



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การดำเนินงานการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริม
ผลประโยชน์ของไทยในความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์

จัดทำโดย นางอุรษา มงคลนาวิน
รหัส 6007

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การดำเนินงานการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริม
ผลประโยชน์ของไทยในความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์

จัดทำโดย นางอุรษา มงคลนาวิน
รหัส 6007

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ปี 2557
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชูเกียรติ พันัสพรประสิทธิ์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(เอกอัครราชทูต สุจิตรา หิรัญพฤษ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลอย สืบวิเศษ)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

กาตาร์เป็นประเทศขนาดเล็กในทางภูมิศาสตร์ แต่ในทางเศรษฐกิจเป็นประเทศที่มีลักษณะของตลาดเกิดใหม่ที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงอย่างต่อเนื่อง รายได้ส่วนใหญ่ของกาตาร์มาจากการส่งออกน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ในปี 2548 World Economic Forum ได้จัดให้กาตาร์เป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงที่สุดในโลกอาหรับ จากการที่กาตาร์เริ่มมีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและเติบโตอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา จึงเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงต่อไทย รัฐบาลไทยจึงเห็นชอบให้เปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ซึ่งได้เปิดทำการเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2545 เพื่อดำเนินงานส่งเสริมความสัมพันธ์กับกาตาร์และแสวงหาโอกาสด้านเศรษฐกิจการค้าที่จะเป็นผลประโยชน์ของไทยในกาตาร์ให้มากยิ่งขึ้น ความสัมพันธ์ระหว่างไทย-กาตาร์เป็นไปในลักษณะมิตรประเทศ เจ้าผู้ครองรัฐกาตาร์มีทัศนคติที่ดีมากต่อประเทศไทย แต่ในระดับประชาชนทั่วไปยังรู้จักประเทศไทยน้อยมาก ผลประโยชน์ที่ไทยมีอยู่กับกาตาร์ยังจำกัดอยู่ที่การเป็นแหล่งพลังงานและตลาดแรงงานไทย นอกจากนี้ ชาวกาตาร์และรัฐกาตาร์มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากชาวไทยและประเทศไทยค่อนข้างมาก ทั้งในด้านลักษณะทางภูมิศาสตร์และความแตกต่างทางสังคม วัฒนธรรม และความเป็นอยู่

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ตระหนักถึงโอกาสและอุปสรรคเหล่านี้ นับตั้งแต่ที่เริ่มเปิดดำเนินการ จึงให้ความสำคัญกับการใช้ Soft Power และการทูตสาธารณะควบคู่ไปกับกลไกการค้าดำเนินงานทางการทูตตามปกติ เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมความสัมพันธ์ใกล้ชิดในระดับประชาชนของทั้งสองประเทศ และเพื่อให้ผลประโยชน์ที่ไทยมีอยู่กับกาตาร์ขยายตัวไปด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น โดยได้เลือกใช้ Soft Power ที่ไทยมีที่สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์ โดยคำนึงถึงข้อจำกัดและเงื่อนไขต่างๆ ของสังคมกาตาร์ การใช้ Soft Power และการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้น ส่งผลให้ในปัจจุบันกาตาร์เป็นผลประโยชน์ของไทยหลายด้าน โดยนอกเหนือจากการเป็นแหล่งพลังงาน LNG รายใหญ่ที่สุดของไทย และการเป็นตลาดแรงงานที่สำคัญ กาตาร์ได้กลายเป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (medical tourism) เป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงสำหรับสินค้าไทย โดยมีการนำเข้าสินค้าไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้าไทยที่เป็นที่นิยมของชาวกาตาร์ และเป็นมิตรประเทศของไทยที่ได้แสดงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางการเมืองไทยในปัจจุบัน และเชื่อมั่นในเสถียรภาพทางการเมืองไทย จากกรณีรัฐประหารและการบริหารประเทศโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติเมื่อเดือนมิถุนายน 2557 รายงานการศึกษานี้ได้ศึกษาว่า อะไรคือ Soft Power ของไทยที่สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์ที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์และผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ จาก Soft Power และกิจกรรมการทูตสาธารณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ เลือกใช้และดำเนินการนับตั้งแต่เปิดทำการในปี 2545 จนถึงปี 2557 เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปว่า ในการที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์และผลประโยชน์ระหว่างกันให้มากขึ้นต่อไป ควรให้ความสำคัญกับ Soft Power ตัวใดต่อไป และใช้ Soft Power ตัวใหม่ๆ ตัวใด พร้อมทั้งได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความนิยมชมชอบของชาวกาตาร์ต่อประเทศไทย

อย่างยั่งยืน ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับ Soft Power และการทูตสาธารณะของ Joseph S. Nye และนักวิชาการที่เกี่ยวข้องมาศึกษา ซึ่ง Joseph S. Nye ได้อธิบาย Soft Power ว่าคืออำนาจในอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ประเทศอื่นๆ ปฏิบัติตามความต้องการของเราโดยไม่จำเป็นต้องบังคับ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นพอใจในการเลือกที่สอดคล้องกับความต้องการของเรา เป็นการใช้อำนาจเชิงดึงดูด เพื่อนำไปสู่การยอมรับโดยดุษณี ซึ่งต่างไปจากการใช้อิทธิพลที่ต้องอาศัยอำนาจในลักษณะ Hard Power โดยนอกจากรัฐบาลเป็นตัวแสดงหลักในการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศแล้ว ยังมีตัวแสดงที่มีใช้รัฐ ที่มีบทบาทในการต่างประเทศ ในส่วนของแหล่งที่มาของ Soft Power ได้ศึกษาจากแนวคิดของนาย Jonathan McClory ที่ได้ระบุแหล่งทรัพยากรอันเป็นที่มาของ Soft Power ที่สามารถกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมไว้ 5 ด้าน ได้แก่ รัฐบาล วัฒนธรรม นโยบายทางการทูต การศึกษา ธุรกิจและนวัตกรรม จากการศึกษาการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ได้ข้อสรุปว่า แหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับกาตาร์ ได้แก่ (1) วัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย อาหารไทย ศิลปะไทยและศาสนา (2) ธุรกิจและนวัตกรรม ซึ่งประกอบด้วย สปาไทย การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าไทยแบรนด์ไทยที่เป็นงานฝีมือประณีตและมีราคาสูง และ (3) การศึกษา

ผู้ศึกษาได้นำโมเดล Boston Consulting Group Matrix (BCG Matrix) มาใช้ศึกษาเปรียบเทียบ Soft Power กลุ่มต่างๆ ที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ข้อสรุปว่า Soft Power กลุ่มใดมีแนวโน้มที่จะสอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์มากกว่ากลุ่มอื่น โดยได้ประยุกต์หลักเกณฑ์ที่พิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตของตลาด มาเป็นการได้รับความนิยมและความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย และแนวโน้มในการได้รับความนิยมหรือความสนใจเพิ่มขึ้นหรือลดลงของกลุ่มเป้าหมายต่อ Soft Power กลุ่มนั้นๆ โดยผู้ศึกษาได้รวบรวมความเห็นของผู้ที่รับผิดชอบในการกำหนดและการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะของไทยต่อกาตาร์ เอกสารของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา และสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ไทยที่เกี่ยวข้องในภูมิภาคตะวันออกกลาง และหน่วยงานของกระทรวงการต่างประเทศ ระหว่างปี 2545 – 2557 ตลอดจนประสบการณ์ตรงของผู้ศึกษาเมื่อครั้งปฏิบัติหน้าที่คู่สมรสของอัครราชทูตที่ปรึกษา/ รองหัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ระหว่างปี 2556 – 2557

ผลการศึกษาได้ข้อสรุปว่า วัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรมเป็นกลุ่ม Soft Power ที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพสูงสุดในการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา มาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในการที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับกาตาร์ให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้นและผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต ควรให้ความสำคัญในการใช้ Soft Power สองกลุ่มดังกล่าวโดยเฉพาะอาหารไทย สปาไทย การท่องเที่ยวไทยในเชิงพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับ Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมย่อยในส่วนของนาฏศิลป์และวัฒนธรรมของไทยนั้นอาจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การนำเสนอเพื่อให้สามารถครองความสนใจจากชาวกาตาร์ได้อย่างมากต่อไป ส่วนศิลปะสมัยใหม่และศาสนาจัดเป็น Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมตัวใหม่ที่มีศักยภาพสูงในการได้รับความนิยมจากชาวกาตาร์ สำหรับ

ศาสนาเป็นด้านที่มีศักยภาพสูงเช่นกัน โดยดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อบังคับและค่านิยมทางศาสนา และสังคมของกาตาร์ สำหรับการศึกษาที่จัดเป็น Soft Power ที่ช่วยส่งเสริมความใกล้ชิดของความสัมพันธ์ในระดับพระราชวงศ์และระดับสูงระหว่างไทย - กาตาร์เป็นอย่างมาก และได้วางรากฐานสำหรับการต่อยอดความร่วมมือด้านการศึกษาต่อไป จึงเป็นด้านที่ไทยควรให้ความสนใจเพิ่มขึ้นและกระตุ้นฝ่ายกาตาร์เพื่อแสวงหาหนทางที่จะดำเนินการร่วมกันให้ได้จริงจังกเป็นรูปธรรม

ผู้ศึกษาได้จัดทำข้อเสนอแนะเรื่องการใช้ Soft Power ในการทูตสาธารณะในภาพรวม และบทบาทการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา เพื่อรักษาและส่งเสริมความสัมพันธ์และผลประโยชน์ที่ไทยมีอยู่กับกาตาร์ให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน โดยข้อเสนอแนะเชิงนโยบายได้แก่ ข้อเสนอการจัดตั้งคณะทำงานในระดับนโยบายด้านการทูตสาธารณะของไทยเพื่อเป็นกลไกกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะในภาพรวมของไทย การวางแผนการดำเนินงานในด้านนี้ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การดำเนินความสัมพันธ์ของไทยกับประเทศเป้าหมาย และประเมินสภาพเงื่อนไขของปัจจัยต่างๆ ในท้องถิ่นของประเทศเป้าหมายที่อาจมีการปรับเปลี่ยนไปในแต่ละช่วงเวลา การให้ความสำคัญกับการสร้างตราแห่งชาติในสินค้าและบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของไทย การสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม มาผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทย และการฝึกอบรมและความรู้แก่ข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศในเรื่อง Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะอย่างจริงจังเพื่อให้สามารถปฏิบัติหน้าที่ด้านนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับข้อเสนอในเชิงปฏิบัติ ได้แก่ การให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะเนื่องจากเป็นงานที่ต้องใช้เวลานานจึงจะเห็นผล การสำรวจช่องทางใหม่ๆ และโอกาสใหม่ๆ ในการใช้ Soft Power ตัวที่มีอยู่ที่เคยใช้อยู่แล้วหรือตัวใหม่ๆ ที่ไทยมี ที่สอดคล้องกับความชอบและรสนิยมของสาธารณชนในประเทศเป้าหมาย การใช้โอกาสสำคัญๆ ในประเทศเป้าหมาย จัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทยเป็นงานขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก เพื่อให้เกิดผลในวงกว้าง การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของ Soft Power ของประเทศเป้าหมาย เพื่อนำมาจับคู่กับ Soft Power ของไทยและนำเสนอเป็นกิจกรรมการทูตสาธารณะที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อไทยและประเทศเป้าหมาย การให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่ดีกับกลุ่มต่างๆ ในประเทศเป้าหมาย และการให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนไทยในประเทศต่างๆ เพราะเป็นผู้สะท้อนภาพลักษณ์ไทยที่สำคัญยิ่งในประเทศเป้าหมาย

โดยที่การใช้ Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮาประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์และผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ โดยเน้นการใช้ Soft Power หลักๆ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัฒนธรรมและกลุ่มธุรกิจและนวัตกรรม โดยเลือกตัวที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์ และคำนึงถึงเงื่อนไขและข้อจำกัดของท้องถิ่น ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น “กาตาร์โมเดล” จึงอาจเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะของไทยในประเทศเพื่อนบ้านใกล้ชิดของกาตาร์ที่มีลักษณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับกาตาร์ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน คูเวต และ

โอมาน โดยผู้ศึกษาได้เสนอข้อพิจารณาในการดำเนินการ ได้แก่ (1) โดยที่การดำเนินงานการทูต
สาธารณะของประเทศเหล่านี้ได้ใช้ Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมและกลุ่มธุรกิจและนวัตกรรม
เช่นเดียวกับแนวทางของกาตาร์โมเดล จึงควรมีการประเมินอย่างเป็นระบบว่า Soft Power กลุ่มใด
และตัวใดในกลุ่มที่เคยนำเสนอในแต่ละประเทศจะเหมาะสมสำหรับดำเนินงานการทูตสาธารณะต่อไป
ตัวใดควรเลิกหรือปรับเปลี่ยน หรือดำเนินการให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถเลือก Soft Power ได้ตรงกับ
รสนิยมและความชอบของประชาชนในประเทศเป้าหมาย โดยใช้ BCG Matrix เป็นวิธีหนึ่งในการใช้
ประเมิน Soft Power แต่ละตัว (2) พิจารณาใช้ Soft Power ตัวใหม่ๆ ที่อาจมีศักยภาพ เช่น การ
ร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในประเทศเจ้าบ้านจัดกิจกรรมการฝึกวิปัสสนาและสมาธิเพื่อสร้างความ
สงบและความสุขทางจิตใจ ดังที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ได้ดำเนินการในกาตาร์ โดยเน้น
กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนท้องถิ่นและคนต่างชาติในประเทศนั้นๆ โดยเฉพาะในประเทศกลุ่มนี้ที่มี
สำนักสงฆ์ของไทยตั้งอยู่ ซึ่งน่าจะช่วยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างไทยกับประเทศเจ้าบ้านและ
ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทย โดยไม่เป็นการ “ล้ำเส้น” ข้อบังคับทางศาสนาของประเทศเจ้าบ้าน
นอกจากนี้ อาจพิจารณาใช้ Soft Power ด้านศิลปะสมัยใหม่ซึ่งเป็นตัวช่วยในกลุ่มวัฒนธรรมในการ
สร้างความร่วมมือกับประเทศเจ้าบ้าน โดยเฉพาะเมืองอาบูดาบีและดูไบซึ่งไม่เพียงเป็นเมืองศูนย์กลาง
ด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน แต่ยังเป็นศูนย์กลางด้านศิลปะและวัฒนธรรม และ (3) พิจารณา
ให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนงานด้านการทูตสาธารณะร่วมกันสำหรับการจัดกิจกรรมในลักษณะ
roadshow ที่ใช้ Soft Power ในกลุ่มวัฒนธรรมและกลุ่มธุรกิจและนวัตกรรม เพื่อออกแบบกิจกรรม
ของ Soft Power ที่จะป็นองค์ประกอบของ roadshow ใหญ่ที่หน่วยงานและภาคเอกชนของไทยจะ
จัดในลักษณะต่อเนื่องในประเทศแถบตะวันออกกลางในแต่ละครั้ง ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับ
รสนิยม ความชอบของสาธารณชนท้องถิ่นและเงื่อนไขเฉพาะของแต่ละประเทศ

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษานี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ประจำปี 2557 โดยผู้เขียนได้รับความกรุณาเป็นอย่างสูงจากคณะอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งประกอบด้วย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชูเกียรติ พันธ์พรประสิทธิ์ เอกอัครราชทูตสุจิตรา หิรัญพฤษ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พลอย สิบวิเศษ ซึ่งได้ให้คำชี้แนะที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้รายงานการศึกษานี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้เขียนขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงต่อคณะอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสามท่านมา ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณท่านอธิบดีดำรง ไคร์ครวญ และท่านรองอธิบดีพันทิพา เอี่ยมสุทธา กรมเอเชียตะวันออก ที่กรุณาสนับสนุนและอนุมัติให้ผู้เขียนเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูตครั้งนี้ นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณอดีตเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ได้แก่ ท่านเอกอัครราชทูต สุวัฒน์ จิราพันธ์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต/หัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา และท่านเอกอัครราชทูตปัญญารักษ์ พูลทรัพย์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย ตลอดจนท่านเอกอัครราชทูตพิรุณ ลายสมิต เอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ท่านปัจจุบัน คุณทรงวิทย์ นิภาสุวรรณ อดีตอุปทูต ณ กรุงโตฮา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมอสโก และเพื่อนข้าราชการกองตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา และสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ที่ให้ความช่วยเหลือในด้านข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดทำรายงานฉบับนี้

ขอขอบคุณสถาบันทเววงค์วิโรปการ ที่ได้จัดหลักสูตรการฝึกอบรมที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกท่านที่ได้ให้ความสะดวกในเรื่องต่างๆ ตลอดช่วงเวลาการฝึกอบรมและการศึกษาดูงานทั้งในประเทศและในต่างประเทศ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในการจัดพิมพ์รายงานการศึกษานี้

ขอขอบคุณเพื่อนข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศ และเพื่อนร่วมรุ่นจากส่วนราชการอื่นๆ และภาคเอกชน ที่เข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 6 ทุกท่านสำหรับมิตรภาพ ไมตรีจิต และการสนับสนุนต่างๆ ตลอดระยะเวลาการฝึกอบรมหลักสูตรนี้ร่วมกัน

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณคุณฉัตรภัทร มงคลนาวิน สามีของผู้เขียน สำหรับข้อคิดเห็นในฐานะอัครราชทูตที่ปรึกษา / รองหัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา และกำลังใจตลอดระยะเวลาการจัดทำรายงานการศึกษานี้

อุรษา มงคลนาวิน

กรกฎาคม 2557

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ซ
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง – ความเป็นมา / ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการศึกษา	3
1.3 สมมติฐานการศึกษา	4
1.4 กรอบในการศึกษา	4
1.5 วิธีการดำเนินการศึกษา	4
1.6 ขอบเขตของการศึกษา	5
1.7 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
1.8 ประโยชน์ของการศึกษา	5
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเรื่อง Soft Power	6
2.2 แนวคิดเรื่องการทูตสาธารณะ	9
2.3 การประเมินแนวโน้มความสำเร็จของการใช้ Soft Power โดยผ่านการทูต สาธารณะ	12
บทที่ 3 ผลการศึกษา - การดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ตั้งแต่ปี 2545 – ปัจจุบัน (2557)	15
3.1 ภาพรวมของยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางและกาตาร์ ตั้งแต่ปี 2545 – 2560	15
3.2 แหล่งที่มาของ Soft Power ของไทยในภาพรวม	19
3.3 Soft Power ของไทยต่อกาตาร์	21
3.4 การใช้ Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถาน เอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ในแต่ละช่วง	23
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	45
4.1 สรุปผลการศึกษา	45
4.2 ข้อเสนอแนะ	47
บรรณานุกรม	55
ภาคผนวก อันดับของร้านอาหารไทยที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ของกาตาร์ ในปี 2557 รวบรวมโดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา	57
ประวัติผู้เขียน	60

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในช่วงปี 2546 – 2550	25
ตารางที่ 2	จำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2546 – 2550	26
ตารางที่ 3	มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในช่วงปี 2551 – 2553	30
ตารางที่ 4	จำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2551 – 2553	31
ตารางที่ 5	มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในช่วงปี 2554 – 2556	37
ตารางที่ 6	จำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2554 – 2556	37

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 BCG Matrix

13

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง – ความเป็นมา / ความสำคัญของปัญหา

กาตาร์เป็นประเทศขนาดเล็กในทางภูมิศาสตร์ แต่ในทางเศรษฐกิจเป็นประเทศที่มีลักษณะของตลาดเกิดใหม่ที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงอย่างต่อเนื่อง รายได้ส่วนใหญ่ของกาตาร์มาจากภาคพลังงานโดยผลิตน้ำมันได้ประมาณ 800,000 บาร์เรล/วัน มีปริมาณน้ำมันสำรอง 14.5 พันล้านบาร์เรล มีการประเมินว่ากาตาร์จะสามารถผลิตน้ำมันในระดับปัจจุบันได้อีกเป็นเวลา 65 ปี ที่สำคัญ กาตาร์มีปริมาณก๊าซธรรมชาติสำรองมากเป็นอันดับ 3 ของโลก (รองจากรัสเซียและอิหร่าน) โดยกาตาร์ได้เริ่มส่งออก LNG ตั้งแต่ปี 2539 และมีนโยบายพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางด้านพลังงาน โดยเฉพาะการผลิตและส่งออกก๊าซธรรมชาติ ปิโตรเคมี รวมทั้งการเป็นแหล่งผลิต Gas to Liquid (GTL) ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ในปี 2549 กาตาร์ได้กลายเป็นประเทศที่ส่งออก LNG มากที่สุดในโลก ประมาณ 25-26 ล้านเมตริกตันต่อปี ในปี 2548 World Economic Forum ได้จัดให้กาตาร์เป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงที่สุดในโลกอาหรับ (รองลงมาได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน โอมาน และจอร์แดน ตามลำดับ)¹

จากการที่กาตาร์เริ่มมีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและเติบโตอย่างรวดเร็วนับตั้งแต่ปี 2540 เป็นต้นมา มีความมั่นคงทางการเงินและการคลัง มีนโยบายลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคภายในประเทศจำนวนมากเพื่อรองรับการเติบโตทางเศรษฐกิจ มีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เป็นแหล่งพลังงานทั้งน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญแหล่งหนึ่งในภูมิภาคตะวันออกกลางของไทย โดยเฉพาะการที่กาตาร์ได้เป็นเจ้าภาพจัดกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 15 ในปี 2549 ซึ่งมีโครงการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการจัดกีฬาเอเชียนเกมส์จำนวนมาก จึงถือเป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงต่อไทยในแง่ของตลาดที่มีกำลังซื้อสูง ตลาดแรงงาน ก่อสร้าง ธุรกิจและบริการและนักท่องเที่ยวคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของรัฐบาลไทยในขณะนั้นที่สนับสนุนการขยายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนของไทยในต่างประเทศ ในปี 2545 รัฐบาลไทยจึงเห็นชอบให้เปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา เพื่อดำเนินงานส่งเสริมความสัมพันธ์กับกาตาร์และแสวงหาโอกาสด้านเศรษฐกิจการค้าที่จะเป็นผลประโยชน์ของไทยในกาตาร์ให้มากยิ่งขึ้นไปอีก² โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เปิดทำการเมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2545

ในด้านความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ กล่าวได้ว่า เป็นไปในลักษณะมิตรประเทศ โดยอดีตเจ้าผู้ครองรัฐกาตาร์มีทัศนคติที่ดีมากต่อประเทศไทย ทรงมีพระสหายสนิทเป็นคนไทย เคยเสด็จเยือนไทย

¹ ICSC: International Cooperation Study Center, ประเทศรัฐกาตาร์ [ออนไลน์], แหล่งที่มา [http://www.apecthai.org/apec/th/ profile1.php?continentid=2&country=k1&name=.](http://www.apecthai.org/apec/th/ profile1.php?continentid=2&country=k1&name=)

² กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ, การเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา รัฐกาตาร์, สิงหาคม 2545.

อย่างเป็นทางการเมื่อปี 2542 และทรงปรารถนาให้คนไทยไปทำงานในกาตาร์มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ในระดับประชาชนทั่วไปของกาตาร์³ กล่าวได้ว่ายังรู้จักประเทศไทยน้อยมาก⁴ ในช่วงก่อนที่จะมีการเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ผลประโยชน์ของไทยที่มีอยู่กับกาตาร์ส่วนใหญ่ยังคงจำกัดอยู่ที่การเป็นแหล่งพลังงานของไทยและการเป็นตลาดสำหรับแรงงานไทยในโครงการก่อสร้างต่างๆ ของกาตาร์ โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าภาพกีฬาเอเชียนเกมส์ รวมทั้งธุรกิจด้านการออกแบบและก่อสร้าง

นอกจากนี้ ชาวกาตาร์และรัฐกาตาร์มีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากชาวไทยและประเทศไทยค่อนข้างมาก ทั้งในด้านลักษณะทางภูมิศาสตร์และภูมิอากาศที่กาตาร์เป็นทะเลทรายทั้งประเทศ ร้อนและแห้งแล้ง และความแตกต่างทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ ซึ่งชาวกาตาร์เป็นชาวมุสลิมนับถือศาสนาอิสลามที่มีแนวปฏิบัติค่อนข้างเคร่งครัด โครงสร้างทางสังคมมีการกำหนดแยกแยะหน้าที่และบทบาทของบุรุษและสตรีอย่างชัดเจน และการไม่ดื่มสุราและบริโภคเนื้อหมูเนื่องจากข้อห้ามทางศาสนา นอกจากนี้ ยังมีความแตกต่างในด้านรสนิยมและความชอบในการดำเนินชีวิตประจำวันอันเป็นผลจากความแตกต่างกันของสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยชาวกาตาร์ซึ่งโดยทั่วไปมีฐานะร่ำรวย มีวิถีชีวิตที่สุขสบายหรูหรา นิยมสินค้าราคาแพงและมีคุณภาพดี สะท้อนจากป้ายสโลแกนที่ติดไว้ทั่วกรุงโดฮาว่า “Qatar deserves the best”⁵

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ตระหนักดีถึงโอกาสและอุปสรรคเหล่านี้ในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของไทยในกาตาร์ และนับตั้งแต่ที่เริ่มเปิดดำเนินการ จึงให้ความสำคัญกับการใช้ Soft Power และการทูตสาธารณะควบคู่ไปกับกลไกการดำเนินงานทางการทูตตามปกติ (การประชุมเจรจาและหารือทวิภาคี การเยือนอย่างเป็นทางการในระดับต่างๆ) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมความสัมพันธ์ใกล้ชิดในระดับประชาชนของทั้งสองประเทศ ส่งเสริมให้ชาวกาตาร์รู้จักและเข้าใจคนไทยมากขึ้น และให้คนไทยรู้จักและเข้าใจชาวกาตาร์มากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อให้ผลประโยชน์ที่ไทยมีอยู่กับกาตาร์มีความหลากหลายและขยายตัวไปด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น อาทิ การท่องเที่ยว การค้า และการลงทุน เป็นต้น

นับตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปัจจุบัน สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เลือกใช้อุปกรณ์ประกอบต่างๆ ของ Soft Power ที่ไทยมีในการดำเนินงานการทูตสาธารณะในกาตาร์มาอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ อาหารไทย การแสดงนาฏศิลป์ และศิลปะต่างๆ ของไทย การจัดงานแสดงสินค้าไทย การท่องเที่ยวและกีฬา ตลอดจนการแลกเปลี่ยนการเยือนของคณะสื่อมวลชนไทย-กาตาร์ และความร่วมมือด้านการศึกษา

³ มีอยู่ประมาณ 2 ล้านคน โดยในจำนวนนี้เป็นชาวกาตาร์ 3 แสนคน ที่เหลือเป็นชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานในกาตาร์

⁴ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นายทรงวิทย์ นิภาสุวรรณ อดีตอุปทูต ณ กรุงโดฮา ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการเรื่องการเปิดทำการสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา และปฏิบัติหน้าที่อุปทูตตั้งแต่เดือนธันวาคม 2545 – กรกฎาคม 2546 จากนั้น ดำรงตำแหน่งที่ปรึกษาเมื่ออดีตเอกอัครราชทูตวรวิทย์ วีระสัมพันธ์ เข้ารับหน้าที่ โดยได้ปฏิบัติงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จนถึงปี 2549 ปัจจุบัน นายทรงวิทย์ฯ ดำรงตำแหน่งอัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงมอสโก

⁵ เป็นสโลแกนของ Ashghal ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจที่ดูแลโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของกาตาร์ (www.ashghal.gov.qa)

และวิชาการ (อาทิ การแสดงแบบเสื้อผ้าไทยในงานแสดงวัฒนธรรมระหว่างการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ที่กรุงโตโฮใน ปี 2549 โดยพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริวัณณวรีนารีรัตน์ เสด็จฯ ร่วมงานดังกล่าว การจัดให้คณะสื่อมวลชนกาตาร์เยือนไทยอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี การที่ทีมฟุตบอลเยาวชนกาตาร์เดินทางไปแข่งขันกระชับมิตรกับทีมไทยในปี 2551 การจัดและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าประจำปีในกาตาร์ การสร้างเครือข่ายสถาบันการศึกษาที่ดูแลเด็กพิเศษของไทยและกาตาร์เมื่อปี 2555 เป็นต้น) โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เลือก Soft Power ที่สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์ โดยคำนึงถึงข้อจำกัดและเงื่อนไขต่างๆ ของสังคมกาตาร์เป็นสำคัญ (เช่น อาหารไทยที่ประกอบอาหารโดยไม่ใช้เนื้อหมูและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การแสดงทางวัฒนธรรมไทยที่ใช้เครื่องแต่งกายที่เหมาะสมเป็นที่ยอมรับได้ของสังคมมุสลิม เป็นต้น)

การวางรากฐานการใช้ Soft Power และการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้น ส่งผลให้ในปัจจุบันกาตาร์เป็นผลประโยชน์ของไทยหลายด้าน โดยนอกเหนือจากผลประโยชน์ของไทยในด้านพลังงานในฐานะแหล่งพลังงาน LNG รายใหญ่ที่สุดของไทย และการเป็นตลาดแรงงานที่สำคัญแห่งหนึ่งของไทยแล้ว ขณะนี้กาตาร์ได้กลายเป็นตลาดท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกาตาร์มาเยือนไทยเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (medical tourism) ของไทยได้รับความเชื่อมั่นและความนิยมจากชาวกาตาร์มาอย่างต่อเนื่อง จนรัฐบาลกาตาร์ได้ตัดสินใจเปิดสำนักงานในไทยเพื่อประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ชาวกาตาร์ที่เดินทางไปรับการรักษาในไทยมาตั้งแต่ปี 2550 กาตาร์ยังเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูงสำหรับสินค้าไทย โดยมีอัตราการนำเข้าสินค้าไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องและเพิ่มความหลากหลายของประเภทสินค้าไทยที่เป็นที่นิยมของชาวกาตาร์ และเป็นมิตรประเทศของไทยที่ได้แสดงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางการเมืองไทยในปัจจุบัน และเชื่อมั่นในเสถียรภาพทางการเมืองไทย โดยกาตาร์มิได้ออกประกาศเตือนพลเมืองของตนมิให้เดินทางเข้าประเทศไทยแต่อย่างใดจากกรณีรัฐประหารและประเทศไทยอยู่ภายใต้การบริหารประเทศโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติเมื่อเดือนมิถุนายน 2557

ความสำเร็จของการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ตลอดช่วงที่ผ่านมาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า แม้ไทยและกาตาร์จะมีความแตกต่างกันในด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิตเป็นอย่างมาก แต่การเลือก Soft Power ที่สามารถเป็นจุดร่วมของทั้งสองประเทศได้ ซึ่งหมายถึงการที่ไทยเลือก Soft Power ตัวที่เป็นจุดแข็งที่ไทยมี มาใช้ให้สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์ได้ ย่อมนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินงานการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของไทยในกาตาร์ดังที่ปรากฏในปัจจุบัน

1.2 คำถามการศึกษา

แม้จะมีความแตกต่างระหว่างไทยกับกาตาร์เป็นอย่างมากในแง่ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ แต่การเลือกใช้ Soft Power ที่สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่แรกเริ่มเปิดทำการของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตโฮ ใน ปี 2545 ช่วยให้ชาวกาตาร์รู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทย ชื่นชอบวัฒนธรรมไทย และนิยมชมชอบและเชื่อมั่นในสินค้าและบริการของไทยหลายประเภท ดังนั้น รายงานการศึกษานี้จะศึกษาว่า อะไรคือ Soft Power ของไทยที่สอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์ที่ช่วยส่งเสริม

ความสัมพันธ์และผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ โดยศึกษา Soft Power และกิจกรรมการดำเนินงาน การทูตสาธารณะที่สถานเอกอัครราชทูตฯ เลือกใช้และดำเนินการนับตั้งแต่เปิดสถานเอกอัครราชทูตฯ ในปี 2545 จนถึงปัจจุบัน เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปว่า ในการทำงานที่จะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกันให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้นและผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ให้มากขึ้นต่อไป ควรให้ความสำคัญและใช้ Soft Power ตัวใดต่อไป ตลอดจนพิจารณาใช้ Soft Power ตัวใหม่ๆ ตัวใดที่น่าจะส่งเสริมต่อความสัมพันธ์และผลประโยชน์ของไทยต่อกาตาร์ต่อไป

1.3 สมมติฐานการศึกษา

ผู้เขียนเห็นว่า การเลือกใช้ Soft Power ที่ไทยมีที่สอดคล้องกับความต้องการของกาตาร์จะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้น โดย Soft Power เหล่านี้คือ วัฒนธรรม ธุรกิจ และนวัตกรรม และการศึกษา

1.4 กรอบในการศึกษา

ในส่วนของแนวคิดทฤษฎีจะศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power และการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ของ Joseph S. Nye และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง โดยนำโมเดล Boston Consulting Group Matrix (BCG Matrix) มาใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบเพื่อให้ได้ข้อสรุปว่า Soft Power ในกลุ่มใดของการดำเนินงานการทูตสาธารณะมีแนวโน้มที่จะสอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์มากกว่ากลุ่มอื่น

1.5 วิธีการดำเนินการศึกษา

รายงานฉบับนี้แบ่งเป็น 4 ส่วน ได้แก่ 1) บทนำ 2) แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 3) การใช้ Soft Power ในการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย - กาตาร์ นับตั้งแต่ปีที่ไทยเปิดสถานเอกอัครราชทูตฯ จนถึงปัจจุบัน ซึ่งคือระหว่างปี 2545 - 2557

การศึกษานี้ใช้การอธิบายเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการและเอกสารราชการที่เกี่ยวข้อง สำหรับการศึกษากการใช้ Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา มาจากการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่รับผิดชอบในการกำหนดและการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะของไทยต่อกาตาร์ การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและรายงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ และหน่วยงานของกระทรวงการต่างประเทศระหว่างปี 2545 - 2557 และจากประสบการณ์ตรงของผู้เขียนเมื่อครั้งปฏิบัติหน้าที่คูสมรสของอัครราชทูตที่ปรึกษา / รองหัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ระหว่างปี 2556 - 2557

1.6 ขอบเขตของการศึกษา

การเลือกใช้ Soft Power และกิจกรรมการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮาในช่วงตั้งแต่เริ่มเปิดสถานเอกอัครราชทูตฯ ในปี 2545 – ปัจจุบัน และการประเมินผลการใช้ Soft Power ในการดำเนินการทูตสาธารณะในช่วงปีดังกล่าว

1.7 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

รายงานการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ ได้แก่

1.7.1 ศึกษา Soft Power ของไทยที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ใช้ในการดำเนินงานการทูตสาธารณะที่ผ่านมาและในปัจจุบันเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างไทย-กาตาร์ โดยจัดแยกเป็นรายกลุ่ม และศึกษาเปรียบเทียบว่า Soft Power ในกลุ่มใดที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์มากกว่ากลุ่มอื่น และ soft power ตัวใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มจะสอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์สำหรับการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในอนาคต

1.7.2 จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการใช้ Soft Power ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์

1.8 ประโยชน์ของการศึกษา

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในการประเมินว่า Soft Power ในกลุ่มใดที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์มากกว่ากลุ่มอื่นเพื่อการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ในระยะต่อไป และประเมินว่ามี soft power ตัวใหม่ๆ ตัวใดที่มีแนวโน้มจะสอดคล้องกับความต้องการและความชอบของชาวกาตาร์เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นระหว่างไทย – กาตาร์ต่อไปในอนาคต โดยมีข้อเสนอในเชิงนโยบายเพื่อการดำเนินงานแบบบูรณาการระหว่างสถานเอกอัครราชทูตฯ / กระทรวงการต่างประเทศ กับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนของไทยที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นเอกภาพมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับศักยภาพและทรัพยากรด้าน Soft Power ที่ไทยมีอยู่ เพื่อนำมาซึ่งผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนไทยยิ่งขึ้นต่อไป

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่อง Soft Power

2.1.1 ความหมายของ Soft Power ตามแนวคิดของ Joseph S. Nye⁶

ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ศาสตราจารย์ Joseph S. Nye นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเป็นผู้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของ “Soft Power” ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยอธิบายว่า โดยปกติแล้วเมื่อพูดถึง “อำนาจ” ความเข้าใจกันโดยทั่วไปมักหมายถึงความสามารถในการได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่เราต้องการ อาทิ การใช้อำนาจทางทหารหรือทางเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศอื่นปรับเปลี่ยนท่าที หรือการใช้ไม้แข็ง (sticks) และไม้ نرم (carrots) ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งอำนาจลักษณะนี้เป็นเพียงหนึ่งในรูปแบบของอำนาจเท่านั้น และเป็นสิ่งที่เรียกว่า “Hard Power” แต่ยังมีอำนาจในอีกรูปแบบหนึ่งที่เรอาจมองข้ามไป คือ “Soft Power” ซึ่งหมายถึงอำนาจที่ทำให้ประเทศอื่นๆ ปฏิบัติตามความต้องการของเรา (co-opt) โดยไม่จำเป็นต้องบังคับ (coerce) หรือมีข้อแลกเปลี่ยนใดๆ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นพอใจในการเลือก (preference) ที่สอดคล้องกับความต้องการของเรา เป็นการใช้อำนาจเชิงดึงดูด (attractive power) เพื่อนำไปสู่การยอมรับโดยคุณิ (acquiescence) ซึ่งแตกต่างไปจากการใช้อิทธิพล (influence) ที่ต้องอาศัยอำนาจในลักษณะ Hard Power

ในเรื่องตัวแสดงในการใช้ Soft Power นั้น Joseph S. Nye มองว่า นอกจากรัฐบาลเป็นตัวแสดงหลักในการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศแล้วยังมีตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ ซึ่งอยู่นอกเหนือขอบเขตการควบคุมของรัฐ และเป็นตัวแสดงที่บางครั้งอาจมีบทบาทที่สอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐได้

2.1.2 ที่มาของ Soft Power ตามแนวคิดของ Joseph S. Nye

ศาสตราจารย์ Joseph S. Nye ระบุแหล่งทรัพยากรสำคัญอันเป็นที่มาของ Soft Power ว่าหลักๆ มีอยู่ 3 แหล่ง ได้แก่

1) วัฒนธรรม (culture) โดยหากวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่นๆ วัฒนธรรมนั้นๆ มีโอกาสที่จะกลายเป็น Soft Power ของประเทศนั้นมากขึ้น โดยช่องทางในการทำให้วัฒนธรรมของประเทศหนึ่งเป็นที่รู้จักนิยมในประเทศอื่นๆ มีได้หลายช่องทาง อาทิ การค้า การติดต่อสื่อสาร และการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน เป็นต้น

2) ค่านิยมทางการเมือง (political values) ถ้าประเทศหนึ่งมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่นๆ Soft Power ของประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้น ในทางกลับกัน หาก

⁶ Joseph S. Nye Jr., *Soft Power : The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs 2004).

ค่านิยมทางการเมืองของประเทศนั้นๆ ชัดกับค่านิยมของประเทศอื่นๆ อย่างชัดเจน ก็จะส่งผลให้ Soft Power ของประเทศนั้นลดลง

3) นโยบายต่างประเทศ (foreign policies) ถ้าประเทศหนึ่งดำเนินนโยบายต่างประเทศในลักษณะหน้าไหว้หลังหลอก (hypocritical) ก้าวร้าว และไม่คำนึงถึงท่าทีของประเทศอื่นๆ โอกาสที่จะสร้าง Soft Power จะมีน้อยไปด้วย แต่หากประเทศใดมีนโยบายต่างประเทศที่โดดเด่น เช่น รักสันติภาพและเคารพสิทธิมนุษยชน โอกาสที่ประเทศนั้นจะสร้าง Soft Power จะมีมากขึ้น

2.1.3 แนวคิดในเรื่อง Soft Power อื่นๆ

นาย Robert Cooper อธิบดีหน่วยงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและกิจการการเมือง-การทหารของสำนักงานเลขาธิการคณะมนตรีสหภาพยุโรป⁷ ได้เสนอมุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับ Hard Power และ Soft Power แหล่งที่มาของ Soft Power หลายประการ อาทิ

2.1.3.1 ความหมายของ Hard Power และ Soft Power

1) Hard Power หมายถึง อำนาจในการบังคับ ซึ่งเป็นสิ่งที่คนจำนวนมากรู้จักดี และเมื่อใช้มักทำให้เกิดประสบการณ์ที่น่าสะพรึงกลัวหรือไม่พึงพอใจ (frightening and unpleasant) ในขณะที่ Soft Power อาจหมายถึงอำนาจจากอะไรก็ได้ที่นอกเหนือไปจาก Hard Power และอาจหมายถึง ความสามารถในการทำให้ประชาชนของประเทศหนึ่งทำในสิ่งที่เราต้องการ โดยทำให้คนเหล่านั้นต้องการในสิ่งที่เราต้องการ (getting people to do what you want by getting them to want what you want)

2) ไม่มีประเทศใดในโลกที่ใช้เพียง Hard Power เพียงอย่างเดียว เนื่องจากเป็นไปไม่ได้ที่ประเทศหนึ่งๆ จะดำเนินความสัมพันธ์กับประเทศอื่นๆ โดยการใช้อำนาจข่มขู่คุกคามเพียงอย่างเดียว

3) หากประเทศหนึ่งประสบความสำเร็จในการใช้ Hard Power จนบรรลุวัตถุประสงค์หนึ่งๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปควรเป็นการเปลี่ยนไปใช้ Soft Power แทน เพราะการใช้อำนาจบังคับอย่างไม่มีที่สิ้นสุดย่อมก่อให้เกิดการต่อต้านและใช้งบประมาณหรือมีต้นทุนที่สูงเกินไป

2.1.3.2 แหล่งที่มาของ Soft Power

1) Hard Power ในบางกรณี การที่ประเทศหนึ่งมี Hard Power ที่แข็งแกร่งอาจช่วยให้ประเทศนั้นมีศักยภาพที่จะมี Soft Power ที่แข็งแกร่งไปด้วย เพราะการที่ประเทศหนึ่งๆ จะใช้ Soft Power ได้ก็น่าจะต้องมีสิ่งที่จะสามารถ “ให้” แก่ประเทศเป้าหมายได้ (ซึ่งหมายถึงมี Hard Power) เช่น หากประเทศหนึ่งมีทรัพยากรมหาศาลที่จะช่วยเหลือประเทศอื่นๆ ได้ อาจเป็นกำลังทหารที่จะช่วยปกป้องประเทศอื่น หรือมีความร่ำรวยทางเศรษฐกิจ เช่น ในกรณีของสหรัฐฯ ซึ่งมีทั้งสองอย่าง ทำให้สหรัฐฯ มี Soft Power ที่แข็งแกร่ง หรืออีกนัยหนึ่งคือ “Hard Power begets Soft Power”

2) ความสำเร็จของประเทศหนึ่งๆ และความกระตือรือร้นของประเทศนั้นที่จะแบ่งปันประสบการณ์หรือสูตรสำเร็จของความสำเร็จ อาจเป็นปัจจัยช่วยสร้าง Soft Power ให้ประเทศนั้นๆ เช่น ญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษ 1960 ที่ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจของญี่ปุ่น

⁷ Robert Cooper, Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy. In: David Held/Mathias Koenig-Archibugi (eds), *American Power in the 21st Century*, 2004, pp. 167-180.

(“pro-growth model”) ทำให้เกิดกระแสการลอกเลียนแบบและกระแส “นิยมญี่ปุ่น” ในหมู่ประชาชนของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตั้งแต่จีน เกาหลีใต้ และมาเลเซีย หรือกระแส “นิยมสหรัฐฯ” ในประเทศในยุโรปกลางและยุโรปตะวันออกในช่วงหลังสิ้นสุดสงครามเย็นในฐานะต้นแบบของประเทศที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาประเทศจนประชาชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี เป็นสังคมในอุดมคติ ในขณะที่ลัทธิคอมมิวนิสต์เป็นรูปแบบที่ล้มเหลว ความนิยมสหรัฐฯ ดังกล่าวอาจช่วยให้ประเทศเหล่านี้ยินดีให้ความร่วมมือกับสหรัฐฯ ตามที่สหรัฐฯ ร้องขอ เป็นต้น

3) การมีส่วนร่วม ซึ่งหมายถึงการที่ประเทศหนึ่งรับฟังความเห็นและเปิดโอกาสให้ประเทศอื่นๆ เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ ย่อมช่วยสร้างให้ประเทศนั้นมี Soft Power เหนือประเทศอื่นๆ เช่น การที่สหรัฐฯ มี Soft Power เหนือยุโรปตะวันตกอย่างมหาศาลหลังสงครามโลกครั้งที่สอง มิใช่เพียงเพราะสหรัฐฯ ให้การคุ้มครองทางทหารแก่ประเทศยุโรปตะวันตก (ในกรอบ NATO) แต่มาจากการที่สหรัฐฯ ยินดีรับฟังและเปิดให้ประเทศพันธมิตรในยุโรปตะวันตกเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจใน NATO ยิ่งทำให้สหรัฐฯ ได้รับความนิยมและชื่นชมจากประเทศพันธมิตรเหล่านี้มากยิ่งขึ้นไปอีก

นอกจากนี้ ในส่วนของแหล่งที่มาของ Soft Power นาย Jonathan McClory⁸ นักวิจัยจาก Institute of Government สหราชอาณาจักร ได้ระบุแหล่งทรัพยากรอันเป็นที่มาของ Soft Power ที่สามารถกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นรูปธรรมได้ 5 ด้าน ได้แก่ รัฐบาล วัฒนธรรม นโยบายทางการทูต การศึกษา ธุรกิจและนวัตกรรม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) วัฒนธรรม (Culture) – หมายถึงกรอบการปฏิบัติที่ทำให้เกิดความหมายต่อสังคม ซึ่งรวมถึงวรรณคดี ศิลปะ การศึกษา ภาพยนตร์ และดนตรีที่สามารถเข้าถึงสาธารณชนในวงกว้าง โดยตัวชี้วัดด้านวัฒนธรรมเพื่อวัด Soft Power ของประเทศมีอาทิ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยือนประเทศนั้นๆ ในแต่ละปี การแพร่หลายของภาษาท้องถิ่นของประเทศนั้นในประเทศต่างๆ ยอดขายผลงานเพลงของศิลปินในตลาดโลก เป็นต้น

2) รัฐบาล (Government) – หมายถึงค่านิยมและประสิทธิภาพในการทำงานของรัฐบาล ความสำเร็จของรัฐบาลทำให้ประเทศนั้นๆ ได้รับความนิยมและยอมรับจากประเทศอื่นๆ อาทิ ความโปร่งใสในการบริหารงาน การแก้ไขปัญหาสังคมภายในประเทศ เป็นต้น ตัวชี้วัดได้แก่ ความเชื่อมั่นในรัฐบาล อัตราการเกิดอาชญากรรม ฯลฯ ดัชนีที่เกี่ยวข้อง เช่น World Economic Forum Trust in Government Index, World Bank Good Governance Index ฯลฯ

3) นโยบายทางการทูต (Diplomacy) – หมายถึงการที่ประเทศหนึ่งดำเนินนโยบายต่างประเทศที่มีความชอบธรรม และมีบทบาทที่สร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศ จะช่วยส่งเสริม Soft Power ของประเทศนั้น ตัวชี้วัดได้แก่ ปริมาณการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาแก่ต่างประเทศ (Overseas Development Aid – ODA) จำนวนการเป็นสมาชิกที่มีบทบาทแข็งขันในองค์การระหว่างประเทศต่างๆ เป็นต้น

⁸ Jonathan McClory, The New Persuaders: an International Ranking of Soft Power [Online], Institute for Government, Available from <http://www.instituteforgovernment.org.uk/publications> 2010.

4) การศึกษา (Education) หมายถึงขีดความสามารถของประเทศในการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติเข้ามาศึกษาในประเทศนั้น และนโยบายส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางการศึกษา ซึ่งนักศึกษาต่างชาติที่สำเร็จการศึกษาจะช่วยประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศที่จบการศึกษามาได้ เป็นการเพิ่มความนิยมและ Soft Power ของประเทศนั้นๆ ตัวชี้วัดคือจำนวนนักศึกษาต่างชาติในประเทศ คุณภาพและอันดับของมหาวิทยาลัยในประเทศนั้นๆ ผลงานทางวิชาการของอาจารย์มหาวิทยาลัยที่ได้รับการตีพิมพ์และยอมรับในระดับนานาชาติ เป็นต้น

5) ธุรกิจและนวัตกรรม – หมายถึงขีดความสามารถของประเทศหนึ่งในการสร้างแรงดึงดูดและความนิยมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ การมีนโยบายเศรษฐกิจที่เปิดเสรี ความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ ขีดความสามารถในการแข่งขัน เป็นต้น

ทั้งนี้ Joseph S. Nye เสนอว่าเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ Soft Power บรรลุผลในทางปฏิบัติคือ การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ซึ่งหมายถึงปฏิสัมพันธ์ที่มีได้มุ่งเป้าหมายไปที่รัฐบาลของต่างประเทศ แต่เป้าหมายหลักคือ ปัจเจกบุคคลและองค์กรที่มีใช้รัฐ ซึ่งนอกจากเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศตนเองแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างบรรยากาศอันดีในระยะยาวเพื่อรองรับนโยบายต่างประเทศที่จะตามมาในอนาคต

2.2 แนวคิดเรื่องการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)

2.2.1 ความหมายของการทูตสาธารณะ

ศูนย์นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy Centre) ของสหราชอาณาจักร⁹ ได้รวบรวมความเห็นของบุคคลต่างๆ เกี่ยวกับความหมายของการทูตสาธารณะที่ทำให้เห็นภาพและเข้าใจความหมายได้ชัดเจนขึ้น ดังนี้

1) นาย Edward Murrow ผู้อำนวยการ United States Information Agency (USIA) กล่าวว่า “การทูตสาธารณะแตกต่างจากการทูตแบบดั้งเดิม (traditional diplomacy) ในประเด็นที่ว่า การทูตสาธารณะเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์ไม่เฉพาะแต่กับรัฐบาล แต่มุ่งเน้นปัจเจกบุคคลและองค์กรที่ไม่ใช่รัฐบาลเป็นหลัก นอกจากนี้ กิจกรรมการทูตสาธารณะอาจนำเสนอแนวคิดโดยปัจเจกบุคคลและองค์กรของสหรัฐฯ ที่อาจแตกต่างไปจากความเห็นของรัฐบาลสหรัฐฯ”¹⁰

2) กลุ่มศึกษาเพื่อการควรวรวม USIA เข้ากับกระทรวงการต่างประเทศ (Planning group for integration of USIA into the Department of State) ของสหรัฐฯ เห็นว่า “การทูตสาธารณะมุ่งส่งเสริมผลประโยชน์แห่งชาติของสหรัฐฯ โดยการทำความเข้าใจ บอกกล่าว และสร้างอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายต่างประเทศ”¹¹

3) Sir Michael Butler หัวหน้าคณะผู้แทนสหราชอาณาจักรประจำสหภาพยุโรป กล่าวว่า “วัตถุประสงค์ของการทูตสาธารณะคือ การสร้างอิทธิพลต่อความคิดของผู้คนในประเทศเป้าหมาย เพื่อให้รัฐบาล บริษัท หรือองค์กรต่างๆ ของสหราชอาณาจักร สามารถบรรลุวัตถุประสงค์

⁹ Mark Leonard, Catherine Stead and Conrad Smewing, *Public Diplomacy*, London: The Foreign Policy Centre, 2002.

¹⁰ Edward Murrow, 1963 กล่าวในฐานะผู้อำนวยการ United States Information Agency (USIA).

¹¹ *Planning group for integration of USIA into the Dept. of State*, June 20, 1997.

ได้ง่ายขึ้น ซึ่งภาพลักษณ์โดยรวมของสหราชอาณาจักรในประเทศเป้าหมายมีความสำคัญอย่างมาก แต่ไม่ใช่เป็นเพียงปัจจัยเดียว...”¹²

ศูนย์นโยบายต่างประเทศฯ ได้ให้ข้อสรุปว่า การทูตสาธารณะเป็นเรื่องของการสร้างความสัมพันธ์ ได้แก่ การเข้าใจความต้องการของประเทศอื่น การรู้จักวัฒนธรรมและประชาชนของประเทศต่างๆ การสื่อสารความคิดเห็นของตนเอง การแก้ไขความเข้าใจผิด และการแสวงหาสิ่งที่เป็นจุดร่วมของสองประเทศ โดยข้อแตกต่างหลักระหว่างการทูตแบบดั้งเดิมและการทูตสาธารณะคือการทูตสาธารณะเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนและผลประโยชน์ของประเทศต้นทางกับประเทศเป้าหมายในวงกว้างกว่า

ทั้งนี้ การดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะเป็นสิ่งที่ไม่ต้องใช้งบประมาณสูง ซึ่ง Joseph S. Nye ชี้ว่า รัฐบาลสหรัฐฯ ได้ใช้งบประมาณในด้านการทหารมากกว่าด้านการต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมถึงงบประมาณของกระทรวงการต่างประเทศของสหรัฐฯ การให้ความช่วยเหลือแก่ต่างประเทศ และกิจกรรมของ Voice of America รวมกันถึง 17 เท่า ในส่วนของสหราชอาณาจักร กระทรวงกลาโหมได้รับการจัดสรรงบประมาณมากกว่ากระทรวงการต่างประเทศถึง 18 เท่า นอกจากนี้ ผลสำเร็จที่ได้รับจากการดำเนินงานการทูตสาธารณะจะนำมาซึ่งผลประโยชน์อย่างมหาศาลจนส่งผลให้งบประมาณที่ลงทุนไปกลายเป็นเม็ดเงินจำนวนที่ไม่มาก อีกทั้งมีความคุ้มค่าการลงทุนในส่วนของ Hard Power มาก

2.2.2 ระดับของผลสำเร็จของการทูตสาธารณะ

ศูนย์นโยบายต่างประเทศฯ ได้แบ่งระดับของผลสำเร็จที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินงานการทูตสาธารณะเป็น 4 ระดับ เรียงจาก 1) ไปถึง 4) กล่าวคือ

1) การเพิ่มความคุ้นเคยของประชาชนในประเทศเป้าหมายต่อตัวประเทศต้นทาง อาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนทัศนคติที่ไม่ดีต่อประเทศต้นทาง

2) การเพิ่มความนิยมชมชอบของประชาชนในประเทศเป้าหมายต่อประเทศต้นทาง อาจก่อให้เกิดการโน้มน้าวให้ประชาชนในประเทศเป้าหมายมองประเด็นสำคัญๆ ของโลกในมุมมองเดียวกันกับประเทศต้นทาง

3) การเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประชาชนในประเทศเป้าหมาย อาจก่อให้เกิดการส่งเสริมให้ประชาชนในประเทศเป้าหมายมองประเทศต้นทางเป็นเป้าหมายที่ดึงดูดใจสำหรับการท่องเที่ยว การศึกษา และการซื้อสินค้า ตลอดจนมีความเข้าใจและยอมรับในแนวคิดและค่านิยมของประเทศต้นทาง

4) การสร้างอิทธิพลต่อประชาชนในประเทศเป้าหมาย อาจก่อให้เกิดปรากฏการณ์ที่ประชาชนในประเทศเป้าหมายสนับสนุนท่าทีของประเทศต้นทาง หรือนักการเมืองของประเทศเป้าหมายเห็นประเทศต้นทางเป็นพันธมิตร

¹² Sir Michael Butler, *Former British Permanent Representative to the European Union*, 2002.

2.2.3 รูปแบบของการทูตสาธารณะ

แบ่งออกเป็น 5 ลักษณะ¹³ ได้แก่

1) การรับฟัง (Listening) เป็นกิจกรรมสำคัญของการทูตสาธารณะ เนื่องจากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ประเทศใดๆ หรือทั่วโลกมีต่อประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะจะมีส่วนช่วยให้ประเทศนั้นสามารถปรับเปลี่ยนและแก้ไขการดำเนินนโยบายต่างประเทศของตนได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายต่างประเทศของตนได้มากขึ้น

2) การขอรับการสนับสนุน (Advocacy) เป็นวิธีการพื้นฐานของการทูตสาธารณะที่ประเทศต่างๆ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายหรือประเทศของตน ซึ่งรวมถึงการแถลงท่าทีหรือนโยบายของรัฐในประเด็นต่างๆ ต่อรัฐบาลหรือสาธารณชนต่างประเทศ เพื่อให้รับรู้และสร้างทัศนคติที่ดีต่อประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะ

3) การทูตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy) คือการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและการฝึกอบรม เช่น การให้ทุนการศึกษาและฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา สื่อมวลชนและผู้ที่มีบทบาทในสังคมระหว่างประเทศผู้ดำเนินการทูตสาธารณะกับประเทศเป้าหมาย

4) การใช้สื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ (International Broadcasting) สื่อทั้งในรูปแบบดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ และรูปแบบใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ต และ Social Media ต่างๆ ล้วนเป็นเครื่องมือที่สำคัญของประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการไปยังสาธารณชนในประเทศเป้าหมาย ในปริมาณที่ไม่จำกัดได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องผ่านช่องทางทูตหรือการกลั่นกรองโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานภาครัฐของประเทศเป้าหมาย

5) การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ถือเป็นเครื่องมือของการทูตสาธารณะที่มีประสิทธิภาพสูงในการส่งเสริมภาพลักษณ์และ Soft Power ของประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะ เนื่องจากการทูตวัฒนธรรมมีความลึกซึ้งและสามารถกระทำได้หลายมิติ เช่น การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของประเทศของตนไปยังประเทศเป้าหมายโดยอาศัยจุดเด่นทางวัฒนธรรม ประเพณีประจำชาติ ศิลปะ ภาษา ศาสนา กีฬา การท่องเที่ยว ดนตรี อาหาร ค่านิยมทางสังคม และชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนภายในประเทศ

2.2.4 ข้อจำกัดของการทูตสาธารณะ

แม้การทูตสาธารณะจะเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่มีประสิทธิภาพ ยืดหยุ่น และอาจไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณสูงหากแต่ให้ผลคุ้มค่า แต่มีข้อจำกัดที่พึงพิจารณา ดังนี้

1) โดยที่การทูตสาธารณะมีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายเพื่อสื่อสารกับสาธารณชนในประเทศเป้าหมาย ดังนั้น จึงอาจควบคุมผลลัพธ์ไม่ได้ทั้งหมด ในบางกรณี กิจกรรมที่ดำเนินการบนพื้นฐานของความตั้งใจดีอาจก่อให้เกิดผลลัพธ์ในทางลบที่ไม่คาดคิดไว้ได้ เช่น การจัดกิจกรรมการศึกษาดูงาน อาจเกิดกรณีที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความไม่ประทับใจจากสาเหตุบางประการและเกิดทัศนคติในเชิงลบต่อประเทศผู้ดำเนินกิจกรรมได้

¹³ Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Lessons from the Past* (Los Angeles : University of Southern California, 2000).

2) การดำเนินการทูตสาธารณะควรมีการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์อยู่เสมอ และพร้อมที่จะมีการ “ลองผิดลองถูก” (evolutionary approach) โดยไม่พึงกำหนดรูปแบบในลักษณะตายตัว

3) สิ่งประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะจะสื่อสารไปยังสาธารณชนของประเทศเป้าหมายจะต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายและสภาพความเป็นจริงของประเทศของตน มิฉะนั้นแล้ว Soft Power จะไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากสาธารณชนในประเทศเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) การประเมินผลสำเร็จกระทำได้อย่าง เนื่องจากผลลัพธ์จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องระยะยาว

2.3 การประเมินแนวโน้มความสำเร็จของการใช้ Soft Power โดยผ่านการทูตสาธารณะ

การศึกษาเพื่อประเมินการดำเนินงานการทูตสาธารณะสำหรับ Soft Power แต่ละกลุ่มที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ได้ดำเนินการมาในช่วงปี 2553 – 2557 เพื่อเปรียบเทียบว่า Soft Power ในกลุ่มใดมีแนวโน้มที่จะสอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวคาตาร์มากกว่ากลุ่มอื่น จะใช้โมเดลของ Boston Consulting Group Matrix หรือ BCG Matrix

BCG Matrix¹⁴ เป็นโมเดลที่คิดขึ้นโดย Boston Consulting Group ในปี ค.ศ. 1968 เพื่อวิเคราะห์ด้านการเงินการลงทุนเกี่ยวกับการตลาด โดยโมเดลจะแสดงสถานะความแข็งแกร่งของบริษัทเมื่อเทียบกับตลาดสินค้านั้นๆ โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ปัจจัยหลักควบคู่กันไป ได้แก่

1) ส่วนแบ่งตลาด (market share) โดยเป็นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่าส่วนแบ่งตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ของบริษัทเป็นสัดส่วนเท่าใดเมื่อเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

2) อัตราการเติบโตของสินค้า (growth rate) เพื่อพิจารณาว่าตลาดสินค้านั้นๆ มีความน่าสนใจเพียงใด

3) กระแสเงินสดหมุนเวียนของสินค้า (cash flow) ว่า เป็นบวกหรือลบ เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะลงทุนต่อ หรือนำเงินสดไปลงทุนในสินค้าตัวอื่นของบริษัท

ทั้งนี้ จะนำผลการศึกษาสินค้าแต่ละตัวตามหลักเกณฑ์ข้างต้นมาจัดประเภทลงในตารางซึ่งจะแบ่งสินค้าออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

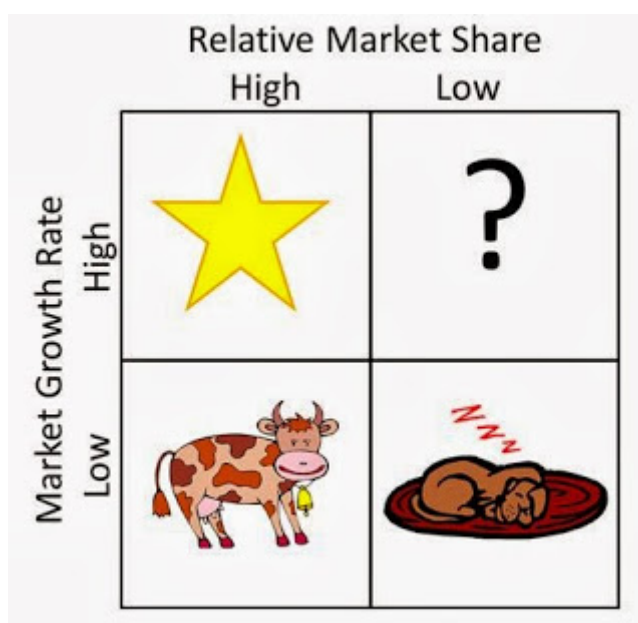
1) Star หรือกลุ่มดาวรุ่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราการเติบโตสูง ทำรายได้และกำไรให้บริษัทได้อย่างโดดเด่น ธุรกิจได้กำไรสูง ตลาดเติบโตอย่างรวดเร็ว จึงมักมีเงินสดน้อยหรือขาดแคลนเงินสด

2) Cash Cow หรือกลุ่มวัวให้นม หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง อัตราการเติบโตต่ำ จึงมักมีเงินสดเหลืออยู่มาก ผลิตภัณฑ์ยังสามารถทำกำไรให้บริษัทได้อย่างต่อเนื่อง

3) Question Mark หรือกลุ่มน่าสงสัย หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ อัตราการเติบโตสูง มีกำไรน้อย หากทำตลาดสำเร็จมีโอกาสจะพัฒนาไปเป็น Star แต่หากล้มเหลวจะกลายเป็น Dog

¹⁴ บริษัท Boston Consulting Group, แหล่งที่มา http://www.bcg.com/about_bcg/history/history_1968.aspx.

4) Dog หรือกลุ่มสุนัข หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งตลาดต่ำ อัตราการเติบโตต่ำ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำกำไรและมักจะขาดทุน



ภาพที่ 1 BCG Matrix¹⁵

ข้อสรุปของ BCG Matrix

- 1) ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Star ควรเร่งทำการตลาดให้เติบโตต่อไป
- 2) ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Cash Cow ไม่ควรทำการตลาดที่ใช้เงินมาก ควรใช้วิธีประหยัดประคองไว้
- 3) ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Question ควรกำหนดระยะเวลาในการทำการตลาดให้ชัดเจน เพื่อจะได้ทราบว่าผลิตภัณฑ์จะพัฒนาไปเป็น Star หรือ Dog
- 4) ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Dog ควรยกเลิกดำเนินการทันที เพราะหากยังลงทุนต่อจะทำให้บริษัทขาดทุนต่อไป

รายงานการศึกษานี้เป็นการนำโมเดล BCG Matrix มาใช้ศึกษาในลักษณะประยุกต์ให้เหมาะสมกับสภาพและเงื่อนไขของการดำเนินงานการทูตสาธารณะของกลุ่ม Soft Power แต่ละกลุ่มที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตโฮ ดำเนินการ เนื่องจากกลุ่ม Soft Power เหล่านี้มีใช้สินค้าในเชิงธุรกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ และการดำเนินงานการทูตสาธารณะมิใช่การประกอบธุรกิจของสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยนำโมเดลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ในการจัดประเภทของกลุ่ม Soft Power เป็น 4 ประเภทตาม BCG Matrix ส่วนหลักเกณฑ์การจัดประเภทซึ่งพิจารณาจากส่วนแบ่งตลาดและอัตราการเติบโตของตลาดนั้น ผู้ศึกษาได้เทียบเคียงเป็นการได้รับความนิยมและความสนใจในขณะนั้น

¹⁵ วิกิรานต์ มงคลจันทร์, บทความ BCG Matrix : วิเคราะห์สถานการณ์การตลาด [ออนไลน์], แหล่งที่มา <http://marketingforexp.blogspot.com/2013/10/bcg-matrix.html>.

และแนวโน้มในการได้รับความนิยมหรือความสนใจเพิ่มขึ้นหรือลดลงของชาวกาตาร์ต่อ Soft Power กลุ่มนั้นๆ ซึ่งหมายถึงแนวโน้มของโอกาสที่กลุ่มนั้นๆ จะเติบโตแทน

บทที่ 3

การดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ตั้งแต่ปี 2545 – ปัจจุบัน (2557)

บทที่ 3 เป็นการวิเคราะห์และประเมินการใช้ Soft Power ในการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ในแต่ละช่วงของการดำรงตำแหน่งของเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา นับตั้งแต่ช่วงแรกของการเปิดทำการในเดือนธันวาคม 2545 จนถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ซึ่งเป็นช่วงก่อนที่เอกอัครราชทูตท่านปัจจุบันเข้ารับตำแหน่งในเดือนมีนาคม 2557 โดยการศึกษาแบ่งเป็น 3 ช่วงภายใต้การบังคับบัญชาของเอกอัครราชทูตฯ 3 ท่าน ได้แก่ ช่วงที่หนึ่งระหว่างปี 2545-2550 ช่วงที่สอง ระหว่างปี 2551-2553 และช่วงที่สาม ระหว่างปี 2554-2557

ผู้เขียนเห็นว่าควรเริ่มต้นด้วยการอธิบายยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางแหล่งที่มาของ Soft Power ของไทยในภาพรวมสำหรับการดำเนินงานการทูตสาธารณะ และ Soft Power ของไทยต่อกาตาร์ เพื่อให้เข้าใจว่า เป้าหมายของไทยในการดำเนินความสัมพันธ์กับกาตาร์คืออะไร ไทยมีทรัพยากรด้าน Soft Power ที่เป็นจุดแข็งใดอยู่บ้าง และ Soft Power ที่เป็นจุดแข็งที่ไทยมีนั้น ไทยใช้ตัวใดได้บ้างในการส่งเสริมผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ จากนั้น จึงอธิบายถึงการนำ Soft Power ในกิจกรรมการดำเนินงานการทูตสาธารณะในแต่ละช่วงการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ

3.1 ภาพรวมของยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางและกาตาร์ตั้งแต่ปี 2545 – 2560

3.1.1 ยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางช่วงก่อนหน้าปี 2556

โดยสรุปคือ ภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นแหล่งพลังงานน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญของโลก ไทยนำเข้าน้ำมันร้อยละ 45 จากตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งเงินทุนสำคัญเนื่องจากประเทศต่างๆ ในตะวันออกกลางมีเงินทุนสำรองเป็นจำนวนมากประมาณ 400 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภูมิภาคตะวันออกกลางเป็นตลาดที่มีกำลังซื้อสูง เป็นตลาดแรงงานนักท่องเที่ยวคุณภาพ ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้กำลังหันมากระชับความสัมพันธ์กับประเทศในเอเชีย ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ไทยจะสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคนี้ โดยสำหรับกาตาร์ ผู้นำกาตาร์มีทัศนคติที่ดีมากต่อประเทศไทย กาตาร์มีระบบเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง มีความมั่นคงทางการเงินการคลัง เป็นแหล่งพลังงานจากน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญแหล่งหนึ่งในภูมิภาคตะวันออกกลางของไทย เป็นตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสูงทางด้านพลังงาน แรงงาน การก่อสร้าง ธุรกิจและบริการอื่นๆ รัฐบาลมียุทธศาสตร์ในการช่วยขยายโอกาสและช่องทางสำหรับภาคเอกชนไทยในการ

แสวงหาตลาดสำหรับสินค้าและบริการของไทยในด้านเหล่านี้ในกาตาร์ เพื่อเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมการขยายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนของภาคเอกชนไทยในต่างประเทศ¹⁶

3.1.2 ยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ปี 2556 - 2560¹⁷

3.1.2.1 ความสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทย

1) ตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ มีประชากรรวมกันประมาณ 380 ล้านคน (GDP รวมประมาณ 3,200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ GCC (บาห์เรน คูเวต โอมาน กาตาร์ ซาอุดีอาระเบีย และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) มีประชากรรวมประมาณ 42 ล้านคน และ GDP รวมประมาณ 1,400 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ) เทียบเท่าออสเตรเลีย และเกาหลีใต้ จึงเป็นตลาดการค้าและการท่องเที่ยวที่สำคัญสำหรับไทย

2) เป็นกลุ่มประเทศที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับไทย และหลายประเทศเป็นสมาชิกขององค์กรระหว่างประเทศสำคัญ อาทิ Organisation of Islamic Cooperation (OIC), League of Arab States (Arab League), African Union (AU), และ ยุโรปใต้ (กลุ่ม 5+5) ดังนั้นจึงเป็นกลุ่มประเทศที่สำคัญและมีอิทธิพลทางการเมืองระหว่างประเทศที่ไทยจะต้องปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิด เพื่อประโยชน์ต่างๆ เช่น การทำความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ การดำเนินการในเวทีสหประชาชาติ (UN) เป็นต้น

3) เป็นกลุ่มประเทศที่ให้ความสำคัญเรื่องความมั่นคงด้านอาหาร (food security) โดยเฉพาะกลุ่ม GCC มีความจำเป็นต้องนำเข้าอาหารสูงถึงร้อยละ 80 ของความต้องการภายในประเทศ โดยในปี 2550 มีมูลค่าการนำเข้าอาหารของกลุ่ม GCC สูงถึง 20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น จึงเป็นตลาดสำคัญสำหรับส่งออกสินค้าอาหารและเกษตรสำหรับไทย

4) เป็นแหล่งส่งออกปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญของโลก (ร้อยละ 70 ของโลก) มีปริมาณน้ำมันสำรองร้อยละ 66 และมีปริมาณก๊าซธรรมชาติสำรองร้อยละ 74 ของโลก ปัจจุบัน ไทยนำเข้าน้ำมันจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซาอุดีอาระเบีย โอมาน และกาตาร์ และก๊าซธรรมชาติจากสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และกาตาร์ ดังนั้น จึงเป็นแหล่งความร่วมมือด้านพลังงานที่สำคัญของไทย

5) กลุ่มประเทศ GCC มีความมั่งคั่งจากรายได้ของน้ำมัน โดยสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวตและกาตาร์ มีกองทุนความมั่งคั่งแห่งชาติ (Sovereign Wealth Fund: SWF) ที่ติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก และมีแนวโน้มที่จะขยายการลงทุนในเอเชีย เนื่องจากมีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูงอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับญี่ปุ่น สหรัฐฯ หรือยุโรป ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำหรับไทยที่จะเชิญชวนให้มาลงทุน / ร่วมทุนในไทย ทั้งในรูปแบบของการลงทุนโดยตรงและในตลาดหลักทรัพย์ นอกจากนี้ ภูมิภาคตะวันออกกลางได้เริ่มให้ความสำคัญกับพันธบัตรอิสลาม (Sukuk) โดยปัจจุบัน

¹⁶ กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ, การขออนุมัติเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา, 19 สิงหาคม 2545

¹⁷ สำนักนโยบายและแผน กระทรวงการต่างประเทศ, ยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ปี 2556 - 2560

สหรัฐอเมริกาและอิตาลีเป็นประเทศที่ออกพันธบัตรอิสลามมากที่สุดเป็นอันดับที่ 2 ของโลก (อันดับที่ 1 คือมาเลเซีย) และดูไบได้กำหนดวิสัยทัศน์ที่จะพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจอิสลามของโลก

6) ภูมิภาคตะวันออกกลางได้พัฒนาตนเองเป็นศูนย์กลางการขนส่งและการคมนาคมของโลก โดยเฉพาะการเป็นตัวเชื่อมด้านการบินพลเรือนระหว่างภูมิภาคยุโรป แอฟริกา และเอเชีย และเป็นศูนย์กลางการกระจายสินค้า ไทยจึงควรเข้าไปใช้โอกาสสำหรับการกระจายสินค้าของไทย และนำนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ ผู้ป่วย เข้ามายังไทย ซึ่งมีประสิทธิภาพสูงสุดในปัจจุบัน

3.1.2.2 ไทยต้องการอะไรจากกาตาร์

1) รักษาและส่งเสริมความสัมพันธ์กับผู้ในระดับสูง สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย และเป็นพันธมิตรของไทยในเวที OIC

2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจสองฝ่ายเพื่อขยายการค้าและการลงทุนระหว่างกัน

3) ส่งเสริมความร่วมมือด้านพลังงาน เพิ่มความร่วมมือด้านก๊าซธรรมชาติ และส่งเสริมการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยเพื่อพัฒนาด้านความมั่นคงทางอาหาร (food security)

4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (medical tourism) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยด้านการท่องเที่ยว อัยาศัยไมตรีของคนไทย สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับครอบครัวและการรับบริการทางการแพทย์ รวมทั้งความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมที่คนไทยหลากหลายศาสนาสามารถอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

5) ขยายตลาดแรงงานสำหรับแรงงานกึ่งฝีมือและแรงงานมีฝีมือ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมก่อสร้าง พร้อมทั้งรักษาสีทธิประโยชน์และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน

6) สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างศาสนา และแสวงหาความร่วมมือทางการศึกษาเพื่อสนับสนุนนักศึกษาไทยมุสลิม

7) ส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชน ทั้งในด้านความเป็นอยู่และวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมของไทย

3.1.2.3 สิ่งที่กาตาร์ต้องการจากไทย

1) ต้องการแรงงานจำนวนมากสำหรับภาคก่อสร้างและอุตสาหกรรมในกาตาร์ที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะโครงการก่อสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐาน โครงการก่อสร้างสนามกีฬาสำหรับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกในปี ค.ศ. 2022 และโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกดังกล่าว

2) จุดหมายปลายทางสำหรับการพักผ่อนของครอบครัวและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานระดับโลก

3) ความร่วมมือทางวิชาการโดยเน้นด้านการเกษตรและอาหารเพื่อตอบสนองเป้าหมายการสร้างความมั่นคงทางอาหารของกาตาร์ และด้านการแพทย์เพื่อพัฒนาการบริการด้านการแพทย์และสาธารณสุขของกาตาร์

4) แหล่งลงทุนเพื่อสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจและลดการพึ่งพารายได้จากน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ

- 5) ตลาดสำหรับสินค้าพลังงานและเคมีภัณฑ์ของกาตาร์
- 6) แหล่งนำเข้าสินค้าและบริการด้านการก่อสร้าง และสินค้าเกษตรและอาหารของกาตาร์
- 7) ส่งเสริมความสัมพันธ์ในระดับประชาชน ความเข้าใจอันดีระหว่างศาสนา และความร่วมมือใกล้ชิดด้านวัฒนธรรม

3.1.2.4 กลยุทธ์ในการดำเนินความสัมพันธ์

- 1) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนการเยือนระดับประมุข ผู้นำรัฐบาล รัฐมนตรีต่างประเทศ รัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง
- 2) สนับสนุนกิจกรรมการแลกเปลี่ยนระหว่างภาคประชาชน ผู้นำชุมชน ผู้นำองค์กรศาสนาและฝ่ายนิติบัญญัติ และส่งเสริม soft diplomacy เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างศาสนาและประชาชน
- 3) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจสองฝ่าย อาทิ อำนวยความสะดวกการเยือนของคณะนักธุรกิจ สนับสนุนกิจกรรมเผยแพร่ข้อมูล การจัด Roadshow การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและการจัดเทศกาลไทย เป็นต้น
- 4) เร่งรัดการจัดทำความตกลงด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์อาหารและพลังงาน ความตกลงส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน ความตกลงด้านความมั่นคงทางอาหาร ความตกลงด้านการแพทย์ ฯลฯ รวมทั้งอำนวยความสะดวกสำหรับความตกลงต่างๆ ที่จัดทำโดยภาคเอกชนไทย (เช่น สัญญา Patient's Referral มารักษาในไทย)
- 5) ร่วมมือแก้ไขอุปสรรคต่างๆ เช่น สร้างระบบอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อดึงดูดในการเข้ามาใช้บริการการแพทย์ในไทย
- 6) ส่งเสริมให้มีการจัดทำความตกลงด้านแรงงานและให้มีการจัดทำสัญญามาตรฐานในการว่าจ้าง เพื่อปกป้องสิทธิประโยชน์ของแรงงาน แก้ไขปัญหาค่าหัวสูงเกินกำหนด และแก้ปัญหาการมีสัญญาจ้างสองฉบับ ส่งเสริมให้มีการว่าจ้างแรงงานไทยไปทำงานเพิ่มขึ้น
- 7) สนับสนุนการปฏิสัมพันธ์กับนักวิชาการ สถานศึกษา สถาบันวิจัย รวมถึงแสวงหาความร่วมมือจัดตั้งศูนย์หรือสถาบันด้านการศึกษาตะวันออกกลาง (Middle East Studies) ในไทย ส่งเสริมการเรียนรู้ของนักศึกษาไทย – มุสลิม ซึ่งมีความชำนาญในการใช้ภาษาและเข้าใจวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของภูมิภาคตะวันออกกลางในด้านธุรกิจหรือวิชาการอื่นๆ เพื่อเข้าถึงความต้องการของภูมิภาค
- 8) จัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีของไทย เช่น การแสดงวัฒนธรรมไทยในงานสำคัญต่าง ๆ และการจัดงานแสดงภาพยนตร์ไทย เป็นต้น

3.2 แหล่งที่มาของ Soft Power ของไทยในภาพรวม

แหล่งทรัพยากรอันเป็นที่มาของ Soft Power ของไทย ได้แก่

3.2.1 วัฒนธรรม

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ฝังรากลึกและพัฒนาสืบต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน เป็นภูมิปัญญาไทยที่ประชาชนไทยภาคภูมิใจ และได้รับความชื่นชมจากชาวต่างชาติทั่วโลก โดยวัฒนธรรมไทยที่โดดเด่นและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลกมี อาทิ อาหารไทย ดนตรีไทย นาฏศิลป์ ผ้าไหมและสิ่งทอพื้นเมือง การแกะสลักผักและผลไม้ และงานฝีมือหัตถกรรม ในด้านกีฬาไทย มวยไทยกำลังได้รับความนิยมอย่างสูงจากประเทศต่างๆ ทั่วโลก ทั้งในฐานะกีฬา ศิลปะการป้องกันตัว และการออกกำลังกายสมัยใหม่ นอกจากนี้ งานภาพถ่ายและภาพพิมพ์ ภาพยนตร์ รวมไปถึงละครและงานเพลงและดนตรีสมัยใหม่ของไทยโดยศิลปินไทยที่มีการพัฒนาทักษะและความคิดสร้างสรรค์ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ประเทศไทยมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกและมีความหลากหลาย ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามติดอันดับโลก และแหล่งท่องเที่ยวสมัยใหม่ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นแหล่งที่มีสินค้าที่ตอบสนองรสนิยมและความชอบของนักท่องเที่ยวในทุกระดับฐานะจากทุกมุมโลก มีโรงแรมที่มีชื่อเสียง และการบริการแบบไทยๆ ที่อบอุ่นและเอาใจใส่ จนได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ

ประเทศไทยเป็นเมืองพุทธที่ศาสนาพุทธและการปฏิบัติตัวตามแนวพุทธศาสนาเป็นที่ปรากฏเด่นชัด ในปัจจุบันการฝึกจิตให้สงบโดยการฝึกวิปัสสนาและสมาธิได้รับความนิยมในวงกว้างจากชาวต่างชาติที่มีได้นับถือศาสนาพุทธ แต่มุ่งหวังแสวงหาความสงบทางจิตใจ โดยมีชาวต่างชาติเข้ามารับการฝึกอบรมตามวัดและสำนักสงฆ์ที่มุ่งเน้นในด้านนี้เพิ่มขึ้นทั้งในประเทศไทยและวัดไทยในต่างประเทศ

จากข้อเท็จจริงข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า วัฒนธรรมเป็น Soft Power ที่สำคัญยิ่งของไทย

3.2.2 นโยบายต่างประเทศ

ประเทศไทยมีนโยบายต่างประเทศที่มุ่งเน้นการดำเนินบทบาทที่กระตือรือร้นและสร้างสรรค์ และเป็นสมาชิกประชาคมระหว่างประเทศที่มีความรับผิดชอบ ตั้งแต่การเข้าร่วมปฏิบัติการรักษาสันติภาพและปฏิบัติการเพื่อให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมขององค์การสหประชาชาติในประเทศต่างๆ การพัฒนาบทบาทการเป็นประเทศผู้ให้ความช่วยเหลือ โดยเฉพาะในด้านเทคนิคและวิชาการแก่ประเทศยากจนและประเทศกำลังพัฒนาทั้งในกรอบทวิภาคีและไตรภาคี โดยบทบาทของไทยในเวทีระหว่างประเทศในกรอบต่างๆ เป็นที่ยอมรับของนานาชาติมาโดยตลอด เห็นได้จากการที่ไทยได้รับเลือกให้ดำรงตำแหน่งประธานคณะมนตรีสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ (United Nations Human Rights Council – UNHRC) วาระปี 2553 – 2554 (วาระการเป็นสมาชิกปี 2553 – 2556) และปัจจุบันไทยยังคงประสงค์จะแสดงบทบาทที่กระตือรือร้นในเวทีระหว่างประเทศต่อไปโดยกำลังลงสมัครในตำแหน่งสมาชิก HRC เป็นวาระที่สองสำหรับช่วงปี 2558 – 2560

และตำแหน่งสมาชิกไม่ถาวรของคณะมนตรีความมั่นคงแห่งสหประชาชาติ วาระปี 2560 – 2561 ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากประเทศต่างๆ รวมทั้งกาตาร์

การดำเนินนโยบายต่างประเทศตามแนวทางดังกล่าวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ไทยในฐานะประเทศที่มีบทบาทในเชิงบวกและสมาชิกที่มีความรับผิดชอบต่อประชาคมระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของ Soft Power อีกแหล่งหนึ่งของไทย

3.2.3 การศึกษา

ระบบการศึกษาของไทยได้รับการพัฒนามาตรฐานที่สูงขึ้น สถาบันการศึกษาในระดับต่างๆ ของไทยมีความเป็นสากลมากขึ้น มีโครงการแลกเปลี่ยนอาจารย์และนักศึกษา/นักเรียนกับต่างประเทศ มีความตื่นตัวในการสอนภาษาต่างประเทศที่เป็นภาษาสากลโดยปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับยุคสมัย ไม่เพียงแต่นักศึกษาไทยที่เดินทางไปศึกษาในประเทศต่างๆ ทั่วโลก แต่จำนวนนักศึกษาต่างชาติที่เข้ามาศึกษาในไทยเพิ่มขึ้นตามลำดับ โดยรัฐบาลไทยได้จัดสรรทุนให้แก่ประเทศเพื่อนบ้านและประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ ในการมาศึกษาในสถาบันการศึกษาระดับต่างๆ ของไทย นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการของไทยได้รับเชิญให้ไปเผยแพร่และแลกเปลี่ยนผลงานทางวิชาการในประเทศต่างๆ และได้รับเชิญให้ดำรงตำแหน่งผู้ทรงคุณวุฒิในองค์การระหว่างประเทศ อาทิ ดร.สายสุรี จุติกุล ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเด็กและสตรี ศ. วิทิต มันทาภรณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสิทธิมนุษยชน และ ดร. สมชาย ฤกษ์วิวัฒน์ นักวิชาการอิสระ เป็นต้น การศึกษาจึงเป็น Soft Power ของไทยประการหนึ่ง

3.2.4 ธุรกิจและนวัตกรรม

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจบริการจนมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลก โดยเฉพาะสปาไทย ซึ่งมีการพัฒนารูปแบบบริการที่ก้าวหน้าที่ยังคงเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาไทยเฉพาะตัวและตอบสนองกับความต้องการและเงื่อนไขเฉพาะ อาทิ การให้บริการสปาฮาลาล (ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของศาสนาอิสลาม) โดยเปิดบริการในประเทศแถบตะวันออกกลาง เป็นต้น การให้บริการทางการแพทย์ของไทยที่ก้าวหน้า ได้มาตรฐานโลกและราคาไม่สูงนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ทำให้ไทยพัฒนาเป็นศูนย์กลางธุรกิจการให้บริการทางการแพทย์ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอีกด้วย หรือที่เรียกว่าการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) โดยชาวต่างชาติที่มารับการรักษาพยาบาลในไทย ใช้เป็นโอกาสมาท่องเที่ยวประเทศไทยไปพร้อมกัน ซึ่งมีจำนวนไม่น้อยที่ผู้มารับการรักษาพยาบาลพาครอบครัวและผู้ติดตามมาด้วย โดยเฉพาะจากประเทศในตะวันออกกลาง หรือแม้แต่ธุรกิจอาหารของไทย ไม่ว่าจะเป็นอาหารทะเลแช่เย็น/แช่แข็ง ผลไม้กระป๋อง เครื่องปรุง และสินค้าเกษตรและอาหารไทยจำนวนมากได้รับการพัฒนาเป็นสินค้าส่งออกที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลไปจำหน่ายทั่วโลก รวมไปถึงอุตสาหกรรมรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบของไทย ซึ่งธุรกิจและนวัตกรรมของไทยเหล่านี้กลายเป็น “ตราสินค้า” หรือ “Brand” ของประเทศไทย และเป็น Soft Power ที่สำคัญอย่างมากของไทย

3.3 Soft Power ของไทยต่อกาตาร์

แหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับกาตาร์ มีดังนี้

3.3.1 วัฒนธรรม

อาหารไทยได้รับความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องในกาตาร์ โดยมีก้อยู่ในลำดับต้นๆ ของการจัดอันดับร้านอาหารในท้องถิ่นของกาตาร์¹⁸ การประกอบอาหารไทยตามแบบฮาลาล โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นแต่ปรุงตามแบบไทย มีเมนูที่น่าสนใจและรสชาติหลากหลาย ใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงและมีราคาแพง ได้รับความนิยมจากชาวกาตาร์มาโดยตลอด อาทิ เมนูต้มยำกุ้งแม่น้ำขนาดใหญ่คัดพิเศษของร้านอาหารไทย “Jasmine” ในกรุงโดฮาซึ่งเป็นเมนูที่ได้รับความนิยมสูงจากลูกค้าชาวกาตาร์ และเป็นที่ต้องการมากกว่าจำนวนกุ้งที่ร้านสามารถสั่งได้จากประเทศไทยในแต่ละสัปดาห์เสมอแม้มีราคาสูงมาก¹⁹ รวมทั้งเมนูสุขภาพสำหรับชาวกาตาร์ที่ปัจจุบันเริ่มประสบปัญหาสุขภาพมากขึ้น เช่น โรคเบาหวาน โรคหัวใจ และความดันโลหิตสูง ซึ่งจำนวนไม่น้อยมีสาเหตุจากการรับประทานอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะอันเนื่องมาจากฐานะความเป็นอยู่ที่ดี และหน่วยงานด้านสุขภาพอนามัยของกาตาร์เริ่มรณรงค์ให้ชาวกาตาร์ใส่ใจกับการรักษาสุขภาพของตนเองมากขึ้น และรับประทานอาหารให้ถูกสุขลักษณะ อาหารไทยซึ่งตามปกติได้รับความนิยมสูงจากลูกค้าท้องถิ่นอยู่แล้ว จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นไปอีกจากการเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของอาหารสุขภาพ

นอกจากนี้ ชาวกาตาร์สมัยใหม่ให้ความสนใจงานศิลปะในด้านต่างๆ เป็นอย่างมาก โดยกระแสนิยมที่สำคัญมาจากการที่ผู้ปกครองรัฐกาตาร์มีนโยบายพัฒนาให้กาตาร์เป็นศูนย์กลางของผลงานศิลปะชั้นนำของโลก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนการลงทุนในการพัฒนาประเทศในระยะยาวโดยใช้เม็ดเงินรายได้จากการส่งออกน้ำมันและก๊าซธรรมชาติเพื่อสร้างความหลากหลายทางเศรษฐกิจและลดการพึ่งพารายได้จากน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ ทั้งนี้ Sheikha Al-Mayassa bint Hamad bin Khalifa Al-Thani พระชนิษฐาของเจ้าผู้ครองรัฐกาตาร์องค์ปัจจุบันมีงบประมาณในการจัดซื้อผลงานศิลปะที่มีชื่อเสียงระดับโลกในแต่ละปีเป็นจำนวนเงินถึงหนึ่งพันล้านดอลลาร์สหรัฐ และนิตยสาร ArtReview ได้จัดให้เป็นอันดับหนึ่งของ 100 ผู้ทรงอิทธิพลของโลกในด้านศิลปะในปี 2556²⁰ ดังนั้นผลงานด้านศิลปะของไทย รวมทั้งศิลปะสมัยใหม่เป็นสิ่งที่มีความสำคัญภาพในการเป็น Soft Power ต่อกาตาร์

ในขณะเดียวกัน การแสวงหาความสุขและความสงบทางใจตามแนวพุทธศาสนาซึ่งได้รับความสนใจศึกษาจากชาวต่างชาติที่มีได้นับถือศาสนาพุทธเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นสิ่งที่สามารถสร้างความสนใจในหมู่ชาวกาตาร์ที่นับถือศาสนาอิสลามได้เช่นเดียวกันในฐานะองค์ความรู้ในการพัฒนาจิตใจและสร้างความสงบสุขในชีวิตภายใต้แรงกดดันและกฎระเบียบที่เคร่งครัดของสังคมกาตาร์

¹⁸ ดังรายละเอียดตามเอกสารอันดับของร้านอาหารไทยที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ของกาตาร์ในปี 2557 รวบรวมโดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ตามเอกสารแนบ 1

¹⁹ ข้อมูลจากผู้จัดการร้านอาหารไทย “Jasmine” กรุงโดฮา ปี 2556

²⁰ ArtReview Power 100 ปี ค.ศ. 2013 (http://artreview.com/power_100/sheikha_al-mayassa_bint_hamad_bin_khalifa_al-thani/) โดยเป็นอันดับที่ 90 ในปี 2554 และอันดับ 11 ในปี 2555

3.3.2 ธุรกิจและนวัตกรรม

สินค้าและบริการของไทยได้รับความนิยมจากชาวกาตาร์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะสปาไทย ซึ่งสอดคล้องกับความชอบและรสนิยมของชาวกาตาร์ที่มีฐานะร่ำรวยและนิยมใช้บริการสปาเป็นรูปแบบหนึ่งของการพักผ่อนและเสริมความงาม ธุรกิจและนวัตกรรมอื่นๆ ที่สำคัญมี อาทิ โรงแรม การบริการทางการแพทย์ของไทย ผลิตภัณฑ์อาหารและผลไม้ไทย และสินค้าประเภทรถยนต์และชิ้นส่วนประกอบ มีร้านอาหารไทยในลักษณะที่เป็นเมนูไทยแท้ๆ และราคาแพงเปิดบริการเพิ่มขึ้นในกรุงโดฮา การขยายสาขาของธุรกิจสปาไทยแบบฮาลาลเพิ่มขึ้น และมีกลุ่มโรงแรมที่เป็นของคนไทยขยายสาขามาที่กรุงโดฮาเพิ่มขึ้นและเป็นที่นิยมของชาวกาตาร์ ในขณะที่ชาวกาตาร์จำนวนมากมีความเชื่อมั่นในมาตรฐานและการบริการทางการแพทย์ของไทยที่ยังมีค่าบริการที่ถูกกว่าคู่แข่งของไทยในประเทศอื่น ประกอบกับไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในระดับโลก ชาวกาตาร์จึงนิยมเดินทางไปรับบริการในประเทศไทยพร้อมกับครอบครัวและผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้สินค้าไทยแบรนด์ไทยที่มีลักษณะเฉพาะของตัวเอง ทำจากวัสดุมีคุณภาพสูง ผลิตน้อยชิ้น เป็นงานฝีมือประณีต ใช้ทักษะความเชี่ยวชาญสูง และมีราคาสูง เป็นที่นิยมในหมู่ชาวกาตาร์ที่นิยมสินค้าราคาแพงที่ไม่เหมือนใคร สินค้าในลักษณะนี้ที่กำลังประสบความสำเร็จอย่างสูงและมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขนาดการผลิตและเพิ่มชนิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ได้อย่างต่อเนื่องในกาตาร์คือ สินค้ากระเป๋าหนังจระเข้²¹ ซึ่งแสดงถึงความนิยมของชาวกาตาร์ต่อสินค้าชั้นสูงที่เป็นแบรนด์ของไทยเพิ่มขึ้น และเป็นสินค้าที่ประสบความสำเร็จในกาตาร์เนื่องจากสอดคล้องกับอุปนิสัยและความชอบของชาวกาตาร์²²

3.3.3 การศึกษา

ในปัจจุบันถึงแม้จะยังไม่มียุโรปศึกษาจากกาตาร์เดินทางมาศึกษาในประเทศไทย แต่การที่พระราชวงศ์ของไทยได้พบและเยี่ยมชมนักศึกษาด้านวิชาการต่างๆ ของกาตาร์ ตลอดจนการเข้าร่วมในการประชุมทางวิชาการที่จัดโดยรัฐบาลกาตาร์ จัดเป็นการริเริ่มความร่วมมือทางวิชาการกับองค์กรต่างๆ ของกาตาร์ ที่สถานเอกอัครราชทูตสามารถนำไปต่อยอดดำเนินกิจกรรมความร่วมมือทางวิชาการกับกาตาร์ได้อย่างต่อเนื่องต่อไป²³ ซึ่งถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการสร้าง Soft Power ของไทยต่อกาตาร์ นอกจากนี้ มีนักวิชาการไทยที่ได้รับเชิญจากองค์กรและสถาบันทางวิชาการของกาตาร์ให้มาแสดงผลงานทางวิชาการในเชิงศิลปะและศาสนาอยู่เป็นระยะๆ อีกทั้งยังมีนักเรียนและนักศึกษามุสลิมจากประเทศไทยได้รับทุนการศึกษาจากรัฐบาลกาตาร์ให้มาศึกษาในสถาบันการศึกษาด้านศาสนาอิสลามของกาตาร์เป็นภาษาอาหรับ ซึ่งความร่วมมือในด้านวิชาการเหล่านี้ล้วนมีผลช่วยสร้าง Soft Power ของไทยต่อกาตาร์ได้ในระดับหนึ่ง

²¹ ข้อมูลจากคุณพัชรพิมล ยังประภากร เจ้าของธุรกิจกระเป๋าหนังจระเข้ “S’uvimol”

²² โดยเฉพาะในหมู่สตรีชาวกาตาร์ซึ่งตามแนวปฏิบัติของศาสนาอิสลามต้องแต่งกายด้วยชุดคลุมสีดำตั้งแต่ศีรษะจรดเท้า ดังนั้น สิ่งที่จะแสดงถึงฐานะทางสังคมและความเป็นตัวตนคือเครื่องประดับภายนอก เช่น กระเป๋าถือ รองเท้า นาฬิกา และอัญมณี

²³ ข้อคิดเห็นจากการสัมภาษณ์นายปัญญาธิ์ พูลทรัพย์ อดีตเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ช่วงปี 2554 – 2557 ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย

3.3.4 นโยบายต่างประเทศ

ถึงแม้แนวทางการดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยในการเป็นสมาชิกประชาคมโลกที่มีบทบาทกระตือรือร้น สร้างสรรค์และรับผิดชอบ จะเป็น Soft Power ให้กับไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศต่างๆ แต่สำหรับกาตาร์นั้น ถึงแม้ว่ากาตาร์จะชื่นชมไทยที่มีแนวนโยบายและบทบาทที่สร้างสรรค์คล้ายคลึงกับกาตาร์ หรือในลักษณะ “like-minded” และได้สนับสนุนไทยในเวทีและกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ เช่น การสนับสนุนให้ไทยได้รับเลือกตั้งเป็นสมาชิก HRC วาระปี 2553 – 2556 และสนับสนุนให้ดำรงตำแหน่งประธาน HRC ในวาระปี 2553 – 2554 การสนับสนุนไทยในการสมัครรับเลือกตั้งในตำแหน่งสมาชิก HRC รอบสองวาระปี 2558 – 2560 และสมาชิก UNSC วาระปี ค.ศ. 2017 – 2018 และการสนับสนุนท่าทีไทยที่ไม่ประสงคืให้มีการนำประเด็นเรื่องปัญหาในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยมาเข้าสู่กรอบ OIC เป็นต้น แต่กาตาร์มีแนวทางเฉพาะของตนเอง ซึ่งการที่กาตาร์แสดงท่าทีสนับสนุนไทยในเวทีระหว่างประเทศต่างๆ ขึ้นอยู่กับเหตุผลเฉพาะของผู้นำกาตาร์เป็นสำคัญ โดยไม่อาจทราบได้ชัดเจนว่าเป็นเพราะสาเหตุใด ดังนั้น จึงไม่สามารถเชื่อมโยงได้โดยตรงว่าการสนับสนุนไทยของกาตาร์ดังกล่าวเป็นผลมาจาก Soft Power ของไทยในด้านนโยบายต่างประเทศ ซึ่งหมายความว่า ในขณะที่นโยบายต่างประเทศตามแนวทางดังกล่าวของไทยอาจเป็น Soft Power หนึ่งที่ไทยใช้กับหลายประเทศอย่างได้ผล²⁴ แต่ไม่สามารถนำมาใช้กับกรณีของกาตาร์ได้ เนื่องจากลักษณะพิเศษของกลไกการใช้อำนาจในการตัดสินใจของกาตาร์ซึ่งมีลักษณะและเงื่อนไขเฉพาะตัว²⁵

โดยสรุปคือ แหล่ง Soft Power ที่ไทยสามารถใช้กับกาตาร์ได้มี 3 แหล่งตามคำอธิบายในข้อ 3.3.1 – 3.3.3 ข้างต้น

3.4 การใช้ Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮาในแต่ละช่วง

3.4.1 ช่วงที่หนึ่ง ปี 2546 – 2550²⁶ “ช่วงบุกเบิก เปิดตัว”

3.4.1.1 วัฒนธรรม และธุรกิจและนวัตกรรม

สถานเอกอัครราชทูตฯ ให้ความสำคัญกับการจัดงานด้านวัฒนธรรมของไทยเป็นอันดับแรกเนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงแรกของการเปิดทำการของสถานเอกอัครราชทูตฯ และแม้เจ้าผู้ครองรัฐกาตาร์จะรู้จักคุ้นเคยและมีความชอบประเทศไทยอยู่แล้ว แต่ในหมู่ชาวกาตาร์เองถือว่ายังรู้จักประเทศไทยน้อยมาก และคนไทยที่ชาวกาตาร์พบเห็นอยู่ในกาตาร์ในขณะนั้นส่วนใหญ่เป็นแรงงานไทยหลายพันคนที่เข้าไปทำงานในโครงการก่อสร้างในกาตาร์ โดยเฉพาะจากการที่บริษัทของ

²⁴ โดยเฉพาะการใช้ต่อประเทศตะวันตก เช่น สหภาพยุโรปและสหรัฐฯ เนื่องจากมีนโยบายต่างประเทศในด้านนี้ที่คล้ายคลึงกัน

²⁵ ข้อคิดเห็นจากการสัมภาษณ์นายปัญญาธิ์ พูลทรัพย์ อดีตเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ช่วงปี 2554 – 2557 ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย

²⁶ อดีตเอกอัครราชทูตวรวีร์ ศรีสัมพันธ์ ดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2546 - มีนาคม 2550 ทั้งนี้ รายละเอียดการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์นายทรงวิทย์ นิภาสุวรรณ อดีตอุปทูต ณ กรุงโดฮา และอดีตที่ปรึกษาประจำสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วงนั้น

ไทยสามารถประมวลโครงการก่อสร้างหมู่บ้านนักกีฬาเอเชียนเกมส์ที่กาตาร์เป็นเจ้าภาพในปี 2549 ดังนั้น จุดมุ่งหมายในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้นในลำดับแรกจึงมุ่งเน้นที่การทำให้ชาวกาตาร์รู้จักคนไทยและประเทศไทยให้มากขึ้น โดยใช้เครื่องมือที่สำคัญคือ วัฒนธรรม ซึ่งเป็น Soft Power ที่เป็นจุดแข็งของไทยและชื่อเสียงของไทยในด้านนี้ได้รับการยอมรับจากนานาประเทศ อยู่มาากแล้ว ทั้งนี้ ในการดำเนินการทูตวัฒนธรรม เป็นโอกาสให้ใช้จุดแข็งด้าน Soft Power อีกกลุ่มหนึ่งของไทยด้วยคือ ธุรกิจและนวัตกรรม ซึ่งในช่วงนี้หมายถึงสปาและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (medical tourism) ซึ่งเป็นไปตามยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางและกาตาร์ในช่วงนี้

กิจกรรมด้านการทูตวัฒนธรรมที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัดในช่วงแรกนี้ ประกอบด้วยการจัดงานสัปดาห์ผลไม้ไทย โดยร่วมกับห้าง Lulu Hypermarket ซึ่งเป็นซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำขนาดใหญ่ของกาตาร์หลายครั้ง ซึ่งปรากฏว่าชาวกาตาร์ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และต่อมา Lulu เป็นห้างที่ได้เปิดสำนักงานเพื่อจัดซื้อ (buying office) ผลไม้ที่ตลาดไทเพื่อจัดส่งไปยังห้าง Lulu สาขาต่างๆ ในกาตาร์โดยตรง ไม่ต้องผ่านบริษัทตัวแทนจัดซื้อ นอกจากนี้ มีการจัดงานสัปดาห์อาหารไทย โดยจัดทำใบแทรก (supplement) ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นเพื่อประชาสัมพันธ์งานดังกล่าว ซึ่งเป็นโอกาสเผยแพร่โฆษณาการท่องเที่ยว สปา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยไปพร้อมกัน ที่ได้รับความสนใจจากชาวกาตาร์เป็นอย่างดี การจัดงานเทศกาลอาหารไทยโดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับสถาบันอาหารนำพ่อครัวไทยมาสาธิตการปรุงอาหารไทยและเปิดสอนแก่คณะภริยาเอกอัครราชทูตประเทศต่างๆ ประจำกาตาร์ พร้อมทั้งงานเลี้ยงอาหารค่ำด้วยอาหารไทยแก่แขกผู้มีเกียรติชาวกาตาร์ นอกจากนี้ มีการแสดงแฟชั่นโชว์ผ้าไทยในงานแสดงทางวัฒนธรรมระหว่างการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ที่กรุงโดฮาในปี 2549 ซึ่งพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าสิริวัณณวรีนารีรัตน์ ได้เสด็จฯ ร่วมงานดังกล่าว ทำให้ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนและชาวกาตาร์จำนวนมาก

ในด้านการเยือนในระดับประชาชน มีการจัดโครงการเชิญสื่อมวลชนมุสลิมเยือนไทยประจำปีโดยจัดร่วมกับกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งสื่อมวลชนที่เดินทางไปเยือนไทยและได้ทำความรู้จักความเป็นไทยและคนไทยโดยตรง ได้จัดทำบทความในเชิงประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในทุกๆ ด้านเป็นภาษาอารบิกซึ่งช่วยให้คนไทยและประเทศไทยเป็นที่รู้จักต่อชาวกาตาร์ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้มีการเยือนไทยของคณะ Qatar Photographic Society ซึ่งเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่ช่วยประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของคนไทยและประเทศไทยต่อชาวกาตาร์โดยผ่านภาพถ่าย

ในด้านการส่งเสริมสินค้าไทย มีการประชาสัมพันธ์สินค้าไทยในกาตาร์ในงานแสดงสินค้า Asian Showcase Exhibition และงาน International Trade Fair เพื่อให้สินค้าไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในตลาดกาตาร์ ตลอดจนการจัด Roadshow ร่วมกับสมาคมโรงพยาบาลเอกชนของไทยเพื่อประชาสัมพันธ์คุณภาพและบริการด้านการแพทย์ของไทยแก่ชาวกาตาร์

นอกจากนี้ สวนสัตว์กาตาร์ยังได้แสดงความสนใจในการนำช้างไทยไปแสดงในกาตาร์ ซึ่งถึงแม้ว่าเรื่องนี้เป็นเพียงการหารือกันในเบื้องต้น แต่แสดงถึงการที่กาตาร์เริ่มรู้จักและชื่นชมช้างไทยซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของประเทศไทย

ในช่วงนี้มีร้านอาหารไทยเริ่มเปิดกิจการในกรุงโดฮาโดยขยายตัวเป็น 3 ร้าน โดยเป็นร้านอาหารไทยในระดับปานกลางที่ดำเนินธุรกิจและบริหารโดยคนไทย ในขณะที่ธุรกิจสปาไทยที่คนไทยเป็นเจ้าของและดำเนินธุรกิจที่ได้เปิดดำเนินการในช่วงนี้มีจำนวน 4 แห่ง²⁷

มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์และจำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2546 – 2550 ปรากฏตามตารางข้างล่าง

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในช่วงปี 2546 – 2550²⁸

ปี	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	การเปลี่ยนแปลงของ การส่งออก (ร้อยละ)
2546	28.1	468	+25.45
2547	49.7	698.2	+76.87
2548	113.1	836.6	+127.57
2549	193.2	1,528.9	+71.28
2550	216.12	2,043.20	+11.9

สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปกาตาร์ได้แก่ ยานยนต์ เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องปรับอากาศ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารทะเลและอาหารแปรรูป ข้าว และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ส่วนสินค้าสำคัญที่ไทยนำเข้าจากกาตาร์ ได้แก่ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เป็นต้น

²⁷ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นายเอกภัทร เปรมโยธิน เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ซึ่งเคยเป็นเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วงของอดีตเอกอัครราชทูตวรวิระฯ ทั้งนี้ การประกอบธุรกิจในโดฮาตามกฎหมายท้องถิ่นต้องเป็นการร่วมทุนระหว่างชาวกาตาร์กับชาวต่างชาติในสัดส่วนการถือครองหุ้นร้อยละ 51 ต่อร้อยละ 49

²⁸ สำนักยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, เอกสารความสัมพันธ์ทางการค้า ไทย-กาตาร์ [ออนไลน์], แหล่งที่มา http://www.dtn.go.th/vtl_upload_file/1267677575140/Qatar_trade52.pdf 2552.

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2546 – 2550²⁹

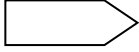
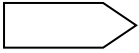
ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์
2546	4,458
2547	6,963
2548	8,027
2549	11,463
2550	16,924

ในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยส่วนใหญ่เป็นการเดินทางไปรับบริการทางการแพทย์และท่องเที่ยวไปด้วยในคราวเดียวกัน (medical tourism) ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวจึงเป็นตัวบ่งชี้ความนิยมของชาวกาตาร์ในการเลือกประเทศไทยทั้งสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และการท่องเที่ยวเพื่อรับการรักษาพยาบาล

3.4.1.2 จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้นสามารถใช้ BCG Matrix เพื่อประเมินผลของ Soft Power 2 กลุ่มคือ กลุ่มวัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรม ดังนี้

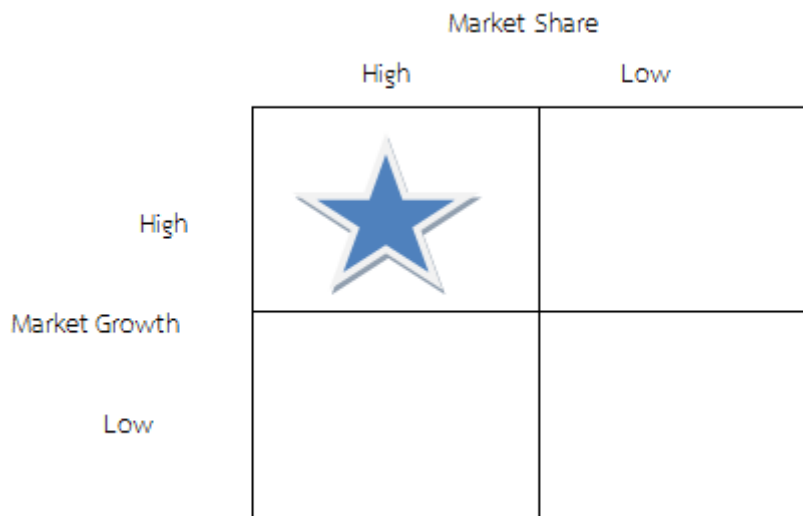
²⁹ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เอื้อเฟื้อโดยนายธนศวรรค์ เพชรสุวรรณ ผู้อำนวยการภูมิภาคยุโรป แอฟริกาและตะวันออกกลาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

BCG Matrix สำหรับวัฒนธรรม (อาหารและวัฒนธรรมไทย)

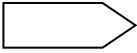
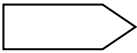
- Market Share  ส่วนแบ่งตลาดสูง
- การได้รับความสนใจและการเริ่มได้รับความนิยมจากชาว กาดาร์ต่ออาหารและวัฒนธรรมไทย จากการศึกษาความสนใจ เข้าร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด และการเริ่มมี ร้านอาหารไทยเปิดกิจการ
 - ความนิยมของชาว กาดาร์ ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในไทย
- Market Growth  แนวโน้มเติบโตสูง
- ร้านอาหารไทยที่เปิดให้บริการในกรุงโตฮามิมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ ละแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าชาว กาดาร์ ที่เข้ามาใช้ บริการเป็นอย่างดี มีผลการประกอบการที่ดี
 - จำนวนนักท่องเที่ยวชาว กาดาร์ ที่เดินทางไปไทยมีจำนวนเพิ่ม สูงขึ้นทุกปี

Outcome = “Star”

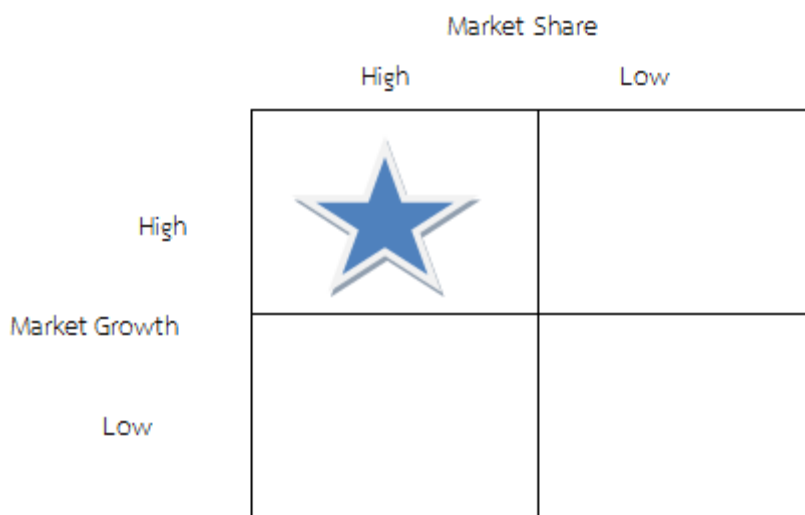
สู่ทางในการขยายตัวสูง



BCG Matrix สำหรับธุรกิจและนวัตกรรม (สปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าส่งออกไทย)

- Market Share  ส่วนแบ่งตลาดสูง
- การได้รับความสนใจและการเริ่มได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติต่อสปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย และการนำเข้าสินค้าไทย และให้ความสนใจเข้าร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด และการเริ่มมีธุรกิจสปาไทยเปิดกิจการ
 - ความนิยมของชาวต่างชาติในการเดินทางไปท่องเที่ยวในไทย เพื่อรับการรักษาพยาบาล
- Market Growth  แนวโน้มเติบโตสูง
- ธุรกิจสปาไทยที่เปิดให้บริการในกรุงโตฮามิมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ละแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี มีผลการประกอบการที่ดี
 - จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางไปไทยเพื่อรับการรักษาพยาบาลมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นทุกปี

Outcome = “Star”
 คู่ทางในการขยายตัวสูง



3.4.2 ช่วงที่สอง ปี 2551 - 2553³⁰ “ช่วงลงหลักปักฐาน”

สถานเอกอัครราชทูตฯ ให้ความสำคัญอย่างมากในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์และผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ โดยใช้ควบคู่ไปกับการดำเนินงานทางการทูตตามปกติ โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) Introducing Thailand หมายถึงการแนะนำสิ่งดีๆ ของไทยให้ชาวกาตาร์ได้รู้จัก เพื่อเพิ่มความรู้จักคุ้นเคยและความนิยมในประเทศไทยและคนไทย 2) Image Projecting หมายถึงการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทยและคนไทย 3) Brand Reminding หมายถึงการทำให้ “Brand” ของความเป็นไทยเป็นที่รู้จักและนิยมในหมู่ชาวกาตาร์ว่าสิ่งต่างๆ ที่เป็นของไทยนั้นมีความดีและมีคุณภาพดี โดย Soft Power ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ เลือกใช้ในการดำเนินงานคือ กลุ่มวัฒนธรรม และกลุ่มธุรกิจและนวัตกรรม ที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์ เพื่อคงความต่อเนื่องจากการปูทางพัฒนาความรู้จักและคุ้นเคยระหว่างไทย-กาตาร์ในทุกระดับจากที่สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินการไว้ในช่วงที่แล้ว โดยในช่วงนี้เป็นการเน้นย้ำสร้างความรู้จักคุ้นเคยและทัศนคติที่ดีต่อคนไทย สินค้า/บริการของไทยและประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น

3.4.2.1 วัฒนธรรม

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดงานด้านการทูตวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่การจัดงาน Thai Food Festival ร่วมกับโรงแรมชั้นนำที่มีชื่อเสียงในกาตาร์ เช่น InterContinental Doha และโรงแรม Grand Hyatt Doha โดยมีการแสดงนาฏศิลป์ไทย โดยได้ปรับในส่วนเครื่องแต่งกายของนักแสดงไทยเพื่อให้ไม่ขัดต่อหลักของศาสนาอิสลาม ทำให้เป็นที่พอใจและชื่นชมของชาวกาตาร์ และได้จัดงานในลักษณะเดียวกันร่วมกับ Qatar Airways ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติของกาตาร์ นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ให้ความสำคัญกับการออกบูธอาหารไทยตามงานออกร้านที่โรงเรียนท้องถิ่นของกาตาร์มักจัดขึ้นเป็นประจำ เพื่อให้อาหารไทยเข้าถึงและเป็นที่รู้จักมากขึ้นของคนท้องถิ่น

ในการจัดงานที่เป็นการรวมตัวของชุมชนคนไทยในกาตาร์ อาทิ งานวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว งานวันแม่ งานวันสงกรานต์ งานวันลอยกระทง เป็นต้น สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เชิญคนท้องถิ่นเข้าร่วมงานด้วย และจัดให้คนไทยได้ทำกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ทำงานและพำนักอยู่ เช่น การบริจาคโลหิตให้กับองค์กร Qatar Red Crescent (เช่นเดียวกับสภากาชาด) พร้อมทั้งเชิญสื่อมวลชนท้องถิ่นออกข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและคนไทยในเชิงบวกต่อสาธารณชนกาตาร์ให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อคนไทย

เอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ได้เข้าพบผู้บริหารของสถานีโทรทัศน์ Al Jazeera ของกาตาร์ เพื่อหารือเกี่ยวกับช่องทางความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย ซึ่งต่อมาสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ประสานให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่าจ้าง Al Jazeera ในการจัดทำรายการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยเป็นภาษาอารบิกซึ่งสามารถเผยแพร่ต่อทั้งชาวกาตาร์และโลกอาหรับไปพร้อมกัน

³⁰ ช่วงของอดีตเอกอัครราชทูตสุวัฒน์ จิราพันธุ์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต/หัวหน้าคณะผู้แทนไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา ข้อมูลได้รับจากการสัมภาษณ์

อนึ่ง จากการทำเนิงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการสร้างความรู้จักและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง Qatar Airways ซึ่งเดิมทำการบินตรงไปยังประเทศไทยวันละ 2 เที่ยวบิน ได้ปรับเปลี่ยนเที่ยวบินเป็นวันละ 4 เที่ยวบิน โดยมีข้อสังเกตว่า การปรับเปลี่ยนดังกล่าวเกิดขึ้นแม้เป็นช่วงที่ไทยประสบวิกฤตการณ์ทางการเมืองภายใน โดยเป็นช่วงหลังวันที่เกิดเหตุการณ์ความรุนแรงในกรุงเทพมหานครเมื่อเดือนพฤษภาคม 2553 ซึ่งแสดงถึงการเข้าใจถึงสภาพการณ์ภายในประเทศไทยเป็นอย่างดีและมีความเชื่อมั่นในสถานการณ์ในไทยของกาตาร์ อันเป็นผลจากการวางรากฐานของการทำความรู้จักและสร้างความเข้าใจในประเทศไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ

3.4.2.2 ธุรกิจและนวัตกรรม

นอกจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยในโอกาสการจัดงานด้านวัฒนธรรมต่างๆสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เข้าพบบุคคลต่างๆ ในวงการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกาตาร์ โดยเฉพาะการทำความรู้จักและหารือกับผู้ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐบาลกาตาร์ ให้ยกร่างนโยบายด้านการแพทย์และสาธารณสุขของกาตาร์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจในบริการทางการแพทย์และสุขภาพของไทย เพื่อรักษาและส่งเสริมกระแสความนิยมของชาวกาตาร์ในการไปรับบริการในประเทศไทยให้มากขึ้น

ในช่วงนี้มีร้านอาหารไทยเปิดกิจการในกรุงโดฮาโดยขยายตัวเป็น 5 ร้าน โดยเป็นร้านอาหารไทยระดับสูง ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในโรงแรมชั้นนำที่มีชื่อเสียงของกาตาร์ และย่าน Souq Waqif ซึ่งเป็นย่านร้านอาหารและตลาดเก่าที่รัฐบาลกาตาร์ปรับปรุงและอนุรักษ์โครงสร้างและรูปแบบทางสถาปัตยกรรมดั้งเดิมไว้โดยเป็นย่านที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวของกรุงโดฮา ในขณะที่ธุรกิจสปาไทยเปิดเพิ่มอีกอย่างน้อย 1 แห่ง

มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์และจำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2551 – 2553 ปรากฏตามตารางข้างล่าง

ตารางที่ 3 มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในช่วงปี 2551 – 2553

ปี	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	การเปลี่ยนแปลงของ การส่งออก (ร้อยละ)
2551	304.52	2,874.75	+40.40
2552	345.05	1,660.56	+13.29
2553	266.50	2,150.90	-22.77

สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปกาตาร์ได้แก่ ยานยนต์ เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องปรับอากาศ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารทะเลและอาหารแปรรูป ข้าว และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ส่วนสินค้าสำคัญที่ไทยนำเข้าจากกาตาร์ ได้แก่ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เป็นต้น

อนึ่ง การที่มูลค่าการส่งออกไทยไปกาตาร์ในปี 2553 ลดลงร้อยละ 22.77 นั้นเป็นผลรวมจากหลายปัจจัย ที่สำคัญคือการชะลอตัวของโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ของกาตาร์ หลังจากโครงการก่อสร้างที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการเป็นเจ้าภาพเอเชียนเกมส์ในปี 2549 เสร็จสมบูรณ์ ซึ่งสถานการณ์ดังกล่าวส่งผลต่อการส่งออกไทยไปกาตาร์เนื่องจากสินค้าส่งออกไทยไปยังกาตาร์ในอันดับต้นๆ คือ ยานยนต์และเครื่องปรับอากาศที่ใช้ในโครงการก่อสร้างของกาตาร์เป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยประกอบอื่น เช่น วิกฤตการณ์ทางการเมืองในไทย (เป็นปีที่ปัญหาการเมืองภายในเกิดขึ้นต่อเนื่องและเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองในใจกลางกรุงเทพมหานคร) และวิกฤตเศรษฐกิจโลกที่เกิดจากปัญหาในภาคการเงินของสหรัฐฯ ในช่วงปี 2551 – 2552 ทั้งนี้ เป็นสถานการณ์การชะลอตัวของกาตาร์ในช่วงสั้นๆ โดยในปี 2554 ปรากฏมีการกระตือรือร้นของตัวเลขการส่งออกไทยไปยังกาตาร์ ซึ่งจะแสดงในช่วงการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในช่วงต่อไป

ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2551 – 2553³¹

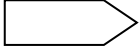
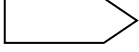
ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์
2551	15,138
2552	15,913
2553	22,341

อนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์ไปไทยในปี 2551 – 2552 ลดลงจากปี 2550 ประมาณร้อยละ 5 – 7 จากเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในช่วงดังกล่าว ซึ่งประกอบด้วยการประชุมและการปะทะกันของกลุ่มผู้ชุมนุมทางการเมืองที่มีแนวคิดแตกต่างกัน การปิดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและดอนเมืองโดยกลุ่มผู้ชุมนุมประท้วงทางการเมืองในช่วงเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม 2551 การประท้วงและเหตุการณ์จลาจลในปี 2552 ซึ่งได้ลุกลามไปถึงเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นสถานที่จัดการประชุมสุดยอดผู้นำเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ครั้งที่ 4 จนทำให้การประชุมต้องยกเลิก โดยเหตุการณ์ความรุนแรงได้จบลงเมื่อปลายเดือนพฤษภาคม 2553 ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์ได้เพิ่มกลับขึ้นมาและเพิ่มขึ้นมากกว่าตัวเลขปี 2550 อีกถึงกว่าร้อยละ 40

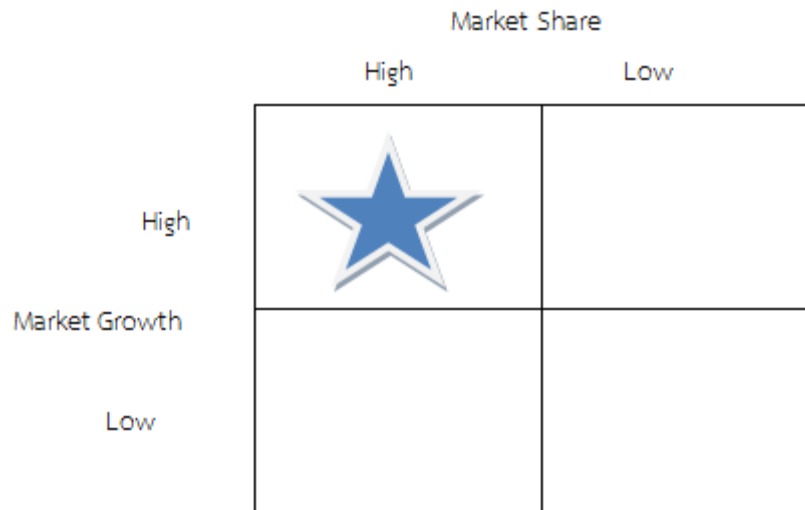
3.4.2.3 จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้นสามารถใช้ BCG Matrix เพื่อประเมินผลของ Soft Power 2 กลุ่มคือ กลุ่มวัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรม ดังนี้

³¹ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

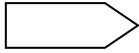
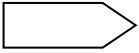
BCG Matrix สำหรับวัฒนธรรม (อาหารและวัฒนธรรมไทย)

Market Share		<p>ส่วนแบ่งตลาดสูง</p> <ul style="list-style-type: none"> - การได้รับความสนใจและความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องของชาวต่างชาติต่ออาหารและวัฒนธรรมไทย จากการให้ความสนใจเข้าร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด และการขยายตัวของร้านอาหารไทย - ความนิยมอย่างต่อเนื่องของชาวต่างชาติในการเดินทางไปท่องเที่ยวในไทย
Market Growth		<p>แนวโน้มเติบโตสูง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ร้านอาหารไทยที่เปิดให้บริการในกรุงโตฮามิมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ละแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี มีผลการประกอบการที่ดี - จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

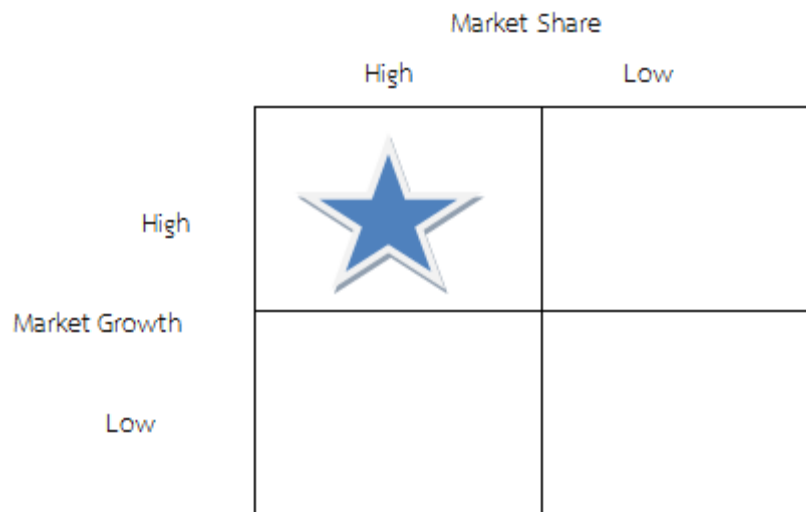
Outcome = “Star”
 ลู่ทางในการขยายตัวสูง



BCG Matrix สำหรับธุรกิจและนวัตกรรม (สปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าส่งออกไทย)

- Market Share  ส่วนแบ่งตลาดสูง
- การได้รับความสนใจและความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องจากชาวต่างชาติต่อสปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย และการนำเข้าสินค้าไทย และให้ความสนใจเข้าร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด และธุรกิจสปาไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้น
 - ความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องของชาวต่างชาติในการเดินทางไปท่องเที่ยวในไทยเพื่อรับการรักษายาบาล
- Market Growth  แนวโน้มเติบโตสูง
- ธุรกิจสปาไทยที่เปิดให้บริการในกรุงโตฮามิมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ละแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี มีผลการประกอบการที่ดี
 - จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางไปไทยเพื่อรับการรักษายาบาลยังคงมีจำนวนสูงขึ้น และการลดลงในช่วงปี 2551-2552 มาจากปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ และเป็นสภาวะชั่วคราว

Outcome = “Star”
 คู่ทางในการขยายตัวสูง



3.4.3 ช่วงที่สาม ปี 2554 – 2557³² “ช่วงต่อยอด ขยายผล”

ในช่วงนี้กล่าวได้ว่า ความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์มีความใกล้ชิดกันเป็นอย่างมาก ชาวกาตาร์รู้จักคุ้นเคยกับคนไทย มีความนิยมสินค้าและบริการของไทยมากขึ้น และประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากชาวกาตาร์ในด้านการท่องเที่ยว เห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มเที่ยวบินตรงจากกาตาร์ไปยังประเทศไทยโดยสายการบินแห่งชาติของกาตาร์ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ตั้งเป้าหมายในการใช้ Soft Power สำหรับการดำเนินงานการทูตสาธารณะคือ “เมื่อชาวกาตาร์นึกเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะนึกถึงประเทศไทยเป็นอันดับแรก” โดยได้เลือกใช้ Soft Power ในการดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวทางการส่งเสริมผลประโยชน์ในด้านต่างๆ ของไทย ดังกล่าว ซึ่งอยู่ในกรอบยุทธศาสตร์ไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลาง อีกทั้งมีการขยายการใช้ Soft Power ตัวใหม่ๆ ในกลุ่มด้านวัฒนธรรม เพื่อเป็นช่องทางใหม่ๆ ในการดำเนินงานการทูตสาธารณะ เห็นได้จากการดำเนินงานด้านนี้ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

3.4.3.1 วัฒนธรรม

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ใช้ Soft Power ด้านวัฒนธรรมและกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ อาทิ การแสดงนิทรรศการภาพถ่ายและภาพพิมพ์ และ Workshop การทำภาพพิมพ์โดยรองศาสตราจารย์ญาณวิทย์ กุญแจทอง อาจารย์และผู้เชี่ยวชาญในด้านนี้จากมหาวิทยาลัยศิลปากร ส่วนภาพถ่ายเป็นการแสดงผลงานของอาจารย์ชานิตทิพย์มณี ระหว่างวันที่ 2 – 6 พฤศจิกายน 2556 ที่ Katara ซึ่งเป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมและศูนย์แสดงนิทรรศการและผลงานด้านศิลปะที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งของกาตาร์ โดยงานแสดงภาพถ่ายและภาพพิมพ์ของไทยดังกล่าวไม่เคยจัดมาก่อนในกาตาร์และได้รับความสนใจจากบุคคลในวงการศิลปะของกาตาร์เป็นอย่างมาก ซึ่งได้แสดงความสนใจจะดำเนินโครงการในลักษณะนี้กับสถานเอกอัครราชทูตฯ อีกในอนาคต การเข้าร่วมงานวัฒนธรรมรายย่อยโดยมีนักแสดงซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นคนไทยของสถานเอกอัครราชทูตฯ และโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมไทยซึ่งดำเนินการโดยกลุ่มคนไทยในกาตาร์ การเข้าร่วมงาน Diplomatic Bazaar การร่วมกับโรงแรมชั้นนำต่างๆ ในกรุงโดฮาจัดเทศกาลอาหารไทย การจัดงานสงกรานต์และลอยกระทงร่วมกับโรงแรมต่างๆ การจัดงาน Thai Food and Cultural Festival ร่วมกับโรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมไทย³³ ซึ่งในการจัดงานเหล่านี้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย การบริการด้านการแพทย์ของไทย และสปาไทยไปด้วยพร้อมกัน นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมกับกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศและกระทรวงวัฒนธรรม³⁴ นำคณะนาฏศิลป์จากสถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์และคณะสาธิตหัตถกรรมไทยไปแสดงในกาตาร์ ได้แก่ การจัดงาน Mahatsajan – The Wondrous Thai Cultural Show ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์อาหารไทยของร้านอาหารไทยในโรงแรม Grand Hyatt Doha การจัดงาน Amazing

³² ช่วงอดีตเอกอัครราชทูตปัญญรักษ์ พูลทรัพย์ ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูต ณ กรุงฮานอย ข้อมูลได้รับจากการสัมภาษณ์

³³ เป็นโรงเรียนสอนภาษาไทยที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2552 เพื่อสอนภาษาไทยและวัฒนธรรมไทยให้แก่เยาวชนไทยในกาตาร์

³⁴ เป็นการจัดงานแบบบูรณาการความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศกับกระทรวงวัฒนธรรมในลักษณะ Roadshow โดยแสดงต่อเนื่องใน 3 ประเทศ ได้แก่ โอมาน กาตาร์และคูเวต

Thailand Festival ที่ห้างสรรพสินค้า Al Khor Mall พร้อมกับการประชาสัมพันธ์สินค้านำเข้าจากไทย ทั้งผัก ผลไม้ และเครื่องปรุงอาหาร การจัด Workshop สำหรับภริยาเอกอัครราชทูตประเทศต่างๆ ผักแกะสลักผลไม้ เย็นรุ่ม และรำไทย การจัดงาน The 2nd Amazing Thailand – Enchanted Cultural Show ที่โรงละครแห่งชาติกาตาร์ ซึ่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมของกาตาร์ให้เกียรติเข้าร่วมด้วย โดยมีสื่อมวลชนท้องถิ่นให้ความสนใจเข้าร่วมงานและลงข่าวในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหลายฉบับ

ทั้งนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับความร่วมมือในการลงข่าวเกี่ยวกับงานต่างๆ เหล่านี้จากสื่อมวลชนท้องถิ่นแขนงต่างๆ ในกาตาร์อย่างยิ่ง โดยเฉพาะพื้นที่ข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทั้งภาษาอาหรับและภาษาอังกฤษ ซึ่งได้จัดให้สำหรับกิจกรรมทางวัฒนธรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ มากเป็นพิเศษทุกครั้ง อาจสืบเนื่องจากกิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทยค่อนข้างมีสีสันและความหลากหลาย เมื่อเปรียบเทียบกับงานที่สถานเอกอัครราชทูตของประเทศอื่นๆ ในกรุงโดฮา ที่พยายามจัดกิจกรรมในลักษณะเดียวกัน แต่โดยที่ไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมจึงสามารถเลือกแขนงใดมานำเสนอได้โดยไม่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกเบื่อหน่ายหรือจำเจ ดังนั้น สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงไม่จำกัดการใช้ Soft Power ด้านวัฒนธรรมอยู่แต่เฉพาะในด้านใดด้านหนึ่ง โดยได้หมุนเวียนสลับกิจกรรมในแต่ละปีให้กระจายไปในสาขาต่างๆ จึงมักได้รับความสนใจจากคนท้องถิ่นเป็นจำนวนมากอยู่เสมอๆ และแม้ชาวกาตาร์มิได้ไปร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด แต่ก็ได้รับรู้รับทราบจากสื่อมวลชนในท้องถิ่นและจากปากคำของบุคคลที่ได้เข้าร่วมงาน

นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นิมนต์พระสงฆ์ไทยไปแสดงปาฐกถาธรรมที่มหาวิทยาลัย Georgetown ซึ่งมีแคมปัสของ School of Foreign Service อยู่ที่กรุงโดฮา ซึ่งนับเป็นการริเริ่มการเผยแพร่แนวคิดเรื่อง “ความสุข” และ “การทำสมาธิ” ในลักษณะ spiritual ที่มีความเป็นสากลในสถาบันวิชาการที่มีชื่อเสียงในกาตาร์ และเป็นการดำเนินงานในเชิงวิชาการมากกว่าจะเน้นการเผยแพร่คำสอนทางศาสนาซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกระทำได้ในกาตาร์ซึ่งเป็นประเทศมุสลิมและมีข้อห้ามเรื่องการเผยแพร่ศาสนาอื่น ซึ่งในอนาคตต่อมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้นิมนต์พระสงฆ์มาฝึกสมาธิให้กับกลุ่มภริยาเอกอัครราชทูตประเทศต่างๆ ในกาตาร์ และสตรีชาวกาตาร์ที่สนใจในเรื่องนี้ ซึ่งมีใช่เป็นการเผยแพร่ศาสนาพุทธ และปรากฏว่าได้รับความสนใจเข้าร่วมเป็นอย่างมาก

3.4.3.2 การศึกษา

การเสด็จฯ เยือนกาตาร์ของพระบรมวงศานุวงศ์ของไทยในช่วงปี 2555 ถึง 2556 ได้เป็นพลังอันสำคัญในการเปิดประตูขยายความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ไปสู่ด้านอื่นๆ ที่หลากหลายมากขึ้น นั่นคือการศึกษาและวิชาการ ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการใช้ soft power วางรากฐานความสัมพันธ์ระดับประชาชนต่อประชาชนกับกาตาร์ โดยในการเสด็จฯ แต่ละครั้งซึ่งมีกำหนดการเข้าเฝ้าฯ เจ้าผู้ครองรัฐหรือการเสด็จฯ เยี่ยมชมสถานที่ต่างๆ ในกาตาร์ ได้รับความสนใจอย่างมากจากสื่อมวลชนในท้องถิ่นและปรากฏเป็นภาพหน้าปกหนังสือพิมพ์ทุกฉบับ และภายหลังการเสด็จฯ สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถดำเนินกิจกรรมเพื่อขยายผลการเสด็จเยือนต่อไป

สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จเยือนรัฐกาตาร์ในเดือนมกราคม 2555 เพื่อทอดพระเนตรงานด้านการพัฒนาการศึกษาของกาตาร์ เช่น Faculty of Islamic Studies ของมูลนิธิกาตาร์ (Qatar Foundation), Heritage Library และ Shafallah Center for Children with Special Needs ซึ่งเป็นสถาบันดูแลเด็กออทิสติกที่ก้าวหน้าที่สุดในตะวันออกกลาง ซึ่งต่อมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ขยายผลโดยประสานงานกับคณบดี Faculty of Islamic Studies ของ Qatar Foundation จัดอบรมด้านมุสลิมสายกลางให้นักวิชาการมุสลิมของไทย ซึ่งคณะพร้อมจัดให้เป็นประจำต่อไปทุกปี การมอบคัมภีร์อัลกุรอานเก่าแก่ที่คนไทยมุสลิมจากจังหวัดปัตตานีเขียนด้วยลายมือมีอายุ 198 ปี³⁵ ให้แก่ Heritage Library เมื่อเดือนกันยายน 2556 ซึ่งปรากฏเป็นข่าวปกหน้าของหนังสือพิมพ์หลายฉบับ การประสานงานให้คณะผู้บริหารและครูโรงเรียนจิตรลดาไปศึกษาดูงานที่ Shafallah Center for Children with Special Needs โดยละเอียดเพิ่มเติม ซึ่งเป็นการสร้างเครือข่ายสถาบันการศึกษาที่ดูแลเด็กพิเศษและสามารถพัฒนาต่อยอดความร่วมมือต่อไปได้อีกในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2555 สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์ อัครราชกุมารี ได้เสด็จเยือนกาตาร์เพื่อทรงเป็นองค์ปาฐกในการประชุมวิชาการด้านสารกกลายพันธุในสิ่งแวดล้อมซึ่งเกิดในประชากร จัดโดยมูลนิธิกาตาร์ ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากจากสื่อมวลชนท้องถิ่น และได้ทรงเข้าเฝ้าเจ้าผู้ครองรัฐกาตาร์ในการเสด็จเยือนครั้งนี้

สมเด็จพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา ได้เสด็จเยือนกาตาร์ 2 ครั้ง คือเมื่อเดือนกันยายน 2555 ในฐานะทรงเป็นประธานกรรมาธิการสหประชาชาติว่าด้วยการป้องกันอาชญากรรมและความยุติธรรมทางอาญา สมัยที่ 21 โดยได้ทอดพระเนตรการดำเนินงานของมูลนิธิกาตาร์เพื่อการปกป้องเด็กและสตรี และทรงเข้าเฝ้ามกุฎราชกุมารแห่งรัฐกาตาร์ และในเดือนตุลาคม 2556 เพื่อทรงช่วยเหลือกาตาร์ในการเตรียมตัวเป็นเจ้าภาพจัดประชุม UN Crime Congress ในปี 2558 นอกจากนี้ ได้เสด็จทอดพระเนตรองค์กรทั้งของรัฐและเอกชนที่ทำหน้าที่ช่วยเหลือสังคมสตรี และเด็ก หลายแห่งในกาตาร์ ซึ่งเป็นการเชิดชูภาพลักษณ์ที่สำคัญของไทยในฐานะประเทศที่ให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน

นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้มอบหนังสือภาษาอังกฤษเกี่ยวกับประเทศไทยจำนวนมากให้แก่สถาบันการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษา และมีธยมศึกษาหลายแห่งในกาตาร์ เพื่อช่วยปลูกฝังความนิยมไทยให้เกิดขึ้นในระดับชนรุ่นใหม่ของกาตาร์อย่างได้ผลดียิ่ง

อย่างไรก็ตาม กล่าวได้ว่า ความร่วมมือในด้านการศึกษาและวิชาการระหว่างไทย-กาตาร์ยังมีอยู่น้อยมาก ทั้งนี้ ไทยและกาตาร์ได้เคหะรื้อกันเพื่อเพิ่มพูนความร่วมมือระหว่างกันในด้านนี้ให้มากขึ้น โดยด้านที่กาตาร์สนใจร่วมมือกับไทยที่สำคัญคือ การเกษตร และการแพทย์ ซึ่งไทยมีความเชี่ยวชาญสูง ในขณะที่ความสนใจของไทยในด้านนี้มุ่งเน้นไปที่การร่วมมือกับกาตาร์เพื่อให้ความช่วยเหลือประเทศที่สามในด้านที่ไทยและกาตาร์มีความถนัดและเป็นสิ่งที่ประเทศที่สามมีความต้องการ โดยเรื่องนี้ยังอยู่ในขั้นตอนการหารือระหว่างกันต่อไป

³⁵ คัมภีร์ฉบับนี้เขียนโดย Al Sheik Khatib Hud bin Mahmoud ชาวไทยจังหวัดปัตตานี ใช้เวลาเขียน 5 ปี

3.4.3.3 ธุรกิจและนวัตกรรม

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดโครงการนำผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและสื่อมวลชนกาดาร์เยือนไทยเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย นอกจากนี้ได้ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยและสปาไทยควบคู่ไปกับการจัดงานด้านวัฒนธรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในโอกาสต่างๆ ตลอดจนการส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ชั้นนำที่มีชื่อเสียงของไทยในกาตาร์ที่เริ่มเข้ามาเปิดตลาดในกาตาร์

ในช่วงนี้มีร้านอาหารไทยเปิดกิจการในกรุงโดฮาโดยขยายตัวเป็น 7 ร้าน โดยร้านที่เปิดเพิ่มเป็นร้านอาหารไทยระดับปานกลาง-สูง ที่มีทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตการค้าของกรุงโดฮา ในขณะที่ธุรกิจสปาไทยเปิดเพิ่มอีก 3 แห่ง ซึ่งในอีก 1-2 ปีจะเปิดเพิ่มขึ้นอีกอย่างน้อยหนึ่งแห่ง หลังจากโรงแรมในเครือดุสิตธานีในกรุงโดฮาเปิดบริการ โดยขณะนี้ยังอยู่ในขั้นตอนการก่อสร้างและตกแต่งภายใน

มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์และจำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2554 – 2556 ปรากฏตามตารางข้างล่าง

ตารางที่ 5 มูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในช่วงปี 2554 – 2556

ปี	มูลค่าการส่งออก (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	การเปลี่ยนแปลงของ การส่งออก (ร้อยละ)
2554	286.6	2,517.9	+7.55
2555	352.4	2,643.0	+22.97
2556	378.5	4,060.9	+7.39

สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปกาตาร์ได้แก่ ยานยนต์ เหล็กและเหล็กกล้า เครื่องปรับอากาศ อัญมณีและเครื่องประดับ อาหารทะเลและอาหารแปรรูป ข้าว และผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น ส่วนสินค้าสำคัญที่ไทยนำเข้าจากกาตาร์ ได้แก่ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ ปุ๋ยและยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์ น้ำมันสำเร็จรูป เคมีภัณฑ์ เป็นต้น โดยมูลค่าการส่งออกสินค้าไทยไปกาตาร์ในปี 2554 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2553 และเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องในปี 2555 และ 2556

ตารางที่ 6 จำนวนนักท่องเที่ยวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยในช่วงปี 2554 – 2556³⁶

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์
2554	27,788
2555	37,718
2556	37,704

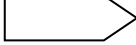
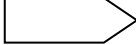
³⁶ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกาตาร์ที่เดินทางไปไทยส่วนใหญ่เป็นการเดินทางไปรับบริการทางการแพทย์และท่องเที่ยวไปด้วยในคราวเดียวกัน (medical tourism) ดังนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวจึงเป็นตัวบ่งชี้ความนิยมของชาวกาตาร์ในการเลือกประเทศไทยทั้งสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน และการท่องเที่ยวเพื่อรับการรักษาพยาบาล

อนึ่ง ในปี 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวจากกาตาร์ลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปี 2555 เป็นผลจากสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองภายในประเทศ

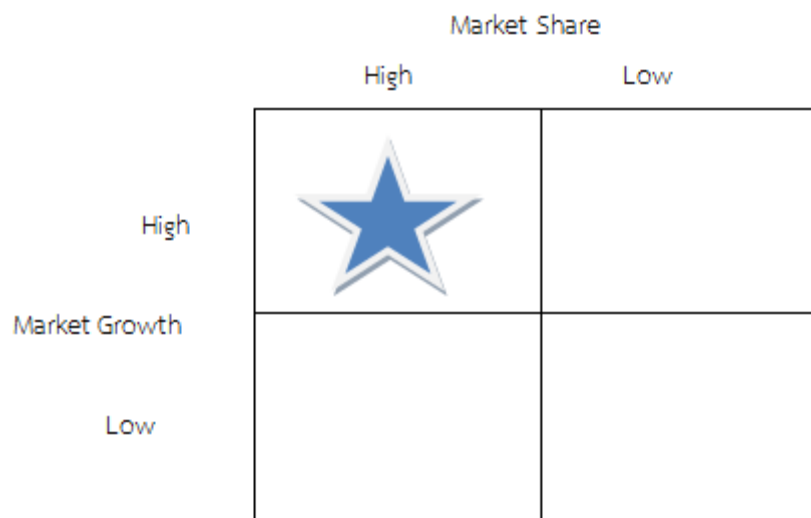
3.4.3.4 จากข้อมูลทั้งหมดข้างต้นสามารถใช้ BCG Matrix เพื่อประเมินผลของ Soft Power 3 กลุ่มคือ กลุ่มวัฒนธรรม การศึกษา และธุรกิจและนวัตกรรม ดังนี้

BCG Matrix สำหรับวัฒนธรรม (อาหาร วัฒนธรรม งานศิลปะสมัยใหม่ และศาสนา)

- Market Share  ส่วนแบ่งตลาดสูง
- การได้รับความสนใจและความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องของชาวต่างชาติต่ออาหารและวัฒนธรรมไทย จากการให้ความสนใจเข้าร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด และการขยายตัวของร้านอาหารไทย
 - ความนิยมอย่างต่อเนื่องของชาวต่างชาติในการเดินทางไปท่องเที่ยวในไทย
- Market Growth  แนวโน้มเติบโตสูง
- ร้านอาหารไทยที่เปิดให้บริการในกรุงโตฮามิมีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่ละแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี มีผลการประกอบการที่ดี
 - จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางไปไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

Outcome = “Star”

คู่ทางในการขยายตัวสูง



อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในองค์ประกอบของ Soft Power ด้านวัฒนธรรมเป็นรายตัวแล้ว พบว่า

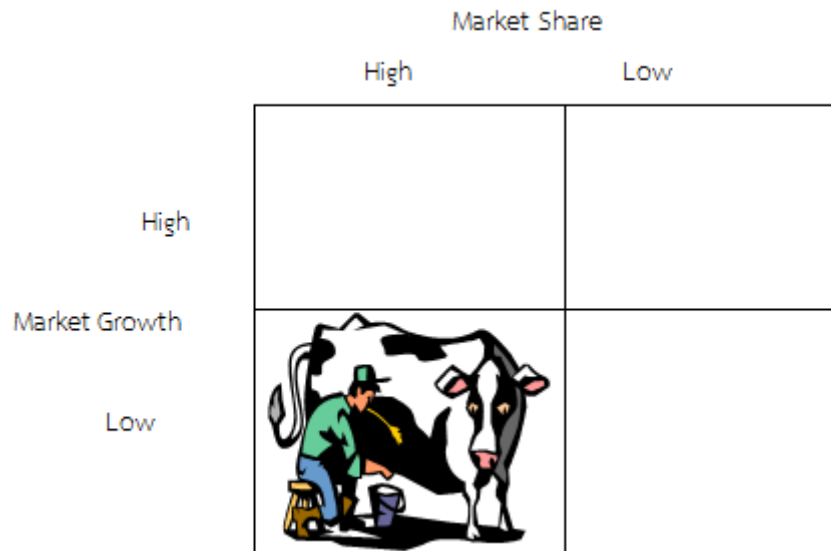
1) การแสดงนาฏศิลป์และวัฒนธรรมไทย เช่น รำไทยและการแกะสลักผักและผลไม้ มีลักษณะเป็น“cash cow” คือยังคงได้รับความนิยมและความสนใจจากชาวกาตาร์อย่างสม่ำเสมอ มีผู้เข้าชมมากทุกครั้ง แต่การที่การแสดงเช่นนี้มีลักษณะเป็นองค์ประกอบ “มาตรฐาน” ของการจัดงานทางวัฒนธรรมของไทย ซึ่งแม้ Market Share ยังมีอยู่สูง แต่มีความเสี่ยงที่แนวโน้มการเติบโตหรือการจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมีอยู่ต่ำ และมีความจำเป็นต้องแสวงหาสิ่งที่เป็นองค์ประกอบใหม่ๆ ในเชิงสร้างสรรค์สำหรับการแสดงและยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยในการแสดงดังกล่าวเอาไว้ เพื่อรักษาและเพิ่มพูนสร้างความน่าสนใจให้แก่การแสดงนั้นๆ โดยจากการพูดคุยกับบุคคลระดับสูงในรัฐบาลกาตาร์ รวมทั้งหน่วยงานด้านวัฒนธรรมและเจ้าหน้าที่รัฐบาลกาตาร์ในระดับต่างๆ ในการจัดงานของไทยในหลายๆ โอกาส พบว่าบุคคลเหล่านี้ล้วนเคยชมการแสดงเหล่านี้มาแล้วหลายครั้งในโอกาสและสถานที่ต่างๆ กัน

2) ด้านศิลปะสมัยใหม่และด้านศาสนา จัดอยู่ในประเภท “question mark” สามารถอธิบายได้ ดังนี้

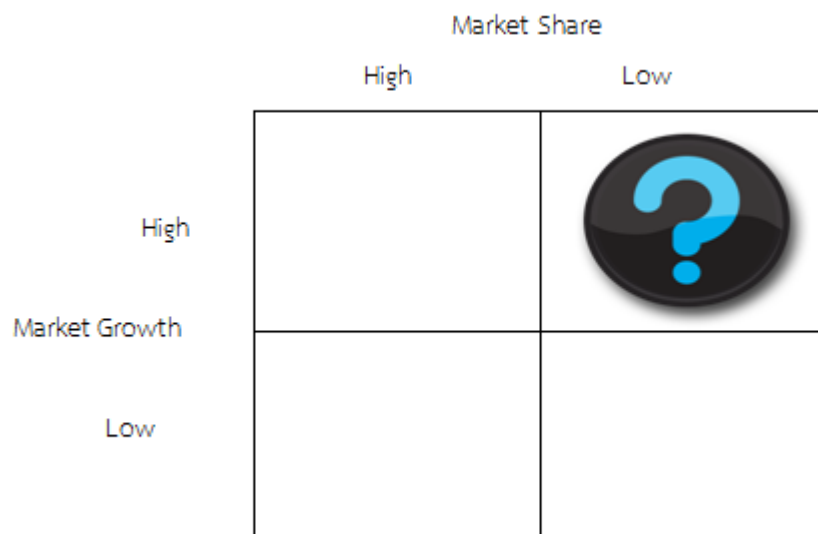
(1) ศิลปะสมัยใหม่ ตามความเป็นจริงแล้วเป็นด้านที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากศิลปินชาวกาตาร์ที่เข้าร่วม Workshop และจำนวนผู้เข้าชมผลงาน แต่ถือว่า Market Share ยังต่ำ เนื่องจากเพิ่งเริ่มดำเนินการเป็นครั้งแรก แต่ Market Growth มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้สูง เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่อยู่ในความสนใจของชาวกาตาร์และกิจกรรมในลักษณะนี้มักได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของกาตาร์ ดังนั้น จึงเป็น Soft Power ที่จัดอยู่ในประเภท Question Mark

(2) ศาสนา จัดอยู่ในประเภท Question Mark เช่นเดียวกับศิลปะสมัยใหม่ แต่ด้วยเหตุผลต่างกัน กล่าวคือ แม้กิจกรรมที่ดำเนินการไปในเชิง spiritual และการทำสมาธิ ได้รับความนิยมอย่างมากจากผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งถือได้ว่ามี Market Growth สูง แต่ถือว่า Market Share ยังต่ำ เนื่องจากเพิ่งเริ่มดำเนินการเป็นครั้งแรก และที่สำคัญ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอื่นนอกเหนือไปจากศาสนาอิสลามในกาตาร์เป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวังในการนำเสนอเป็นอย่างมาก และทำให้เกิดข้อจำกัดในการดำเนินการ ดังนั้น จึงเป็น Soft Power ที่ในขั้นนี้จัดอยู่ในประเภท Question Mark

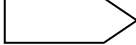

BCG Matrix ย่อยสำหรับการแสดงนาฏศิลป์และวัฒนธรรมไทย

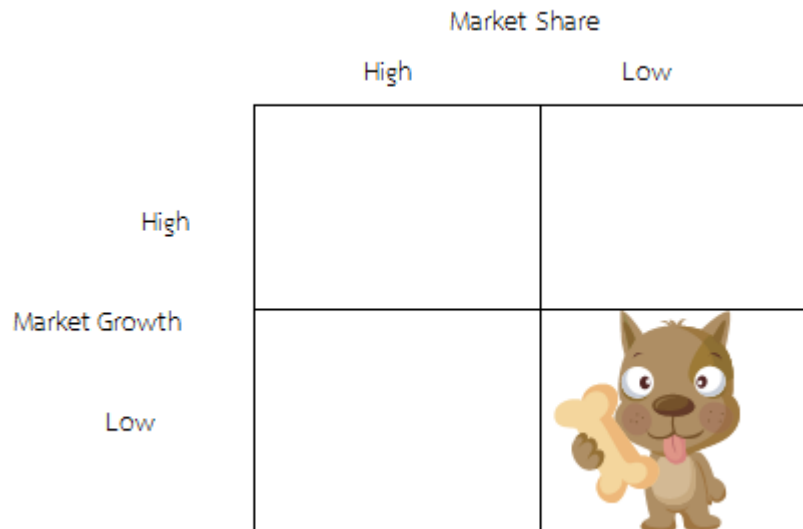


BCG Matrix ย่อยสำหรับศิลปะสมัยใหม่และศาสนา

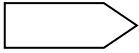
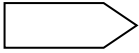


BCG Matrix สำหรับการศึกษ

- Market Share  ส่วนแบ่งตลาดต่ำ
- ความสนใจและความร่วมมือทางวิชาการกับไทยยังมีน้อยมาก ทั้งในระดับรัฐบาลและระดับประชาชน ยกเว้นเป็นการริเริ่มหรือเกี่ยวข้องกับพระราชวงศ์ของไทย
- Market Growth  แนวโน้มเติบโตต่ำ
- การเพิ่มพูนความร่วมมือระหว่างไทยกับกาดาร์ในด้านนี้ยังคงอยู่ในขั้นตอนการหารือ
- Outcome = “Dog”
 ลู่ทางในการขยายตัวต่ำ

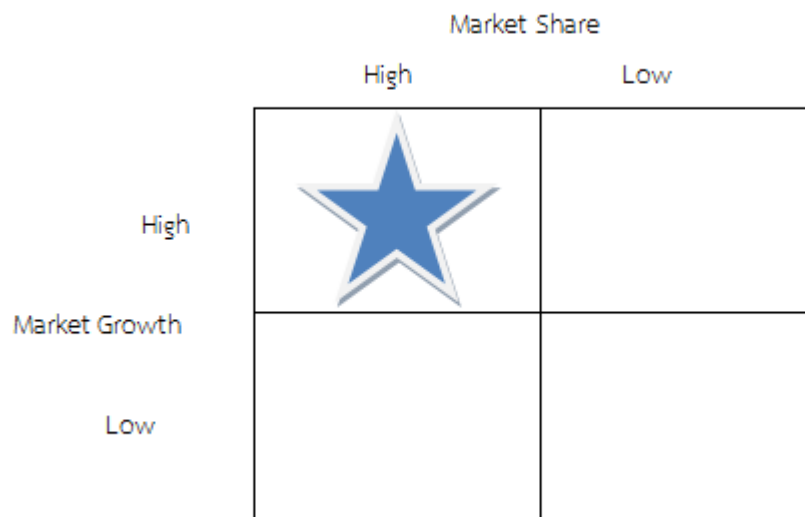


BCG Matrix สำหรับธุรกิจและนวัตกรรม (สปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสินค้าส่งออกไทย)

- Market Share  ส่วนแบ่งตลาดสูง
- การได้รับความสนใจและความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องจากชาวต่างชาติต่อสปา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย และการนำเข้าสินค้าไทย และให้ความสนใจเข้าร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จัด และธุรกิจสปาไทยเพิ่มจำนวนมากขึ้น
 - ความนิยมสูงอย่างต่อเนื่องของชาวต่างชาติในการเดินทางไปท่องเที่ยวในไทยเพื่อรับการรักษาพยาบาล
- Market Growth  แนวโน้มเติบโตสูง
- ธุรกิจสปาไทยที่เปิดให้บริการในกรุงโตฮามิมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่ละแห่งได้รับการตอบรับจากลูกค้าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการเป็นอย่างดี มีผลการประกอบการที่ดี
 - จำนวนชาวต่างชาติที่เดินทางไปไทยเพื่อรับการรักษาพยาบาลมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องทุกปี

Outcome = “Star”

คู่ทางในการขยายตัวยังคงสูง



เมื่อพิจารณาภาพรวมของการใช้ Soft Power แต่ละกลุ่มในช่วงนี้ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมและกลุ่มธุรกิจและนวัตกรรมเป็น Soft Power ระดับ Star ที่มีประสิทธิภาพสูงในการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของไทยในกาตาร์ของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา

2) ในกลุ่ม Soft Power ด้านวัฒนธรรม มี Soft Power ย่อยคือ การแสดงนาฏศิลป์และวัฒนธรรมของไทย เช่น รำไทยและการแกะสลักผักและผลไม้ ที่มีลักษณะเป็น “cash cow” ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นที่จะต้องนำเสนอการแสดงดังกล่าวให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถครองความสนใจจากชาวกาตาร์ได้ต่อไป

3) สำหรับศิลปะสมัยใหม่และศาสนาซึ่งเป็น Soft Power ย่อยในกลุ่ม Soft Power ด้านวัฒนธรรมที่เป็น Question Mark นั้น มีข้อสรุปกล่าวคือ

- ในส่วนของศิลปะสมัยใหม่ กล่าวได้ว่ามีศักยภาพที่ในการดำเนินการต่อไปอย่างมาก เมื่อคำนึงถึงความนิยมและความสนใจของชาวกาตาร์ต่องานแสดงศิลปะของไทยที่ผ่านมา

- ส่วนศาสนาในมิติของการเป็นองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับการแสวงหาความสุขและความสงบทางใจนั้น มีแนวโน้มดีในการได้รับความสนใจและตอบสนองความต้องการในทางปัญญาจากชาวกาตาร์จำนวนหนึ่ง หากแต่โอกาสการดำเนินการยังมีความจำกัดมากกว่าด้านศิลปะและวัฒนธรรมตัวอื่นๆ อันเนื่องมาจากข้อห้ามของศาสนาอิสลาม

4) สำหรับ Soft Power ด้านการศึกษานั้น จัดอยู่ในข่าย Dog เนื่องจากความสนใจและความร่วมมือทางวิชาการกับไทยยังมีน้อยมาก ทั้งในระดับรัฐบาลและระดับประชาชน ยกเว้นเป็นการริเริ่มหรือเกี่ยวข้องกับพระราชวงศ์ของไทย และความสนใจของฝ่ายกาตาร์และไทยในความร่วมมือด้านนี้ยังอยู่ในขั้นตอนการหารือเพื่อพิจารณาลู่ทางในการดำเนินการต่อไป

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

การดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ในด้านการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย – กาตาร์ และผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ ตั้งแต่ปี 2546 – 2557 ใช้กลุ่มของ Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพ และสอดคล้องตอบสนองได้กับบริบทนิยม ความชอบ และความต้องการของชาวกาตาร์ ได้แก่ วัฒนธรรม ธุรกิจและนวัตกรรม และการศึกษา ซึ่งดำเนินการโดยใช้เครื่องมือด้านการทูตสาธารณะในรูปแบบต่างๆ อาทิ การทูตวัฒนธรรม การทูตเชิงแลกเปลี่ยน และการใช้สื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ เป็นต้น ควบคู่ไปกับการดำเนินงานทางการทูตตามปกติของสถานเอกอัครราชทูตฯ ทั้งนี้ กลุ่มของ Soft Power ดังกล่าวที่สถานเอกอัครราชทูตฯ นำมาใช้ดำเนินงานเป็นทรัพยากรที่ไทยมีอยู่อย่างหลากหลาย โดยเฉพาะวัฒนธรรม ซึ่งเป็น Soft Power ที่ใช้ต้นทุนไม่สูงนักแต่ให้ประสิทธิผลสูง เหมาะสำหรับประเทศไทยซึ่งมิใช่ประเทศมหาอำนาจ และไม่มี Hard Power มากนัก

จากการศึกษาการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา ตลอดช่วงที่ผ่านมา พร้อมทั้งนำ BCG Matrix มาประเมินศักยภาพของ Soft Power แต่ละตัวในแต่ละช่วงของการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ รายงานฉบับนี้ได้ข้อสรุปว่า วัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรม เป็นกลุ่ม Soft Power ที่มีประสิทธิภาพและศักยภาพสูงสุดของไทยมาอย่างต่อเนื่องทุกยุคทุกสมัย ซึ่งในการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา จะส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับกาตาร์ให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้นและผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์ให้มากขึ้นต่อไปในอนาคต ควรให้ความสำคัญในการใช้ Soft Power สองกลุ่มดังกล่าวในกิจกรรมการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อไป โดยเฉพาะอาหารไทย สปาไทย การท่องเที่ยวไทยในเชิงพักผ่อนหย่อนใจและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีแนวโน้มได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคตเนื่องจากเป็นสิ่งที่ตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับบริบทนิยมและรูปแบบการใช้ชีวิตของชาวกาตาร์ที่ชื่นชอบสิ่งเหล่านี้ ประกอบกับเมื่อพิจารณาจากสถานะเศรษฐกิจและสังคมในกาตาร์ที่จะยังคงเป็นเช่นปัจจุบันนี้ต่อไป และโดยที่กาตาร์เป็นตลาดศักยภาพสูง หากผู้ประกอบการไทยพิจารณานำแบรนด์ร้านอาหารไทยและสปาไทยในระดับโลกมาเปิดสาขาในกาตาร์ เพื่อเป็นการต่อยอดถึงการมีมาตรฐานระดับโลกของอาหารและสปาไทย และนำเสนอต่อชาวกาตาร์ในฐานะของสินค้าและบริการที่ดีที่สุด ซึ่งตอบสนองต่อความชอบของชาวกาตาร์ที่ต้องการสิ่งนี้และอยู่ในฐานะที่จะบริโภคได้ จะยิ่งช่วยให้ Soft Power ทั้งสองกลุ่มนี้คงความเป็น Star ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

สำหรับ Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมย่อยในส่วนของนาฏศิลป์และวัฒนธรรมของไทยที่เป็น “Cash Cow” นั้นอาจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การนำเสนอเพื่อให้สามารถครองความสนใจจากชาวกาตาร์ได้อย่างมากต่อไปและพัฒนาไปเป็น “Star” โดยการแสวงหาสิ่งที่เป็นองค์ประกอบ

ใหม่ๆ ในเชิงสร้างสรรค์ที่ยังคงสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของนาฏศิลป์และวัฒนธรรมอย่างแท้จริงของไทยในการแสดงดังกล่าวเอาไว้ ซึ่งที่ผ่านมาสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้คำนึงถึงข้อนี้ และได้พยายามประสานกับหน่วยงานด้านวัฒนธรรมของไทยและผู้รับผิดชอบการแสดง ให้พิจารณาปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบและเนื้อหาใหม่ๆ ในการนำเสนอการแสดงและการสาธิตการแกะสลักผักและผลไม้ ให้เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ชมและผู้เข้าร่วมงานยิ่งขึ้น

ส่วนศิลปะสมัยใหม่และศาสนา ซึ่งเป็น “Question Mark” จัดเป็น Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมตัวใหม่ที่มีศักยภาพสูงในการได้รับความสนใจจากชาวกาตาร์ โดยสำหรับศิลปะสมัยใหม่นั้น โดยที่ชาวกาตาร์รุ่นใหม่มีพื้นฐานของความสนใจและมีความนิยมงานด้านศิลปะสมัยใหม่ของประเทศต่างๆ อย่างมากอยู่แล้ว หากสามารถเชิญศิลปินไทยที่มีผลงานเป็นที่น่าสนใจสำหรับชาวกาตาร์ได้ และได้รับความร่วมมือสนับสนุนจากหน่วยงานของกาตาร์ จะมีแนวโน้มที่ความนิยมและความสนใจของชาวกาตาร์ต่อผลงานศิลปะสมัยใหม่ของไทยจะเติบโตต่อไปและอาจพัฒนาไปเป็น Soft Power ระดับ Star ได้ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดความสนใจในศิลปะแขนงอื่นๆ ของไทย เช่น ภาพยนตร์ ฯลฯ อีกด้วย สำหรับศาสนาเป็นด้านที่สามารถดำเนินการต่อไปได้โดยใช้ความระมัดระวังในการดำเนินการให้สอดคล้องกับข้อบังคับและค่านิยมทางศาสนาและสังคมของกาตาร์ ซึ่งจะเกิดประโยชน์ต่อทั้งฝ่ายไทยและชาวกาตาร์ที่เข้าร่วมกิจกรรมอย่างแท้จริง ซึ่งทั้งสองตัวนี้จัดเป็น Soft Power ที่สถานเอกอัครราชทูตฯ จะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มากในการจัดกิจกรรมการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความใกล้ชิดในระดับประชาชนต่อประชาชนของไทย - กาตาร์ ต่อไปในอนาคต

สำหรับการศึกษานั้น ที่ผ่านมาจัดเป็น Soft Power ที่ช่วยส่งเสริมความใกล้ชิดของความสัมพันธ์ในระดับพระราชวงศ์และระดับสูงระหว่างไทย - กาตาร์เป็นอย่างมาก และได้วางรากฐานสำหรับการต่อยอดความร่วมมือด้านการศึกษาต่อไปอีก การที่จัดอยู่ในข่าย “Dog” มิได้หมายความว่า เป็นสิ่งที่ไม่ควรดำเนินการ หรือเลิกดำเนินการ หากแต่น่าจะเป็นด้านที่ไทยควรให้ความสนใจเพิ่มขึ้นและกระตุ้นฝ่ายกาตาร์เพื่อแสวงหาหนทางที่จะดำเนินการร่วมกันให้ได้อย่างจริงจังเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นผลประโยชน์ร่วมกันของไทยและกาตาร์ในด้านวิชาการทั้งในรูปของความร่วมมือทวิภาคีและไตรภาคีกับประเทศที่สาม โดยกาตาร์เองก็มีความสนใจที่จะแสวงหาช่องทางความร่วมมือกับไทยเช่นกัน ที่ผ่านมา บุคคลในระดับสูงของรัฐบาลกาตาร์ได้ปรารถนาเอกอัครราชทูตและเจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในหลายโอกาสเกี่ยวกับความสนใจที่จะร่วมมือในด้านการเกษตรและการแพทย์กับไทยเนื่องจากไทยสามารถตอบสนองสิ่งที่กาตาร์ต้องการได้จากการที่ไทยมีความเชี่ยวชาญด้านนี้ในระดับสูงที่ได้รับการยอมรับในระดับโลก และกาตาร์ต้องการสิ่งที่ดีที่สุดที่ไทยมี (ตามสโลแกน Qatar deserves the best) เพื่อจะพัฒนาขีดความสามารถของตนในด้านความมั่นคงทางอาหารและการแพทย์สมัยใหม่ที่มีมาตรฐานสูง ซึ่งเรื่องนี้จำเป็นต้องพิจารณาาร่วมกันเพื่อแสวงหาช่องทางที่จะพัฒนาความร่วมมือในด้านที่เป็นความสนใจและผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสองฝ่ายได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

การที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ได้พิจารณาเลือกใช้ Soft Power ที่ไทยมีอยู่อย่างเหมาะสมและตอบสนองต่อความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์ในฐานะกลุ่มเป้าหมายของการดำเนินงาน โดยคำนึงถึงจุดแข็งด้านทรัพยากรอันเป็นแหล่งที่มาของ Soft Power ที่ไทยมีความต้องการของชาวกาตาร์ รูปแบบการทูตสาธารณะที่จะใช้ และดำเนินการในกรอบของยุทธศาสตร์ไทย

ต่อภูมิภาคตะวันออกกลาง จึงเห็นได้ว่า การดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ ตั้งแต่การเปิดทำการสถานเอกอัครราชทูตฯ ในเดือนธันวาคม 2545 จนถึงมีนาคม 2557 ประสบผลสำเร็จอย่างยิ่งในการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างไทย - กาตาร์ และส่งเสริมผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์มาโดยตลอด ไทยและกาตาร์ไม่มีความขัดแย้งใดๆ ในความสัมพันธ์ระหว่างกัน ชาวกาตาร์นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ชาวกาตาร์ไว้วางใจและเลือกบริการทางการแพทย์ของไทยเป็นอันดับต้นๆ ธุรกิจของไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นในกาตาร์ สินค้าของไทยมีคู่แข่งในตลาดในกาตาร์ได้มากขึ้นและหลากหลายชนิดขึ้น ที่สำคัญคือ เป็นมิตรประเทศของไทยที่ได้แสดงความเข้าใจต่อสถานการณ์ทางการเมืองไทยในปัจจุบัน และเชื่อมั่นในเสถียรภาพทางการเมืองไทย โดยกาตาร์มีได้ออกประกาศเตือนพลเมืองของตนมิให้เดินทางเข้าประเทศไทยแต่อย่างใดจากกรณีรัฐประหารและประเทศไทยอยู่ภายใต้การบริหารประเทศโดยคณะรักษาความสงบแห่งชาติในเดือนมิถุนายน 2557

เมื่อมองย้อนกลับไปถึงความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ที่ยุคเริ่มต้นตั้งแต่สมัยที่ไทยเปิดทำการสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ในปีแรก กับความใกล้ชิดระหว่างไทย-กาตาร์ในวันนี้ เห็นได้อย่างชัดเจนว่าไทยได้ก้าวหน้ามาไกลมากแล้วในความพยายามปลูกฝังความรู้จัก คู่กันเคย และความนิยมของชาวกาตาร์ต่อคนไทยและประเทศไทย ซึ่งช่วยสะท้อนไปสู่การที่คนไทยรู้จักชาวกาตาร์และรัฐกาตาร์มากขึ้นไปด้วยตามลำดับ และถึงแม้ว่าไทยกับกาตาร์อาจดูเหมือนว่ามีความแตกต่างกันมากในแง่ภูมิของวิถีชีวิตความเป็นอยู่และลักษณะของประเทศ แต่สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถแสวงหาและเลือกใช้ Soft Power กลุ่มที่เป็นความนิยมชมชอบร่วมกันของชาวกาตาร์กับชาวไทยได้ จึงทำให้ความแตกต่างดังกล่าวไม่เป็นอุปสรรคนักในการส่งเสริมความสัมพันธ์และผลประโยชน์ไทย-กาตาร์ ซึ่งสิ่งสำคัญคือการใช้ Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะต่อกาตาร์ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องและถูกทิศทางตั้งแต่ต้น

4.2 ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาขอเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในเรื่องการใช้ Soft Power ในการทูตสาธารณะในภาพรวม และบทบาทการดำเนินงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา เพื่อรักษาและส่งเสริมความสัมพันธ์และผลประโยชน์ที่ไทยมีอยู่กับกาตาร์ให้คงอยู่ต่อไปอย่างยั่งยืน ดังนี้

4.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

4.2.1.1 ในภาพกว้าง ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานในระดับนโยบายด้านการทูตสาธารณะของไทย ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านนี้ อาทิ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กรมประชาสัมพันธ์ และภาคเอกชน (สมาคมผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กีฬา สปา ฯลฯ) เพื่อเป็นกลไกกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะในภาพรวมของไทย และบูรณาการแผนงานความร่วมมือ งบประมาณ การประสานงานระหว่างหน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง และการติดตามประเมินผล โดยกลไกคณะทำงานดังกล่าวควรเป็นลักษณะเครือข่ายที่มีการปรึกษาหารือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนที่เป็นต้นน้ำของ Soft Power (ผู้ที่เป็นผู้คิดค้น กำหนด และพัฒนา Soft Power) กับหน่วยงานปลายน้ำ

ของ Soft Power (สถานเอกอัครราชทูตและทีมประเทศไทยในต่างประเทศที่เป็นผู้แสวงหาช่องทางและผู้ดำเนินงานการทูตสาธารณะในต่างประเทศ) เพื่อให้ทุกฝ่ายได้ทราบถึงทรัพยากรที่ไทยมี จุดแข็ง จุดอ่อน ทิศทางการพัฒนาศักยภาพของ Soft Power ของไทยที่มีอยู่และการปรับและพัฒนา Soft Power ตัวใหม่ๆ เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตและทีมประเทศไทยในต่างประเทศต่อไป

4.2.1.2 ในการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตและทีมประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนการดำเนินงานในด้านนี้ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การดำเนินความสัมพันธ์ของไทยกับประเทศเป้าหมายที่อาจมีการปรับเปลี่ยนไปตามจุดเน้นในนโยบายต่างประเทศของแต่ละรัฐบาล อีกทั้งพิจารณาประเมินสภาพเงื่อนไขของปัจจัยต่างๆ ในท้องถิ่นของประเทศเป้าหมายที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา เพื่อเลือกใช้ Soft Power และรูปแบบของการทูตสาธารณะที่เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการ ความชอบและรสนิยมของชาวต่างชาติ โดยคำนึงถึงข้อจำกัดและเงื่อนไขของสังคมท้องถิ่น เพื่อให้การดำเนินงานในภาพรวมของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการส่งเสริมความสัมพันธ์และรักษาผลประโยชน์ของไทยที่มีกับประเทศเป้าหมายเป็นไปอย่างสอดคล้องกันและส่งเสริมต่อผลประโยชน์ของไทยในแต่ละช่วงเวลา

4.2.1.3 การให้ความสำคัญกับการสร้างตราแห่งชาติ (National Brand Building) ในสินค้าและบริการที่เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของไทยที่ได้รับการยอมรับอย่างสูงเพื่อสร้างและพัฒนาภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของไทยให้ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับเป็นสากล และให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แบรนด์ดังกล่าวผ่านสื่อสมัยใหม่ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้างและทั่วถึง โดยในการสร้างแบรนด์ของไทยอาจใช้แหล่งทรัพยากรที่เป็นจุดแข็งของไทยเป็นตัวตั้ง เช่น อาหารไทย บริการสปาและผลิตภัณฑ์สปาของไทย และการแพทย์ที่อยู่ในรูปของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ซึ่งจะเป็นการสร้าง Soft Power ของไทยเพิ่มขึ้น

4.2.1.4 การสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม มาผสมผสานกับภูมิปัญญาไทย เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทย ซึ่งเป็นข้อที่เกี่ยวข้องกับข้อ (3) เนื่องจากเมื่อพัฒนาแล้วควรสร้างแบรนด์ของสินค้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยดังกล่าว ทั้งนี้ ควรพิจารณารูปแบบที่ประสบความสำเร็จของประเทศที่มีชื่อเสียงในด้านนี้ เช่น ญี่ปุ่น เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของไทยที่ปัจจุบันมีอยู่มากมายแต่ยังไม่ค่อยได้รับความสนใจจากภาครัฐในการพัฒนาด้านนี้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทั้งนี้ สำหรับสินค้าที่เป็นผลจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมตัวที่ประสบความสำเร็จ ควรพิจารณาแตกแขนงเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ต่อไปอีกเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของสินค้าต่อไป ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่ม Soft Power ของไทยอีกทางหนึ่งและช่วยเพิ่ม visibility ของสินค้าไทยในตลาดกาตาร์อีกด้วย

4.2.1.5 การให้ความสำคัญโดยการกำหนดเป็นนโยบายที่จะต้องให้การฝึกอบรมและความรู้แก่ข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศในเรื่อง Soft Power และการดำเนินงานการทูตสาธารณะอย่างจริงจังและเป็นการเฉพาะ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติหน้าที่

ของสถานเอกอัครราชทูตควบคู่ไปกับเครื่องมือการดำเนินงานทางการทูตปกติของสถานเอกอัครราชทูตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2.2 ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

4.2.2.1 ให้ความสำคัญกับความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องของการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะเนื่องจาก Soft Power และงานด้านนี้เป็นเรื่องของการสร้างความรู้จัก คำนึงและความนิยม ซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้เวลากว่าที่จะเห็นผลและเกิดความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ กล่าวคือ มีความจำเป็นที่ไทยจะต้องอยู่ใน “จอร์แดน” และมี “visibility” หรือ “การมองเห็นได้” ของประเทศเป้าหมายอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งเครื่องมือที่จะช่วยดำเนินการคือ สื่อมวลชนในประเทศนั้นๆ โดยเฉพาะสื่อภาคภาษาท้องถิ่นในประเทศเป้าหมายเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านนี้ของไทยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง โดยในส่วนของกาตาร์ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ควรให้ความสำคัญกับการรักษาฐานความสัมพันธ์ใกล้ชิดที่มีอยู่แล้วกับสื่อมวลชนท้องถิ่นภาษาอารบิก เช่น Al Jazeera และขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ไปยังสื่อท้องถิ่นภาษาอารบิกใหม่ๆ ตลอดจนสื่อหลักๆ ของภูมิภาคตะวันออกกลางในทุกรูปแบบ รวมทั้งสื่อออนไลน์ เพื่อขยายผลการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ได้ในวงที่กว้างขึ้น รวดเร็วขึ้น และทั่วถึงมากขึ้น และได้ผลในการประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ประเทศไทยไปสู่ประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลางไปพร้อมกัน

4.2.2.2 การสำรวจช่องทางใหม่ๆ และโอกาสใหม่ๆ ในการใช้ Soft Power ตัวที่มีอยู่ที่เคยใช้อยู่แล้ว หรือตัวใหม่ๆ ที่ไทยมี ที่สอดคล้องกับความชอบและรสนิยมของสาธารณชนในประเทศเป้าหมาย เช่น ในกรณีของกาตาร์ เจ้าผู้ครองรัฐองค์ใหม่โปรดกีฬาเป็นพิเศษ ประกอบกับกาตาร์จะเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกในปี ค.ศ. 2022 จึงอาจพิจารณาใช้ประโยชน์จากกระแสความนิยมที่มีอยู่ในการริเริ่มและส่งเสริมกิจกรรมการทูตสาธารณะเชิงกีฬากับกาตาร์ ซึ่งไทยมีทรัพยากรในด้านกีฬาหลายด้าน รวมทั้งฟุตบอล มวยไทย โดยอาจจัดในระดับเยาวชน เช่น จัดให้เยาวชนกาตาร์มาแข่งกีฬาในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้รู้จักคุ้นเคยและชอบประเทศไทยตั้งแต่วัยเด็ก รวมไปถึงการจัดแข่งรถแรลลี่ในไทย เนื่องจากเป็นความชอบของชาวกาตาร์เช่นกัน ซึ่งจะช่วยให้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ของไทยด้วย นอกจากนี้ อาจพิจารณาต่อยอดขยายผลการใช้ Soft Power ตัวที่ได้รับการประเมินผลจาก BCG Matrix ว่าเป็น Question Mark ซึ่งหมายถึงการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานนิทรรศการศิลปะภาพถ่ายและภาพพิมพ์ของไทยร่วมกับกาตาร์ให้มากขึ้น โดยอาจขยายไปถึงศิลปะเซรามิก ซึ่งหมู่บ้านวัฒนธรรม Katara มีกลุ่มศิลปินชาวกาตาร์ที่ทำงานด้านนี้ โดยเฉพาะ เพราะศิลปะแขนงต่างๆ เป็นสิ่งที่ชาวกาตาร์ให้ความสนใจเป็นอย่างมาก รวมไปถึงงานนิทรรศการภาพยนตร์ที่กาตาร์กำลังให้ความสนใจมากเช่นกัน ในขณะที่ไทยเองเริ่มมีการพัฒนาและความตื่นตัวในด้านนี้ แต่ยังไม่ให้ความสนใจในการมาเผยแพร่ในแถบตะวันออกกลาง รวมทั้งกาตาร์นัก โดยหากจะริเริ่มดำเนินการในเรื่องภาพยนตร์ ควรคัดเลือกเรื่องที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนาและแนวปฏิบัติของอิสลาม เพื่อให้เป็นที่ยอมรับได้สำหรับชาวกาตาร์

4.2.2.3 พิจารณาใช้โอกาสสำคัญๆ ประเทศเป้าหมาย เช่น การครบรอบการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกัน หรืองานเทศกาลสำคัญของท้องถิ่น จัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทยเป็นงานขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมากเพื่อให้เกิดผลในวงกว้าง ซึ่งในส่วนของความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ จะครบรอบ 35 ปีของการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันในปี

2558 ประกอบกับในปีดังกล่าว สมเด็จพระเจ้าหลานเธอ พระองค์เจ้าพัชรกิติยาภา จะเสด็จเยือนกาตาร์ ซึ่งจะทำให้การจัดงานของไทยได้รับความสนใจจากชาวกาตาร์เป็นพิเศษ และสำหรับในโอกาสการครบรอบ 40 ปี ความสัมพันธ์ไทย-กาตาร์ อาจพิจารณาเสนอฝ่ายกาตาร์ในการจัด Qatar Thailand Year ดังที่ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรและบราซิลได้ดำเนินการไปแล้ว ซึ่งจะเป็นโอกาสให้สามารถจัดกิจกรรมการทูตสาธารณะและกิจกรรมเกี่ยวเนื่องในรูปแบบต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี โดยเป็นลักษณะที่รัฐบาลของทั้งสองฝ่ายจะสลับกันจัดกิจกรรมในอีกประเทศหนึ่ง ซึ่งจะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์และการรู้จักคุ้นเคยทั้งในส่วนของชาวไทยต่อชาวกาตาร์และชาวกาตาร์ต่อชาวไทยที่ต่อเนื่อง ซึ่งในส่วนของกาตาร์อาจเสนอให้จัดงานแสดงผลงานศิลปะสมัยใหม่ของกาตาร์ในไทยตลอดจนวัฒนธรรมและอาหารของกาตาร์ นับเป็นงานใหญ่ที่ได้ประโยชน์ซึ่งกันและกันทั้งสองฝ่าย โดยในส่วนของกาตาร์ของไทยอาจขอรับการสนับสนุนงบประมาณจาก Qatar Gas ในฐานะประเทศลูกค้ารายใหญ่ และกลุ่มโรงพยาบาลของไทยที่มีชื่อเสียงด้านการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น

4.2.2.4 พิจารณาใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของ Soft Power ของประเทศเป้าหมาย เพื่อนำมาจับคู่กับ Soft Power ของไทยและนำเสนอเป็นกิจกรรมการทูตสาธารณะที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อไทยและประเทศเป้าหมาย อาทิ ในกรณีของกาตาร์มีมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงจากสหรัฐฯ หลายแห่งมาเปิดแคมปัสที่กรุงโดฮา และกาตาร์มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางของความรู้และวิชาการสมัยใหม่ในตะวันออกกลาง จึงอาจเป็นโอกาสให้นักวิชาการที่มีชื่อเสียงของไทยมาบรรยาย เผยแพร่แนวคิดและผลงานทางวิชาการที่อยู่ในความสนใจของสาธารณชนกาตาร์ให้มากขึ้น เช่น ผู้เชี่ยวชาญโครงการผืนเทียม ผู้บุกเบิกโครงการซาเทียมของไทยในแอฟริกา (กาตาร์ให้ความสำคัญและเข้าไปมีบทบาทอย่างมากในด้านการพัฒนาในหลายประเทศในแอฟริกา เพื่อผลในทางการเมืองระหว่างประเทศ) หรือเรื่องสถาบันกษัตริย์กับการพัฒนาประเทศ (ซึ่งเป็นความสนใจของเจ้าผู้ครองรัฐกาตาร์องค์ก่อนและองค์ปัจจุบัน อีกทั้งประชาชนกาตาร์มีความรักและเคารพต่อผู้ปกครองรัฐของตนเป็นอย่างมาก) เป็นต้น นอกจากนี้ อาจพิจารณาขยายต่อยอดเป็นลักษณะความร่วมมือด้านวิชาการไทย-กาตาร์เพื่อการพัฒนาประเทศที่สาม โดยไทยอาจหารือกับฝ่ายกาตาร์เพื่อชี้ให้เห็นว่าไทยมีความเชี่ยวชาญในการอบรมด้านเกษตรและสาธารณสุข ส่วนกาตาร์ในฐานะประเทศร่ำรวย และเป็นประเทศผู้ให้รายใหญ่ของโลก ประกอบกับเป็นหลักศาสนาอิสลามที่ส่งเสริมการให้และการบริจาค โดยทั้งสองฝ่ายร่วมกันพิจารณาคัดเลือกประเทศที่จะให้ความช่วยเหลือที่เป็นผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น ฝ่ายไทยอาจพิจารณาเลือกให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้ช่องทางแหล่งชุมชนมุสลิมของประเทศเพื่อนบ้านเป็นจุดเริ่มต้นโครงการพัฒนาร่วมสามฝ่าย เพื่อให้ฝ่ายกาตาร์มีความสะดวกใจในการร่วมดำเนินการ ในขณะที่กาตาร์เองอาจเลือกที่จะช่วยเหลือประเทศอาหรับและแอฟริกาซึ่งถือเป็นพวกพ้องและเขตอิทธิพลของกาตาร์ โดยไทยสามารถเสนอตัวเลือกประเทศในภูมิภาคดังกล่าวที่ตรงกับผลประโยชน์ของไทย โดยจัดส่งคนไปช่วยอบรม โดยกาตาร์สนับสนุนงบประมาณ และประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนในประเทศผู้รับทราบว่าไทยและกาตาร์ ร่วมกันมาพัฒนาประเทศนั้นๆ ซึ่งจะเกิดผลประโยชน์ร่วมกันของทั้งสามประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ การดำเนินการตามแนวทางเหล่านี้จะช่วยให้การศึกษาคือ Soft Power ประเภท Dog มีโอกาสสามารถพัฒนาไปเป็น Star ได้

4.2.2.5 ให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่ดีกับกลุ่มต่างๆ ในประเทศเป้าหมาย อาทิ กลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้นำทางความคิด ผู้นำสาขาอาชีพต่างๆ ในอนาคต และใช้ความโดดเด่นของ Soft Power ของไทยในด้านต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่ม Friends of Thailand ในประเทศนั้นๆ โดยในส่วนของกาตาร์อาจพิจารณาใช้รูปแบบเดียวกับ Anglo-Thai Society ในสหราชอาณาจักร โดยเชิญเฉพาะชาวกาตาร์ระดับ VIP เข้าร่วม และสถานเอกอัครราชทูตจัดกิจกรรมใหญ่เฉพาะกลุ่มที่เป็นการให้เกียรติปีละครั้ง โดยแยกบริเวณกิจกรรมสำหรับชาย-หญิงตามธรรมเนียมปฏิบัติมุสลิม และอาจเชิญบุคคลสำคัญของไทยมาร่วมงาน เช่นกลุ่มผู้ให้บริการการแพทย์ที่ชาวกาตาร์มาใช้บริการจำนวนมากมาร่วมงาน เป็นต้น

4.2.2.6 ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนไทยในประเทศต่างๆ เพราะเป็นผู้สะท้อนภาพลักษณ์ไทยที่สำคัญยิ่ง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่อยู่ใกล้ชิดตัวสาธารณชนของประเทศเป้าหมายมากที่สุด โดยสถานเอกอัครราชทูตไทยในประเทศนั้นๆ อาจจัดกิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างศักยภาพและความสามัคคีของชุมชนไทย การเป็นชุมชนที่มีจิตใจเอื้อเฟื้อแบ่งปัน และรับผิดชอบต่อท้องถิ่นที่พำนักอาศัย โดยการจัดกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ในโอกาสการจัดงานที่มีการรวมตัวของชุมชนไทยในประเทศนั้นๆ เช่น การบริจาคโลหิตให้องค์กรกาชาดในท้องถิ่น หรือการบริจาคเงิน/สิ่งของช่วยเหลือในกรณีประชาชนในประเทศนั้นประสบภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ เป็นต้น ซึ่งจะส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยและคนไทยในเชิงบวกต่อสาธารณชนของประเทศนั้นให้เกิดทัศนคติที่ดีและความไว้วางใจต่อคนไทยและต่อประเทศไทยในภาพรวมอีกด้วย ซึ่งเป็นสิ่งที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ได้เคยดำเนินการมาแล้ว อาทิ การจัดให้ชุมชนไทยบริจาคโลหิตให้องค์กร Qatar Red Crescent ในช่วงปี 2551 – 2553 เป็นต้น

4.2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตไทยประจำสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน คูเวตและโอมาน ที่มีลักษณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ที่คล้ายกับกาตาร์ โดยพิจารณาจาก “กาตาร์โมเดล”

จากการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างไทยกับกาตาร์และผลประโยชน์ที่ไทยมีกับกาตาร์มาอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการใช้ Soft Power หลักๆ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มวัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรม โดยเลือกตัวที่สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของชาวกาตาร์ และดำเนินงานโดยคำนึงถึงเงื่อนไขและข้อจำกัดของท้องถิ่น จึงอาจเรียกการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ในลักษณะนี้ว่า “กาตาร์โมเดล” ซึ่งอาจเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะของไทยในประเทศเพื่อนบ้านใกล้ชิดของกาตาร์ ที่มีลักษณะทางการเมือง การปกครอง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับกาตาร์ ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ บาห์เรน คูเวต และโอมาน ในจำนวนนี้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และบาห์เรนเคยเกือบรวมเป็นสหพันธรัฐกับกาตาร์ในปี ค.ศ. 1971 ซึ่งแสดงถึงความเกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งทางประวัติศาสตร์และการเมืองของประเทศเหล่านี้ ประชากรของประเทศทั้งสี่ดังกล่าวล้วนเป็นชาวอาหรับที่มีบรรพบุรุษเป็นชาวเบดูอินที่ใช้ชีวิตในท้องทะเลทราย ปัจจุบันเป็นรัฐที่ปกครองในระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ นับถือศาสนาอิสลามที่ระบบสังคมมีการกำหนดแยกแยะหน้าที่และบทบาทของบุรุษและสตรีอย่างชัดเจน ไม่ดื่มสุราและไม่บริโภคเนื้อหมูเนื่องจากข้อห้ามทางศาสนา แต่เป็นสังคมมุสลิมสมัยใหม่ที่มี

ความเป็นสังคมเปิดต่อชาวต่างชาติในระดับปานกลาง-มาก ซึ่งโดยเฉลี่ยมากกว่าประเทศมุสลิมในตะวันออกกลางอื่นๆ มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ร่ำรวยปานกลาง-มากที่สุดของโลก มีวิถีชีวิตที่สุขสบาย นิยมสินค้าคุณภาพสูงและราคาแพง ซึ่งล้วนแต่เป็นไปในลักษณะเดียวกับกาตาร์ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ ประเทศเหล่านี้ยังเป็นตลาดการค้าและการท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย มีความสัมพันธ์ที่ดีกับไทยทั้งในระดับรัฐบาลและระดับประชาชน ให้ความสำคัญกับความมั่นคงทางอาหารจึงเป็นตลาดสำคัญสำหรับการส่งออกสินค้าเกษตรและอาหารของไทย และเป็นแหล่งนำเข้า น้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญของไทย เช่นเดียวกับกาตาร์

ดังนั้น ในการดำเนินงานของสถานเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศทั้งสองดังกล่าว เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศในเขตอาณา จึงอาจพิจารณากาตาร์โมเดลประกอบการดำเนินงานการทูตสาธารณะที่แต่ละสถานเอกอัครราชทูตได้ดำเนินการอยู่แล้ว โดยผู้ศึกษาขอเสนอข้อพิจารณาเพื่อประกอบการดำเนินงานการทูตสาธารณะโดยใช้กาตาร์โมเดล ดังนี้

4.2.3.1 สถานเอกอัครราชทูตไทยทุกแห่งได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะควบคู่ไปกับการดำเนินงานทางการทูตตามปกติ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศที่รับผิดชอบดูแล ซึ่งสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ของไทยในประเทศทั้งสองดังกล่าวก็ได้ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานการทูตสาธารณะมาโดยตลอด โดยได้ดำเนินการ อาทิ โครงการ Medical Tourism Hospitality Roadshow in Thailand ที่คูเวต การเผยแพร่อาหารและวัฒนธรรมไทยในงาน Asian Food Fair ที่กรุงอาบูดาบี การเปิดงานหมู่บ้านไทย (Thailand Pavilion) ในงาน Global Village ที่เมืองดูไบซึ่งนำเสนออาหาร เสื้อผ้า สปาไทย เครื่องประดับและอัญมณี และการแสดงนาฏศิลป์ไทย การเข้าร่วมงาน Muscat Festival ของคณะนาฏศิลป์และช่างฝีมือไทยเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทย การร่วมงาน Gulfood ประจำปีที่เมืองดูไบซึ่งเป็นมหกรรมจับคู่ทางธุรกิจด้านอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มประจำปีที่ใหญ่ที่สุดในโลก การเยือนบาท์เรนของคณะสถาบันอาหารของไทยเพื่อส่งเสริมโอกาสการส่งออกสินค้าอาหารฮาลาลไทย เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานการทูตสาธารณะของประเทศเหล่านี้ที่ได้ใช้ Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรมเป็น Soft Power เช่นเดียวกับแนวทางของกาตาร์โมเดล อย่างไรก็ตาม ควรมีการประเมินอย่างเป็นระบบว่า Soft Power กลุ่มใด และตัวใดในกลุ่มที่เคยนำเสนอในแต่ละประเทศมาอย่างต่อเนื่องจะเหมาะสมสำหรับดำเนินงานการทูตสาธารณะต่อไป ตัวใดควรเลิกหรือปรับเปลี่ยนเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมายท้องถิ่นมากขึ้น หรือตัวใดควรดำเนินการให้มากขึ้น ซึ่งนอกจากจะช่วยให้สามารถเลือก Soft Power ได้ตรงกับรสนิยมและความชอบของประชาชนในประเทศเป้าหมาย ตลอดจนสอดคล้องกับข้อจำกัดและเงื่อนไขในท้องถิ่น อันจะทำให้การดำเนินงานการทูตสาธารณะเป็นไปอย่างได้ผลแล้ว ยังช่วยให้สถานเอกอัครราชทูตสามารถใช้ทรัพยากรงบประมาณ บุคลากร และเวลาในการดำเนินงานอย่างคุ้มค่าที่สุด

ทั้งนี้ BCG Matrix ที่ผู้ศึกษาได้นำเสนอไว้ในรายงานฉบับนี้อาจเป็นวิธีหนึ่งในการใช้ประเมิน Soft Power แต่ละตัวที่สถานเอกอัครราชทูตดำเนินการอยู่ได้ เพราะบ่อยครั้งที่โครงการด้านการทูตสาธารณะในภูมิภาคตะวันออกกลาง โดยเฉพาะในประเทศทั้งสองนี้และกาตาร์ มีลักษณะเป็นกิจกรรม roadshow ด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมซึ่งมีการนำเสนอกิจกรรมที่ใช้ Soft Power หลายตัวและจัดต่อเนื่องกันในกลุ่มประเทศนี้ เช่นการจัดงาน Mahatsajan – The

Wondrous Thai Cultural Show ซึ่งเป็นการแสดงนาฏศิลป์และหัตถกรรมไทยโดยสถานเอกอัครราชทูตไทยร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรมต่อเนื่องกันที่โอมาน กาตาร์และคูเวต ในเดือนกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2557 การใช้ BCG Matrix อาจเป็นประโยชน์ในการเลือกว่า กิจกรรมในโครงการ roadshow แต่ละกิจกรรมจะจัดแสดงในประเทศใดบ้างในกลุ่มประเทศนี้ จึงจะสอดคล้องกับรสนิยมและความชอบของประชาชนท้องถิ่น ซึ่งแม้ส่วนใหญ่แม้จะมีรสนิยมและความชอบคล้ายคลึงกัน แต่ก็อาจมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไปบ้างตามความแตกต่างทางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น³⁷ เช่น หากมีการจัดกิจกรรม roadshow ที่มีการนำเสนอผลงานศิลปะไทยที่เป็นภาพสัตว์ อาจสามารถจัดแสดงในเมืองเช่นดูไบที่มีความเป็นสังคมเปิดมากกว่าอีกสี่ประเทศได้ แต่อาจมีความไม่แน่นอนในการได้รับอนุญาตให้จัดแสดงหรือในแง่การได้รับความสนใจในการเข้าชมจากสาธารณชนท้องถิ่นในอีกสี่ประเทศ โดยเฉพาะกาตาร์ ซึ่งสาธารณชนท้องถิ่นมีความละเอียดอ่อนสูงต่อสิ่งที่ไม่สอดคล้องต่อแนวปฏิบัติของศาสนาอิสลาม³⁸ หรือหากเป็นโครงการ roadshow ที่หวังผลด้านการขายสินค้าประเภทเครื่องประดับหรือผ้าไหมไทยราคาสูง และต้องการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ที่มีฐานะร่ำรวยมากๆ อาจเน้นไปที่กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และคูเวต เป็นต้น ซึ่งเป็นประเด็นที่แต่ละสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่จะพึงพิจารณาไปตามสภาพและเงื่อนไขเฉพาะในท้องถิ่นของแต่ละประเทศ

4.2.3.2 พิจารณาใช้ Soft Power ตัวใหม่ๆ ที่อาจมีศักยภาพนอกเหนือจากการใช้ Soft Power กลุ่มวัฒนธรรมและกลุ่มธุรกิจและนวัตกรรมในการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะในประเทศทั้งสิ้น โดยศาสนาซึ่งเป็น Soft Power ย่อยในกลุ่มวัฒนธรรมนั้น น่าจะมีลู่วางดีในการดำเนินงานในบางประเทศในกลุ่มนี้ อาทิ ในบาห์เรนและสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ซึ่งมีศูนย์ปฏิบัติธรรมที่มีพระสงฆ์ไทยจำวัดอยู่ เป็นต้น โดยนอกเหนือจากการจัดกิจกรรมส่งเสริมพุทธศาสนาในหมู่พุทธศาสนิกชนชาวไทยในประเทศเจ้าบ้านเนื่องในโอกาสวันสำคัญทางพุทธศาสนาแล้ว อาจพิจารณาสร้างความร่วมมือในเชิงวิชาการกับสถาบันการศึกษาในประเทศเจ้าบ้าน เช่น การจัดกิจกรรมการฝึกวิปัสสนาและสมาธิเพื่อสร้างความสงบและความสุขทางจิตใจในลักษณะเดียวกับที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโดฮา ได้ดำเนินการในกาตาร์ โดยกลุ่มเป้าหมายอาจเป็นกลุ่มคนท้องถิ่นและคนต่างชาติในประเทศนั้นๆ ที่มีความสนใจในด้านนี้ ซึ่งเป็นการดำเนินงานในเชิงวิชาการมากกว่าจะเน้นการเผยแพร่คำสอนทางศาสนา แนวทางดังกล่าวน่าจะเป็นอีกรูปแบบหนึ่งของการใช้ Soft

³⁷ อาทิ ความแตกต่างด้านนิกายของประชากรมุสลิมส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศ กล่าวคือ ในโอมาน ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามนิกาย Ibahdi ในขณะที่กาตาร์ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์และคูเวต ประชากรมุสลิมส่วนใหญ่เป็นนิกาย Sunni ส่วนบาห์เรนเป็นนิกาย Shiite นอกจากนี้ ประชากรจำนวนมากของกาตาร์และสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์มีฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าบาห์เรนและคูเวต ในขณะที่ประชากรของทั้งสี่ประเทศที่กล่าวมาล้วนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีกว่าโอมาน เป็นต้น

³⁸ แม้กาตาร์จะเป็นสังคมเปิดในทำนองเดียวกับสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ แต่ชาวกาตาร์โดยทั่วไปมุสลิมแนวอนุรักษ์นิยมที่เคร่งกว่าและมีความละเอียดอ่อน อดทนต่อสิ่งที่ล่อแหลมต่อหลักปฏิบัติของอิสลาม ในเดือนตุลาคม 2556 องค์การพิพธิภรณ์กาตาร์ได้นำรูปปั้นบรอนซ์ “head-butt” (Zinedine Zidane กับ Macro Materazzi) มาตั้งแสดงกลางแจ้งบริเวณทางเดินริมอ่าวเปอร์เซียในแถบใจกลางกรุงโดฮา แต่ตั้งแสดงได้เพียงไม่กี่สัปดาห์ก็ต้องนำออกไปเนื่องจากได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์ถึงความไม่เหมาะสมจากสาธารณชนท้องถิ่น และต่อมาได้นำรูปปั้นที่ประกอบด้วยตัวอักษรภาษาอารบิกที่มีความหมายทางศาสนาอิสลามตั้งแสดงแทน

Power ด้านศาสนาในการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างไทยกับประเทศเจ้าบ้านและส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยอย่างได้ผล โดยไม่เป็นการ “ล้ำเส้น” ข้อบังคับทางศาสนาของประเทศเจ้าบ้านที่นับว่ามีความยืดหยุ่นให้มากอยู่แล้วจากการที่ไม่ห้ามการมีอยู่ของศูนย์ปฏิบัติธรรมที่มีพระสงฆ์ไทยจำวัดตั้งกล่าว

นอกจากนี้ ศิลปะสมัยใหม่ด้านภาพพิมพ์และภาพถ่ายของไทยที่ได้รับความนิยมจากวงการศิลปะสมัยใหม่ของกาดาร์ อาจเป็น Soft Power ย่อยในกลุ่มวัฒนธรรมอีกตัวหนึ่งที่น่าจะใช้ในการริเริ่มความร่วมมือด้านศิลปะกับหน่วยงานด้านศิลปะของประเทศเหล่านี้ โดยเฉพาะเมืองอาบูดาบีและคูไบซึ่งไม่เพียงเป็นเมืองศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน หากแต่ยังเป็นศูนย์กลางด้านศิลปะและวัฒนธรรม จากพื้นฐานที่เป็นเสมือนเมืองเป้าหมายทางวัฒนธรรมเนื่องจากมีผู้คนต่างชาติต่างศาสนาเข้ามาพำนักเพื่อทำงานในภาคธุรกิจเป็นจำนวนมากถึงกว่าร้อยละ 88 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

4.2.3.3 เนื่องจากความคล้ายคลึงกันของลักษณะทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศทั้งสี่และกาดาร์ดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ไทยในประเทศเหล่านี้ อาจพิจารณาให้ความสำคัญกับการจัดทำแผนงานด้านการทูตสาธารณะร่วมกันสำหรับกรณีการจัดกิจกรรมในลักษณะ roadshow ที่ใช้ Soft Power ในกลุ่มวัฒนธรรมและธุรกิจและนวัตกรรม เพื่อออกแบบกิจกรรมของ Soft Power ที่จะป็นองค์ประกอบของ roadshow ใหญ่ที่หน่วยงานและภาคเอกชนของไทยจะจัดในลักษณะต่อเนื่องในประเทศแถบตะวันออกกลางในแต่ละครั้ง ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทนิยม ความชอบของสาธารณชนท้องถิ่นและเงื่อนไขเฉพาะของแต่ละประเทศ ตลอดจนกำหนดว่าในแต่ละกิจกรรมของ roadshow นั้นๆ ควรจัดที่ประเทศใดและยกเว้นประเทศใดบ้าง เพื่อให้กิจกรรม roadshow แต่ละครั้งนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ทุกฝ่ายตั้งใจไว้

บรรณานุกรม

หนังสือ

- Joseph S. Nye Jr. Soft Power : The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004.
- Robert Cooper. Hard Power, Soft Power and the Goals of Diplomacy. In: David Held/Mathias Koenig-Archibugi (eds). American Power in the 21st Century. 2004.
- Mark Leonard, Catherine Stead and Conrad Smewing. Public Diplomacy. London: The Foreign Policy Centre, 2002.
- Nicholas J. Cull. Public Diplomacy: Lessons from the Past. Los Angeles: University of Southern California, 2000.

เอกสารราชการ

- กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ. การเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา รัฐกาตาร์ (สิงหาคม 2545).
- กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ. การขออนุมัติเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา. (19 สิงหาคม 2545).
- สำนักนโยบายและแผน กระทรวงการต่างประเทศ. ยุทธศาสตร์ของไทยต่อภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาเหนือ ปี 2556 – 2560.

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

- ICSC: International Cooperation Study Center. ประเทศรัฐกาตาร์ [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.apecthai.org/apec/th/profile1.php?continentid=2&country=k1&name=>.
- Jonathan McClory. The New Persuaders: an International Ranking of Soft Power [Online]. Institute for Government. Available from <http://www.institute.forgovernment.org.uk/publications> 2010.
- บริษัท Boston Consulting Group, แหล่งที่มา: http://www.bcg.com/about_bcg/history/history_1968.aspx.
- วิกิรานต์ มงคลจันทร์. บทความ BCG Matrix : วิเคราะห์สถานการณ์การตลาด [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://marketingforexp.blogspot.com/2013/10/bcg-matrix.html>.
- ArtReview Power 100 ปี ค.ศ. 2013. [Online]. Available from http://artreview.com/power_100/sheikha_al-mayassa_bint_hamad_bin_khalifa_al-thani.

สำนักยุโรป ตะวันออกกลางและแอฟริกา กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. เอกสารความสัมพันธ์
ทางการค้าไทย-กาตาร์ [ออนไลน์], แหล่งที่มา [http://www.dtn.go.th/](http://www.dtn.go.th/vtl_upload_file/1267677575140/Qatar_trade52.pdf)
vtl_upload_file/1267677575140/ Qatar_trade52.pdf กันยายน 2552.

ภาคผนวก

อันดับของร้านอาหารไทยที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ของกาดาร์ในปี 2557
รวบรวมโดยสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโตฮา

อันดับของร้านอาหารไทยที่ปรากฏตามสื่อต่าง ๆ ของกาตาร์

นิตยสาร / เว็บไซต์	ชื่อร้านอาหาร	ชื่อของการจัดอันดับ	อันดับที่ได้รับ	หมายเหตุ (ความสำคัญของผู้จัดอันดับ)
diningindoha.com	Isaan, Grand Hyatt Hotel	Doha's best restaurants	3 จาก top 20	เว็บไซต์ท้องถิ่น
www.tripadvisor.com	Baan Thai	Doha's restaurants	27 จาก 411	เว็บไซต์สากลที่ได้รับความนิยมสูงสุดโดยนักท่องเที่ยวทั่วโลก
Time Out	Isaan, Grand Hyatt Hotel	ประเภท Southeast Asia	51 จาก 411	นิตยสารและเว็บไซต์สากลที่ได้รับความเชื่อถือสูง (ร้านอาหารที่ได้รับคัดเลือกทั้งหมด 202 ร้าน)
	Jasmine Thai Restaurant		98 จาก 411	
	Thai Corner		187 จาก 411	
	Thai Cuisine		206 จาก 411	
	Thai Smile		281 จาก 411	
	Far East		344 จาก 411	
	ร้านอาหารเอเชีย ที่เสิร์ฟอาหารไทยด้วย		31, 87, 214, 232, 243, 251 และ 343 จาก 411	

นิตยสาร / เว็บไซต์	ชื่อร้านอาหาร	ชื่อของการจัดอันดับ	อันดับที่ได้รับ	หมายเหตุ (ความสำคัญของผู้จัดอันดับ)
Time Out	Isaan, Grand Hyatt Hotel	ประเภท Southeast Asia	1 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Southeast Asia และได้รับรางวัล Highly Commended	
	Jasmine Thai Restaurant		1 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Southeast Asia	
	Thai Smile	ประเภท Southeast Asia และประเภท Budget	1 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Southeast Asia/ 1 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Budget	
	Thai Snack		1 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Southeast Asia/ 1 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Budget	
	ร้านอาหาร Southeast Asia อีก 3 ร้าน (ทุกร้าน เสิร์ฟอาหารไทยด้วย)	ประเภท Southeast Asia	3 ใน 7 ที่ได้รับคัดเลือกในประเภท Southeast Asia (ร้าน Spice Market โรงแรม W ได้รับตำแหน่ง winner)	
	Thai Snack	101 things to do in Doha	อันดับที่ 47	

ประวัติผู้เขียน
นางอรุษา มงคลนาวิน

เกิด	7 พฤศจิกายน 2512
การศึกษา	รัฐศาสตร์บัณฑิต สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (เกียรตินิยมอันดับหนึ่ง เหรียญทอง) รางวัลพระราชทาน “ทุนภูมิพล” Master of Science in Foreign Service, Georgetown University (Fulbright Scholarship)
ประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่การทูต 3 กรมอาเซียน (2534) เจ้าหน้าที่การทูต 4 กองนโยบายและวางแผน สำนักงานปลัดกระทรวง (2537) เจ้าหน้าที่การทูต 5 กองนโยบายและวางแผน สำนักงานปลัดกระทรวง (2539) เลขานุการเอก สำนักงานการค้าและเศรษฐกิจไทย ณ ไทเป (2542) เจ้าหน้าที่การทูต 6 กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ (2545) เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์/คณะผู้แทนไทยประจำสหภาพยุโรป (2547) ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์/คณะผู้แทนไทยประจำสหภาพยุโรป (2550) ที่ปรึกษา สำนักนโยบายและแผน (2551) ที่ปรึกษา สำนักงานรัฐมนตรี (2551 – 2554) นักการทูตชำนาญการพิเศษ สำนักงานรัฐมนตรี (2555) นักการทูตชำนาญการพิเศษ กรมเอเชียตะวันออก (มีนาคม 2557 – ปัจจุบัน)