



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์
ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษา การดำเนินการของทีม
ประเทศไทยในเนปาล

จัดทำโดย นายอติ ม้ามณี
รหัส 4024

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารทูต รุ่นที่ 4 ปี 2555
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

**เรื่อง การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ:
กรณีศึกษา การดำเนินการของทิมประเทศไทยในเนปาล**

จัดทำโดย นายอติ ม้ามณี

รหัส 4024

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ปี 2555
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

Soft Power ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หมายถึงอำนาจที่ทำให้ประเทศอื่นๆ ยินดีปฏิบัติตามความต้องการของเรา (co-opt) โดยไม่จำเป็นต้องดำเนินการบังคับ (coerce) หรือมีข้อแลกเปลี่ยนหรืออีกนัยหนึ่ง คือความสามารถที่ทำให้ผู้อื่นมีความพอใจในการเลือก (preference) ที่สอดคล้องกับความต้องการของเรา ซึ่งเป็นการใช้อำนาจเชิงดึงดูด (attractive power) เพื่อนำไปสู่การยอมรับโดยคุณฉิ (acquiescence) ในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคใหม่ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 นั้น ประเทศต่างๆ ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งแตกต่างจากในช่วงก่อนหน้านั้นที่ประเทศต่างๆ โดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจมักจะให้ความสำคัญกับ Hard Power หรือการอาศัยอำนาจและความแข็งแกร่งทางการเมือง การทหารและเศรษฐกิจในการดำเนินความสัมพันธ์กับต่างประเทศ

Soft Power ของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจมีที่มาจากแหล่งต่างๆ อาทิ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง การมีนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศ การมีระบบการศึกษา ระบบเศรษฐกิจ หรือนวัตกรรมที่ได้รับความนิยมจากประชาชนของนานาประเทศ ทั้งนี้ การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือทางการทูตได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น รัฐบาลหรือผู้กำหนดนโยบายต่างประเทศต้องมีความเข้าใจและสามารถระบุแหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของประเทศตนเพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งต้องทำควบคู่ไปกับการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)

ประเทศไทยเป็นประเทศขนาดกลาง ไม่ได้เป็นมหาอำนาจทางการทหารหรือด้านเศรษฐกิจ จึงไม่มี Hard Power มากนัก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power หลายด้าน ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศได้ รายงานการศึกษาล่าสุดนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญสองประการ คือ ศึกษาการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ รวมถึงเพื่อระบุแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ของประเทศไทย วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่ง คือศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาล ซึ่งประกอบด้วยส่วนราชการต่างๆ ของไทยที่มีสำนักงานอยู่ในประเทศเนปาล หรือมีเขตอาณาครอบคลุมประเทศเนปาล ในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาล โดยประเมินจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weaknesses) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ใน

การดำเนินการดังกล่าวเพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการดำเนินการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพสูงสุด

ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากร ซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ดังนี้

(1) การมี วัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ค่อนข้างมายาวนาน และมีความเจริญมั่นคงทางศาสนา วัฒนธรรมของไทยเป็นที่รู้จักและได้รับความชื่นชมจากชาวต่างชาติ อาทิ นาฏศิลป์ไทย อาหารไทย กีฬามวยไทย ฯลฯ ประเทศไทยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติที่สวยงาม

(2) ประเทศไทยมีนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์และรับผิดชอบต่อประชาคมระหว่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคง การพัฒนาและรักษาสันติภาพ รวมถึงมีนโยบายที่ไม่ต้องการแทรกแซงกิจการภายในของประเทศอื่น โดยให้ความร่วมมือกับประชาคมระหว่างประเทศในการแก้ไขปัญหาข้ามชาติต่างๆ ซึ่งนโยบายต่างๆ ดังกล่าวสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยในเวทีโลกและสร้างความเชื่อมั่นต่อประเทศไทย

(3) ประเทศไทยยังมีระบบการศึกษาที่มีมาตรฐาน สถาบันการศึกษาต่างๆ ของไทยมีหลักสูตรการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยหลายแห่งของไทยติดอันดับมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก ทำให้มีนักศึกษาต่างชาติให้ความสนใจมาศึกษาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และเมื่อนักศึกษาต่างชาติดังกล่าวสำเร็จการศึกษา และเดินทางกลับบ้านเกิด ก็สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยได้

(4) Soft Power ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของประเทศไทย คือการมีนโยบายเศรษฐกิจที่เปิดเสรี มีกฎระเบียบและสภาวะแวดล้อมที่ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมบริการ มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านการแพทย์ มีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) บนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญา โดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ มาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงภาคการผลิตและการบริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ประเทศไทยและเนปาลมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีความร่วมมือที่ใกล้ชิดนับตั้งแต่ทั้งสองประเทศได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2502 ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ที่สามารถใช้ส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาลหลายประการ อาทิ จากการที่ประเทศไทยและเนปาลมีความเชื่อมโยงทางด้านวัฒนธรรมและศาสนา ซึ่งต่างได้รับอิทธิพลจากพุทธศาสนาและศาสนาฮินดู ชาวเนปาลจำนวนมากจึงมีความเข้าใจและชื่นชมศิลปวัฒนธรรมไทย และทำให้ประเทศไทยและชาวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของ

ชาวเนปาล ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาที่มีคุณภาพ ปัจจุบัน นักศึกษาเนปาลให้ความสนใจเดินทางไปศึกษาต่อที่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกัน เจ้าหน้าที่รัฐของเนปาลจำนวนมากได้รับทุนจากรัฐบาลไทยภายใต้โครงการความร่วมมือทางวิชาการให้ไปศึกษาและฝึกอบรมในประเทศไทย ทำให้นักศึกษาและเจ้าหน้าที่ดังกล่าว มีความผูกพัน และมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย นอกจากนี้ ไทยยังมีนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์ต่อเนปาล โดยให้การสนับสนุนกระบวนการสันติภาพและการปรองดองในเนปาล ภายหลังจากที่เนปาลประสบปัญหาการขาดเสถียรภาพทางการเมืองเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบกษัตริย์มาเป็นระบอบสาธารณรัฐ ประเทศไทยยังมีบทบาทเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือต่อเนปาล โดยเฉพาะความช่วยเหลือทางวิชาการ และความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา ชาวเนปาลยังมองประเทศไทยว่าเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าด้านเศรษฐกิจและนวัตกรรม สินค้าจากประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างสูงในเนปาล ในขณะที่ชาวเนปาลจำนวนมากนิยมเดินทางมารับบริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย เนื่องจากมีความเชื่อมั่นในนวัตกรรมด้านการแพทย์ของไทยที่มีมาตรฐานระดับโลก ซึ่งที่มประเทศไทยในเนปาลได้ใช้ Soft Power ดังกล่าวในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย - เนปาล ผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ โดยจัดโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ อาทิ การแสดงวัฒนธรรมไทยในเนปาล เช่น นาฏศิลป์ไทย การสาธิตศิลปะป้องกันตัวแบบไทย ฯลฯ การประกวดภาพเขียนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ไทย-เนปาล การจัดเทศกาลอาหารไทย เทศกาลภาพยนตร์ไทย และการใช้พุทธศาสนาเป็นตัวเชื่อมความสัมพันธ์ อาทิ การอัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทาน ไปทอดถวายที่วัดพุทธในเนปาล การบูรณะปฏิสังขรณ์สังเวชนียสถานลุมพินี เพื่อเป็นของขวัญจากพุทธศาสนิกชนชาวไทยแก่ประเทศเนปาล ที่มประเทศไทยยังดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา และโครงการเพื่อสาธารณะประโยชน์ต่างๆ เพื่อส่งเสริมบทบาทของประเทศไทยในฐานะผู้ให้แก่เนปาล เช่น การจัดโครงการผ่าตัดตาต่อกระจกแก่ชาวเนปาลผู้ยากไร้ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย การบริจาคเงินให้แก่โรงพยาบาลรัฐเพื่อซื้ออุปกรณ์การแพทย์ การสนับสนุนงบประมาณก่อสร้างโรงเรียนและห้องสมุดในพื้นที่ชนบทห่างไกลของเนปาล รวมถึงการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์การศึกษาต่อในประเทศไทย การจัดนิทรรศการส่งเสริมสินค้าไทยและการท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งโครงการต่างๆ ดังกล่าวประสบผลสำเร็จด้วยดี และมีส่วนสนับสนุนและส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาล ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและการเชื่อมโยงในระดับประชาชน

รายงานการศึกษาลฉบับนี้ ได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการดำเนินการเรื่องการใช้ Soft Power ของไทยเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยในเชิงนโยบาย ควรมีการจัดตั้งกลไกระดับนโยบาย ซึ่งประกอบด้วย

หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ในการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ที่ประเทศไทยมีอยู่ในการดำเนินความสัมพันธ์กับต่างประเทศ เพื่อให้การดำเนินการต่างๆ ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสอดคล้องและส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพและมีบูรณาการ รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ให้กับประเทศไทย (Nation Branding) เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ของประเทศ รวมทั้งสื่อสารอัตลักษณ์ดังกล่าวออกไปอย่างชัดเจนเพื่อให้เป็นที่รู้จักและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การสร้างพลังร่วม (synergy) และการสร้างเครือข่าย โดยมีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมต่างๆ โดยควรมีการปรับกลยุทธ์และเลือกใช้ Soft Power ที่เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของประเทศเป้าหมาย รวมทั้งควรใช้ประโยชน์จากมูลนิธิไทย (Thailand Foundation) ในการส่งเสริมความนิยมไทยให้ส่งผลไปสู่ผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ด้วย ในส่วนข้อเสนอแนะในการดำเนินการนั้น ควรมีการส่งเสริมกิจกรรมสร้างเครือข่ายกลุ่ม Friends of Thailand ในประเทศเป้าหมาย โดยใช้ Soft Power ของไทยด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา นวัตกรรมและการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์ ซึ่งรวมถึงการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา หรืออาจารย์มหาวิทยาลัย และควรรหา “พันธมิตร” ซึ่งอาจเป็นภาครัฐ เอกชน หรือภาคประชาสังคมในประเทศเป้าหมายที่สามารถร่วมดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่างๆ กับทีมประเทศไทยในประเทศนั้นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งควรใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนต่างๆ ทั้งสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสมัยใหม่ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในด้านต่างๆ เช่น จัดทำเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐเพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านบวกของไทย ประเทศไทยยังควรพิจารณาเสนอตัวเป็นเจ้าภาพงานสำคัญๆ ระดับโลกเพิ่มมากขึ้น และให้ความสำคัญกับการเข้าร่วมปฏิบัติการรักษาสันติภาพของสหประชาชาติ เพื่อแสดงถึงบทบาทที่สร้างสรรค์ของไทยในฐานะประเทศที่ส่งเสริมสันติภาพของโลก นอกจากนี้ ยังควรเพิ่มบทบาทการให้ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อยกว่าไทย เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยและเป็นการสร้าง Soft Power ของประเทศให้เพิ่มขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ประจำปี 2555 โดยผู้เขียนได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจากคณะอาจารย์ ที่ปรึกษา ซึ่งประกอบด้วย เอกอัครราชทูตจันทร์ทิพา ภู่อตระกูล ศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู และรองศาสตราจารย์ ดร.สมพร แสงชัย ซึ่งได้ให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณท่านอธิบดีณรงค์ ศศิธร และท่านรองอธิบดีชยพันธ์ บำรุงพงศ์ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา ที่กรุณาสับสนุนและอนุมัติให้ผู้เขียนเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต นอกจากนี้ ขอขอบคุณเพื่อนข้าราชการในกองเอเชียใต้ และสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ ต่อการจัดทำรายงานการศึกษานี้

ขอขอบคุณสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ ที่ได้จัดหลักสูตรการฝึกอบรมที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกท่านที่ได้ให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ตลอดช่วงเวลาการฝึกอบรมและการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการจัดพิมพ์รายงานการศึกษานี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ เพื่อนข้าราชการทั้งจากกระทรวงการต่างประเทศ และส่วนราชการอื่นๆ ที่เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4 ทุกท่าน สำหรับมิตรภาพ กำลังใจ และความสนับสนุนต่างๆ ตลอดระยะเวลาการฝึกอบรมหลักสูตรนี้

นายอติ ม้ามณี

ผู้อำนวยการกองเอเชียใต้

26 กรกฎาคม 2555

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเรื่อง Soft Power	5
2.1.1 แหล่งที่มาของ Soft Power	5
2.1.2 การวัด Soft Power	7
2.2 แนวคิดเรื่องการทูตสาธารณะ	9
2.2.1 ความหมายของการทูตสาธารณะ	9
2.2.2 การวัดประสิทธิผลของการทูตสาธารณะ	12
บทที่ 3 ผลการศึกษา	14
3.1 ภาพรวมเกี่ยวกับ Soft Power ของประเทศไทย	14
3.2 การดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาล	17
3.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศเนปาล	17
3.2.2 สถานะความสัมพันธ์ไทย- เนปาล	18
3.2.3 ยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล	18
3.2.4 Soft Power ของไทยต่อเนปาล	20
3.2.5 การใช้ Soft Power ผ่านการทูตสาธารณะ	22
3.3 ผลการดำเนินการ	26
3.3.1 ผลลัพธ์ด้านการเมืองและความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ	26

	ญ
3.3.2 ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน	27
3.3.3 ผลลัพธ์ด้านสังคม และการเชื่อมโยงในระดับ ประชาชน	27
3.4 การวิเคราะห์ SWOT การใช้ Soft Power ในการส่งเสริม ความสัมพันธ์ไทย-เนปาล	28
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	32
4.1 สรุปผลการศึกษา	32
4.2 ข้อเสนอแนะ	33
4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	33
4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ	34
บรรณานุกรม	36
ประวัติผู้เขียน	38

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง การกำหนดและการดำเนินนโยบายของประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้อำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของชาติ ซึ่งประเทศมหาอำนาจ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และสหภาพโซเวียต รวมทั้งประเทศต่างๆ ในขณะนั้น ต่างให้ความสำคัญสูงสุดต่อการเสริมสร้างกำลังทางทหาร และการสร้างความมั่งคั่งร่ำรวยทางเศรษฐกิจ เพื่อนำกลับมาเสริมสร้างกำลังทหารของตน ซึ่งในนิยามปัจจุบัน การใช้หรือพึ่งพาอำนาจและความแข็งแกร่งทางการเมือง การทหาร และเศรษฐกิจในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คือการใช้สิ่งที่เรียกว่า Hard Power อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา เมื่อความตึงเครียดทางการเมืองระหว่างสองประเทศมหาอำนาจเริ่มลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การล่มสลายของสหภาพโซเวียต กอปรกับการปฏิวัติทางเทคโนโลยีและโทรคมนาคมซึ่งทำให้ข้อมูลข่าวสารในปริมาณมหาศาลสามารถเดินทางไปสู่ประชาชนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว อันก่อให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้นักวิชาการตะวันตกหลายรายมองว่า ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคใหม่นั้น สิ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยกว่า หรืออาจสำคัญมากกว่าการใช้ Hard Power ก็คือการใช้สิ่งที่เรียกว่า Soft Power

Joseph S. Nye ซึ่งเป็นนักวิชาการด้านรัฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของสิ่งที่เรียกว่า Soft Power โดยอธิบายว่า ปกติเรามักจะเข้าใจ “อำนาจ” ว่าหมายถึงความสามารถในการให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่เราต้องการ (the ability to get the outcomes that one wants) เช่น การใช้อำนาจทางทหาร หรือทางเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศอื่นปรับท่าทีที่มีต่อประเทศของตน หรือการใช้ไม้แข็ง (sticks) และไม้ نرم (carrots) ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ ซึ่งเป็น Hard Power อย่างไรก็ตาม อำนาจแบบดังกล่าวเป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของอำนาจเท่านั้น หากแต่ยังมีอำนาจอีกรูปแบบหนึ่งที่เราอาจจะเล็งหรือมองข้ามไป นั่นคือ Soft Power ซึ่งหมายถึง อำนาจที่ทำให้ประเทศอื่นๆ ยินดีปฏิบัติตามความต้องการของเรา (co-opt) โดยไม่จำเป็นต้องดำเนินการบังคับ (coerce) หรือมีข้อแลกเปลี่ยน อีกนัยหนึ่ง คือเป็นความสามารถในการทำให้ผู้อื่นมีความพอใจใน

การเลือก (preference) ที่สอดคล้องกับความต้องการของเรา โดยเป็นการใช้อำนาจเชิงดึงดูด (attractive power) เพื่อนำไปสู่การยอมรับโดยคุณิ (acquiescence) ซึ่งแตกต่างไปจากการใช้อิทธิพล (influence) ที่ต้องอาศัยอำนาจแบบ Hard Power อยู่มาก¹ ทั้งนี้ Soft Power ของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจมีที่มาจากแหล่งต่างๆ อาทิ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง หรือการมีนโยบายต่างประเทศที่มีความโดดเด่นหรือสามารถสร้างความชื่นชมในวงกว้าง

การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือทางการทูตได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความจำเป็นที่รัฐบาลหรือผู้กำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศจะต้องมีความเข้าใจและสามารถระบุ (identify) แหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของประเทศตนได้อย่างชัดเจนเพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งต้องทำควบคู่ไปกับวิเทศไมการทูตแบบมวลชน หรือการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ซึ่งหมายถึงการสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่งไปสู่ประชาชนของชาติอื่นจนเกิดเป็นความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างประชาชนกับประชาชน

ประเทศไทยเป็นประเทศขนาดกลาง ไม่ได้เป็นมหาอำนาจทางการทหารหรือทางด้านการเศรษฐกิจ จึงไม่ได้มี Hard Power สูงมากนัก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง มีนโยบายต่างประเทศที่รักสันติภาพและเคารพในสิทธิมนุษยชน ขณะเดียวกันก็มีความเจริญรุ่งเรืองและมั่นคงทางศาสนา จึงอยู่ในข่ายที่มี Soft Power ค่อนข้างมาก และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนนโยบายด้านการต่างประเทศของรัฐบาล ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์กับนานาประเทศ ส่งเสริมภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อให้รัฐบาลและสาธารณชนต่างประเทศ รวมถึงชาวต่างประเทศที่พำนักอยู่ในประเทศไทยมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศและประชาชนไทย อีกทั้งเพื่อเพิ่มความนิยมต่อประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลดีในระยะยาวต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งด้านการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว²

ประเทศไทยและเนปาลมีความคล้ายคลึงกันหลายด้าน และมีรากฐานร่วมกันด้านวัฒนธรรมและศาสนา โดยชาวเนปาลส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีและมีความชื่นชอบประเทศไทย ไทยจึงอยู่ในฐานะที่สามารถใช้ Soft Power ที่มีอยู่ในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาลเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันได้ โดยทีมประเทศไทยในเนปาล ซึ่งประกอบด้วยสำนักงานของส่วนราชการต่างๆ ของไทยได้ให้ความสำคัญกับการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการดำเนินความสัมพันธ์กับเนปาลผ่านนโยบายการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของไทยต่อ

¹ Nye, Jr., Joseph S., *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, (2004)

² คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา 23 สิงหาคม 2554

เนปาลให้เกิดผลสำเร็จ โดยได้ริเริ่มโครงการความร่วมมือด้านวิชาการ ศาสนา สังคมและวัฒนธรรม ในเนปาลหลายโครงการ รวมทั้งเผยแพร่บทบาทของประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ให้ (donor country) ต่อเนปาล โดยให้การสนับสนุนเนปาล ทั้งทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับประเทศไทย รวมทั้งส่งเสริมให้เกิด มิตรภาพที่ดีในระดับรัฐบาลและระดับประชาชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

รายงานการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการหลักได้แก่

1.2.1 ศึกษาการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ รวมถึงเพื่อระบุแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ของประเทศไทย

1.2.2 วิเคราะห์การดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาลในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย – เนปาล รวมทั้งประเมินประสิทธิผลของการดำเนินการดังกล่าว เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการดำเนินการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

1.3 ขอบเขตของการศึกษา

1.3.1 ศึกษาแนวความคิดเรื่อง Soft Power และการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) จากเอกสารวิชาการต่างๆ

1.3.2 ศึกษาโดยใช้ประสบการณ์โดยตรงของผู้เขียนขณะปฏิบัติราชการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุ ประเทศเนปาล ระหว่างเดือนมกราคม 2551 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2555 ซึ่งรับผิดชอบภารกิจการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและเนปาลร่วมกับทีมประเทศไทย (Team Thailand) ในเนปาล ซึ่งมีการใช้ Soft Power ของไทยผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล รวมทั้งรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและรายงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของสถานเอกอัครราชทูตฯ

1.3.3 ในส่วนของการประเมินและวิเคราะห์ จะอาศัยกรอบ SWOT Analysis และแนวคิดการบริหารแบบบูรณาการเป็นพื้นฐาน

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

ผู้เขียนมีความคาดหวังว่า รายงานการศึกษานี้ จะเป็นประโยชน์ในการกำหนด “แหล่งทรัพยากร” ที่เป็น Soft Power ของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมต่อลักษณะเฉพาะของประเทศเป้าหมาย มีข้อเสนอแนะในเรื่องการพัฒนา Soft Power Diplomacy ของไทยอย่างเป็นระบบและบูรณาการ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลให้บรรลุผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ประสิทธิผล ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการเพื่อใช้ประโยชน์จาก Soft power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย – เนปาล เพื่อให้กระทรวงการต่างประเทศ หรือหน่วยงานราชการอื่นๆ สามารถนำไปต่อยอดหรือปรับใช้เพื่อกระชับความสัมพันธ์และส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศอื่นๆ ได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียนใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังต่อไปนี้มาใช้ประกอบ การศึกษา และวิเคราะห์ในรายงานการศึกษานี้ เพื่อเป็นกรอบในการสังเคราะห์ข้อมูลและเพื่อสรุป ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ บนพื้นฐานของหลักวิชาการ

2.1 แนวคิดเรื่อง Soft Power

2.1.1 แหล่งที่มาของ Soft Power

Joseph S. Nye เป็นนักวิชาการรายแรกๆ ที่ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของ Soft Power ในทางความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ซึ่งหมายถึงอำนาจที่ทำให้ชาติอื่นปฏิบัติตามความต้องการได้ โดยไม่ต้องใช้กำลังคุกคามหรือมีข้อแลกเปลี่ยน ซึ่ง Nye ระบุว่าแหล่งทรัพยากรสำคัญที่เป็นที่มา ของ Soft Power นั้น ประกอบด้วย 3 แหล่ง ได้แก่

(1) วัฒนธรรม (Culture)

หากวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และ ค่านิยมของประเทศอื่นๆ โอกาสที่วัฒนธรรมดังกล่าวจะกลายเป็น Soft Power ของประเทศนั้นก็จะมีมากขึ้น ซึ่งช่องทางที่ทำให้วัฒนธรรมของประเทศหนึ่งเป็นที่รู้จักในประเทศอื่นๆ มีหลากหลาย อาทิ โดยผ่านสินค้าทางวัฒนธรรม การค้า การเยี่ยมชม การติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยน และการ ท่องเที่ยว

(2) ค่านิยมทางการเมือง (Political Values)

ถ้าประเทศดังกล่าวมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่นๆ Soft Power ของประเทศนั้นก็เพิ่มขึ้น เช่น การมีค่านิยมทางการเมืองที่ไม่ต้องการแทรกแซงกิจการ ภายในระหว่างกัน หรือการยอมรับนับถือในประวัติศาสตร์ของประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น ในทาง กลับกัน หากค่านิยมของประเทศดังกล่าวขัดกับค่านิยมของประเทศอื่นๆ อย่างชัดเจน Soft Power ของประเทศนั้นก็ลดลง ตัวอย่างเช่น การที่สหรัฐอเมริกาในทศวรรษ 1950 มีการเหยียดสีผิว (racial segregation) ก็จะทำให้ Soft Power ของสหรัฐอเมริกาในทวีปแอฟริกันมีน้อย เป็นต้น

(3) นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies)

ถ้าประเทศหนึ่งดำเนินนโยบายต่างประเทศที่มีความโดดเด่น เช่น มีนโยบายที่เน้นความเท่าเทียม เคารพในการแสดงออกของประเทศที่เล็กกว่า ไม่ใช่อำนาจทางการทหารข่มขู่ รักษาสันติภาพและเคารพในสิทธิมนุษยชน โอกาสที่ประเทศดังกล่าวจะสร้าง Soft Power ให้เกิดขึ้นก็จะมีมากกว่าประเทศที่ดำเนินนโยบายต่างประเทศที่ก้าวร้าว ไม่สนใจท่าทีของประเทศอื่นๆ

ตามที่ได้อธิบายไว้ในตอนต้น ในทัศนะของ Nye นั้น Soft Power คือความสามารถในการดึงดูดใจและโน้มน้าวให้เชื่อมั่น มากกว่าการออกคำสั่งหรือบีบบังคับ (attract and convinces, not just command and coerce) ซึ่งก็คือการทำให้ประเทศอื่นเห็นถึงค่านิยม ผลประโยชน์ และความชอบหรือไม่ชอบของประเทศตน โดยไม่ต้องพึ่งพาการให้รางวัลหรือการลงโทษ ดังที่ Nye ระบุว่า “หากรัฐใดสามารถที่จะทำให้อำนาจของตนมีความชอบธรรมในสายตาของรัฐอื่น รัฐนั้นก็ จะถูกต่อต้านน้อยลงในสิ่งที่ตนต้องการ และหากวัฒนธรรมหรืออุดมการณ์ของรัฐนั้น เป็นที่น่า ดึงดูดในสายตาของรัฐอื่น รัฐทั้งหลายก็จะมีคามยินยอมพร้อมใจมากขึ้นที่จะเป็นผู้ติดตาม”¹ ซึ่งในเวที ระหว่างประเทศ คือการที่ประเทศหนึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ เนื่องจากประเทศอื่นๆ มีความชื่นชมในค่านิยมและความมั่งคั่งของประเทศนั้น และต้องการที่จะเอาอย่างและเจริญรอยตาม

อย่างไรก็ดี Nye ตั้งข้อสังเกตว่า การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบาย ต่างประเทศอาจทำได้ยากกว่าการใช้ Hard Power เนื่องจากเหตุผลสำคัญสองประการ ได้แก่ ขณะที่ การใช้ Hard Power นั้นผูกขาดโดยภาครัฐ แต่การใช้ Soft Power บางส่วนจะอยู่นอกเหนือไปจาก ขอบเขตที่รัฐจะควบคุมหรือจัดการได้ โดยนอกเหนือจากรัฐบาลแล้ว Soft Power ยังมีตัวแสดงที่ ไม่ใช่รัฐ (non-state actor) เข้ามามีบทบาทด้วย โดยที่บทบาทดังกล่าวอาจสอดคล้องกับ แนวนโยบายของรัฐ เช่น บทบาทของภาพยนตร์ฮอลลีวูด (Hollywood) ที่ทำให้ผู้ชมในประเทศจีน จำนวนหนึ่งเริ่มหันมาตระหนักถึงสิทธิที่ตนพึงมีตามกฎหมาย และสร้างระบบนิติรัฐ (rule of law) เป็นต้น แต่บางครั้ง บทบาทของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐก็ขัดแย้งกับนโยบายของรัฐบาล เช่น แนวคิด ต่อต้านสงครามในหมู่ปัญญาชนและสื่อสารมวลชนอเมริกันในช่วงทศวรรษ 1960 ซึ่งขัดแย้งกับ แนวนโยบายของรัฐบาลอเมริกันที่ต้องการทำสงครามต่อต้านคอมมิวนิสต์ เป็นต้น จุดอ่อนประการ ที่สองในความคิดของ Nye ก็คือ Soft Power ให้ผลในทางอ้อมและต้องใช้เวลายาวนานกว่าจะเห็น ผลเป็นรูปธรรม²

¹ Nye, Jr., Joseph S. , Bound to Lead: The Changing Nature of American Power., New York: Basic Books, (1990)

² Nye, “The Means to Success in World Politics”

2.1.2 การวัด Soft Power

การวัด Soft Power ของประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจาก Soft Power มีลักษณะเป็นนามธรรม ซึ่งแตกต่างจาก Hard Power ซึ่งอาจวัดได้โดยใช้ตัววัดเชิงปริมาณ (quantitative metrics) อาทิ วัดจากจำนวนประชากร จีดีพีความสามารถทางการทหาร (จำนวนอาวุธ ยุทโธปกรณ์ กำลังพล ฯลฯ) หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) ในขณะที่ ความพยายามที่จะวัด Soft Power ที่ผ่านมามักจะใช้วิธีวัดเชิงอัตนัย (subjective measurement) อาทิ การสอบถามความเห็นของสาธารณชน การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง หรือใช้กรณีศึกษา (case studies) ซึ่งวิธีการดังกล่าวยังมีข้อจำกัดและไม่ได้ผลที่ชัดเจนนัก

Jonathan McClory นักวิจัยจาก Institute for Government สหราชอาณาจักร เป็นนักวิชาการรายแรกๆ ที่ได้พยายามที่จะวัด Soft Power อย่างเป็นระบบ โดยใช้ดัชนีรวม (composite index) และผลการวิจัยดังกล่าวได้รับเผยแพร่ใน Institute for Government and Monocle (2007 Magazine)³ โดยเป็นการใช้ส่วนผสมระหว่างตัวชี้วัดทางสถิติ (statistical metrics) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรม (objective sub-indices) ร่วมกับคะแนนตัวชี้วัดเชิงอัตนัย (subjective panel scores) เพื่อวัดแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ของประเทศต่างๆ และนำมาจัดอันดับ Soft Power ของประเทศกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ประเทศ โดย McClory ได้ระบุแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ซึ่งสามารถกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมได้รวม 5 ด้าน ได้แก่ รัฐบาล วัฒนธรรม นโยบายทางการทูต การศึกษา ธุรกิจ และนวัตกรรม โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) วัฒนธรรม (Culture)

ในมิติของ Soft Power นั้น วัฒนธรรมหมายถึงกรอบการปฏิบัติซึ่งทำให้เกิดความหมายต่อสังคม (set of practices that create meaning for a society) ซึ่งรวมถึงวรรณคดี ศิลปะ การศึกษา ภาพยนตร์ และดนตรีที่สามารถเข้าถึงสาธารณชนในวงกว้าง ซึ่งหากวัฒนธรรมของประเทศใดกลายเป็นค่านิยมสากลและเป็นที่รู้จักของประเทศอื่น ก็จะทำให้ประเทศดังกล่าวมีแรงดึงดูดสูงต่อประเทศอื่นด้วย ซึ่งตัวชี้วัดด้านวัฒนธรรมเพื่อวัด Soft Power ของประเทศมีหลายตัว อาทิ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศนั้นๆ ในแต่ละปี การแพร่หลายของภาษาท้องถิ่นของประเทศนั้นในประเทศต่างๆ จำนวนสถานที่ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกของ UNESCO ยอดขายผลงานเพลงของศิลปินในตลาดโลก จำนวนผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ศิลปะ จำนวนเหรียญรางวัลจากกีฬาโอลิมปิก ฯลฯ

³McClory, Jonathan , “The New Persuaders: an International Ranking of Soft Power”, Institute for Government website (<http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications> , 2010-1-07)

(2) รัฐบาล (Government)

ตัวชี้วัดด้านรัฐบาล มุ่งเน้นที่จะประเมินสถาบันทางการเมืองของประเทศ ซึ่งรวมถึงค่านิยมและประสิทธิภาพในการบริหารงานของรัฐบาล ทั้งนี้ ความสำเร็จของรัฐบาลเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ทำให้ประเทศนั้นๆ เป็นที่นิยมและได้รับการยอมรับจากประเทศอื่น โดยหากสถาบันต่างๆ ของรัฐสามารถดำเนินการ โดยสอดคล้องกับค่านิยมสากลที่ได้รับการยอมรับ อาทิ มีความโปร่งใส ยุติธรรม มีนโยบายที่ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาคในสังคม รวมทั้งแก้ไขปัญหาลังคมต่างๆ อาทิ ปัญหาอาชญากรรม ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความชื่นชมจากนานาประเทศ และกลายเป็น Soft Power ของประเทศได้ ซึ่งตัวชี้วัดในเรื่องนี้ ประกอบด้วย การวัดเสรีภาพส่วนบุคคลและความมีอิสระทางการเมือง ความเชื่อมั่นในรัฐบาล ประสิทธิภาพของรัฐบาล อัตราการเกิดอาชญากรรม ฯลฯ โดยใช้ดัชนีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น Freedom House Index; World Economic Forum Trust in Government Index; World Bank Good Governance Index; UN Homicide Rate Data ฯลฯ

(3) นโยบายทางการทูต (Diplomacy)

หากประเทศใดดำเนินนโยบายต่างประเทศที่มีความชอบธรรม และมีบทบาทที่สร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศ ก็จะช่วยส่งเสริม Soft Power ของประเทศดังกล่าวด้วย ซึ่งตัวชี้วัดเชิงปริมาณในส่วนนี้ รวมถึงปริมาณการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาต่อต่างประเทศ (Oversea Development Aid: ODA) จำนวนการเป็นสมาชิกที่มีบทบาทแข็งขันในองค์การระหว่างประเทศต่างๆ จำนวนสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุลในต่างประเทศ จำนวนผู้ติดตาม tweeter ของกระทรวงการต่างประเทศ หรือของรัฐมนตรีต่างประเทศ จำนวนสำนักงานวัฒนธรรมในต่างประเทศ (เช่น British Council) ฯลฯ

(4) การศึกษา (Education)

ขีดความสามารถของประเทศในการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติให้มาศึกษาในประเทศนั้นๆ หรือมีนโยบายส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางการศึกษา เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ ซึ่งเมื่อนักศึกษาต่างชาติสำเร็จการศึกษาและเดินทางกลับบ้านเกิดก็สามารถช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศที่ตนเคยไปศึกษาได้ ซึ่งจะทำให้ประเทศดังกล่าวได้รับความนิยมและมี Soft Power เพิ่มขึ้น ซึ่งตัวชี้วัดในด้านนี้อาจประกอบด้วย จำนวนนักศึกษาต่างชาติที่มาศึกษาอยู่ในประเทศนั้นๆ คุณภาพและอันดับของมหาวิทยาลัย ผลงานวิชาการของอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้รับการตีพิมพ์และได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ฯลฯ

(5) ธุรกิจและนวัตกรรม (Business and Innovation)

ตัวชี้วัดในเรื่องนี้ไม่ได้หมายความถึงอำนาจทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งมีลักษณะเป็น Hard Power แต่จะให้ความสำคัญกับความสามารถของประเทศใดประเทศหนึ่งในการสร้างแรงดึงดูดและความนิยมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ การมีนโยบายเศรษฐกิจที่เปิดเสรีทางการค้า ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ ชิดความสามารถในการแข่งขัน รวมถึงการมีบรรยากาศที่ดีสำหรับการค้าการลงทุน

McClory ใช้ตัวชี้วัดเชิงปริมาณข้างต้นร่วมกับตัวชี้วัดเชิงอรรถนัยอีก 7 ด้าน ซึ่งประกอบด้วย ความนิยมต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง (Soft Power Icons) ความนิยมต่อผลผลิตด้านวัฒนธรรมของประเทศ (Cultural Output) คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มประจำชาติ (Cuisine) คุณภาพสายการบินแห่งชาติ / สนามบินหลัก (National Airline/Major Airport) การมีนโยบายการทูตที่สร้างสรรค์ (Foreign Policy Direction) ความเป็นผู้นำในเวทีโลก (Global Leadership) และความแข็งแกร่งของตราสินค้า (Commercial Brands) เพื่อวัดและจัดอันดับ Soft Power ของประเทศต่างๆ รวม 30 ประเทศ โดยในการคำนวณ McClory ได้ให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดเชิงปริมาณร้อยละ 70 และตัวชี้วัดเชิงอรรถนัยร้อยละ 30 ซึ่งผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 30 ประเทศ พบว่าประเทศที่มี Soft Power สูง 5 อันดับแรกได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี และออสเตรเลีย ในขณะที่ประเทศในเอเชียที่มี Soft Power สูงเป็นลำดับต้นๆ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน สิงคโปร์ และอินเดีย

2.2 แนวคิดเรื่องการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)

Joseph S. Nye เสนอว่า เครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ Soft Power บรรลุผลในทางปฏิบัติ คือ สิ่งที่เรียกว่า การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ซึ่งหมายถึงปฏิสัมพันธ์ที่มีได้พุ่งเป้าไปที่รัฐบาลของต่างประเทศ หากแต่พุ่งเป้าหมายหลักไปยังปัจเจกบุคคลและองค์กรที่ไม่ใช่รัฐ ซึ่งนอกจากจะเป็นไปเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศตนเองแล้ว ยังมุ่งหวังที่จะสร้างบรรยากาศอันดีในระยะยาวเพื่อรองรับนโยบายต่างประเทศที่จะตามมาในอนาคตอีกด้วย

2.2.1 ความหมายของการทูตสาธารณะ

กระทรวงการต่างประเทศสหรัฐฯ นิยามความหมายของ “การทูตสาธารณะ” ไว้ว่า “เป็นการดำเนินงานโดยรัฐบาล เพื่อให้ข้อมูลหรือโน้มน้าวทัศนคติของประชาชนในต่างประเทศ” ศัพท์ดังกล่าวเริ่มใช้เป็นที่แรกในปี ค.ศ. 1965 โดยนักการทูตสหรัฐฯ ซึ่งต่อมาได้เป็นผู้ก่อตั้งสถาบันการศึกษาด้านการทูตสาธารณะ ณ มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย โดยได้ให้คำนิยามว่า “การทูตสาธารณะเป็นเรื่องของการโน้มน้าวทัศนคติของสาธารณชนในเรื่องที่เกี่ยวกับการกำหนดและดำเนินงาน

ด้านการต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมมิติต่างๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่นอกเหนือไปจากการทูตแบบดั้งเดิม รวมทั้งการดำเนินงานของรัฐบาลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในต่างประเทศ การปฏิสัมพันธ์ของภาคเอกชนระหว่างสองประเทศ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลและแนวความคิด”⁴

รัฐบาลประเทศใดประเทศหนึ่ง อาจส่งเสริมให้ดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ ดังนี้

(1) เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ หรือเกียรติภูมิของประเทศ (image or prestige) เช่นกรณีสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งต้องการให้สาธารณชนของนานาประเทศให้การยอมรับในประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมอันเก่าแก่ บทบาทด้านการต่างประเทศ และความสำเร็จในการพัฒนาประเทศ เป็นต้น

(2) เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับนโยบายต่างๆ ของประเทศ (understanding of a country's policies) เช่นอิสราเอล ซึ่งต้องการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของประเทศ ประวัติศาสตร์อันขมขื่นของชาวยิว และความจำเป็นที่จะต้องมีนโยบายต่างประเทศและการทหารที่เข้มแข็ง

(3) เพื่อสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อม (positive atmosphere and environment) ที่เอื้อต่อความสำเร็จของนโยบายของประเทศ เช่น สหรัฐฯ และสหภาพยุโรป ซึ่งต้องการให้เกิดความนิยมต่อคุณลักษณะของประเทศนั้นๆ ในทุกด้าน ซึ่งจะทำให้สาธารณชนประเทศเป้าหมายตัดสินใจเกี่ยวกับประเทศนั้นๆ ในทางบวก เช่น การเลือกที่จะทำการค้า และใช้บริการ การเลือกที่จะไปศึกษาต่อ หรือการเลือกที่จะไปท่องเที่ยว

การทูตสาธารณะสามารถแบ่งออกเป็น 3 มิติ ได้แก่

(1) การสื่อสารประจำวัน (daily communication) ซึ่งใช้เพื่ออธิบายการตัดสินใจด้านนโยบาย เช่นการแถลงข่าว หรือนโยบายของรัฐบาลต่อสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ (press conference) หรือการเตรียมตัวให้พร้อมเพื่อการแถลงจุดยืนหรือท่าทีเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินหรือวิกฤติการณ์ เป็นต้น

(2) การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ (strategic communications) ซึ่งออกมาในรูปของการรณรงค์ (campaign) เชิงสัญลักษณ์ โดยมีการกำหนดแนวเรื่อง (theme) ของการรณรงค์ดังกล่าว เช่นในทศวรรษ 1990 ที่บริติช เคาน์ซิล (The British Council) ได้พยายามส่งเสริมภาพลักษณ์ของ

⁴ ปียักดิ์ ศรีเจริญ แนวทางการพัฒนาการทูตสาธารณะ ในภูมิภาคเอเชียใต้ รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 3 ประจำปี 2554

ประเทศอังกฤษว่าเป็นดินแดนที่มีความทันสมัย สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และยอมรับการดำรงอยู่ของสังคมแบบพหุชาติพันธุ์ เป็นต้น

(3) การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนผ่านบุคคลสำคัญ (the development of lasting relationships with key individuals) โดยอาศัยช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ทุน การศึกษา การแลกเปลี่ยนบุคลากร การฝึกงาน การสัมมนา การประชุม การพบกันระหว่างสื่อมวลชน การฝึกซ้อมทางทหารร่วมกัน การให้ความช่วยเหลือทางทหารในยามสันติ ฯลฯ⁵

การทูตสาธารณะแตกต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) ตรงที่การทูตสาธารณะอาศัยการเผยแพร่ข้อมูลข้อเท็จจริง และเน้นเรื่องการสร้างที่น่าเชื่อถือ ในขณะที่โฆษณาชวนเชื่อจะเป็นการให้ข้อเท็จจริงผสมผสานกับข้อมูลที่บิดเบือน หรือแม้กระทั่งข้อมูลเท็จเข้าไปด้วย ด้วยเหตุนี้ โฆษณาชวนเชื่อจึงมีความหมายในเชิงลบและเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ และมักใช้เรียกความพยายามของรัฐบาลในสถานการณ์ของความขัดแย้งเพื่อโจมตี ครอบงำ หรือลดความน่าเชื่อถือของฝ่ายปฏิปักษ์ หรือเพื่อพยายามกลบเกลื่อนจุดต่างพร้อยของตน ในขณะที่การทูตสาธารณะคือการพยายามที่จะโน้มน้าว (to influence) เพื่อตอบสนองการดำเนินการทางการทูต ซึ่งการดำเนินการทูตสาธารณะที่มีประสิทธิผลมิได้เป็นเพียงการส่งข้อความ (send a message) ให้กับประชาชนในประเทศเป้าหมายเท่านั้น แต่จะประสบผลสำเร็จก็ต่อเมื่อสามารถสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจต่อประเทศเป้าหมาย

อย่างไรก็ดี การทูตสาธารณะมีข้อจำกัดที่ต้องพิจารณา ดังนี้

(1) โดยที่การทูตสาธารณะมีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายเพื่อสื่อสารกับสาธารณชนในประเทศเป้าหมาย ดังนั้น จึงอาจควบคุมผลลัพธ์ที่ไม่ได้ทั้งหมด ในบางโอกาส กิจกรรมที่ดำเนินไปด้วยความตั้งใจดีอาจเกิดผลลัพธ์ในทางลบที่ไม่คาดฝันได้ เช่นการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนศึกษาคุณงาน อาจเกิดกรณีที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอาจเกิดความไม่ประทับใจด้วยนานาสาเหตุ จนส่งผลลบได้

(2) การดำเนินการทูตสาธารณะจะต้องมีการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์อยู่เสมอ และพร้อมที่จะมีการ “ลองผิดลองถูก” (evolutionary approach) มิใช่เพียงกำหนดรูปแบบที่ตายตัว

(3) การประเมินผลสำเร็จกระทำได้ยาก เนื่องจากผลลัพธ์จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

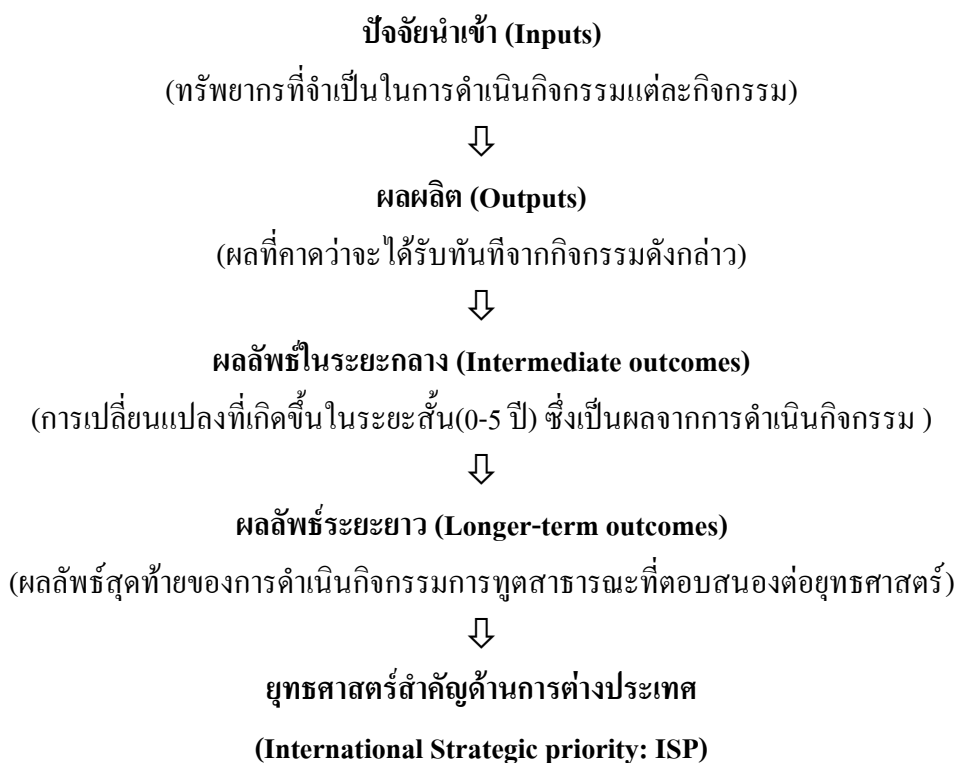
⁵ สิทธิพล เครือรัตติกาล, แนวคิดเรื่อง Soft Power และการทูตสาธารณะ ,

<http://kositthiphon.blogspot.com/2008/12/soft-power-public-diplomacy.html>, (2008)

2.2.2 การวัดประสิทธิผลของการทูตสาธารณะ

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า การประเมินผลของนโยบายการทูตสาธารณะเป็นเรื่องที่ทำได้ยากและใช้เวลาค่อนข้างนาน อย่างไรก็ตาม มีนักวิชาการหลายรายพยายามที่จะวัดประสิทธิผลของนโยบายการทูตสาธารณะอย่างเป็นระบบ อาทิ Colin M Wilding นักวิเคราะห์ห้ออาวุโสของ BBC World Service ซึ่งได้เสนอแนวทางการวัดประสิทธิผลของการทูตสาธารณะ โดยระบุว่า ในการวัดประสิทธิผลหรือความสำเร็จของกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งควรมีวัตถุประสงค์ (objectives) ของกิจกรรมนั้นๆ มาเป็นตัวตั้ง หรืออีกนัยหนึ่ง คือการประเมินว่ากิจกรรมนั้นๆ สามารถส่งผลลัพธ์เป็นการเฉพาะซึ่งนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพียงใด

การดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะเป็นเรื่องของความสัมพันธ์ระหว่างเหตุและผล (sequence of cause and effect) โดยรัฐจะจัดสรรงบประมาณเพื่อดำเนินกิจกรรมการทูตสาธารณะต่อกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในประเทศเป้าหมาย เพื่อปรับเปลี่ยนการรับรู้ (awareness) หรือความเห็น (opinion) ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถบรรลุผลวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวสรุปได้ ดังนี้



การติดตามและประเมินผลสามารถทำได้ในแต่ละขั้นตอน ตัวอย่างเช่น อาจวัดผลผลิต (output) ของกิจกรรมที่จัดขึ้นจากจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และประเมินผลโดยการสอบถามความเห็นของผู้ร่วมงานเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากกิจกรรมดังกล่าว ในขณะที่ผลลัพธ์ระยะกลาง (Intermediate outcomes) สามารถติดตามได้จากการตรวจสอบความเห็นที่เปลี่ยนไปของกลุ่มตัวอย่างภายหลังดำเนินกิจกรรมการทูตสาธารณะเสร็จสิ้นไปแล้วระยะหนึ่ง หรืออาจประเมินผลลัพธ์ระยะยาวจากการที่ประเทศเป้าหมายมีการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่เป็นรูปธรรม เช่น มีการแก้ไขกฎหมายใหม่ เป็นต้น⁶

กล่าวโดยสรุป กลไกการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะที่มีประสิทธิภาพต้องมีความเป็นบูรณาการทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ เพื่อให้สามารถ “สื่อข้อความ” เกี่ยวกับทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของประเทศทั้งจากภาครัฐบาลและภาคประชาชนให้ไปในแนวทางเดียวกัน ดังนั้น การกำหนดยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะ จะต้องมีการสรรหาและประมวลแนวคิดสถานะแวดล้อม ประสพการณ์ที่ได้รับจากการประเมินผลการดำเนินงาน และปัจจัยอื่นๆ มาพิจารณาประกอบกับนโยบายต่างประเทศโดยรวม สำหรับประเทศที่มี Hard Power ไม่มาก เช่น ประเทศไทยนั้น การนำ Soft Power มาใช้ให้ได้ผลสูงสุดโดยผ่านการทูตสาธารณะจำเป็นต้องมอง Soft Power ของตนเองอย่างเป็นระบบในภาพใหญ่ โดยควรกำหนดคนนโยบายและทิศทางที่ชัดเจน และพยายามดึงจุดเด่นและต้นทุนที่มีอยู่ออกมาใช้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นเอกภาพระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งควรมีการตรวจสอบและประเมินผลด้วย

⁶ Wilding M Colin, *Measuring the Effectiveness of Public Diplomacy: the UK Approach*, BBC World Service, November 1, 2007

บทที่ 3

ผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญได้แก่ 1) การระบุแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็น Soft Power ของประเทศไทย และ 2) ศึกษาและวิเคราะห์ผลการดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาลในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยและเนปาล และเพื่อกำหนดข้อเสนอแนะในการใช้ Soft power ของไทยเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในภาพรวม ซึ่งผลการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

3.1 ภาพรวมเกี่ยวกับ Soft Power ของประเทศไทย

ประเทศไทยมีแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ได้แก่

3.1.1 วัฒนธรรม

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง มีความหลากหลาย และต่อเนื่องมายาวนาน วัฒนธรรมไทยหลายๆ ด้านเป็นที่รู้จักและได้รับความชื่นชมจากชาวต่างชาติ อาทิ นาฏศิลป์ไทยที่มีความอ่อนช้อย สวยงาม อาหารไทยเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลกร่วมกับอาหารฝรั่งเศส อิตาลี ญี่ปุ่น และจีน โดยเมื่อเดือนกรกฎาคม 2554 เว็บไซต์ CNNGo.com¹ ได้จัดอันดับเมนูอาหารยอดนิยมของโลก ซึ่งแกงมัสมั่นของไทยได้รับคะแนนเป็นอันดับหนึ่ง ในขณะที่อาหารไทยอีกหลายรายการได้คะแนนในอันดับต้นๆ อาทิ ต้มยำกุ้ง ส้มตำ และน้ำตกหมู มวยไทยเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในหลายประเทศ โดยมีการเปิดค่ายสอนมวยไทยในประเทศต่างๆ ทั่วโลก และปัจจุบัน มวยไทยได้พัฒนาเป็นกีฬาสากล ซึ่งมีการจัดการแข่งขันในระดับนานาชาติเป็นประจำ นอกจากนี้ วัฒนธรรมร่วมสมัย (pop culture) เช่น ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ และเพลงสมัยใหม่ของไทยยังได้รับความนิยมอย่างสูงในหลายๆ ประเทศ และได้รับรางวัลในระดับนานาชาติจำนวนมาก ประเทศไทยยังมีสถานที่สำคัญที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมหลายแห่ง อาทิ อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา สุโขทัย กำแพงเพชรและศรีสัชนาลัย แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ฯลฯ

¹ CNNGo Staff, World's 50 Most Delicious Foods, CNNGo Website,

(<http://www.cnn.go.com/explorations/eat/worlds-50-most-delicious-foods-067535?page=0,2>), (2011)

รวมทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมากต้องการเดินทางมาเยือน จากการจัดอันดับโดยนิตยสารและเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวของต่างประเทศ อาทิ นิตยสาร Conde Nast Traveler ซึ่งเป็นนิตยสารการท่องเที่ยวยอดนิยมของสหรัฐอเมริกา และมีผู้อ่านกว่า 130 ล้านคน ได้สำรวจความเห็นของผู้อ่านนิตยสารจากทั่วโลก ซึ่งปรากฏว่าประเทศไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่น่าเที่ยวที่สุดอันดับ 4 ที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว² ในขณะที่กรุงเทพฯ ติดอันดับ 4 ของเมืองที่น่าเที่ยวที่สุดในโลกของปี 2554 จากการจัดอันดับของ Master Card Worldwide Index of Global Destination Cities³ รองจากกรุงลอนดอน นครนิวยอร์กและกรุงปารีส นอกจากนี้ ประเทศไทยยังเป็นศูนย์กลางของพุทธศาสนานิกายเถรวาท ซึ่งได้ให้ความสนับสนุนและร่วมมือกับประเทศต่างๆ ในเรื่องการส่งเสริมและเผยแพร่พระพุทธศาสนาด้วย

3.1.2 นโยบายการต่างประเทศ

ประเทศไทยดำเนินนโยบายต่างประเทศที่มีบทบาทสร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศ โดยเป็นสมาชิกองค์การระหว่างประเทศที่สำคัญและมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในเรื่องการส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชนผ่านกรอบคณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (UN Human Rights Council: HRC) และการส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคง ซึ่งประเทศไทยได้เข้าร่วมปฏิบัติการในการรักษาสันติภาพของสหประชาชาติในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกตั้งแต่ปี 2533 รวมทั้งสิ้น 17 ภารกิจ ประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับความร่วมมือด้านการพัฒนาและสิ่งแวดล้อม โดยพยายามเสริมสร้างบทบาทของประเทศไทยในฐานะประเทศผู้ให้ (donor country) ต่อประเทศกำลังพัฒนา โดยเฉพาะในเรื่องความช่วยเหลือทางเทคนิคและวิชาการ รวมทั้งยังมีนโยบายต่างประเทศที่ไม่ต้องการแทรกแซงกิจการภายในของประเทศอื่น และให้ความร่วมมือกับประชาคมระหว่างประเทศในการแก้ไขปัญหาข้ามชาติต่างๆ ที่เป็นภัยต่อความมั่นคงของมนุษย์ ซึ่งนโยบายต่างๆ ดังกล่าวสามารถเสริมภาพลักษณ์ของไทยในเวทีโลก และสร้างความเชื่อมั่นในประเทศไทย ซึ่งเป็นการเพิ่ม Soft Power ของไทยด้วย

² The Nation, September 12, 2011, <http://www.nationmultimedia.com/2011/09/12/national/Thailand-voted-fourth-best-world-destination-30165060.html>

³ Yuwa Hedrick-Wong, Master Card Index of Global Destination Cities: Cross-Border Travel and Expenditures, <http://insights.mastercard.com/position-papers/mastercard-index-of-global-destination-cities-cross-border-travel-and-expenditures/>.(2011)

3.1.3 การศึกษา

ปัจจุบันระบบการศึกษาของไทยมีมาตรฐานเพิ่มสูงขึ้น สถาบันการศึกษาต่างๆ รวมทั้งมหาวิทยาลัยหลายแห่งมีหลักสูตรการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษ และมีนโยบายส่งเสริมการแลกเปลี่ยนนักศึกษากับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ ทำให้นักศึกษาต่างชาติให้ความสนใจมาศึกษาต่อที่สถาบันการศึกษาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก มีมหาวิทยาลัยหลายแห่งของไทยติดอันดับ⁴ อาทิ มหาวิทยาลัย สงขลานครินทร์ (อันดับ 295) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (อันดับ 369) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (อันดับ 418) มหาวิทยาลัยมหิดล (อันดับ 548) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (อันดับ 633) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (อันดับ 675) มหาวิทยาลัยขอนแก่น (อันดับ 680) สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) (อันดับ 709) และจากสถิติในปี 2551 มีนักศึกษาต่างชาติมาศึกษาในสถาบันระดับอุดมศึกษาของไทยจำนวน 16,361 คน⁵ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี การศึกษาจึงสามารถเป็น Soft Power ที่ประเทศไทยสามารถใช้ในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.4 ธุรกิจและนวัตกรรม (Business and Innovation)

ประเทศไทยมีนโยบายเศรษฐกิจที่เปิดเสรีทางการค้า มีกฎระเบียบและสภาวะแวดล้อมที่ส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ มีความเชี่ยวชาญและได้รับการยอมรับในเรื่องความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมบริการ อาทิ การโรงแรม ซึ่งมีโรงแรมหลายแห่งของประเทศไทยได้รับการจัดอันดับให้เป็นโรงแรมที่ดีอันดับต้นๆ ของโลก สถานพยาบาลของไทยยังได้รับความนิยม ทั้งในเรื่องความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์และมาตรฐานการบริการ และมีศักยภาพที่ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์ (Medical Hub) ของภูมิภาคแถบนี้ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์สปาของไทยยังมีชื่อเสียงระดับโลก โดยมีตราสินค้า (brand) ของผลิตภัณฑ์สปาที่สามารถเข้าไปทำตลาดในระดับโลก ขณะเดียวกันประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) บนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญา โดยได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงภาคการผลิตและบริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิ อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในศูนย์กลางการผลิตรถยนต์ที่สำคัญของภูมิภาคเอเชีย รวมถึงอุตสาหกรรมออกแบบ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ สื่อบันเทิง และซอฟต์แวร์ เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ ดังกล่าวถือเป็น Soft Power ของไทยเช่นกัน

⁴ Ranking Web of World Universities, http://www.webometrics.info/top100_continent.asp?cont=asia

⁵ ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา <http://inter.mua.go.th/main2/article.php?id=5>

3.2 การดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาล

ทีมประเทศไทยในเนปาลประกอบด้วยผู้แทนสำนักงานที่มีภารกิจในประเทศเนปาล หรือมีเขตอาณาครอบคลุมประเทศเนปาล ได้แก่ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุ (กระทรวงการต่างประเทศ) สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี (กระทรวงพาณิชย์) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนิวเดลี บริษัทการบินไทยฯ และวัดไทยลุมพินี⁶ โดยมีเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุทำหน้าที่หัวหน้าทีมประเทศไทยและเจ้าภาพหลักซึ่งรับผิดชอบการบริหารราชการในต่างประเทศ โดยมีกลไกการทำงานคือ การประชุมคณะกรรมการบริหารสถานเอกอัครราชทูต ซึ่งทุกหน่วยงานในต่างประเทศเข้าร่วมและมีการประชุมอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การปฏิบัติงานของทีมประเทศไทยมีเอกภาพ มีความเชื่อมโยงและประสานงานกันอย่างใกล้ชิด

ในการศึกษาเรื่องการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทยและเนปาลนั้นผู้ศึกษาเห็นว่า มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจข้อมูลโดยสังเขปของประเทศเนปาล ภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและเนปาล และยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล ซึ่งทีมประเทศไทยในเนปาลได้ใช้ยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นตัวตั้ง เพื่อกำหนดนโยบายหรือโครงการต่างๆ โดยใช้ Soft Power ของไทยเป็นเครื่องมือเพื่อตอบสนองและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ให้บรรลุผล

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศเนปาล

เนปาลมีที่ตั้งอยู่ในทวีปเอเชียใต้ เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล (land locked country) ตั้งอยู่บนที่สูงทางทิศใต้ของเทือกเขาหิมาลัย มีอาณาเขตติดกับแคว้นทิเบตของประเทศจีน ทางตอนเหนือ และทิศใต้ติดกับประเทศอินเดีย มีขนาดพื้นที่ 147, 181 ตารางกิโลเมตร มีประชากรประมาณ 28 ล้านคน ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาฮินดู และพุทธศาสนา ปัจจุบัน เนปาลมีการปกครองระบอบสาธารณรัฐ ซึ่งมีประธานาธิบดีเป็นประมุข และมีนายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้ารัฐบาล (เปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบกษัตริย์ภายใต้รัฐธรรมนูญมาเป็นระบอบสาธารณรัฐเมื่อเดือนพฤษภาคม 2551) เนปาลเป็นหนึ่งในประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อยที่สุด (Least Developed Country: LDC) โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ประมาณ 13 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และรายได้ประชาชาติต่อหัวประมาณ 457 ดอลลาร์สหรัฐ (ปี 2551) ประชากรส่วนใหญ่ยังมี

⁶ คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบในหลักการให้สร้างวัดไทยลุมพินีขึ้น (๑๕ ธันวาคม ๒๕๓๕) โดยใช้เงินงบประมาณแผ่นดิน โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรมไทย ตามข้อตกลง (Commitment) ระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลเนปาลในโครงการพัฒนาลุมพินีสถาน เพื่อให้เป็นศูนย์กลางการเผยแผ่ และสืบสานพระพุทธศาสนาต่อไป

ฐานะยากจน โดยเนปาลยังต้องการพึ่งพาความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาจากประชาคมระหว่างประเทศค่อนข้างมาก

3.2.2 สถานะความสัมพันธ์ไทย – เนปาล

ไทยและเนปาลสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตเมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2502 ตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมามีความสัมพันธ์ที่ดี และมีความร่วมมือที่ใกล้ชิด ในกรอบทวิภาคี ความสัมพันธ์ด้านศาสนา วัฒนธรรมและวิชาการถือเป็นมิติที่มีความสำคัญที่สุดต่อการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างไทยและเนปาล เนื่องจากทั้งสองประเทศมีความใกล้ชิด และมีความเชื่อมโยงทางด้านวัฒนธรรมและศาสนา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากศาสนาฮินดูและพุทธศาสนา ในเรื่องความร่วมมือด้านวิชาการ รัฐบาลไทยโดยสำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ (สพร.) ได้ให้ทุนแก่บุคลากรของเนปาลเพื่อเข้าร่วมฝึกอบรมในหลักสูตรต่างๆ ที่สถาบันการศึกษาของไทยจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี ด้านความสัมพันธ์ทางการเมือง ไทยและเนปาลมีการแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในระดับราชวงศ์ (ก่อนที่เนปาลจะเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบประชาธิปไตยที่มีกษัตริย์เป็นประมุขมาเป็นระบอบสาธารณรัฐเมื่อปี 2551) ระดับรัฐบาล (นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรี) และระดับผู้นำเหล่าทัพ อย่างไรก็ตาม ในด้านเศรษฐกิจ มูลค่าการค้าระหว่างไทยและเนปาลยังอยู่ในระดับต่ำ โดยการค้ารวมในปี 2551 มีมูลค่าประมาณ 65.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้ากับเนปาลมาโดยตลอด⁷ ไทยส่งออกไปเนปาลมูลค่า 64.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้าจากเนปาลมูลค่า 1.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และปัจจุบันยังไม่มีการลงทุนของไทยในเนปาล โดยเนปาลได้ขอให้รัฐบาลไทยสนับสนุนให้ภาคเอกชนไทยเข้าไปลงทุนในเนปาล โดยเฉพาะในสาขาการก่อสร้าง พลังงานทดแทน และอุตสาหกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ไทยและเนปาลยังมีความร่วมมือที่ดีในเวทีระหว่างประเทศ โดยมีทำที่ที่สอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกันในองค์การระหว่างประเทศต่างๆ ทั้งในกรอบ UN และกรอบภูมิภาค อาทิ BIMSTEC

3.2.3 ยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล

ยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาลเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ของไทย ต่อภูมิภาคเอเชียใต้⁸ ซึ่งประกอบด้วยประเทศต่างๆ รวม 7 ประเทศ ได้แก่ อินเดีย ปากีสถาน บังกลาเทศ ศรีลังกา มัลดีฟส์ เนปาล และภูฏาน ซึ่งถือเป็นภูมิภาคที่สำคัญ เนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์อยู่ท่ามกลางมหาสมุทรอินเดีย ทะเลอาระเบีย และอ่าวเบงกอล จึงเป็นจุดเชื่อมต่อและช่องทางขนส่งสินค้าที่สำคัญที่เชื่อม

⁷ ที่มา : สำนักเทคโนโลยีและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

⁸ ที่มา : กองเอเชียใต้ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา มกราคม 2553

ยุโรป ตะวันออกกลาง และเอเชียตะวันออก และยังเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายและความแตกต่างทั้งด้านขนาดของประเทศ เชื้อชาติ ศาสนา อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตลอดจนระบอบการปกครอง และบทบาทในเวทีระหว่างประเทศ ซึ่งอาจจัดลำดับความสำคัญของประเทศในเอเชียใต้ที่มีต่อการดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยดังนี้ (1) อินเดีย ในฐานะมหาอำนาจใหม่ (2) ปากีสถาน บังกลาเทศและศรีลังกาในฐานะประเทศที่มีบทบาททรง และ (3) เนปาล ภูฏาน และมัลดีฟส์ ประเทศขนาดเล็กที่ยังคงต้องการความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาจากนานาประเทศ

นอกจากแผนยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคเอเชียใต้โดยรวมแล้ว ยังจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างกันทั้งด้านวัฒนธรรม ระบบการเมือง เศรษฐกิจ และระดับการพัฒนาด้วย เพื่อให้การดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยต่อประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียใต้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในส่วนของยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาลได้กำหนดขึ้นโดยพิจารณาจากสิ่งที่ไทยต้องการจากเนปาล และสิ่งที่เนปาลต้องการจากไทย

สิ่งที่ไทยต้องการจากเนปาล

- 1) ความสัมพันธ์ที่ดีและการสนับสนุนไทยในฐานะพันธมิตร เพื่อการดำเนินความร่วมมือในกรอบทวิภาคีที่เป็นประโยชน์กับสองฝ่าย และเพื่อหาแนวร่วมในการปกป้องผลประโยชน์และส่งเสริมบทบาทของไทยในเวทีระหว่างประเทศ ทั้งในกรอบสหประชาชาติและกรอบความร่วมมือในภูมิภาค
- 2) การขยายมูลค่าการค้าการลงทุนระหว่างกัน โดยเฉพาะการลงทุนของไทยในเนปาลในสาขาที่ไทยมีศักยภาพ อาทิ การก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน อาหารแปรรูป ธุรกิจท่องเที่ยว
- 3) จำนวนนักท่องเที่ยวเนปาลที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระดับบน เช่น นักธุรกิจ และกลุ่มผู้รับบริการทางการแพทย์
- 4) ชาวเนปาลมีความตระหนักรู้ (awareness) และมีความชื่นชมประเทศไทยในด้านต่างๆ
สิ่งที่เนปาลต้องการจากไทย
- 5) มีความสัมพันธ์ที่ดีกับไทยเพื่อเป็นประตูสู่ความสัมพันธ์กับประเทศอาเซียนอื่นๆ
- 6) ต้องการเป็นพันธมิตรกับประเทศไทยในองค์กรความร่วมมือต่างๆ อาทิ BIMSTEC และ UN เพื่อเสริมฐานะและบทบาททางเศรษฐกิจ
- 7) ต้องการให้ไทยเพิ่มปริมาณการค้าและการลงทุนร่วม โดยเฉพาะโครงการสาธารณูปโภคพื้นฐาน สถานพยาบาล โรงแรม และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 8) ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และประวัติศาสตร์ รวมถึงการพัฒนาศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว

9) ต้องการความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาประเทศ ทั้งด้านการเงินและความช่วยเหลือทางวิชาการในสาขาที่ไทยมีความเชี่ยวชาญ อาทิ การเกษตร การสาธารณสุข เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถ ประสบการณ์และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

เป้าหมายทางยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล

10) สร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างผู้นำ และส่งเสริมการเยือนในทุกระดับ และการใช้กลไกความร่วมมือทวิภาคีที่มีอยู่ อาทิ การประชุมคณะกรรมการร่วม (Joint Commission) ในการผลักดันประเด็นความสัมพันธ์ทวิภาคี

11) มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าการค้าการลงทุนของไทยในเนปาล ส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าและการขยายตลาดสินค้าและบริการของไทยในเนปาลรวมถึงส่งเสริมการลงทุนของไทยในไทย

12) ส่งเสริมให้นักลงทุนไทยไปลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การก่อสร้างสาธารณูปโภคและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว

13) ส่งเสริมความร่วมมือด้านวัฒนธรรม พุทธศาสนา และโบราณคดี

14) ส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการในสาขาที่ไทยมีความชำนาญ และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเชื่อมโยงกับมิติความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ

15) ดำเนินความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจระหว่างกัน ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินความสัมพันธ์ในมิติอื่นๆ

16) ส่งเสริมความร่วมมือด้านการศึกษา และเน้นการสร้างเครือข่ายระหว่างมหาวิทยาลัยและสถาบัน Think Tank ระหว่างกัน

3.2.4 Soft Power ของไทยต่อเนปาล

แหล่งทรัพยากรสำคัญซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาลมีดังนี้

วัฒนธรรม ดังที่กล่าวแล้วว่า ความสัมพันธ์ด้านสังคม วัฒนธรรมและศาสนาเป็นมิติความสัมพันธ์ระหว่างไทยและเนปาลที่สำคัญที่สุด ประชากรส่วนใหญ่ของไทยนับถือพุทธศาสนา อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมไทยส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากทั้งพุทธศาสนาและศาสนาฮินดู ขณะที่ศาสนาฮินดูและพุทธศาสนาในประเทศเนปาลมีความเชื่อมโยงและผสมผสานกันอย่างกลมกลืนโดยชาวเนปาลซึ่งส่วนใหญ่ นับถือศาสนาฮินดูจะนับถือพุทธศาสนาด้วย เนื่องจากตามความเชื่อของชาวฮินดูนั้น พระพุทธเจ้าเป็นอวตารปางที่ 9 ของพระวิษณุหรือพระนารายณ์ จึงถือเป็นเทพเจ้าองค์หนึ่งของศาสนาฮินดูเช่นกัน เนปาลยังเป็นที่ตั้งของสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนาหลายแห่ง โดยเฉพาะเมืองลุมพินี ซึ่งเป็นสถานที่ประสูติของพระพุทธเจ้า รวมถึงกรุงกบิลพัสดุ์ และเมือง

เทวทหะ ซึ่งเป็นเมืองของพระพุทธรูปบิดา และพระพุทธรูปมารดา ทำให้มีผู้แสวงบุญชาวไทยเดินทางไปสักการะสังเวชนียสถานเมืองลุมพินีปีละประมาณ 50,000 คน นอกจากนี้ เนปาลยังมีเมืองจันกปุร์ หรือมิลิตานคร ซึ่งมีการกล่าวถึงในพระราชนิพนธ์เรื่อง พระมหาชนกของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และตามมหากาพย์รามายณะ (รามเกียรติ์) ซึ่งระบุว่า เมืองจันกปุร์เป็นเมืองเกิดของนางสีดา และเป็นสถานที่ที่พระรามและนางสีดาได้เข้าพิธีอภิเษกสมรส ไทยและเนปาลยังมีรากฐานทางวัฒนธรรมร่วมกัน โดยได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำคงคาและแม่น้ำสินธุ ภาษาไทยและภาษาเนปาลมีรากศัพท์มาจากภาษาบาลีสันสกฤต ถ้อยคำต่างๆ ในภาษาไทยและเนปาลจำนวนมาก จึงมีเสียงพ้องและมีความหมายเดียวกัน เช่น มาลา (มาลัย) สุรียา จันทรา มยุรา มัจฉา วิทยา มนตรี นาค ฯลฯ การที่วัฒนธรรมไทยและเนปาลมีความเชื่อมโยงกัน จึงทำให้ชาวเนปาลมีความเข้าใจและชื่นชมศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งช่วยให้ประเทศไทยและชาวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของชาวเนปาล นอกจากนี้ อาหารไทยยังได้รับความนิยมอย่างสูงในประเทศเนปาล ปัจจุบันมีร้านอาหารไทยกว่า 10 ร้านในกรุงกาฐมาณฑุ ความชื่นชมในวัฒนธรรมไทย อาหารไทย และสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายของไทยทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมลำดับต้นๆ ของชาวเนปาล โดยชาวเนปาลเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยปีละประมาณ 30,000 คน ซึ่งบริษัทการบินไทยฯ ได้เปิดเส้นทางการบินระหว่างกรุงเทพฯ – กาฐมาณฑุ มาเป็นเวลากว่า 43 ปีแล้ว และปัจจุบันมีเที่ยวบินเส้นทางกรุงเทพฯ – กาฐมาณฑุ และกาฐมาณฑุ- กรุงเทพฯ ทุกวันๆ ละ 1 เที่ยวบิน ประเทศไทยจึงเป็นเสมือนประตู (gateway) สำหรับชาวเนปาลในการเดินทางไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกและภูมิภาคอื่นๆ ด้วย

การศึกษา ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอนที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ โดยมีนักศึกษาต่างชาติ รวมทั้งชาวเนปาลมาศึกษาต่อในประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี สถาบันการศึกษาของไทยซึ่งเป็นที่นิยมของนักศึกษานเนปาล ได้แก่ มหาวิทยาลัยมหิดล สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย (AIT) มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยชินวัตร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) ฯลฯ นอกจากเหตุผลด้านคุณภาพของสถาบันการศึกษาของไทยแล้ว ยังมีปัจจัยเรื่องระยะทางที่ไม่ไกลจากประเทศเนปาล ค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง และความสะดวกสบายในเรื่องที่พักและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ จึงทำให้มีนักศึกษาจากเนปาลเดินทางมาศึกษาต่อที่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปี เจ้าหน้าที่ภาครัฐของเนปาลจำนวนมากได้รับทุนจากรัฐบาลไทยภายใต้โครงการความร่วมมือทางวิชาการให้ไปศึกษาหรือฝึกอบรมในประเทศไทย ปัจจุบัน บุคลากรเหล่านี้ มีตำแหน่งหน้าที่สำคัญในส่วนราชการต่างๆ ของเนปาล มีความใกล้ชิดผูกพัน เข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนไทย และมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและประเทศไทย จึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยและเนปาล

นโยบายด้านการต่างประเทศ ประเทศไทยมีนโยบายด้านการต่างประเทศที่รักษาสันติภาพในเรื่องสิทธิมนุษยชน และไม่แทรกแซงกิจการภายในของประเทศอื่น นอกจากนี้ ไทยยังมีนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์ต่อเนปาล โดยได้สนับสนุนกระบวนการสันติภาพและการปรองดองในเนปาลภายหลังจากที่เนปาลเปลี่ยนแปลงการปกครองมาเป็นระบอบสาธารณรัฐเมื่อปี 2551 ซึ่งไทยได้ส่งทหารจำนวน 7 นายเข้าปฏิบัติหน้าที่ทหารสังเกตการณ์ร่วมกับ UN Mission in Nepal (UNMIN) เพื่อสนับสนุนกระบวนการสันติภาพ ตรวจสอบอาวุธและตรวจสอบกองกำลังของกลุ่มลัทธิเหมา (Maoist) รัฐบาลไทยยังได้ส่งคณะผู้แทนจากสถานเอกอัครราชทูตฯ และคณะกรรมการการเลือกตั้ง (กกต.) เข้าร่วมสังเกตการณ์การเลือกตั้งทั่วไปของเนปาลเมื่อปี 2551 ตามคำเชิญของฝ่ายเนปาลด้วย นอกจากนี้ ไทยยังเป็นประเทศผู้ให้ (donor country) ต่อเนปาล โดยเฉพาะการให้ความช่วยเหลือด้านวิชาการ ในขณะที่ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนเนปาลส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีและมีความชื่นชมประเทศไทยในฐานะเป็นต้นแบบการพัฒนาในด้านต่างๆ สำหรับเนปาล

เศรษฐกิจและนวัตกรรม ชาวเนปาลส่วนใหญ่มองประเทศไทยว่าเป็นประเทศที่มีความเจริญ มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจสูง มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย สินค้าจากประเทศไทยได้รับความนิยมสูงในเนปาล เนื่องจากมีภาพลักษณ์เป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงในระดับเดียวกับสินค้าจากญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยมีคุณภาพเหนือกว่าสินค้าจากอินเดียและจีน ชาวเนปาลจำนวนมาก โดยเฉพาะผู้มีฐานะดีนิยมเดินทางไปรับบริการด้านการแพทย์ที่ประเทศไทยเนื่องจากมีความเชื่อมั่นในนวัตกรรมด้านการแพทย์ของไทยที่มีมาตรฐานระดับโลก บริษัทการบินไทยฯ เป็นสายการบินต่างชาติสายการบินแรกๆ ที่เปิดเส้นทางการบินมายังเนปาล และช่วยเชื่อมโยงเนปาลกับประเทศต่างๆ บริษัทการบินไทยฯ จึงเป็นสายการบินที่ได้รับความนิยมอันดับหนึ่งของชาวเนปาล ทั้งด้านคุณภาพและการบริการ

3.2.5 การใช้ Soft Power ผ่านการทูตสาธารณะ

ระหว่างปี 2551 – 2555 ทีมประเทศไทยได้ใช้ Soft Power ของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย – เนปาล ผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล ดังนี้

(1) วัฒนธรรมและศาสนา

ทีมประเทศไทยในเนปาลใช้มิติด้านวัฒนธรรมและศาสนา ซึ่งเป็น Soft Power ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาล โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระดับประชาชน (people to people relation) ผ่านการดำเนินโครงการต่างๆ

โครงการด้านวัฒนธรรม ทีมประเทศไทยในเนปาล (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุ และบริษัทการบินไทยจำกัดฯ) ร่วมกับภาคเอกชนและภาคประชาสังคมของเนปาล ซึ่งเป็น friends of Thailand ได้แก่ สภาหอการค้าและอุตสาหกรรมเนปาล-ไทย (Nepal-Thailand Chamber of Commerce and Industry: NTCCI) สมาคมมิตรภาพเนปาล-ไทย (Nepal-Thailand Friendship Association) สมาคมมวยไทยในเนปาล (Muay Thai Association, Nepal) จัดการแสดงเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเนปาลเป็นประจำทุกๆ ปี อาทิ การแสดงหุ่นละครเล็ก คณะโจหลุยส์ การแสดงนาฏศิลป์ และสาธิตกีฬามวยไทย โดยคณะสับนงา ซึ่งเน้นรูปแบบการแสดงที่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและเนปาล เช่น การแสดงหุ่นละครเล็กเรื่องรามเกียรติ์ หรือรามายณะตอนหนุมานจับนางเบญจกาย ทำให้การแสดงดังกล่าวได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี กิจกรรมด้านวัฒนธรรมอื่นๆ ได้แก่ การจัดประกวดภาพเขียนในโอกาสฉลองครบรอบ 50 ปีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างไทยและเนปาลในปี 2552 ภายใต้หัวข้อ Colors of Friendship ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนการเชื่อมโยงระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ (people connectivity) และประชาสัมพันธ์ประเทศไทย โดยเฉพาะในหมู่เยาวชนเนปาล ทีมประเทศไทยยังร่วมกับโรงแรมชั้นนำในกรุงกาฐมาณฑุจัดเทศกาลสัปดาห์อาหารไทย เพื่อต่อยอดและส่งเสริมความนิยมอาหารไทยในเนปาล โดยเน้นรายการอาหารใหม่ๆ นอกเหนือจากอาหารที่ชาวเนปาลรู้จักและได้รับความนิยมอยู่แล้ว เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย ฯลฯ นอกจากนี้ ทีมประเทศไทยยังร่วมกันจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยที่กรุงกาฐมาณฑุ เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ประเทศไทย โดยเฉพาะความก้าวหน้าในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงพระราชนิพนธ์หนังสือเรื่องพระมหาชนก (Mahajanaka) ซึ่งกล่าวถึงเมืองจันทบุรี หรือมิลินนคร ซึ่งเป็นเมืองสำคัญอีกเมืองหนึ่งของเนปาล และเป็นเมืองเกิดของประธานาธิบดีเนปาลคนปัจจุบัน จากความเชื่อมโยงดังกล่าว จึงทำให้ประธานาธิบดีเนปาลมีความเคารพพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และชื่นชอบประเทศไทยเป็นกรณีพิเศษ ซึ่งถือเป็น Soft Power ที่สำคัญของไทยต่อเนปาลอีกด้านหนึ่ง สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุจึงได้จัดพิมพ์หนังสือพระมหาชนกฉบับการ์ตูนซึ่งแปลเป็นภาษาเนปาล และแจกจ่ายให้แก่ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยและโรงเรียนต่างๆ ทั่วประเทศเนปาล รวมทั้งผู้ที่สนใจทั่วไป เพื่อเผยแพร่พระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชนระหว่างสองประเทศ

โครงการด้านศาสนา เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของพุทธศาสนานิกายเถรวาท และความประสงค์ของพุทธศาสนิกชนชาวไทยที่ต้องการพัฒนาพุทธศาสนาในเนปาลซึ่งเป็นดินแดนพุทธภูมิให้มีความเจริญมั่นคง ทีมประเทศไทยในเนปาล ซึ่งรวมถึงวัดไทย

ลุมพินีได้ร่วมกันจัดกิจกรรมทางศาสนา อาทิ ร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศของไทย อัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทานไปทอดถวายวัดพุทธินเนปาลเป็นประจำทุกปี ตั้งแต่ปี 2551 ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี และเป็นผลดีต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ในระดับประชาชน ทีมประเทศไทยยังมีส่วนร่วมและสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ ของวัดพุทธเนปาล โดยเอกอัครราชทูตฯ และเจ้าหน้าที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จะเข้าร่วมกิจกรรมวันสำคัญทางพุทธศาสนาที่วัดพุทธต่างๆ ในเนปาลจัดขึ้นเป็นประจำ เพื่อแสดงถึงความมุ่งมั่นของประเทศไทยที่จะช่วยส่งเสริมพุทธศาสนาในเนปาล ทีมประเทศไทยและมูลนิธิไทยพึ่งไทยยังได้ร่วมกันบูรณะสังเวชนียสถานลุมพินี โดยการก่อสร้างทางเดินรอบวิหารมายาเทวี และเสาดินพระเจ้าอโศกมหาราช รวมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์โดยรอบให้มีความสวยงาม โดยใช้งบประมาณจากเงินบริจาคของพุทธศาสนิกชนชาวไทย เพื่อเป็นของขวัญแก่รัฐบาลและประชาชนชาวเนปาล ซึ่งโครงการดังกล่าวได้รับอนุมัติให้ดำเนินการจากองค์กร UNESCO และหน่วยงาน Lumbini Development Trust (LDT) ซึ่งทำหน้าที่กำกับดูแลลุมพินีเป็นกรณีพิเศษ แม้ว่าก่อนหน้านี้ มีคณะบุคคลหรือองค์กรต่างๆ จากหลายประเทศเคยแสดงความประสงค์ที่จะช่วยบูรณะลุมพินี แต่ไม่ได้รับอนุมัติจาก UNESCO และ LDT การที่ฝ่ายไทยได้รับอนุมัติให้ดำเนินการได้ จึงเป็นการแสดงถึงความสัมพันธ์ทางพุทธศาสนาที่ใกล้ชิดเป็นพิเศษระหว่างไทยและเนปาล

(2) การส่งเสริมบทบาทประเทศผู้ให้และตัวอย่างด้านการพัฒนาแก่เนปาล

Soft Power ที่สำคัญอีกประการหนึ่งของไทยต่อเนปาล คือการที่ไทยมีบทบาทเป็นผู้ให้ (donor country) และเป็นตัวอย่างด้านการพัฒนาสำหรับเนปาล ซึ่งช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ในภาพรวม ทีมประเทศไทยได้ดำเนินโครงการ/กิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมบทบาทดังกล่าวของไทยอย่างต่อเนื่อง อาทิ การให้ความช่วยเหลือทางวิชาการ ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับสำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ (สพร.) ร่วมกันคัดเลือกบุคลากรจากภาครัฐของเนปาลเพื่อรับทุนไปศึกษาหลักสูตรต่างๆ ที่ประเทศไทยทุกปี โดยในปี 2553-2554 สำนักงานเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ (สพร.) ได้ให้ทุนการศึกษาแก่บุคลากรจากภาครัฐของเนปาลใน หลักสูตรต่างๆ ซึ่งประกอบด้วยทุนฝึกอบรมประจำปีจำนวน 39 หลักสูตร ๆ ละ 1-2 ทุน ทุนภายใต้กรอบความร่วมมือไตรภาคี โดยร่วมกับ UNICEF UNFPA และ JICA จำนวน 15 หลักสูตร ๆ ละ 1-2 ทุน และทุนการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 20 หลักสูตร ๆ ละ 3 ทุน

ทีมประเทศไทยในเนปาลยังได้จัดโครงการความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา และโครงการเพื่อสาธารณประโยชน์แก่ชาวเนปาล โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับบริษัทการบินไทยฯ วัดไทยลุมพินี สภาก่อการค้ำและอุตสาหกรรมเนปาล-ไทย และองค์กร Youth Eye Service ซึ่งเป็นองค์กรเอกชนของเนปาลที่มีวัตถุประสงค์ในการยกระดับสุขภาพสายตาของชาวเนปาล ได้จัด

โครงการผ่าตัดตาต่อกระจกให้กับชาวเนปาลที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในเขตลุมพินี เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2554 โดยใช้วัดไทยลุมพินีเป็นสถานที่ดำเนินโครงการ ซึ่งมีคนไข้มารับบริการตรวจสอบสภาพตากว่า 1 พันคน และได้รับการผ่าตัดรักษาโรคตาต่อกระจกจำนวน 100 คน

ทีมประเทศไทยในเนปาลยังได้รับบริจาคเงินช่วยเหลือองค์กรด้านสาธารณสุขประโยชน์ต่างๆ ของเนปาล อาทิ โรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลตำรวจ และองค์กรการกุศลต่างๆ ช่วยสนับสนุนงบประมาณการก่อสร้างโรงเรียนและห้องสมุดในพื้นที่ชนบทของเนปาล และยังได้ดำเนินโครงการเผยแพร่ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยนำผู้นำชุมชนในเขตลุมพินีเดินทางไปศึกษาดูงานด้านเศรษฐกิจพอเพียงที่ประเทศไทยเพื่อนำมาปรับใช้ในพื้นที่ชนบทของเนปาลซึ่งมีปัญหาความยากจน สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังร่วมกับวัดไทยลุมพินีจัดตั้งโรงเรียนวันอาทิตย์เพื่อเปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนชาวเนปาลที่ยากไร้ได้ศึกษา รวมทั้งบริจาคผ้าห่มและโค กระบือให้กับเกษตรกรชาวเนปาลด้วย การดำเนินการต่างๆ ดังกล่าวได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของเนปาลอย่างกว้างขวาง ซึ่งความช่วยเหลือของไทยที่ให้ต่อชาวเนปาลได้ช่วยกระชับความสัมพันธ์ในภาพรวมระหว่างสองประเทศให้ดียิ่งขึ้น และเป็นการเพิ่มบทบาทของไทยในฐานะผู้ให้เพื่อมนุษยธรรมและการพัฒนาระหว่างประเทศที่ยั่งยืน

(3) การดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เป็นมิตรและสนับสนุนเนปาล

ไทยและเนปาลมีความสัมพันธ์ด้านการเมืองที่ดีและมีความร่วมมือที่ใกล้ชิดในเวทีระหว่างประเทศ ไทยมีนโยบายต่างประเทศที่ไม่ต้องการแทรกแซงกิจการภายในของประเทศอื่น ปัจจุบัน เนปาลอยู่ระหว่างช่วงเปลี่ยนผ่านทางการเมือง (transitional period) หลังจากที่มีการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง ซึ่งเนปาลประสบปัญหาขาดเสถียรภาพทางการเมือง มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยครั้ง กระบวนการสันติภาพและการร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ประสบปัญหาล่าช้า มีการประท้วงโดยกลุ่มต่างๆ ทั้งที่สังกัดพรรคการเมือง และภาคส่วนต่างๆ ที่ไม่พอใจรัฐบาลอยู่เป็นประจำ ทำให้เนปาลถูกวิพากษ์วิจารณ์และกดดันอย่างหนัก โดยเฉพาะจากประเทศตะวันตก ซึ่งเอกอัครราชทูตฯ และเจ้าหน้าที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุ รวมทั้งเจ้าหน้าที่หน่วยงานต่างๆ ในทีมประเทศไทยได้แสดงท่าทีชัดเจนเมื่อเข้าพบหารือกับภาครัฐของเนปาลในทุกระดับ รวมถึงประธานาธิบดี นายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีต่างๆ ว่า ประเทศไทยสนับสนุนกระบวนการสันติภาพของเนปาล และจะไม่แทรกแซงกิจการภายในของเนปาล ซึ่งทำที่ดังกล่าวของไทยสร้างความพอใจและความเชื่อมั่นให้กับฝ่ายเนปาล ทั้งนี้ การที่ไทยและเนปาลมีความสัมพันธ์ที่ดี มีความไว้วางใจกัน ส่งผลให้ทั้งสองฝ่ายสนับสนุนกันและกันในเวทีระหว่างประเทศมาโดยตลอด

(4) การส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาลผ่านกิจกรรมด้านการศึกษา

ความร่วมมือด้านการศึกษาเป็น Soft Power ที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาล เจ้าหน้าที่ภาครัฐของเนปาลหลายรายเคยได้รับทุนจากรัฐบาลไทยให้ไปศึกษาหรืออบรมหลักสูตรต่างๆ จากสถาบันการศึกษาในประเทศไทย ภายใต้โครงการความร่วมมือทางวิชาการ ในขณะที่มีชาวเนปาลจำนวนมากเข้ารับการศึกษาคือมหาวิทยาลัยต่างๆ ของไทย ชาวเนปาลดังกล่าวจึงมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาลในภาพรวมในฐานะ “friends of Thailand” ทีมประเทศไทยในเนปาลจึงได้ริเริ่มโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้ชาวเนปาลไปศึกษาต่อในประเทศไทยเพิ่มขึ้น อาทิ โครงการ Destination Thailand ซึ่งเชิญผู้แทนมหาวิทยาลัยต่างๆ ของไทยมาจัดนิทรรศการเพื่อประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัย และให้ข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งได้รับความสนใจจากนักเรียนและนักศึกษาชาวเนปาล รวมทั้งผู้ปกครอง และสื่อมวลชนอย่างมาก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกธุมานยังได้ประสานงานให้มีการจัดทำความตกลงระหว่างสถาบัน การศึกษาต่างๆ ของไทยกับเนปาลเพื่อส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ รวมทั้งได้สนับสนุนให้มีการจัดตั้งสมาคมนักเรียนเก่าไทยในเนปาลด้วย

(5) มิติด้านธุรกิจและนวัตกรรม

ทีมประเทศไทยในเนปาลได้จัดโครงการเพื่อประชาสัมพันธ์ความก้าวหน้าด้านนวัตกรรมต่างๆ ของไทย อาทิ การจัดนิทรรศการ Thailand Today และนิทรรศการ Destination Thailand เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ของไทย โดยเชิญโรงพยาบาลชั้นนำ เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพฯ โรงพยาบาลพญาไท โรงพยาบาลเวชธานี โรงพยาบาลสมิติเวช ฯลฯ มาจัดนิทรรศการเพื่อแนะนำการให้บริการทางการแพทย์แก่ชาวเนปาลควบคู่ไปกับนิทรรศการส่งเสริมการท่องเที่ยว และงานแสดงสินค้าจากประเทศไทย

3.3 ผลการดำเนินการ

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่า การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและใช้เวลานานกว่าที่จะเห็นผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม ประเมินผลการดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาลเฉพาะในกรอบเวลาที่ศึกษา (ปี 2551 – 2555) อาจกล่าวได้ว่า โครงการต่างๆ ที่ทีมประเทศไทยดำเนินการในช่วงเวลาดังกล่าว มีส่วนสนับสนุนเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาลในเบื้องต้น ดังนี้

3.3.1 ผลลัพธ์ด้านการเมืองและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

การที่รัฐบาลไทยและทีมประเทศไทยในเนปาลดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เป็นมิตรต่อเนปาล ให้การสนับสนุนกระบวนการสันติภาพของเนปาลอย่างสร้างสรรค์ โดยแสดงท่าทีชัดเจนที่ไม่ต้องการแทรกแซงกิจการภายในของเนปาล รวมทั้งสนับสนุนเนปาลในเวทีระหว่างประเทศมาโดยตลอด ส่งผลให้เนปาลดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เป็นมิตรกับไทย โดยเนปาลได้สนับสนุนไทยในการสมัครรับการเลือกตั้งตำแหน่งต่างๆ ในองค์กรระหว่างประเทศทุกตำแหน่งที่ไทยสมัครระหว่างปี 2551-2555 โดยไม่มีเงื่อนไขหรือเสนอข้อแลกเปลี่ยนใดๆ นอกจากนี้ ผู้แทนระดับสูงของเนปาล ได้แก่ นายกรัฐมนตรี รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีต่างประเทศ รัฐมนตรีมหาดไทย ฯลฯ ยังได้เดินทางเยือนประเทศไทยหรือมีการหารือกับฝ่ายไทยในหลายโอกาส

3.3.2 ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน

แม้ว่าการค้าการลงทุนระหว่างไทยและเนปาลในช่วงปี 2551 – 2555 จะยังไม่มีขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญมากนัก โดยการค้ารวมเฉลี่ยต่อปีในช่วงเวลาดังกล่าวมีมูลค่าประมาณ 65-80 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งไทยเป็นฝ่ายได้เปรียบดุลการค้ามาโดยตลอด อย่างไรก็ตาม การจัดโครงการด้านเศรษฐกิจของทีมประเทศไทย อาทิ โครงการ Destination Thailand และโครงการ Thailand Today เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การแพทย์ และสินค้าไทย ได้รับความสนใจจากชาวเนปาลและชาวต่างชาติที่อยู่ในเนปาลอย่างมาก สื่อท้องถิ่นของเนปาล ทั้งหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และรายการโทรทัศน์ได้รายงานข่าวการจัดงานดังกล่าวอย่างกว้างขวาง ซึ่งสามารถประชาสัมพันธ์ประเทศไทยได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ คณะนักธุรกิจเนปาลจากสภาหอการค้าและอุตสาหกรรมเนปาล (Federation of Nepal Chamber of Commerce and Industry) ซึ่งเป็นนักธุรกิจชั้นนำของเนปาลยังได้จัดคณะไปเยือนประเทศไทย โดยมีเอกอัครราชทูต ณ กรุงกาฐมาณฑุนำคณะไปด้วยตนเอง และได้มีการเจรจาธุรกิจกับภาคเอกชนไทย ซึ่งนำไปสู่ความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างกัน และมีการนำเข้าผลิตภัณฑ์จากไทยมาจำหน่ายในเนปาลเพิ่มมากขึ้น อาทิ เฟอร์นิเจอร์จากบริษัท Index ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแชมพู Kodomo Shokobutsu และ Kirei Kirei ของบริษัท Lion ประเทศไทย รวมทั้งเครื่องดื่มชูกำลัง (Energy Drink) ตรา Rhino จากเครือบริษัทไทยนครพัฒนา

3.3.3 ผลลัพธ์ด้านสังคม และการเชื่อมโยงในระดับประชาชน

โครงการต่างๆ ที่ทีมประเทศไทยในเนปาลดำเนินการ ทั้งด้านวัฒนธรรม (การแสดงนาฏศิลป์ เทศกาลอาหารไทย เทศกาลภาพยนตร์ไทย ฯลฯ) โครงการด้านศาสนา (การอัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทานไปทอดถวายที่วัดพุทธต่างๆ ในเนปาล การบูรณะฟื้นฟูสิ่งขลังสถานลุมพินี ฯลฯ) โครงการเพื่อสาธารณประโยชน์ต่างๆ (โครงการผ่าตัดตาต่อกระจกและตรวจสุขภาพแก่ผู้ยากไร้ชาวเนปาล การบริจาคผ้าห่ม ยารักษาโรค การสร้างโรงเรียนและห้องสมุด รวมถึงการฝึกอบรมทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ผู้นำชุมชน) และการให้ความช่วยเหลือเพื่อพัฒนา (ความ

ร่วมมือด้านวิชาการ การให้ทุนการศึกษาแก่เจ้าหน้าที่ภาครัฐของเนปาล) ฯลฯ มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชน ทำให้ชาวเนปาลมีทัศนคติที่ดีและมีความนิยมประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากการที่มีผู้เข้าร่วมโครงการเป็นจำนวนมาก มีการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวการจัดงานผ่านสื่อต่างๆ อย่างกว้างขวาง ซึ่งผู้เข้าร่วมงานได้ให้ข้อคิดเห็นในทางบวกและชื่นชมประเทศไทยทั้งในด้านศิลปะ วัฒนธรรม และการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาแก่เนปาล ซึ่งนำไปสู่ความไว้วางใจ และเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์ในมิติอื่นๆ ระหว่างไทยและเนปาล

3.4 การวิเคราะห์ SWOT การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาล

การวิเคราะห์ประสิทธิภาพและข้อจำกัดต่างๆ ในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-เนปาล สามารถใช้เครื่องมือวิเคราะห์พื้นฐานได้แก่ SWOT Analysis ดังนี้

ตารางวิเคราะห์ SWOT

การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย – เนปาล

<p style="text-align: center;">จุดแข็ง (Strengths)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ การมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกัน ○ ไม่มีความขัดแย้ง ○ บทบาทการเป็นประเทศผู้ให้และต้นแบบด้านการพัฒนาของไทยต่อเนปาล 	<p style="text-align: center;">จุดอ่อน (Weaknesses)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ ทัศนคติของไทยต่อเนปาล ○ ปัญหาความยากจนและการพัฒนา ○ เสถียรภาพและความมั่นคงทางการเมืองของเนปาล
<p style="text-align: center;">โอกาส (Opportunities)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ กระแสโลกาภิวัตน์ ○ ความพยายามของเนปาลที่ต้องการลดการพึ่งพาอินเดีย 	<p style="text-align: center;">อุปสรรค (Threats)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ บทบาทของประเทศผู้ให้อื่นๆ ○ บทบาทของอินเดียในฐานะผู้นำในภูมิภาคเอเชียใต้

3.4.1 จุดแข็ง (Strengths)

(1) ไทยและเนปาลมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกัน โดยเฉพาะมิติด้านศาสนา ซึ่งวัฒนธรรมของทั้งสองประเทศได้รับอิทธิพลจากศาสนาพุทธและฮินดู จึงช่วยให้ไทยสามารถใช้วัฒนธรรมและศาสนาเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

และทำให้การสื่อสารและการทำความเข้าใจในระดับประชาชนโดยใช้วัฒนธรรมและศาสนาเป็นสื่อสามารถทำได้ง่าย

(2) ไทยกับเนปาลไม่มีประวัติศาสตร์ความขัดแย้งระหว่างกัน จึงไม่มีประเด็นทางสังคมจิตวิทยาที่จะเป็นอุปสรรคต่อการขยายความสัมพันธ์และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างกัน

(3) ภาพของประเทศไทยในสายตาของชาวเนปาล โดยทั่วไป คือเป็นประเทศที่มีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเล (เนื่องจากเนปาลเป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล) ชาวเนปาลมีทัศนคติทางบวกต่อประเทศไทย โดยเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาแก่เนปาล

3.4.2 โอกาส (Opportunities)

(1) กระแสโลกาภิวัตน์ที่เกิดขึ้นในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงกันทั้งในแง่พื้นที่ (space) และเวลา (time) ทั่วทุกมุมโลก โดยมีสื่อใหม่ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ที่ประชากรจำนวนมากสามารถเข้าถึงได้ จึงเป็นการสร้างโอกาสในการขยายความสัมพันธ์ระดับประชาชน ซึ่งทีมประเทศไทยในเนปาลสามารถใช้สื่อใหม่ดังกล่าวในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทย หรือสามารถใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาลผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ ไปสู่ภาครัฐและประชาชนเนปาลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง ทั่วถึงและรวดเร็วมากขึ้น

(2) แม้เนปาลจะมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับอินเดียซึ่งเป็นประเทศมหาอำนาจในภูมิภาคเอเชียใต้ แต่ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในลักษณะที่เนปาลต้องพึ่งพาอินเดียในด้านต่างๆ อยู่มาก ซึ่งเนปาลมักมีความรู้สึกหวาดกลัวว่าตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของอินเดีย และถูกอินเดียแทรกแซงกิจการภายในบ่อยครั้ง จึงประสงค์ที่จะลดอิทธิพลในด้านต่างๆ ของอินเดียที่มีต่อประเทศตนไม่ให้สูงเกินไป ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม จึงเป็นโอกาสสำหรับประเทศนอกภูมิภาค เช่นประเทศไทยที่จะใช้ Soft Power ในการขยายความสัมพันธ์ระดับประชาชนกับเนปาล เช่น การศึกษา การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ฯลฯ

3.4.3 จุดอ่อน (Weaknesses)

(1) ทัศนคติของคนไทยโดยทั่วไปต่อประชาชนภูมิภาคเอเชียใต้ รวมถึงเนปาลค่อนข้างจะอยู่ในด้านลบ โดยมักจะมองอุปนิสัย วิถีความคิด รวมทั้งสถานะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมของเนปาลว่าล้าหลังกว่าประเทศไทย ซึ่งความรู้สึกในลักษณะดังกล่าวจะเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานการทูตสาธารณะ ซึ่งอาจต้องใช้ภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งบางครั้งแทนที่จะเกิด

ผลดี อาจกลับกลายเป็นการสร้างความเข้าใจผิดและก่อให้เกิดทัศนคติในทางลบต่อประเทศไทยและประชาชนไทยได้

(2) เนปาลมีสถานะค่อนข้างยากจน โดยจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีระดับการพัฒนา น้อยที่สุด (Least Developed Country: LDC) ซึ่งจะทำให้ช่องทางการดำเนินการทูตสาธารณะมี ข้อจำกัด อาทิ จำนวนประชากรเป้าหมายที่มีศักยภาพ หรือมีรายได้สูงเพียงพอสำหรับการทำธุรกิจ กับต่างประเทศ ไปศึกษาต่อ หรือท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้อาจมีจำนวนไม่มากนัก

(3) เนปาลยังประสบปัญหาด้านเสถียรภาพทางการเมืองและความมั่นคง ภายในประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยครั้ง รวมทั้งยังมีการประท้วงโดยกลุ่มต่างๆ ทั้งที่สังกัด พรรคการเมืองและกลุ่มที่ต้องการเรียกร้องเรื่องต่างๆ จากรัฐบาลอยู่เป็นประจำ

ซึ่งสถานการณ์ด้านความมั่นคงดังกล่าวอาจเป็นอุปสรรคต่อการขยายการค้า การดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะของไทยในเนปาล โดยเฉพาะในกรณีที่เกิดกิจกรรมในลักษณะ การแลกเปลี่ยนการเยือนระดับประชาชน

3.4.4 อุปสรรค (Threats)

ปัจจัยภายนอกที่อาจเป็นอุปสรรคต่อประสิทธิผลของการใช้ Soft Power ของไทยผ่านการ ดำเนินการทูตสาธารณะต่อเนปาล ได้แก่ ภัยคุกคามของประเทศอินเดีย ซึ่งถือเป็นประเทศผู้นำใน ภูมิภาคเอเชียใต้ และเป็นประเทศที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อเนปาลทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และ สังคม ซึ่งแม้ว่าเนปาลไม่ต้องการอยู่ภายใต้อิทธิพลหรือการครอบงำของอินเดีย อย่างไรก็ตาม ข้อเท็จจริงแล้ว เนปาลยังจำเป็นต้องพึ่งพาอินเดียในทุกๆ ด้าน นอกจากนี้ ประเทศมหาอำนาจ ตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สมาชิกสหภาพยุโรป ออสเตรเลีย รวมทั้งประเทศ มหาอำนาจของเอเชีย โดยเฉพาะจีน และญี่ปุ่น ต่างก็เห็นความสำคัญของเนปาลต่อผลประโยชน์ ทางการเมือง เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน และประเทศต่างๆ ดังกล่าวก็ได้ดำเนินนโยบาย การทูตสาธารณะต่อเนปาลโดยใช้ Soft Power โดยเฉพาะการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา อาทิ การสนับสนุนเงินช่วยเหลือแบบให้เปล่าหรือดอกเบี้ยต่ำเพื่อก่อสร้างระบบสาธารณูปโภค และ โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สนามบิน โรงงานผลิตกระแสไฟฟ้า ฯลฯ ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับเงินบริจาคหรือมูลค่าความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาที่ประเทศไทยให้กับเนปาล

อย่างไรก็ดี แม้ว่าการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาล จะมีจุดอ่อนและอุปสรรคอยู่บ้างตามที่ได้กล่าวแล้ว แต่จากจุดแข็งและ โอกาสที่มีอยู่มาก ทำให้ทีม ประเทศไทยในเนปาลสามารถใช้ประโยชน์จาก Soft Power ของประเทศไทยในการดำเนิน ความสัมพันธ์กับเนปาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ

ความเชื่อมโยงระหว่างประชาชนต่อประชาชน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์
ระหว่างไทยและเนปาลในภาพรวมด้วย

บทที่ 4

ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

มิติด้านวัฒนธรรมและศาสนา เป็น Soft Power ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย วัฒนธรรมไทยในด้านต่างๆ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในต่างประเทศ อาทิ นาฏศิลป์ไทย อาหารไทย มวยไทย รวมทั้งวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น ภาพยนตร์ไทย ก็สามารถสร้างความสนใจในระดับนานาชาติ โดยมีภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องได้รับรางวัลจากเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ ในขณะที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางด้านพุทธศาสนาที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก Soft Power ด้านอื่นๆ ของไทยได้แก่การมีนโยบายต่างประเทศที่ไม่มีความขัดแย้ง และเป็นมิตรกับทุกประเทศ เคารพในสิทธิมนุษยชน มีบทบาทที่รับผิดชอบและสร้างสรรค์ในเวทีโลก มีนโยบายที่ให้ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ ซึ่งรวมถึงความร่วมมือทางวิชาการ และการลดช่องว่างการพัฒนาในภูมิภาคต่างๆ ไทยยังมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมบริการ มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาที่มีคุณภาพในระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาค รวมทั้งมีความก้าวหน้าด้านนวัตกรรมและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (creative economy) โดยเฉพาะในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นไทยซึ่งมีเอกลักษณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์สปา หรือสมุนไพรไทย โดยผลิตภัณฑ์ของไทยหลายประเภทมีศักยภาพที่จะได้รับการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้เป็นสินค้าระดับโลก (world class product) Soft Power ดังกล่าวเป็นเครื่องมือทางการทูตที่ทรงพลังในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศต่างๆ

การที่ประเทศใดประเทศหนึ่งสามารถใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความจำเป็นที่จะต้องประมวล และวิเคราะห์ Soft Power ของตนเอง และกำหนดวิธีการเพื่อนำ Soft Power มาใช้อย่างเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น กรณีที่ประเทศไทยในเนปาลที่ใช้มิติด้านวัฒนธรรมเป็นตัวนำ ผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะต่างๆ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาล โดยเฉพาะในระดับประชาชน รวมถึงการใช้ Soft Power อื่นๆ เช่น บทบาทของไทยในฐานะประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาแก่เนปาล รวมทั้งความนิยมต่อสินค้าและนวัตกรรม

ต่างๆ ของไทย เป็นเครื่องมือเสริมในการดำเนินความสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ของไทยต่อเนปาล

4.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการดำเนินการเรื่องการใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ดังนี้

4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1) ควรมีการจัดตั้งกลไกระดับนโยบาย ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานหลักและหน่วยงานสนับสนุน ซึ่งอาจได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม กรมประชาสัมพันธ์ กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฯลฯ เพื่อทำหน้าที่กำหนดกลยุทธ์ในการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ที่ประเทศไทยมีอยู่ในการดำเนินความสัมพันธ์กับต่างประเทศ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมอง Soft Power ของประเทศไทยในภาพใหญ่ และมีความเข้าใจตรงกันว่าอะไรที่เป็น Soft Power ของประเทศไทย เพื่อให้สามารถดึงดูดและต้นทุนที่ประเทศไทยมีอยู่มาใช้ได้อย่างเต็มที่ โดยจะต้องกำหนดนโยบายและการดำเนินการที่ชัดเจน สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพและมีบูรณาการ

2) รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการสร้างแบรนด์ให้กับประเทศไทย (Nation branding) เพื่อสร้างหรือพัฒนาอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ หรือชื่อเสียงของประเทศไทยให้เด่นชัด รวมทั้งการสื่อสารอัตลักษณ์นั้นออกไปอย่างชัดเจน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จัก และช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งการสร้างแบรนด์ของประเทศอาจใช้แหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศไทยเป็นตัวตั้ง เช่น การส่งเสริมอาหารไทย ผลิตภัณฑ์สปาไทย หรือศาสตร์การนวดแผนโบราณของไทยให้ได้รับการยอมรับในระดับโลก ในลักษณะเดียวกับโครงการ “ครัวไทยสู่โลก” ซึ่งจะเป็นการสร้าง Soft Power ให้กับประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย

3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (creative economy) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งและวิถีความเป็นไทย ซึ่งเป็น Soft Power ที่โดดเด่นของไทย เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) ซึ่งสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทย และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยกับประเทศต่างๆ ในโลก

4) ให้ความสำคัญกับการสร้างพลังร่วม (synergy) และการสร้างเครือข่าย (network) ในการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ของไทยเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม โดยสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ กับองค์กรมหาชน องค์กรภาคเอกชน และองค์กรภาคประชาสังคม โดยควรกำหนดบทบาทของหน่วยงานต่างๆ ว่าจะสามารถสนับสนุนนโยบายการทูตสาธารณะของไทยและเพิ่ม Soft Power ในด้านต่างๆ ของไทยได้อย่างไร ทั้งนี้ รวมถึงบทบาทของบริษัทข้ามชาติต่างๆ ของไทย เช่น บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ บริษัทอิตาเลียน-ไทย บริษัทการบินไทยฯ หรือธนาคารไทยที่มีธุรกิจในด้านต่างประเทศและดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ในต่างประเทศอยู่แล้ว

5) ควรมีการปรับกลยุทธ์ และเลือกใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ รวมทั้งต้องสอดคล้องกับเป้าหมายทางยุทธศาสตร์รายประเทศด้วย

6) กำหนดบทบาทและภารกิจที่ชัดเจนของมูลนิธิไทย (Thailand Foundation) ซึ่งควรเป็นองค์กรอิสระหลักที่เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยซึ่งเป็น Soft Power ที่โดดเด่นของไทยแก่ประชาชนในประเทศต่างๆ ผ่านการทูตสาธารณะ โดยมูลนิธิไทยสามารถสนับสนุนการสร้างแบรนด์ให้กับประเทศไทย (Thailand Branding) และส่งเสริมความนิยมไทยให้ส่งผลไปสู่ผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ โดยมูลนิธิไทยอาจมีบทบาทและมีการดำเนินการเช่นเดียว กับองค์กรในลักษณะเดียวกันของต่างประเทศ อาทิ British Council L'Alliance Francais และสถาบัน Goethe

4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

ข้อเสนอแนะในการดำเนินการเพื่อใช้ประโยชน์จาก Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ทีมประเทศไทย) สามารถพิจารณาดำเนินการได้ทันที มีดังนี้

1) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่ดีกับกลุ่มต่างๆ ในประเทศเป้าหมาย อาทิ กลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้นำทางความคิด ผู้นำสาขาอาชีพต่างๆ ผู้นำในอนาคต และสื่อมวลชน และใช้ความโดดเด่นของ Soft Power ของไทยด้านศิลปวัฒนธรรม การศึกษา นวัตกรรม และการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เป็นมิตรและสร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศเพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่ม Friends of Thailand ผ่านการแลกเปลี่ยนการเยือนต่างๆ โดยเฉพาะในระดับเยาวชน

2) ควรหา “พันธมิตร” ซึ่งอาจเป็นภาครัฐ เอกชน หรือภาคประชาสังคมในประเทศเป้าหมายที่สามารถร่วมดำเนินโครงการต่างๆ กับทีมประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3) ใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชน ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และสื่อสมัยใหม่ อาทิ สื่อออนไลน์ต่างๆ ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในด้านต่างๆ โดยเฉพาะการ

จัดทำเว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐเพิ่มเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านบวกของไทย เพื่อให้ผู้ชมทั่วโลกสามารถเข้าถึงข้อมูลที่ทางการไทยต้องการเผยแพร่ได้ รวมทั้งจัดให้มีการแลกเปลี่ยนการเชื่อมระหว่างสื่อมวลชนของไทยกับสื่อมวลชนของประเทศเป้าหมาย รวมถึงบุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิดและมีอิทธิพลต่อสื่อเป็นประจำ

4) ใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อในการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่เป็น Soft Power ของไทย โดยอาจการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยในประเทศเป้าหมาย เนื่องจากภาพยนตร์เป็นสื่อบันเทิงที่สามารถเข้าถึงประชาชนในวงกว้างได้ง่าย โดยควรเลือกประเภทของภาพยนตร์ที่เหมาะสมกับรสนิยมของผู้ชมในประเทศนั้นๆ

5) พิจารณาเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานสำคัญๆ เช่นการประชุม หรือการแข่งขันกีฬาระดับโลก เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

6) ให้ความสำคัญกับการส่งคณะเจ้าหน้าที่เข้าร่วมปฏิบัติการรักษาสันติภาพต่างๆ ในนามของสหประชาชาติ เพื่อแสดงให้เห็นถึงบทบาทที่สร้างสรรค์ของไทยในฐานะประเทศที่มีความรับผิดชอบต่อสันติภาพของโลก

7) ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการให้ความช่วยเหลือต่อประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อยกว่าไทยในสาขาที่ไทยมีความเชี่ยวชาญและตามความต้องการของประเทศเป้าหมาย เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย

8) ส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการ การแลกเปลี่ยนบุคลากรด้านการศึกษา การจัดสัมมนาต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทย รวมถึงการดำเนินกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังค่านิยมและสร้างมิตรภาพระหว่างประเทศ โดยควรมีการจัดกิจกรรมดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ควรจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับผู้ที่เคยเข้าร่วมโครงการฯ และเคยรับทุนการศึกษาจากประเทศไทย สนับสนุนการจัดตั้งสมาคมนักเรียนเก่าไทยในประเทศเป้าหมาย รวมทั้งจัดกิจกรรมพบปะหารือระหว่าง Friends of Thailand เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นของประเทศเป้าหมายต่อประเทศไทย

ปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญกับการใช้ Soft Power ในการขับเคลื่อนนโยบายต่างประเทศมากกว่าการใช้อำนาจในรูปแบบเดิม หรือ Hard Power เช่น อำนาจทางทหาร เนื่องจาก Soft Power เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้อย่างแนบเนียน มีความยั่งยืน และไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณสูงมากนัก ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้ Soft Power ที่มีอยู่ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับต่างประเทศ เพื่อรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของไทยในประเทศเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและมีบูรณาการระหว่างทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

บรรณานุกรม

หนังสือ

Nye, Jr., Joseph S. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. New York: Basic Books, 1990.

Nye, Jr., Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004.

Wilding M Colin. Measuring the Effectiveness of Public Diplomacy: the UK Approach. BBC World Service, November 1, 2007.

ปิยภัคดี ศรีเจริญ แนวทางการพัฒนาการทูตสาธารณะในภูมิภาคเอเชียใต้ รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 3 ประจำปี 2554.

คำแถลงนโยบาย

คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา 23 สิงหาคม 2554.

เอกสารราชการ

ยุทธศาสตร์ไทยต่อเอเชียใต้ กองเอเชียใต้ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา มกราคม 2553.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

McClory, Jonathan. The New Persuaders: an International Ranking of Soft Power. Institute for Government website, <http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications>, (2010-1-07).

Yuwa Hedrick-Wong, Master Card Index of Global Destination Cities: Cross-Border Travel and Expenditures, <http://insights.mastercard.com/position-papers/mastercard-index-of-global-destination-cities-cross-border-travel-and-expenditures/>, (2011).

CNNGo Staff, World's 50 Most Delicious Foods . CNNGo Website, <http://www.cnn.go.com/explorations/eat/worlds-50-most-delicious-foods-067535?page=0,2>, (2011).

The Nation.Thailand Voted Fourth Best World Destination., <http://www.nationmultimedia.com/2011/09/12/national/Thailand-voted-fourth-best-world-destination-30165060.html>
(September 12, 2011).

Ranking Web of World Universities, http://www.webometrics.info/top100_continent.asp?cont=asia

สิทธิพล เจริญรัตติกาล แนวคิดเรื่อง Soft Power และการทูตสาธารณะ, <http://kositthiphon.blogspot.com/2008/12/soft-power-public-diplomacy.html>, (2008).

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, <http://inter.mua.go.th/main2/article.php?id=5>

ประวัติผู้เขียน

นายอติ ม้ามณี

เกิด	29 พฤศจิกายน 2510
การศึกษา	ปริญญาตรี รัฐศาสตร์บัณฑิต (สาขาการต่างประเทศ) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เกียรตินิยมอันดับ 2 รางวัลพระราชทาน “ทุนภูมิพล” M.A. in Public Administration, University of Southern California (USC)
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่การทูต 4 กองลาดินอเมริกา กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ (2535) เจ้าหน้าที่การทูต 5 สำนักงานปลัดกระทรวงฯ (2536) กงสุล สถานกงสุลใหญ่ ณ นครแวนคูเวอร์ (2539) เจ้าหน้าที่การทูต 6 กองยุโรป 1 กรมยุโรป (2544) เจ้าหน้าที่การทูต 7 กองยุโรป 1 กรมยุโรป (2545) เจ้าหน้าที่การทูต 7 สำนักงานรัฐมนตรี (2547) เจ้าหน้าที่การทูต 7 กรมเอเชียตะวันออก (2548) ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (2551) อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงกัวลาลัมเปอร์ (2554) นักการทูตชำนาญการพิเศษ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา (2555) ผู้อำนวยการกองเอเชียใต้ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา (29 มิถุนายน 2555 – ปัจจุบัน)