลลา (Coachella) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี พ.ศ. 2565 (โชติกา ชุ่มมี, 2567) เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ชาวเหนียวมะม่วงได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก และทำให้เป็นที่ถกเถียงกันอย่างกว้างขวางในแวดวงนักวิชาการ นักสื่อสารมวลชน และประชาชนว่า ปรากฏการณ์ความนิยมในชาวเหนียวมะม่วงเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทยหรือไม่

นอกจากนี้ ยังมีอีกหลายเหตุการณ์ที่ถูกนำมานิยามว่าเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทย เช่น ฮิปโปโปแตมัสแคระที่ชื่อว่า “หมูแดง” มาสคอตของร้าน Butter Bear ที่ชื่อ “หมีเนย” เยาวราชซึ่งเป็นสถานที่ถ่ายทำมิวสิกวิดีโอของ “คุณลลิตา มโนบาล” นักร้องคนไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก ภาพยนตร์เรื่อง “หลานม่า” ที่ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลออสการ์ครั้งที่ 97 ในสาขาภาพยนตร์ต่างประเทศยอดเยี่ยม ภาพยนตร์เรื่อง “Memoria” ที่ได้รับรางวัล Jury Prize จากเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ ปี พ.ศ. 2564 ซีรีส์วายที่ถูกเผยแพร่และได้รับความนิยมอย่างมากในต่างประเทศโดยเฉพาะประเทศจีน เช่น เรื่อง “เลิฟซิกเดอะซีรีส์ (love sick the series)” และเรื่อง “โซตัสเดอะซีรีส์ (sotus the series)” สินค้าประเภทเสื้อผ้าที่เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย เช่น กางเกงช้าง กางเกงมวยไทย ชุดไทย ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรไทย เช่น ยาต้ม และอาหารไทยที่ได้รับความนิยม เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย และหมูกระทะ เป็นต้น

การประยุกต์ใช้แนวคิดซอฟต์แวร์ในบริบทของประเทศไทยมักทำให้เกิดข้อคำถามตามมา เกิดความสับสนระหว่างคำว่า “กระแส” กับ “ซอฟต์แวร์” เนื่องจากเมื่อมีเหตุการณ์ใดได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในเชิงบวกและจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ เหตุการณ์นั้นมักจะถูกนิยามว่าเป็นซอฟต์แวร์ รวมทั้งนโยบายการนำเสนอซอฟต์แวร์ออกสู่ระดับสากลของประเทศไทยโดยส่วนมากมุ่งเน้นการนำวัฒนธรรมไทยที่มีศักยภาพในด้านต่างๆ เช่น อาหาร มวยไทย วัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญา เป็นต้น รวมทั้งวัฒนธรรมร่วมสมัย (popular culture) เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี และแฟชั่น เป็นต้น มาส่งเสริมเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทย จึงทำให้ซอฟต์แวร์เป็นสิ่งเดียวกับนโยบายทางวัฒนธรรม ซึ่งนักวิชาการต่างประเทศก็มีความสับสนในประเด็นนี้เช่นเดียวกัน (พีระ เจริญวัฒนกุล, 2561)

การศึกษาเรื่องซอฟต์แวร์นั้น การทำความเข้าใจคำว่า “อำนาจ (power)” ก็เป็นเรื่องสำคัญ โดย Nye (2004) ได้อธิบายว่า อำนาจ เป็นความสามารถในการได้รับหรือบรรลุผลลัพธ์ตามที่ใช้อำนาจต้องการ ถ้ากล่าวอย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้น อำนาจคือ ศักยภาพหรือความสามารถของผู้ใช้อำนาจในการมีอิทธิพล ส่งผลกระทบ หรือโน้มน้าวใจพฤติกรรมของผู้อื่น เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งการมีอิทธิพลหรือส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้อื่นนั้น สามารถทำได้โดยการบังคับขู่เข็ญ ชักจูงด้วยการจ่ายเงินหรือค่าตอบแทน หรืออาจจะดึงดูดและโน้มน้าวใจให้ผู้ถูกใช้อำนาจต้องการในสิ่งที่ผู้ใช้อำนาจต้องการ โดยปราศจากการบังคับ

เมื่อทศวรรษได้เปลี่ยนผ่านเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา การสื่อสารทำได้อย่างรวดเร็ว และไม่มีข้อจำกัดด้านพรมแดน ทำให้เกิดการตระหนักว่า การใช้ฮาร์ดพาวเวอร์ (hard power) ที่เกี่ยวข้องกับกองกำลังทหาร และพลังทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง อาจไม่ใช่แหล่งทรัพยากรของอำนาจเพียงแหล่งเดียวที่จะทำให้ประเทศผู้ใช้อำนาจได้ผลลัพธ์ตามที่ตนเองต้องการ แต่ยังมีอำนาจอีกรูปแบบหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ต้องการได้ (Nye, 2004) ซึ่งแนวคิดซอฟต์แวร์ได้ถือกำเนิดมาจากจุดนี้

คำจำกัดความซอฟต์แวร์

ในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมา แนวคิดซอฟต์แวร์ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในประเทศไทย โดยแนวคิดดังกล่าวถูกมองว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะสามารถผลักดันและช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งซอฟต์แวร์ถูกมองว่าเป็นสินค้าส่งออกของประเทศไทยที่นำเสนอต่อประเทศอื่นๆ เพื่อให้เกิดความสนใจ เกิดความนิยม มีการนำไปใช้หรือนำไปปฏิบัติตามอย่างแพร่หลาย และทำให้เกิดรายได้เข้าสู่ประเทศ

แนวคิดซอฟต์แวร์ถูกนำเสนอหลังจากแนวคิดเรื่องฮาร์ดแวร์ถูกใช้มาเป็นระยะเวลานาน เมื่อสถานการณ์และบริบทของโลกมีการเปลี่ยนแปลง แนวคิดฮาร์ดแวร์เพียงอย่างเดียวจึงไม่สามารถทำให้ประเทศต่างๆ มีอำนาจต่อรองหรือมีอิทธิพลเหนือประเทศอื่นๆ ได้ แนวคิดซอฟต์แวร์จึงเกิดขึ้นโดย ศาสตราจารย์ โจเซฟ ไน (Nye, 2004) นักวิชาการด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและนโยบายต่างประเทศ ผู้ริเริ่มนำเสนอแนวคิดดังกล่าวเมื่อปี พ.ศ. 2533 ได้อธิบายว่า บุคคลทั่วไปรู้จักฮาร์ดแวร์ เพราะเมื่อกล่าวถึงคำนี้มักจะถูกเข้าใจโดยปริยายว่าเป็นการใช้กำลังทางทหารและระบบเศรษฐกิจเพื่อให้ผู้อื่นยอมทำตาม โดยฮาร์ดแวร์สามารถใช้ได้ทั้งรูปแบบการชักจูงใจ (carrots) และการข่มขู่ (sticks) แต่ในบางครั้งประเทศผู้ใช้อาจอาจได้ผลลัพธ์ที่ตนต้องการ โดยปราศจากการใช้ทั้งกำลังทางทหารหรือการจ่ายผลตอบแทนก็ได้ ประเทศหนึ่งอาจได้รับสิ่งที่ต้องการในทางการเมือง เพราะประเทศอื่นๆ ต่างชื่นชมค่านิยมของตน หรือเลียนแบบตัวอย่างของตน สิ่งสำคัญคือ ต้องมีการกำหนดวาระและดึงดูดประเทศอื่นในเวทีโลก ไม่ใช่ใช้การบังคับด้วยกำลังทางทหารหรือใช้มาตรการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ประเทศอื่นเปลี่ยนแปลง ซึ่งซอฟต์แวร์สามารถทำให้ประเทศอื่นต้องการผลลัพธ์ที่ประเทศผู้ใช้อาจต้องการได้

นักวิชาการหลายคนได้ให้คำนิยามที่สอดคล้องกันว่าซอฟต์แวร์ คือ การใช้ “อำนาจโน้มน้าวใจ (co-optive power)” ให้ผู้อื่นนิยมชมชอบ และทำในสิ่งที่ผู้ใช้อาจต้องการให้ทำด้วยความเต็มใจ ซึ่งมีลักษณะการใช้อำนาจเป็นแบบ “ดึงดูด (pull)” เข้าหาผู้ใช้อำนาจ โดยใช้การกำหนดนโยบายที่มีความสอดคล้องและเอื้อผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน ไม่ได้ใช้อำนาจในลักษณะ “ผลักไส (push)” โดยใช้อำนาจบีบบังคับ (coercive power) เช่น ใช้กำลังทางการทหาร หรือใช้ระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง (พนธกร วรภมร และ นณัฐ พิศพลบุตร, 2565; มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2565; Nye, 2004)

อย่างไรก็ตาม เมื่อแนวคิดเรื่องซอฟต์แวร์ได้รับความสนใจและถูกเผยแพร่มากขึ้น มีการนำแนวคิดเรื่องซอฟต์แวร์ไปใช้กันอย่างแพร่หลาย เกิดการตีความอย่างหลากหลายทำให้ความหมายของซอฟต์แวร์ไม่ชัดเจนและคลุมเครือ ปัญหาของการตีความหรือให้คำจำกัดความของซอฟต์แวร์ ซึ่งไม่สามารถระบุความหมายได้อย่างชัดเจนว่า ซอฟต์แวร์ หมายถึงอะไร หรือมีลักษณะอย่างไร เช่น ประเทศไทยในอดีตซอฟต์แวร์ส่วนใหญ่จะถูกจำกัดความว่าเป็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มิรากฐานมาจากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น อาหาร สมุนไพร ภูมิปัญญา กีฬามวยไทย และเทศกาลต่างๆ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันมีการนำสิ่งที่เรียกว่าเป็น “กระแส” มาให้คำนิยามว่าเป็นซอฟต์แวร์เช่นกัน เช่น ละครชุดซีรีส์วาย ภาพยนตร์ สัตว์ต่างๆ และมาสคอต เป็นต้น ซึ่งเป็นการตีความที่มีลักษณะที่กว้างขึ้น กล่าวคือ ซอฟต์แวร์จะถูกตีความว่าเป็นอะไรก็ได้ที่ไม่ใช่อิทธิพลทางเศรษฐกิจและการทหาร (Henne, 2022)

ในความคิดเห็นของผู้เขียน ซอฟต์แวร์เป็นสิ่งใดก็ได้ที่อาจจะเป็นของเดิมที่มีอยู่แล้ว หรือเป็นสิ่งที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่ โดยสามารถเปลี่ยนแปลงไปได้ตามสถานการณ์และบริบทของโลก เนื่องจากในปัจจุบันเกิดการปฏิรูปเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ หรือที่เรียกว่า “Disruption” ซึ่งสิ่งนี้เองทำให้ต้องมีการพัฒนาสิ่งที่จะกลายมาเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศไทยเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนานาชาติ แต่ไม่ว่าสิ่งที่จะเป็นซอฟต์แวร์จะเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะใด แต่หลักการและความหมายของซอฟต์แวร์ยังต้องมีอยู่ นั่นคือ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นซึ่งผลลัพธ์ในที่นี้คือ พฤติกรรมที่ทำให้เกิดการคล้อยตาม ยอมรับ และนำไปใช้หรือปฏิบัติตาม กล่าวโดยสรุปว่า สิ่งใดสิ่งหนึ่งจะเป็นซอฟต์แวร์ได้ ต้องเกิดพฤติกรรมนำหรือรับสิ่งนั้นไปใช้ด้วยและเห็นว่าสิ่งนั้นเอื้อประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและค่านิยมของประเทศตนเอง ซึ่งจุดนี้เองที่ซอฟต์แวร์มีความเชื่อมโยงกับการสร้างแบรนด์ประเทศ (nation branding) นั่นคือ การสร้างหรือพัฒนาอัตลักษณ์ของประเทศทำให้เกิดมีภาพลักษณ์ตามที่วางเป้าหมายไว้ และถ้าการสร้างแบรนด์ประเทศนั้นประสบผลสำเร็จ มีชื่อเสียงเกิดการยอมรับ เกิดการจดจำ สามารถโน้มน้าวใจ ดึงดูดใจให้ประเทศอื่นยอมรับปฏิบัติตาม นั่นคือซอฟต์แวร์ได้เกิดขึ้นแล้ว

ในเรื่องความแตกต่างระหว่างซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์นั้น Gallarotti (2011) กล่าวว่า มีความแตกต่างระหว่างซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์อยู่ในหลายแง่มุม นั่นคือ ฮาร์ดแวร์มีรากฐานมาจากการความเชื่อมั่นในแหล่งทรัพยากรที่จับต้องได้ของอำนาจ ซึ่งมาจากการใช้อำนาจที่มาจากการบังคับโดยผ่านทางการใช้สัญลักษณ์ที่ดูเหมือนจะเป็นการคุกคาม หรือการบังคับใช้อำนาจโดยตรง ส่วนซอฟต์แวร์จะเกิดขึ้นผ่านทางนโยบาย ความถี่ และการกระทำที่ทำให้ประเทศอื่นๆ ยอมรับและชื่นชอบประเทศที่ใช้ซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นวิธีการทางอ้อมหรือไม่ได้เกิดจากการบังคับ

อย่างไรก็ตาม ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ถูกมองว่ามีความเชื่อมโยงกัน ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะประเทศที่ถูกมองว่ามีอำนาจที่มีลักษณะฮาร์ดแวร์สูง คือมีอำนาจทางกองกำลังทางทหาร หรือมีอำนาจทางเศรษฐกิจเหนือประเทศอื่นๆ ก็จะมีอำนาจด้านซอฟต์แวร์สูงเช่นกัน เพราะประเทศอื่นจะมองประเทศดังกล่าวเป็นต้นแบบที่ควรพัฒนาตาม (วีรภัทร จันทนยิ่งยง, 2563)

นอกจากนี้ Rothman (2011) ยังกล่าวเพิ่มเติมอีกว่า การใช้อำนาจเพื่อให้เกิดประโยชน์ ไม่ควรแยกฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ออกจากกัน แต่ควรผสมผสานทั้งฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์เข้าไว้ด้วยกัน ซอฟต์แวร์เองก็ไม่ได้มีลักษณะของการดึงดูดใจ หรือชักจูงใจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงมีวิธีการแพร่กระจายของบรรทัดฐานที่น่าดึงดูดใจและการใช้วาทกรรมเพื่อให้เกิดการคล้อยตาม ซึ่งการทำงานของซอฟต์แวร์คือ การทำให้ประเทศที่ถูกใช้อำนาจเกิดการเลียนแบบหรือปฏิบัติตามวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายการต่างประเทศ ซึ่งประเทศเหล่านั้นมองว่าการเลียนแบบที่เกิดขึ้นมีประโยชน์กับประเทศของตน

ดังนั้น กล่าวโดยสรุป ซอฟต์แวร์คือการที่ประเทศหนึ่งต้องการมีอิทธิพลเหนือประเทศอื่น โดยใช้สิ่งที่มีอยู่หรือสร้างสิ่งใดสิ่งหนึ่งขึ้นมาใหม่ แล้วเผยแพร่ไปยังประเทศอื่นๆ โดยสิ่งดังกล่าวสามารถดึงดูดใจ และชักจูงประเทศอื่นให้เกิดการคล้อยตาม ยอมรับ และนำสิ่งนั้นไปใช้ เนื่องจากเห็นว่าสิ่งนั้นมีประโยชน์และสอดคล้องกับความต้องการและค่านิยมของตนเอง โดยไม่มีการใช้อำนาจหรือกำลังในการบังคับให้เกิดการนำไปใช้

การที่จะเกิดซอฟต์แวร์ขึ้นได้นั้น ต้องอาศัยแหล่งทรัพยากรต่างๆ ที่จะแปรรูปทรัพยากรเหล่านั้นให้เหมาะสม โดยให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงมีการพิจารณาถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่อาจส่งผลต่อการพัฒนาทรัพยากรซอฟต์แวร์ เช่น การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ทิศทางการดำเนินชีวิตของประชากรโลก ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น รวมทั้งมีการนำเสนอในระดับสากลที่ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายและเหมาะสม โดยแหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์มีมากมายซึ่งผู้เขียนจะขอเสนอในหัวข้อถัดไป

แหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์

รญาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์ (2561) ได้กล่าวถึงทรัพยากรซอฟต์แวร์ที่มีศักยภาพของประเทศไทย โดยนำเสนอในบทความเรื่อง “การบริหารจัดการทรัพยากร Soft Power ของไทย” ว่า ประเทศไทยมีทรัพยากรหลายอย่างที่สามารถแปรรูปเป็นซอฟต์แวร์ได้ ได้แก่ วัฒนธรรม การท่องเที่ยว ทรัพยากรบุคคลที่มีศักยภาพ บทบาทในประชาคมระหว่างประเทศ การกีฬา และอุตสาหกรรมบันเทิงไทย โดยสามารถนำเสนอทรัพยากรที่เป็นแหล่งซอฟต์แวร์ผ่านเครื่องมือได้หลายช่องทาง เช่น การทูตสาธารณะ (public diplomacy) การทูตวัฒนธรรม (cultural diplomacy) การทูตดิจิทัล (digital diplomacy) การทูตแบบกองโจร (guerilla diplomacy) และการให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรม (humanitarian assistance) นอกจากนี้ ตามแนวคิดของ Nye (2004) ได้แบ่งแหล่งทรัพยากรเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. วัฒนธรรม (culture) เป็นชุดของค่านิยมและการปฏิบัติที่ดีที่สร้างความหมายให้กับสังคม ถ้าวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น โอกาสที่วัฒนธรรมนั้นจะกลายเป็นซอฟต์แวร์ของประเทศนั้นก็จะมีมากขึ้น โดยวัฒนธรรมแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ วัฒนธรรมชั้นสูง (high culture) ได้แก่ วรรณกรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม และอาหาร และวัฒนธรรมร่วมสมัย (pop culture) เน้นที่สื่อบันเทิงกระแสหลักที่ได้รับความนิยม ได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ ดนตรี และแฟชั่นการแต่งกาย

2. ค่านิยมทางการเมือง (political values) ถ้าประเทศหนึ่งมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่นๆ ประเทศนั้นก็จะมีแนวโน้มว่าจะมีซอฟต์แวร์เพิ่มมากขึ้น เช่น ประเทศที่มีสิทธิเสรีภาพในการดำเนินชีวิต (freedom of choice) ซึ่งเป็นสิ่งที่สากลต้องการและยอมรับ เช่น กฎหมายสมรณะเท่าเทียม (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2565) ประเทศเหล่านี้ก็มีแนวโน้มว่าซอฟต์แวร์จะเพิ่มมากขึ้น

3. นโยบายต่างประเทศ (foreign policies) ควรเป็นนโยบายที่ขอความร่วมมือจากผู้อื่นโดยปราศจากการข่มขู่หรือจ่ายผลประโยชน์ รวมทั้งเป็นนโยบายที่ประเทศอื่นเห็นว่ามีประโยชน์ เช่น ประเทศเกาหลีใต้ที่รัฐบาลได้มีการสนับสนุนและผลักดันนโยบายฟื้นฟูวัฒนธรรม (hallyu industry development plan) อย่างต่อเนื่องมาตลอดหลายปี โดยการใช้วัฒนธรรมและความเป็นเกาหลีใต้ควบคู่กับการสร้างภาพลักษณ์ประเทศ (อัมพร จิรัฐติก, 2558)

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอแนวคิดเรื่องแหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์ของ Nye ก็ทำให้เกิดข้อถกเถียงเช่นกัน ในด้านหนึ่งทรัพยากรซอฟต์แวร์ถูกเข้าใจว่าเป็นอิทธิพลด้านวัฒนธรรม (cultural influence) ซึ่งเป็นความเข้าใจที่แคบเกินไป การตีความนี้เป็นการเชื่อมโยงมาจากแนวคิดซอฟต์แวร์ที่ถูกนำเสนอโดย Nye (2004) ในช่วงแรก แต่ภายหลัง Nye (2004) ได้ออกมาอธิบายเพื่อให้เกิดความชัดเจนขึ้นว่า การที่จะพูดว่า

ซอฟต์แวร์เป็นอำนาจทางวัฒนธรรมนั้นก็สามารถพูดได้เพียงบางส่วนเท่านั้น เพราะแหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์เป็นได้มากกว่าสิ่งที่เรียกว่าวัฒนธรรม สอดคล้องกับนักประวัติศาสตร์ชาวอังกฤษ Ferguson (2003) ที่กล่าวว่าซอฟต์แวร์เป็นอำนาจที่ไม่ใช่พลังแบบดั้งเดิม เช่น วัฒนธรรมหรือสินค้าเชิงพาณิชย์ที่เมื่อได้ยืมว่าเป็นวัฒนธรรมก็จะเรียกว่าเป็นซอฟต์แวร์ได้ในทันที

แหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์ในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะถูกมองว่าเป็นเรื่องของสินค้าทางวัฒนธรรม เนื่องจากวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นรูปธรรมสามารถรับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้งห้า สามารถนำเสนอได้อย่างชัดเจน และง่ายต่อการทำความเข้าใจ แต่อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังขาดการพิจารณาแหล่งทรัพยากรอื่นๆ ที่นอกเหนือจากวัฒนธรรมที่จะสามารถนำมาพัฒนาเป็นซอฟต์แวร์ได้อีก เช่น การให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาชาวต่างชาติเพื่อให้เข้ามาเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะวัฒนธรรมไทย แนวคิดเรื่องธรรมาภิบาล ความเป็นประชาธิปไตย ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สิทธิและเสรีภาพ ความเท่าเทียมในด้านต่างๆ โดยสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้นมาตามบริบทสังคมของโลกที่เปลี่ยนไป ถ้าประเทศไทยสามารถพัฒนาสิ่งต่างๆ เหล่านี้ให้กลายเป็นซอฟต์แวร์ได้ จะทำให้เกิดความแตกต่างจากประเทศอื่น เกิดการยอมรับ เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล ภาครัฐควรส่งเสริมทรัพยากรด้านอื่นๆ ตามที่กล่าวมานี้ ควบคู่ไปกับทรัพยากรด้านวัฒนธรรมให้กลายเป็นแบรนด์ประเทศ โดยมีการวางแผนที่ทำเป็นยุทธศาสตร์ระดับประเทศ ซึ่งการวางแผนอย่างเป็นระบบนี้เองคือกลไกสำคัญของการทำให้เกิดซอฟต์แวร์ ถ้าไม่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ ซอฟต์แวร์จะกลายเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมในช่วงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น ไม่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน สอดคล้องกับ พระเจริญวัฒนกุล (2561) ที่อธิบายว่าวัฒนธรรมไม่ใช่ซอฟต์แวร์ เพราะซอฟต์แวร์หมายถึงการที่คนอื่นยอมทำในสิ่งที่เราต้องการ โดยที่ไม่ได้ใช้การบังคับขู่เข็ญ วัฒนธรรมจะกลายเป็นซอฟต์แวร์ได้นั้น ต้องมียุทธศาสตร์ มีการกำหนดเป้าหมาย กำหนดวิธีการ และกำหนดตัวชี้วัดเพื่อประเมินผลสำเร็จ

ตัวชี้วัดอิทธิพลซอฟต์แวร์

เมื่อซอฟต์แวร์เป็นเครื่องมือในการผลักดันประเทศให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับสากล การมีตัวชี้วัดเพื่อการประเมินผลลัพธ์ความมีประสิทธิภาพของซอฟต์แวร์จึงเป็นเรื่องสำคัญและมีความจำเป็น ซึ่งดัชนีชี้วัดศักยภาพซอฟต์แวร์ได้ถูกนำมาศึกษาโดยนักวิชาการหลายคน โดยมีดัชนีมากมายที่ถูกระบุว่าเป็นตัวชี้วัดอิทธิพลของซอฟต์แวร์ เช่น ความก้าวหน้าด้านวิทยาศาสตร์ ความแข็งแกร่งด้านเศรษฐกิจ เทคโนโลยี อุดมการณ์ด้านการเมืองและความเป็นผู้นำ และความสามารถด้านการทูต (Ibrahim & Al-azzawi, 2022) นอกเหนือจากนี้ บริษัทที่ปรึกษาด้านกลยุทธ์และการประเมินแบรนด์ชั้นนำของโลกอย่าง แบรนด์ ไฟแนนซ์ (brand finance) ที่ได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2539 ก็ได้พัฒนาตัวชี้วัดศักยภาพซอฟต์แวร์จนกลายเป็นที่ยอมรับในระดับสากลที่เรียกว่า โกลบอลซอฟต์แวร์ อินเด็กซ์ (global soft power index) โดยสร้างการชี้วัด 3 ด้าน ร่วมกับการวัดศักยภาพอีก 8 ด้าน ดังนี้ (กรมประชาสัมพันธ์, 2567; Brand Finance, n.d.)

1. ความคุ้นชิน (familiarity) หมายถึง การจดจำของผู้คนต่อแบรนด์ประเทศ ถ้าแบรนด์ประเทศเป็นที่รู้จักและจดจำได้มาก ก็มีแนวโน้มสูงที่จะมีซอฟต์แวร์ที่เข้มแข็ง
2. ชื่อเสียง (reputation) หมายถึง การรับรู้ชื่อเสียงของประเทศนั้นๆ ในมุมมองของประเทศอื่น

3. อิทธิพลต่อประเทศอื่น (influence) หมายถึง อิทธิพลของประเทศอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อประเทศของตนรวมไปถึงอิทธิพลของประเทศนั้นในเวทีโลกด้วย

นอกจากตัวชี้วัด 3 ดังกล่าวแล้ว ยังมีตัวชี้วัดศักยภาพซอฟต์แวร์ที่นำมาวิเคราะห์ประกอบกันอีก 8 ด้าน ได้แก่ การเมืองและการปกครอง (government) ธุรกิจและการค้า (business and trade) วัฒนธรรมและประเพณี (culture and heritage) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (international relations) อนาคตที่ยั่งยืน (sustainable future) การศึกษาและวิทยาศาสตร์ (education and science) สื่อและการสื่อสาร (media and communication) ประชาชนและค่านิยม (people and value) (กรมประชาสัมพันธ์, 2567; Brand Finance, n.d.)

จากผลการสำรวจของ ซอฟต์แวร์ อินเด็กซ์ ปี พ.ศ. 2567 ที่ทำการสำรวจประเทศต่างๆ ที่เป็นสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ จำนวน 193 ประเทศ มีการสำรวจความคิดเห็นจากผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 170,000 คน และมีคะแนนเต็ม 100 คะแนน พบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกา (78.8 คะแนน) และสหราชอาณาจักร (71.8 คะแนน) ยังคงได้ลำดับที่ 1 และ 2 ตามลำดับ โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงลำดับจากปี ค.ศ. 2023 อันดับที่ 3 ได้แก่ ประเทศจีน (71.2 คะแนน) ซึ่งขึ้นมาจากอันดับที่ 5 จากปีที่แล้ว อันดับที่ 4 คือประเทศญี่ปุ่น (70.6 คะแนน) โดยเป็นลำดับเดิมเท่ากับปีที่ผ่านมา และอันดับที่ 5 คือประเทศเยอรมนี ซึ่งตกจากอันดับที่ 3 ในปี ค.ศ. 2023 (69.8 คะแนน)

สำหรับประเทศไทย ได้อันดับที่ 40 โดยได้รับคะแนน 44.8 คะแนน มีลำดับเพิ่มมากขึ้นจากปีที่ผ่านมา ได้ลำดับ 41 (42.4 คะแนน) โดยในปี พ.ศ. 2567 นี้ มีคะแนนลดลงในส่วนของการเมืองและการปกครอง (government) จากเดิมที่ได้ 3 คะแนน แต่ในปี พ.ศ. 2567 ได้ 2.9 คะแนน และ สื่อและการสื่อสาร (media and communication) มีคะแนนลดลง จากเดิมที่ได้ 3.3 คะแนน ปี พ.ศ. 2567 ได้ 3.1 คะแนน

ในส่วนของดัชนีชี้วัดซอฟต์แวร์ของประเทศไทย อิงอร เนตรานันท์ (2562) ได้ทำงานวิจัยเรื่องพลังอำนาจแห่งชาติซอฟต์แวร์ของไทยในศตวรรษที่ 21 โดยพบว่า ตัวบ่งชี้หรือดัชนีซอฟต์แวร์ของประเทศไทย ประกอบด้วย ภาพยนตร์ ละคร ทรัพยากร ค่านิยมไทย อาหารไทยการทูต วัฒนธรรมไทย นโยบายต่างประเทศ การแพทย์ทันสมัยและการแพทย์สมุนไพรไทย การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ซึ่งออกมาในรูปของการรณรงค์ต่างๆ สถาบันการศึกษา กีฬาไทย กอล์ฟ มวยไทยและสากล แบดมินตัน สถาบันพระมหากษัตริย์ พุทธศาสนา การไม่เบียดเบียนกัน หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน

อย่างไรก็ตาม ในทรรศนะของผู้เขียนเห็นว่า การจัดดัชนีชี้วัดอิทธิพลของซอฟต์แวร์ประเทศไทย ควรมีการจัดหมวดหมู่ทรัพยากรของซอฟต์แวร์โดยยึดหลักแนวคิดของ Nye (2004) ที่ได้แบ่งทรัพยากรซอฟต์แวร์ไว้ 3 ด้าน ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยมด้านการเมือง และนโยบายการต่างประเทศ โดยทำการศึกษาทรัพยากรให้ครอบคลุมทุกด้านว่ามีค่าดัชนีชี้วัดด้านอิทธิพลซอฟต์แวร์อยู่ในระดับใด โดยมีการพิจารณาร่วมกับทิศทางสถานการณ์และบริบทของโลกที่เปลี่ยนไป โดยผลการศึกษาที่ได้จะช่วยทำให้ภาครัฐเห็นภาพรวมว่า ทรัพยากรใดมีแนวโน้มที่เมื่อพัฒนาโดยใช้แนวคิดแบรนด์ประเทศเข้ามาเชื่อมโยงด้วยแล้ว จะสามารถส่งเสริมให้เกิดเป็นซอฟต์แวร์ได้ เพื่อช่วยในการวางแผนกลยุทธ์ให้เหมาะสมให้กับทรัพยากรแต่ละด้าน

แนวปฏิบัติที่ดีของซอฟต์แวร์ในเอเชีย

แนวปฏิบัติที่ดี (best practice) สำหรับการส่งเสริมซอฟต์แวร์สำหรับประเทศในเอเชียที่เห็นได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ที่เริ่มมีการใช้ยุทธศาสตร์ที่เรียกว่า โกลบอล โคเรีย (global korea) ตั้งแต่สมัยประธานาธิบดีลีเมียงบัก โดยมีการส่งเสริมซอฟต์แวร์อย่างจริงจังเพื่อประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561) ซึ่งถ้าใช้แนวคิดด้านทรัพยากรของ Nye (2004) เป็นแนวทางในการวิเคราะห์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ด้านคือ ด้านวัฒนธรรม ด้านค่านิยมทางการเมือง และด้านนโยบายด้านการต่างประเทศ

ด้านวัฒนธรรม ถือว่าเป็นทรัพยากรที่แพร่หลายมากที่สุดของซอฟต์แวร์ของประเทศเกาหลีใต้ที่รู้จักกันในนาม เดอะ โคเรีย เวฟ (the korean wave) โดยเริ่มต้นดำเนินการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 และในปัจจุบันก็ได้รับความนิยมและมีความเข้มแข็งมากในเอเชียตะวันออกเฉียงและอาเซียน (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561) มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการคือ เพื่อผลักดันวัฒนธรรมของประเทศเพื่อผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ และเพื่อสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นชาติของตนเอง ซึ่ง เดอะ โคเรีย เวฟ นี้เอง ได้สร้างการเติบโตให้กับอุตสาหกรรมสื่อเพื่อความบันเทิง ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม อาหาร ภาษาและวัฒนธรรม รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2566) ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2546 มีการใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า ฮัลยู อินดัสทรี ซัพพอร์ต ดีเวลลอปเม้นท์ (hallyu industry support development) เพื่อเป็นการสร้างกระแสความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีใต้ มีการลดทอนข้อบังคับบางอย่างเพื่อให้การส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้นั้นมีความเป็นอิสระมากขึ้น เช่น การยกเลิกระบบการจัดเรตติ้ง ทำให้ผู้ผลิตละครและภาพยนตร์สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างอิสระมากขึ้น สามารถสะท้อนมุมมองทางสังคมได้หลากหลายมากขึ้น (สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2567) โดยในปี พ.ศ. 2567 ในการจัดลำดับซอฟต์แวร์ โดย โกลบอล ซอฟต์แวร์ พบว่า ประเทศเกาหลีใต้อยู่ในระดับที่ 15 ของโลก ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสร้างมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศเกาหลีได้อย่างเข้มแข็ง เห็นได้จากคะแนนในหมวด ‘Business & Trade’ ในการสำรวจดังกล่าวที่มีคะแนนสูงที่สุดจากทุกหมวดที่มีการสำรวจ คือ 7.4 คะแนน (Brand Finance, n.d.)

ด้านค่านิยมทางการเมือง ประเทศเกาหลีใต้ได้ใช้การเติบโตทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนำมาพัฒนาการเมืองแบบประชาธิปไตย โดยได้เน้นได้เรื่องของการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมตามแนวทางการเติบโตสีเขียว (green growth) เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในฐานะประเทศที่ส่งเสริมการป้องกันสิ่งแวดล้อมเพื่อความยั่งยืน โดยมีสถาบันการเติบโตสีเขียวโลก (Global Green Growth Institute: GGGI) เป็นกลไกขับเคลื่อนแนวทางการเติบโตสีเขียวของเกาหลี (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561)

ด้านนโยบายการต่างประเทศ มีการใช้ซอฟต์แวร์ในการกระชับสัมพันธไมตรีกับต่างประเทศ รักษาผลประโยชน์ รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศ โดยมีนโยบายคือ การยกระดับสถานะของประเทศบนเวทีโลก การเดินทางเยือนต่างประเทศของผู้นำ และการใช้ทูตวัฒนธรรมผ่านการแสดงวัฒนธรรมในต่างประเทศ รวมถึงการแลกเปลี่ยนเยาวชนและการให้ทุนการศึกษาอีกด้วย (กิตติ ประเสริฐสุข, 2561)

การประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในบริบทประเทศไทย

คณะกรรมการการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และการศึกษาและพิจารณาเสนอแนะแผนกลยุทธ์ การส่งเสริมซอฟต์แวร์แห่งชาติเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงแห่งชาติ วุฒิสภา (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2567) ได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพเป็นเครื่องมือในการประเมินสถานการณ์สำหรับการประกอบธุรกิจ (SWOT analysis) พบว่ามีการให้ความสำคัญและมองว่าสินค้าด้านวัฒนธรรมเป็นซอฟต์แวร์หลักของประเทศไทย เนื่องจากวัฒนธรรมของประเทศไทยได้มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ชัดเจน และสามารถสร้างความน่าสนใจในระดับสากลได้ อย่างไรก็ตามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า นโยบายส่งเสริมซอฟต์แวร์ของประเทศไทยไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร อันเนื่องมาจากหลายปัจจัยด้วยกัน ผู้เขียนจึงขอเสนอแนวทางการประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ในประเทศไทย ดังนี้

แหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์เป็นได้มากกว่าสินค้าทางวัฒนธรรม เนื่องจากประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สูงและหลากหลาย มีความโดดเด่น รวมทั้งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สากลให้การยอมรับ จึงเป็นเรื่องที่สามารถทำความเข้าใจได้ว่า ด้วยเหตุดังกล่าววัฒนธรรมไทยรวมทั้งวัฒนธรรมร่วมสมัยจึงถูกกำหนดให้เป็นทรัพยากรของซอฟต์แวร์ อีกทั้งในการนำเสนอแนวคิดซอฟต์แวร์ของ Nye (2004) มีความคลุมเครือที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนได้ว่าซอฟต์แวร์คือ นโยบายทางวัฒนธรรม ซึ่งอาจทำให้ผู้กำหนดนโยบายของประเทศไทยเข้าใจอย่างนั้นได้เช่นเดียวกัน

แหล่งทรัพยากรซอฟต์แวร์ อีก 2 แหล่งนอกเหนือจากวัฒนธรรม ได้แก่ ค่านิยมด้านการเมือง นโยบายต่างประเทศ ก็สามารถนำมาพิจารณาเป็นซอฟต์แวร์ได้เช่นกัน โดยประเทศไทยถูกมองว่าเป็นกลางในเวทีโลก ดังนั้น การส่งออกซอฟต์แวร์ในมิติต่างๆ ไปสู่ประเทศอื่นจึงไม่มีข้อกีดกันหรืออคติ โดยในด้านของค่านิยมด้านการเมือง ประเทศไทยอาจจะต้องแสดงให้เห็นถึงเสถียรภาพทางการเมือง การส่งเสริมประชาธิปไตยที่แท้จริง การแก้ไขความขัดแย้งด้วยกลไกด้านเสรีภาพ สนับสนุนความเท่าเทียมในด้านต่างๆ แสดงความรับผิดชอบในด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หรือนโยบายอื่นๆ ที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับประเทศไทยในเวทีโลกได้

ในด้านนโยบายต่างประเทศ เน้นใช้วิธีการทางการทูตในการประชาสัมพันธ์ประเทศผ่านกิจกรรมในโอกาสพิเศษต่างๆ การเป็นเจ้าภาพในการจัดเวทีการประชุมระหว่างประเทศ (เช่น Asia-Pacific Economic Cooperation หรือ APEC) การมอบทุนการศึกษาให้แก่นักเรียนนักศึกษาต่างชาติเพื่อให้เข้ามาศึกษา และสัมผัสกับวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมของประเทศไทย รวมทั้งประเทศไทยยังสามารถแสดงความเป็นผู้นำในระดับภูมิภาค (ASEAN) ในเรื่องที่มีความโดดเด่นได้ เช่น การเป็นผู้นำด้านสิทธิมนุษยชนซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับเลือกเป็นหนึ่งใน 18 ประเทศที่ได้รับเลือกเป็นสมาชิกคณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (United Nations Human Rights Council-HRC) วาระปีพ.ศ. 2568-2570 โดยมีคะแนนสูงสุดในเอเชีย (สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติภาคใต้, 2567) หรือการเป็นผู้นำในเรื่องเสรีภาพด้านความเท่าเทียมทางเพศ ซึ่งเป็นผลมาจากการประกาศใช้กฎหมายสมรสเท่าเทียมที่มีผลบังคับใช้วันที่ 22 มกราคม พ.ศ. 2568 (โอลอร์, 2567) จากการให้คุณค่าในเรื่องดังกล่าว จึงมีแนวโน้มที่จะสามารถสร้างความนิยมต่อประเทศอื่นๆ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้

มุ่งเน้นการทำงานเชิงรุก ในการทำงานเชิงรุกนั้น ภาครัฐต้องมีการวางยุทธศาสตร์สำหรับการสนับสนุนซอฟต์แวร์อย่างจริงจัง โดยมีการศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างซอฟต์แวร์ เช่น สภาพการณ์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ การตลาดที่เน้นในเรื่องของการนำปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence) มาใช้ในการวางกลยุทธ์ด้านการตลาด แนวโน้มหรือทิศทางต่างๆ ที่ประเทศในระดับสากลให้ความสนใจ เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศของโลก การมุ่งเน้นเรื่องความยั่งยืน เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้ สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อสร้างโอกาสให้กับ การขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ของประเทศไทยได้ เป็นลักษณะการทำงานเชิงรุกไม่ใช่การทำงานเชิงรับเหมือนในอดีตที่ผ่านมา

สร้างเสถียรภาพทางการเมือง เมื่อการเมืองในประเทศไทยไม่มีเสถียรภาพ ความต่อเนื่องของการส่งเสริมซอฟต์แวร์ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ เนื่องจากเมื่อมีการเปลี่ยนรัฐบาล ยุทธศาสตร์ต่างๆ ก็จะถูกเปลี่ยนไปตามนโยบายของรัฐบาลนั้นๆ ซึ่งในจุดนี้เองที่มีความแตกต่างจากประเทศเกาหลีใต้ เพราะรัฐบาลชุดต่างๆ ที่เข้ามาบริหารประเทศฯ ต่างเห็นพ้องต้องกันว่าการส่งเสริมซอฟต์แวร์เป็นปัจจัยที่สำคัญมากอันดับต้นๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น ไม่ว่ารัฐบาลชุดใดเข้ามาบริหารประเทศฯ ก็จะมีการดำเนินนโยบายด้านซอฟต์แวร์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพราะกระบวนการสร้างซอฟต์แวร์มักจะใช้เวลาานกว่าจะประสบความสำเร็จ ความต่อเนื่องของนโยบายจึงเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศสหรัฐอเมริกาใช้เวลากว่า 109 ปี ในการสร้างซอฟต์แวร์ด้านอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อ รวมทั้งอุตสาหกรรมอาหาร เพื่อให้เกิดการยอมรับในระดับสากล (โชติกา ชุ่มมี, 2567)

สร้างกลยุทธ์ในการส่งเสริมซอฟต์แวร์ กลยุทธ์คือเรื่องของการวางแผน ดังนั้น การส่งเสริมศักยภาพซอฟต์แวร์ของประเทศไทยก็ต้องมีการวางแผนเช่นกัน ภาครัฐควรมีการกำหนดปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุนและผลักดันซอฟต์แวร์ของประเทศไทยให้เป็นไปตามเป้าหมาย เช่น การจัดสรรงบประมาณที่สอดคล้องกับการทำงาน การสร้างความต่อเนื่อง การกำหนดหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการบูรณาการเรื่องซอฟต์แวร์ การสร้างระเบียบ ข้อบังคับ รวมทั้งกฎเกณฑ์บางอย่างที่ช่วยสนับสนุนการทำงาน เช่น การสนับสนุนการลดภาษีบางประเภท การส่งเสริมให้ความรู้ด้านนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้แก่องค์กรหรือผู้ประกอบการในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (small and medium enterprises) เป็นต้น สิ่งที่สำคัญของการวางแผนนั้น คือ มีความจำเป็นต้องศึกษาถึงแนวโน้มและทิศทางของสถานการณ์โลก แล้วนำมาปรับใช้ในการวางแผน โดยอาจมีการเน้นย้ำถึงการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่ออนาคตประเทศและเป็นแนวโน้มที่กำลังได้รับความสนใจ เช่น แนวทางการสร้างความยั่งยืน การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศของโลก และภูมิรัฐศาสตร์ เป็นต้น

นอกจากนี้แล้ว การสื่อสารต้องมีความชัดเจนและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มักมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนว่าสิ่งที่เรียกว่า “กระแส” คือ “ซอฟต์แวร์” ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายคนได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การส่งเสริมสิ่งใดก็ตามที่จะให้เป็นซอฟต์แวร์ต้องผ่านการคิดและถูกสร้างโดยมีกลยุทธ์เป็นกรอบเพื่อให้ซอฟต์แวร์ดำเนินไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ส่วน “กระแส” มักเกิดขึ้นในระยะเวลานั้นๆ และหายไปอย่างรวดเร็ว นอกจากต้อง

สื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องนี้แล้ว รัฐยังต้องทำการสื่อสารไปยังภาคเอกชนและประชาชนเกี่ยวกับกลยุทธ์และนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคเอกชนที่ควรจะเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดันซอฟต์แวร์ เนื่องจากมีความคล่องตัว มีความคิดสร้างสรรค์ มีความพร้อมด้านบุคลากร มีกฎระเบียบที่ยืดหยุ่น ถ้าการสื่อสารของภาครัฐสามารถชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของซอฟต์แวร์ที่จะช่วยให้ภาคเอกชนมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ ก็จะสามารถดึงดูดให้ภาคเอกชนที่มีความสามารถเข้ามาช่วยกันผลักดันและส่งเสริมซอฟต์แวร์อย่างเป็นระบบได้ โดยภาครัฐต้องสนับสนุนในเรื่องของทุน รวมทั้งสร้างนโยบายหรือสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินงาน

มีวิธีการประเมินผลลัพธ์อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม จากแนวคิดของ Nye (2004) ที่อธิบายว่าซอฟต์แวร์ที่ประสบความสำเร็จต้องประเมินจากผลลัพธ์ทางพฤติกรรม หากเกิดการยอมรับและปฏิบัติตาม สิ่งที่ต้องวัดและประเมินต่อไปคือ การปฏิบัติตามนั้นเป็นผลมาจากการสร้างแรงดึงดูดใจของประเทศที่ใช้อำนาจหรือไม่ ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายซอฟต์แวร์จึงต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการและวิธีประเมินผลความสำเร็จซอฟต์แวร์ด้วย เช่น การจัดเก็บข้อมูล การทำแบบสำรวจ หรือการสืบค้นย้อนหลัง เป็นต้น เนื่องจากมีการลงทุนทางด้านงบประมาณที่เกี่ยวกับกระบวนการสร้างซอฟต์แวร์เป็นจำนวนมาก อีกทั้งการประเมินผลนั้นควรพิจารณาจากนโยบายของประเทศเป็นหลัก เช่น ถ้านโยบายของภาครัฐมุ่งเน้นที่การสร้างรายได้ให้กับชุมชน การประเมินผลความสำเร็จของซอฟต์แวร์ก็ต้องเกี่ยวข้องกับการวัดรายได้ของชุมชนด้วยเช่นกัน ในกรณีของประเทศไทย มีการขับเคลื่อนนโยบายซอฟต์แวร์ แต่ยังไม่มีการกำหนดเกณฑ์ความสำเร็จ รวมทั้งยังไม่มีวิธีการวัดหรือประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน เช่นในอดีตที่ผ่านมามีการจัดทำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมีวิธีการจัดเก็บข้อมูลด้วยระบบที่ไม่ทันสมัยและไม่พร้อมต่อการใช้งาน ในการนำมาวิเคราะห์และประเมินผลนโยบาย จึงอาจส่งผลต่อการประเมินผลความสำเร็จของซอฟต์แวร์ได้ (ณดา จันทร์สม, 2566)

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการนำเสนอข้อมูลทั้งหมดในข้างต้นจะเห็นได้ว่า แนวคิดซอฟต์แวร์เป็นแนวคิดที่สำคัญที่สามารถสร้างความได้เปรียบเทียบทางการค้าในระดับสากล ซึ่งการทำให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งกลายเป็นซอฟต์แวร์ได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ การวางแผนระยะยาวเพื่อให้เกิดการความต่อเนื่องและยั่งยืน โดยจำเป็นต้องเข้าใจคำจำกัดความของซอฟต์แวร์ให้ถูกต้องเพื่อกำหนดทิศทางให้ชัดเจนและบรรลุเป้าหมาย ปัญหาการดำเนินงานซอฟต์แวร์ในประเทศไทยถูกจำกัดด้วยแนวคิดที่ว่า ซอฟต์แวร์คือการส่งออกของวัฒนธรรมไทย โดยขาดการพิจารณามิติอื่นๆ เช่น มิติด้านนโยบายต่างประเทศ และมิติด้านคุณค่าทางการเมือง ซึ่งทำให้ประเทศไทยสูญเสียโอกาสในด้านการสร้างซอฟต์แวร์สู่ระดับสากล ทั้งๆ ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบในหลายๆ เรื่อง เช่น เสรีภาพในการใช้ชีวิต การให้ทุนการศึกษาที่สามารถทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม การส่งเสริมเรื่องความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรที่เน้นเรื่องของความปลอดภัย เป็นต้น ดังนั้น ถ้าประเทศไทยสามารถส่งเสริมมิติอื่นๆ นอกเหนือจากมิติทางวัฒนธรรมให้เป็นซอฟต์แวร์ได้ก็จะทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้

ในด้านของข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ประเทศไทยควรมีนโยบายเชิงรุกเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันกับประเทศอื่น โดยกำหนดนโยบายเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. การกำหนดวัตถุประสงค์ของนโยบาย (policy objective) มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรในหลากหลายมิติที่มีศักยภาพของประเทศไทย ให้กลายเป็นซอฟต์แวร์ที่สามารถดึงดูดใจ โน้มน้าวใจ ประเทศอื่นๆ ได้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งสามารถวางกรอบระยะเวลาเป็นแต่ละช่วงได้

2. การกำหนดแนวทางนโยบาย (policy means) ให้มีความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ประเทศ พัฒนาให้เกิดอัตลักษณ์ของประเทศ เกิดความมีชื่อเสียง เกิดความจดจำ เกิดการยอมรับ ได้แก่ 1) การส่งเสริมทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว เช่น การส่งเสริมอาหารไทยให้ได้คุณภาพมาตรฐานสากลแต่ยังคงรักษาความเป็นไทย ตัวอย่างการดำเนินโครงการที่ส่งเสริมอาหารไทยของกระทรวงพาณิชย์ที่มอบตราสัญลักษณ์ “Thai Selected” ให้กับร้านอาหารไทยที่ให้บริการและจำหน่ายอาหารไทยรสชาติไทยแท้ ผ่านกระบวนการและขั้นตอนการปรุงอาหารด้วยส่วนผสมตามตำรับอาหารไทย 2) การสร้างทรัพยากรขึ้นมาใหม่ โดยศึกษาแนวโน้มของสถานการณ์โลกที่กำลังได้รับความสนใจหรือกำลังเป็นที่ต้องการ เช่น การส่งเสริมแนวทางการทำงานแบบไม่จำกัดสถานที่ (work from anywhere) ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงของการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยประเทศไทยได้รับคัดเลือกให้เป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่น่าอยู่และเหมาะให้ชาวต่างชาติมาทำงานมากที่สุดในโลกอันดับที่ 6 จากทั้งหมด 53 อันดับ (อินโฟเควสท์, 2566)

3. การกำหนดกลไกของนโยบาย (policy mechanism) ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่มาจากประชาชนทั่วไป เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญของประเทศ รวมทั้งผลิตสินค้าและบริการได้หลากหลาย โดยรัฐสามารถใช้กลไกต่างๆ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการฯ ในการผลักดันให้เกิดประสิทธิภาพในการแปรรูปทรัพยากรให้เป็นซอฟต์แวร์ได้ดังต่อไปนี้ 1) เพิ่มทักษะที่เป็นที่ต้องการในอนาคตให้กับแรงงาน สามารถทำได้ทั้งแบบการพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะเดิมที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น (upskill) เช่น การเพิ่มความรู้และฝึกฝนด้านทักษะการสื่อสารในยุคดิจิทัลเพื่อเป็นทักษะพื้นฐานในการสร้างโฆษณาและประชาสัมพันธ์สินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ และสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานขึ้นมาใหม่ (reskill) เช่น การเพิ่มความรู้ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และปัญญาประดิษฐ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำข้อมูลนั้นมาปรับปรุงหรือสร้างผลผลิตให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย 2) การจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม รวมทั้งจัดสรรแหล่งเงินทุนที่ผู้ประกอบการฯ สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีเงื่อนไขที่เหมาะสม 3) จัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่บูรณาการหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างซอฟต์แวร์ เพื่อให้ทำงานสอดคล้องประสานและไปในทิศทางเดียวกัน 4) ปรับเปลี่ยนกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่อาจเป็นอุปสรรคในการส่งเสริมซอฟต์แวร์ เช่น ภาษี ระบบเซ็นเซอร์ และการลดค่าธรรมเนียมบางอย่าง เป็นต้น และ 5) ภาครัฐทำหน้าที่หาตลาดใหม่ๆ ในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการเผยแพร่ซอฟต์แวร์ของประเทศไทย โดยใช้บทบาทด้านการทูตหรือการเจรจาทางการค้าเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการฯ ได้เข้าไปผลักดันสินค้าหรือบริการให้เป็นซอฟต์แวร์ต่อไป

บทสรุป

ปัจจุบันแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ถูกนำมาใช้และเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทที่ต่างกัน สำหรับประเทศไทย แนวคิดซอฟต์พาวเวอร์ถูกหยิบยกขึ้นมาพูดเป็นครั้งคราว และมุ่งเน้นในเรื่องของการเผยแพร่วัฒนธรรมเป็นหลัก เช่น เรื่องอาหารที่มีวัตถุดิบมาจากท้องถิ่นหรือเป็นสมุนไพรไทย เรื่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น และมีเสน่ห์ในตัวเอง เรื่องของกีฬามวยไทยที่ได้รับความนิยมอย่างมากจากชาวต่างชาติ โดยมีการเข้ามาเรียนกีฬามวยไทย เพื่อนำไปประกอบอาชีพในประเทศของตนเอง เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีทรัพยากรอีกมากมายนอกเหนือจากสินค้าด้านวัฒนธรรมที่สามารถพัฒนาหรือแปรรูปให้เกิดเป็นซอฟต์พาวเวอร์ได้เช่นเดียวกัน เช่น การให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาชาวต่างประเทศ การให้ความสำคัญกับประเด็นที่กำลังเป็นที่ต้องการของนานาประเทศ เช่น ธรรมชาติ การสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างความเท่าเทียมด้านเพศ เป็นต้น

จากในอดีตถึงปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีการนำแนวคิดซอฟต์พาวเวอร์มากำหนดเป็นนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ซึ่งเริ่มเห็นได้อย่างชัดเจนคือ นโยบายสนับสนุนซอฟต์พาวเวอร์ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ 5 ด้าน ที่เรียกว่า “Soft Power (5F)” ได้แก่ อาหาร (food) ภาพยนตร์ (film) แฟชั่น (fashion) ศิลปะการต่อสู้มวยไทย (fighting) และ เทศกาล (festival) นอกจากนี้ ยังมีแผนงานที่จะเร่งขับเคลื่อนโครงการ 1 ครอบครัว 1 ซอฟต์พาวเวอร์ (One Family One Soft Power: OFOS) และจัดตั้งหน่วยงานที่เรียกว่า Thailand Creative Content Agency (THACCA) โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับทักษะของคนไทยจำนวน 20 ล้านคน สู่การเป็นแรงงานที่มีทักษะสูงและสร้างสรรค์ โดยมุ่งส่งเสริมแรงงานที่มีทักษะสูงในภาคอุตสาหกรรม 11 ประเภท ได้แก่ เทศกาลต่างๆ การท่องเที่ยว อาหาร ศิลปะ การออกแบบ กีฬา ดนตรี ภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ แฟชั่น และเกม

ซอฟต์พาวเวอร์ควรได้รับการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ และดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพราะหากพิจารณาจากประเทศต่างๆ ที่ประสบความสำเร็จในการส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์จะพบว่า การพัฒนาทรัพยากรเพื่อให้เป็นซอฟต์พาวเวอร์นั้น ใช้ระยะเวลานานหลายปี การที่ประเทศไทยเริ่มมีแนวคิดในการผลักดันซอฟต์พาวเวอร์อย่างจริงจัง ในขณะนี้ถือว่าเป็นสิ่งที่เหมาะสมและเป็นการเริ่มต้นที่ดี ดังนั้น แนวคิดในการส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์ควรจะเป็นนโยบายหลักของทุกรัฐบาลเพื่อให้เกิดการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการกำหนดยุทธศาสตร์ มีเป้าหมายที่ชัดเจนมีวิธีการที่เหมาะสม กำหนดงบประมาณที่เหมาะสม กำหนดหน่วยงานที่มีหน้าที่เฉพาะและกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบให้ชัดเจน มีการสื่อสารที่ชัดเจนสามารถสร้างความเข้าใจร่วมกันได้ และการประเมินผลลัพธ์ในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งถ้าการผลักดันซอฟต์พาวเวอร์ถูกขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบดังที่กล่าวมานี้ ซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศไทยจะได้รับการยอมรับ และมีประเทศอื่นๆ นำไปใช้ซึ่งจะเป็นการเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกัน

บรรณานุกรม

กรมประชาสัมพันธ์ . (2567) . *Soft power ไทยอยู่ 'อันดับที่' เท่าไหร่' ของโลก ?*

<https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/31/iid/266901>

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2566, 12 มิถุนายน). นโยบายส่งเสริม soft power ของเกาหลีใต้. <https://www.ditp.go.th/post/126705>
- กิตติ ประเสริฐสุข. (2561). Soft power ของเกาหลีใต้: จุดแข็งและข้อจำกัด. *International Journal of East Asia Studies*, 22(1), 122-139.
- โชติกา ชุ่มมี. (2567, 30 กรกฎาคม). ซอฟต์แวร์ “ต้องใช้เวลา” ส่องต้นแบบจากต่างแดน. <https://policywatch.thaipbs.or.th/article/economy-80>
- ณดา จันทร์สม. (2566, 18 ธันวาคม). ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นซอฟต์แวร์ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <https://nida.ac.th/economy-into-soft-power-for-sustainable-development>
- พนธกร วรภมร, และ นณริฏ พิศลยุบุตร. (2565, 19 เมษายน). Soft Power ไทย เหตุใดจึงยังไม่เวิร์ค. สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. <https://tdri.or.th/2022/04/soft-power-thai/>
- พีระ เจริญวัฒนกุล. (2561). พินิจแนวคิด Soft power อย่างจริงจัง: ปัญหาและความเข้าใจผิดในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานวิชาการไทย. *วารสารรัฐศาสตร์นิเทศ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 4(1-2), 239-277.
- มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2565). Soft Power ที่เป็นมากกว่าการขายของ มุมมองฉบับรัฐศาสตร์. <https://tu.ac.th/thammasat-020565-soft-power#content-0>
- รยาภรณ์ สุนทรทรัพย์. (2561). การบริหารจัดการทรัพยากร Soft Power ของไทย. *วารสารรัฐศาสตร์*, 60(3), 47-55.
- วีรภัทร จันทนยิ่งยง. (2563). อำนาจอ่อนของสหภาพยุโรป: การส่งเสริมคุณค่าเชิงปทัสถานผ่านการดำเนินนโยบายเพื่อนบ้านยุโรป. *วารสารยุโรปศึกษา*, 26(1), 81-119.
- สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (2567, 6 กุมภาพันธ์). เจาะลึกความสำเร็จ “Soft power” เกาหลีใต้ พร้อมใช้เป็นโมเดลในการผลักดันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจ. <https://tja.or.th/view/tjacyberreporter/hi-ligh-news/1450071>
- สำนักงานคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติภาคใต้. (2567, 11 ตุลาคม). แฉลงการณ์คณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งชาติ (กสม.) เรื่อง ขอแสดงความยินดีที่ไทยได้เป็นสมาชิกคณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ ปี 2568-2570. <https://www.nhrc.or.th/th/south/nhrc-southern-region-news/13624>
- สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (2567). แผนกลยุทธ์การส่งเสริมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงแห่งชาติ. [https://www.senate.go.th/assets/portals/390/fileups/191/files/2-5%20%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C\(1\).pdf](https://www.senate.go.th/assets/portals/390/fileups/191/files/2-5%20%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B9%8C(1).pdf)
- อัมพร จิรัฐติกร. (2558). การศึกษาเรื่องการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: กรณีศึกษาในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม [รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์]. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- อิงอร เนตรานนท์. (2562). พลังอำนาจแห่งชาติซอฟต์แวร์ของไทยในศตวรรษที่ 21 [ปริญาคุณวุฒิพนธ์, มหาวิทยาลัยรังสิต].

- อินโฟเควสท์. (2566, 15 กรกฎาคม). *Expat ไทยอันดับ 6 ประเทศน่าอยู่และเหมาะทำงานมากที่สุดในโลก*.
<https://www.infoquest.co.th/2023/318372>
- ไอลอว์. (2567, 24 กันยายน). *#สมรสเท่าเทียม: เปิดกฎหมายแพ่งแก้ไขใหม่บุคคล-บุคคล สมรสได้ ไม่จำกัดเพศชาย-หญิง*. <https://www.ilaw.or.th/articles/43563>
- Brand Finance. (n.d.). *Global soft power index*. <https://brandirectory.com/softpower/>
- Ferguson, N. (2003). Think again: Power. *Foreign Policy*, 134, 18-24.
- Gallarotti, G. M. (2011). Soft power: What it is, why it's important, and the conditions for its effective use. *Journal of Political Power*, 4(1), 25-47.
- Henne, P. S. (2022). What we talk about when we talk about soft power?. *International Studies Perspective*, 23(1), 94-111.
- Ibrahim, R. A. R. A., & Al-azzawi, S. J. (2022). Employing soft power and Its Indicators to build the country's reputation an analytical study of the website publications of the UAE ministry of foreign affairs and international cooperation. *Res Militaris*, 12(2), 5897-5908.
- Nye, J. S. (2004). *The means: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Rothman, S. B. (2011). Revising the soft power concept: What are the means and mechanisms of soft power?. *Journal of Political Power*, 4(1), 1, 49-64.