



ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก : กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล "ลีลาฟ้าย" ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง

เมธินี แก่นมะสังข์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการจัดการปกครอง  
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก : กรณีศึกษา ฟ้า  
หมักโคลนทะเล "ลีลาฟ้าย" ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง



เมธินี แก่นมะสังข์

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการจัดการปกครอง  
คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

CULTURAL CAPITAL AND SOFT POWER BUILDING IN EASTERN ECONOMIC  
CORRIDOR : A CASE STUDY OF SEA MUD FERMENTED CLOTH "LEELAFAI" PLALA  
SUB-DISTRICT, BAN CHANG DISTRICT, RAYONG PROVINCE



METINEE KANMASUNG

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENTS FOR MASTER DEGREE OF ARTS IN POLITICAL SCIENCE  
IN POLITICAL ECONOMY AND GOVERNANCE  
FACULTY OF POLITICAL SCIENCE AND LAWS  
BURAPHA UNIVERSITY

2024

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน  
นิพนธ์ของ เมธินี แก่นมะสังข์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการจัดการปกครอง ของมหาวิทยาลัย  
บูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....  
(ดร.เมทีนา อีสริยานนท์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....  
(ดร.ญาราศ อัครพัฒนานุกุล)

..... ประธาน

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยยนต์ ประดิษฐ์ศิลป์)

..... กรรมการ

.....  
(ดร.เมทีนา อีสริยานนท์)

..... กรรมการ

.....  
(ดร.ญาราศ อัครพัฒนานุกุล)

..... กรรมการ

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ธรรมพิทักษ์)

..... คณบดีคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์

.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยตำรวจเอก ดร. วิเชียร ต้นศิริคงกุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ  
การศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองและการจัดการ  
ปกครอง ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส แจ่มเยี่ยม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

64910127: สาขาวิชา: เศรษฐศาสตร์การเมืองและการจัดการปกครอง; ร.ม. (เศรษฐศาสตร์การเมืองและการจัดการปกครอง)

คำสำคัญ: ทูทางวัฒนธรรม ผ้าหมักโคลนทะเล เลีลาฝ้าย อำนาจแบบอ่อน 4A2R.

เมธีนี้ แก่นมะสังข์ : ทูทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนา

พิเศษภาคตะวันออก : กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล "เลีลาฝ้าย" ตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง. (CULTURAL CAPITAL AND SOFT POWER BUILDING IN EASTERN ECONOMIC CORRIDOR : A CASE STUDY OF SEA MUD FERMENTED CLOTH "LEELAFAI" PLALA SUB-DISTRICT, BAN CHANG DISTRICT, RAYONG PROVINCE) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: เมทินา อีสริยานนท์, ญาเรศ อัครพัฒนานุกูล ปี พ.ศ. 2567.

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้าย และเพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้ายโดยการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการศึกษาเอกสาร ทั้งเอกสารชั้นรองและการสัมภาษณ์โดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้ที่เกี่ยวข้อง และเครื่องมือที่จะใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า 1. วาระของประเทศในการขับเคลื่อนอำนาจแบบอ่อน (Agenda) การขับเคลื่อนผ้าไทยเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมอำนาจแบบอ่อนผ่านแฟชั่นเพื่อขยายการรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในระดับโลก 2. ตัวแสดงทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้าย (Actor) ภาครัฐและเอกชนมีบทบาทร่วมกันในการประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยรัฐใช้กลยุทธ์ในการส่งเสริมงานแฟชั่นต่างๆ ขณะที่เอกชนมุ่งเน้นการผลิตและจัดจำหน่าย 3. ทุนทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้าย (Asset) เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไทยด้วยการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อให้สินค้าถูกยอมรับในตลาดโลก 4. การปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้าย (Action) มีการพัฒนาสินค้าและการออกแบบลวดลายใหม่ที่เน้นเอกลักษณ์ รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อขยายฐานตลาด 5. ปฏิกริยาตอบรับของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้าย (Reaction) ผลลัพธ์ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมแฟชั่น เช่น นางงามที่ใช้ผ้าหมักโคลนทะเล สนับสนุนให้สินค้าได้รับการยอมรับและยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และ 6. ผลการตอบรับอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลเลีลาฝ้าย (Result) การตอบรับที่ดีจากองค์กรต่างๆ ส่งผลให้มีการเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างความร่วมมือที่ช่วยให้ผ้าไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับชาติและนานาชาติ



64910127: MAJOR: POLITICAL ECONOMY AND GOVERNANCE; M.A.  
(POLITICAL ECONOMY AND GOVERNANCE)

KEYWORDS: CULTURAL CAPITAL SEA MUD FERMENTED CLOTH LEELAFAI  
SOFT POWER 4A2R

METINEE KANMASUNG : CULTURAL CAPITAL AND SOFT POWER  
BUILDING IN EASTERN ECONOMIC CORRIDOR : A CASE STUDY OF SEA MUD  
FERMENTED CLOTH "LEELAFAI" PLALA SUB-DISTRICT, BAN CHANG DISTRICT,  
RAYONG PROVINCE. ADVISORY COMMITTEE: METHINA ISARIYANON, YARED  
AKARAPATTANANUKUL 2024.

This research paper is a qualitative study aimed at investigating the processes of shaping and accumulating cultural capital of the mud-dyed cotton fabric from the sea and exploring the strategies for creating soft power through this fabric. The qualitative research utilized document reviews, both secondary sources and in-depth interviews with relevant stakeholders, using semi-structured interview tools. The findings revealed that: 1. The national agenda for promoting soft power involves highlighting Thai fabric as part of the broader initiative to enhance soft power through fashion, aiming to expand awareness of Thai culture globally. 2. The actors in the soft power dynamics of the community enterprise for mud-dyed cotton fabric involve both government and private sectors collaborating in public relations and marketing. The government employs strategies to promote various fashion events while the private sector focuses on production and distribution. 3. The capital assets of the community enterprise for mud-dyed cotton fabric involve adding value to Thai fabric products by integrating local wisdom with modern technology, to ensure the products are accepted in the global market. 4. The actions of the community enterprise include developing new products and designs that emphasize uniqueness, as well as building relationships with customers to expand the market base. 5. The reactions from participating in fashion activities, such as models using mud-dyed cotton fabric, significantly supported product acceptance and led to increased sales. 6. The positive responses from various organizations resulted in enhanced participation in product development and collaborations that helped raise the profile of Thai fabric on both national and international levels.



## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง ทูนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง เป็นการศึกษาวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้ายและเพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย โดย การศึกษางานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากความ กรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.เมธินา อีสริยานนท์ ท่านได้เสียสละเวลา อันมีค่ายิ่ง ในการให้คำปรึกษาการดำเนินงานวิจัย ตลอดจนได้ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อัน เป็นประโยชน์ในการจัดทำงานนิพนธ์ตั้งแต่ เริ่มดำเนินการจนกระทั่งดำเนินการเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ โครงการ “บัณฑิตอาสาสมัครแบบ” โครงการภายใต้ความร่วมมือระหว่างสำนักงานคณะกรรมการ

นโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (สกพอ.) กรมการพัฒนาชุมชน และ มหาวิทยาลัยบูรพาที่ได้มอบโอกาสและส่งเสริมพร้อมสนับสนุนกำลังทรัพย์ในการศึกษาเล่าเรียนครั้งนี้จนสำเร็จ การศึกษา ขอขอบพระคุณ คุณเพลินพิศ แก่นมะสังข์ และครอบครัวของข้าพเจ้า ที่ได้ให้กำลังใจและส่งเสริม พร้อมสนับสนุนกำลังทรัพย์เพิ่มเติม

ในการศึกษาเล่าเรียนครั้งนี้จนสำเร็จการศึกษา ขอขอบคุณนายสิงหา พวงอ้อ ประธานวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์และผู้ที่เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือทางด้านข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ทุก ๆ ท่าน รวมถึงเพื่อนและพี่น้องที่เป็นผู้ช่วยในการเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยเป็นอย่างดี คุณค่า และประโยชน์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาบุญกาวี บูรพาจารย์และผู้ที่มีอุปการคุณทุกท่านที่มีส่วนส่งเสริมให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในการศึกษาการดำเนินชีวิต และก้าวหน้าในหน้าที่การงาน

เมธิณี แก่นมะสังข์

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ .....	ช
สารบัญ .....	ฅ
สารบัญภาพ .....	1
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย .....	1
วัตถุประสงค์ .....	3
ขอบเขตการศึกษา .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
บทที่ 2 การสำรวจองค์ความรู้ .....	6
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม .....	6
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน .....	19
เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	24
ตัวแบบการวิเคราะห์ .....	33
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	34
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ .....	34
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	35

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ .....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	37
กระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” .....	37
แนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อน (Soft power) ของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” .....	50
ตัวแสดงทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย (Actor).....	53
ทุนทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย (Asset) .....	56
การปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย (Action) .....	58
ปฏิกิริยาตอบรับของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย (Reaction).....	59
ผลการตอบรับอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย (Result).....	62
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	65
สรุปผลการศึกษา .....	65
อภิปรายผลการศึกษา .....	70
ข้อเสนอแนะ .....	72
บรรณานุกรม .....	74
บรรณานุกรม .....	77
ประวัติย่อของผู้วิจัย .....	79

## สารบัญภาพ

ภาพที่ 1 โมเดล soft power .....	14
ภาพที่ 2 ประเภทของอำนาจในระบิยนานาชาติ ที่มา Nye. (2005). Soft Power: The Means to Success in World Politics.....	15
ภาพที่ 3 ผังมโนทัศน์ soft power แบบ 4A 2R.....	16
ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	33
ภาพที่ 5 คุณสิงหา พวงอ้อ เจ้าของแบรนด์ “ลีลาฟ้าย” .....	37
ภาพที่ 6 กระบวนการทำผ้าหมักโคลน โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง .....	38
ภาพที่ 7 กระบวนการทำผ้าหมักโคลน โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง .....	39
ภาพที่ 8 กระบวนการทำผ้าหมักโคลน โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง .....	40
ภาพที่ 9 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2552 .....	41
ภาพที่ 10 ผ้าขาวม้าลายสก็อตทอมือของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” .....	42
ภาพที่ 11 โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง .....	42
ภาพที่ 12 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2559 .....	42
ภาพที่ 13 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2559 .....	43
ภาพที่ 14 เพจ Facebook : ลีลาฟ้าย ผ้าข้อมโคลนทะเล ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน OTOP .....	43
ภาพที่ 15 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2552 .....	45
ภาพที่ 16 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2559 .....	46
ภาพที่ 17 รางวัล “เลื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” OTOP Select ปีพ.ศ. 2562 .....	46
ภาพที่ 18 รับมอบเกียรติบัตรการันตีจากกองประกวดมิสแกรนด์ระยอง – Miss Grand Rayong 2024 .....	47
ภาพที่ 19 นื่องเกต มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ลีลาฟ้าย .....	47

ภาพที่ 20 นื่องนินิว อนุธิดา สารธนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 เดินแบบ ชุด Natural dyed color จากแบรนด์ลี้ลาฝ้าย .....	48
ภาพที่ 21 งาน Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ลี้ลา ฝ้าย .....	49
ภาพที่ 22 งาน Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 เดินแบบ โดยชุดจากแบรนด์ลี้ลา ฝ้าย .....	49
ภาพที่ 23 รัฐบาลคัน 5F “Soft Power” ประเทศไทย.....	50
ภาพที่ 24 ลำดับคะแนนของ Soft Power ระดับโลก .....	51
ภาพที่ 25 ผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลี้ลาฝ้าย” วิสาหกิจชุมชนในต.พลา อ.บ้านฉาง จ.ระยอง.....	52
ภาพที่ 26 อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 ถ่ายแบบให้กับแบรนด์ลี้ลาฝ้าย.....	53
ภาพที่ 27 นื่องเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ลี้ลาฝ้าย .....	54
ภาพที่ 28 กล่องบรรจุภัณฑ์ของผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลี้ลาฝ้าย” .....	55
ภาพที่ 29 บูธโชว์สินค้าของผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลี้ลาฝ้าย” .....	56
ภาพที่ 30 นื่องออกัส วชิรวิษญ์ กับชุด Eco-printing จากแบรนด์ลี้ลาฝ้าย .....	57
ภาพที่ 31 สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา เสด็จร่วมประชุมโครงการฯ .....	58
ภาพที่ 32 ผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลี้ลาฝ้าย”.....	59
ภาพที่ 33 แบรนด์ลี้ลาฝ้ายออกแบบชุดให้กับอแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 และ ..	60
ภาพที่ 34 นื่องนินิว อนุธิดา สารธนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 เดินแบบ ชุด Natural dyed color จากแบรนด์ลี้ลาฝ้าย .....	61
ภาพที่ 35 นื่องนินิว อนุธิดา สารธนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 เดินแบบ ชุด Natural dyed color จากแบรนด์ลี้ลาฝ้าย .....	61
ภาพที่ 36 กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) และหอการค้าจังหวัดระยอง ประชุมในด้านการ พัฒนาสินค้าของแบรนด์ลี้ลาฝ้าย .....	62

- ภาพที่ 37 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉาง  
ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผ้าหมักโคลนทะเล “ลิล่าฝ้าย” ผ่านรายการวิทยุในจังหวัดระยอง .....63
- ภาพที่ 38 ช่องทางการจำหน่ายผ้าหมักโคลนทะเล “ลิล่าฝ้าย” .....63
- ภาพที่ 39 ผลงานการออกแบบของนักศึกษามหาวิทยาลัยพะเยาให้กับผ้าหมักโคลนทะเล “ลิล่าฝ้าย” ..64



# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย

ปัจจุบัน หลายประเทศให้ความสำคัญกับการขยายอิทธิพลไปยังภูมิภาคต่าง ๆ โดยอาศัย Soft Power หรือ “อำนาจแบบอ่อน” ซึ่งเป็นแนวทางในการชักจูงและโน้มน้าวให้ประเทศอื่น ๆ ปฏิบัติตามความประสงค์ของตน ผ่านการสร้างเสน่ห์ ภาพลักษณ์ที่ดี ความชื่นชม และความสมัครใจที่จะร่วมมือกันในอนาคต การใช้อำนาจในลักษณะนี้มักเป็นที่ยอมรับมากกว่าการใช้อำนาจแบบแข็ง (Hard Power) ซึ่งเป็นการบังคับในมิติทางทหาร Joseph Nye นักวิชาการผู้เสนอแนวคิดนี้ได้ระบุว่า Soft Power ประกอบด้วยทรัพยากรสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture), ค่านิยม (Values), และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy) ตัวอย่างของความสำเร็จในการใช้ Soft Power คือเกาหลีใต้ ที่ได้นำวัฒนธรรมเกาหลี เช่น อาหาร, มาตรฐานความงาม, ซีรีส์, และศิลปินเกาหลี มาเสริมสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศ จนทำให้ผู้คนทั่วโลกเปิดรับวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาโดยไม่รู้ตัว ด้วยเหตุนี้ Soft Power จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านองค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการวิจัยที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การส่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้า และการบริการในรูปแบบใหม่ สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ (รศ.ดร.กิตติ ประเสริฐสุข : 2560)

เมื่อพิจารณาถึงอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย จะเห็นได้ว่ามีศักยภาพไม่แพ้ชาติใด เพราะวัฒนธรรมที่หลากหลายของไทยเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับการสร้าง Soft Power แบบไทย ๆ จึงควรนำเสนอความเป็นไทยสู่สายตาชาวโลกผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ศิลปะหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์งานฝีมือ เป็นต้น ตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนถึงทุนทางวัฒนธรรมของไทยคือ ตำบลพลตา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่มีศักยภาพในการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมสู่ Soft Power บนเวทีโลก หนึ่งในนั้นคือ “ผ้าหมักโคลนทะเล” ของแบรนด์ ลีลาผ้า ที่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่น้อยคนจะรู้ว่า โคลนจากท้องทะเลสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการถนอมเนื้อผ้าและทำให้ผ้านุ่มได้ “ลีลาผ้า” ได้นำโคลนทะเล ซึ่งเป็นสมบัติจากธรรมชาติ มาผสมผสานกับเครื่องนุ่งห่มพื้นเมืองอย่าง “ผ้าฝ้ายทอมือหมักโคลนทะเล” เกิดเป็นแบรนด์เสื้อผ้าสตรีที่โดดเด่นจากภาคตะวันออก ผสมผสานความเป็นท้องถิ่นและเอกลักษณ์ของจังหวัดชายฝั่งทะเล ด้วยเทคนิคการย้อมโคลนทะเล ซึ่งมีสรรพคุณช่วยคืนความชุ่มชื้นให้ผิว โคลนทะเลนี้ยังถูกใช้ใน

โรงพยาบาลและศูนย์ธรรมชาติบำบัดทั่วโลกสำหรับรักษาโรคผิวหนัง และเป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์ความงามต่าง ๆ ตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผมไปจนถึงผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เนื่องจากคุณสมบัติพิเศษในการดูดซับสิ่งสกปรกและสารพิษจากมลภาวะที่ต้องเผชิญในแต่ละวัน จึงเหมาะอย่างยิ่งในการนำมาใช้เพื่อสุขภาพและความงาม โคลนยังมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุสำคัญหลากหลายชนิด เช่น ซิลิกาที่ช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว สังกะสีที่มีสรรพคุณในการบำบัด และแมกนีเซียมที่ช่วยด้านอาการแพ้และรักษาอาการอักเสบของผิวหนัง นอกจากนี้ โคลนยังช่วยกระตุ้นการไหลเวียนโลหิตและเปิดรูขุมขนให้ผิวสามารถดูดซึมสารอาหารที่มีประโยชน์ได้ดียิ่งขึ้น ด้วยคุณสมบัติที่หลากหลายเหล่านี้ โคลนจึงถูกยกให้เป็น "สินทรัพย์จากท้องทะเล" ที่มีคุณค่า และเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมต่าง ๆ สามารถค้นพบและนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจและกลุ่มลูกค้าของตนเอง (ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3 : 2562)

ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง เลือกลงใช้โคลนทะเลที่ได้จากปากคลองบ้านพลา ซึ่งเป็นโคลนบริสุทธิ์ที่มีสีเทาเนียน เนื้อละเอียด ปราศจากเม็ดดินหรือทรายปะปน และไม่มีกลิ่น โคลนนี้มีคุณสมบัติในการดูแลและฟื้นฟูผิวพรรณตามธรรมชาติ จึงถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักในการหมักผ้าฝ้ายและผ้าไหมที่ทอจากเส้นใยไหมที่ชาวบ้านเลี้ยง กระบวนการหมักด้วยโคลนทะเลที่มีเอกลักษณ์นี้เป็นวิธีการที่สืบทอดมาตั้งแต่โบราณ เพื่อรักษาคุณภาพของเนื้อผ้า ผ้าที่ผ่านการหมักด้วยโคลนจะมีลักษณะพิเศษคือทิ้งตัวดี ไม่หดหรือยุบเมื่อนำไปซัก นอกจากนี้ เมื่อย้อมสี ผ้าที่ผ่านการหมักด้วยโคลนจะมีสีที่สดใสและเข้มขึ้น เนื่องจากโคลนช่วยจับสี ทำให้สีติดทนนานและดูโดดเด่นยิ่งขึ้น พร้อมให้นำไปตัดเย็บ และผสมผสานกับเทคนิคการทออื่นๆ ผ้าจากแบรนด์ ลีลาฝ้าย สามารถนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายที่มีดีไซน์โดดเด่น โดยผสมผสานแฟชั่นสมัยใหม่ให้ดูแปลกตาและไม่ซ้ำใคร อีกทั้งยังสวมใส่สบาย ดูแลง่าย และสะท้อนเอกลักษณ์ของผู้สวมใส่ได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นผ้าพันคอ เสื้อกั๊ก เสื้อคลุม ชุดเดรส กระโปรง หรือกางเกงในหลากหลายแบบและทรงที่ตอบ โจทย์ทุกสไตล์ ผ้าทอจากแบรนด์ลีลาฝ้ายถือเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP ที่โดดเด่นของตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายและเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ ทุกครั้งที่แบรนด์นำผลิตภัณฑ์ของตนไปจัดแสดงในงานออกร้าน มักได้รับการตอบรับที่ดีเสมอ ฐานลูกค้าได้ขยายจากในจังหวัดและจังหวัดใกล้เคียงไปสู่กลุ่มลูกค้าในเมืองกรุง และมุ่งหวังที่จะส่งออกผ้าทอมีคุณภาพสูงที่ผ่านการทอและหมัก โคลนด้วยความใส่ใจไปสู่ตลาดโลก แบรนด์ ลีลาฝ้าย แสดงให้เห็นถึงการเป็น OTOP ของไทยในทศวรรษใหม่ ที่นำภูมิปัญญาและฝีมือแบบไทยไปสู่ระดับสากล การได้สัมผัสกับความนุ่มลื่นของผ้าทอหมัก โคลนทะเลที่มีสีสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ นอกจากจะมอบความรู้สึกอบอุ่นและอ่อนโยนเสมือนได้รับการโอบกอดแล้ว ยังแสดงถึงการใช้

ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและชาญฉลาด ทั้งนี้ยังช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการ OTOP ของไทย ให้เติบโตได้อย่างมั่นคงในอนาคต (Creative Thailand : 2561)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากที่อื่น เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และเป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ทั้งยังได้รับรางวัล “เลื้อสตรี่ LEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP Select ปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมี อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 ซึ่งเป็นตัวแทนประเทศไทยในการประกวดนางงามจักรวาล 2020 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์ ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะนำเสนอทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของประเทศไทยที่พร้อมต่อยอดสู่ Soft Power สร้างแต้มต่อและมูลค่าเพิ่มในเวทีโลก เพื่อศึกษากระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย มีประวัติความเป็นมาอย่างไรบ้าง รวมไปถึงการศึกษาแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย ได้อย่างไร ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจนำไปสู่การวางแผนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สนใจทั้งในพื้นที่ชุมชนและนอกพื้นที่ชุมชนต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย

### ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านช่วงเวลา

ปีพ.ศ. 2562 - ปัจจุบัน เนื่องจากเริ่มต้นแบรนด์ผ้าไทย ดัดเย็บเป็นชุดเดรส เลื้อสตรี่ กระโปรง สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้หญิงวัยทำงานจนถึงวัยกลางคนที่ชื่นชอบผ้าไทย จนได้ยกระดับเป็นสินค้า OTOP ขึ้นชื่อของตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” จึงเริ่มเข้ามา มีบทบาททางเศรษฐกิจของชุมชนตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง โดยมีการออกจำหน่ายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้อยู่ในพื้นที่ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง

### 3. ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ กำหนดศึกษาเนื้อหาดังต่อไปนี้

- 1) ประวัติความเป็นมาของผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย
  - 2) กระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย
  - 3) แนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย
- ใช้หลักแนวคิดของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye)

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. คาดว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ ชุมชน/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ต่อไป
2. คาดว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ วิสาหกิจชุมชนในตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง สามารถวางแผนการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้อย่างถูกต้อง
3. คาดว่าผลการศึกษาครั้งนี้จะทำให้ ผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย เป็นที่รู้จักและสามารถต่อยอดสู่ Soft Power สร้างแต้มต่อและมูลค่าเพิ่มในเวทีโลกต่อไป

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทุนทางภูมิปัญญาของผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย เป็นภูมิปัญญาในด้านศิลปหัตถกรรมไทยที่สืบทอดต่อกันจากรุ่นบุรุษ โดยบุตรชายได้สืบทอดภูมิปัญญาดังกล่าวมาจากมารดา ต่อมาบุตรชายได้มีคู่สมรสจึงร่วมกันสืบทอดภูมิปัญญาของการนำฝ้ายมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์หารายได้ให้กับครอบครัว และเผยแพร่ภูมิปัญญาให้กับคนในชุมชนและคนทั่วไป ผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้ายจึงเกิดขึ้นเป็นกลุ่มที่รวมตัวกัน และเผยแพร่ต่อสู่สาธารณชน เช่น สื่อมวลชน สื่อสถาบันหรือมหาวิทยาลัย เป็นต้น

2. ผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” หมายถึง วิสาหกิจชุมชนในตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ที่ใช้ฝ้ายฝ้ายฝีมือการทอของคนในชุมชน มาเพิ่มความสวยงามและเพิ่มศักยภาพในการใช้งานด้วยการนำเอาโคลนทะเลที่มีในท้องถิ่นมาหมัก ก่อนนำมาตัดเย็บเป็นชุดในแพทเทิร์นต่างๆ โขว์ลายพิมพ์ที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เป็นภูมิปัญญาในการย้อมผ้าด้วยการหมักโคลนทะเล และสามารถนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่อยู่ในรูปของภูมิปัญญานี้ ไปสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างผลกำไรให้กับตนเองและชุมชนตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง

3. อำนาจแบบอ่อน (Soft Power) หมายถึง อำนาจในการชักจูงหรือโน้มน้าวประเทศอื่นให้ปฏิบัติตามที่ตนประสงค์ โดยการสร้างเสน่ห์ ภาพลักษณ์ ความชื่นชม และความสมัครใจพร้อมที่จะร่วมมือกันต่อไป อำนาจแบบนี้จะได้รับการยอมรับมากกว่าอำนาจแบบแข็ง (Hard Power) หรืออำนาจเชิงบังคับอย่างอำนาจทางทหาร องค์ประกอบ Soft power มักมาจากทรัพยากรสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ค่านิยม (Values) และ นโยบายต่างประเทศ (Foreign policy)

4. 4A2R หมายถึง กระบวนการทางอำนาจที่แบ่งออกเป็นสองฝั่ง คือ ฝั่งผู้ใช้อำนาจและฝั่งผู้รับอำนาจ ในฝั่งผู้ใช้อำนาจ องค์ประกอบตามหลัก 4A ประกอบด้วย Agenda: วาระของประเทศในการขับเคลื่อนอำนาจแบบอ่อน, Actor: ตัวแสดงทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลือลาฝ้าย, Asset: ทูตทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลือลาฝ้าย และ Action: การปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลือลาฝ้าย ในฝั่งผู้รับอำนาจ องค์ประกอบจะประกอบไปด้วยหลัก 2R ซึ่งประกอบด้วย Reaction: ปฏิกริยาตอบรับของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลือลาฝ้าย และ Result: ผลการตอบรับอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลือลาฝ้าย

## บทที่ 2

### การสำรวจองค์ความรู้

การศึกษาเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ตำบลพลลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ” ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการศึกษา โดยผู้วิจัยจะแบ่งสาระสำคัญในการนำเสนอ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. ตัวแบบการวิเคราะห์

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีที่จะใช้เป็นกรอบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแนวคิดทฤษฎีที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอำนาจแบบอ่อน (Soft Power)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

#### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม

##### ความหมายของทุนทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยฉบับต่าง ๆ พบว่า ได้มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้นิยามความหมายของทุนทางวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย อาทิ

Bourdieu (1986) นิยาม ทุนทางวัฒนธรรม ว่าเป็นทรัพย์สินที่สะสมอยู่ในตัวบุคคล วัตถุ สิ่งของ และรูปแบบของสถาบัน ซึ่งได้รับการหล่อหลอมและผลิตซ้ำผ่านระบบการศึกษา ผลผลิตจากการสะสมทุนทางวัฒนธรรมคือรสนิยม (taste) ซึ่งสร้างความแตกต่างและทำหน้าที่รักษาระดับชั้นในสังคมให้ดำรงอยู่ต่อไป

Throsby (2001: 46) อธิบาย ทุนทางวัฒนธรรม ว่าเป็นสินทรัพย์ที่มีการฝังตัว (embodies), สะสม (stores), และให้คุณค่าทางวัฒนธรรม นอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ (2547: 40) ชี้ให้เห็นว่า ทุนทางวัฒนธรรม เกี่ยวข้องกับคุณค่าที่เป็นความรู้, ภูมิปัญญา, และงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นคว้าและการค้นพบของผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมถึงค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันกับสังคม ซึ่งช่วยสร้างการจัดระเบียบทางสังคมหรือกติกาคือเป็นคุณค่าทางสังคม รวมถึงกิจกรรมการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่น

หนึ่ง จักรแก้ว นามเมือง (2551: 130) ให้ความหมายของ ทุนทางวัฒนธรรม ว่าเป็นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม สินค้าหรือบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวอยู่จะถือเป็นสินค้าวัฒนธรรม (cultural products)

โดยสรุป, ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าและคุณค่าต่อการพัฒนาสังคมและประเทศชาติ ซึ่งสั่งสมและสืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มีทั้งสิ่งที่จับต้องได้ เช่น วัตถุสิ่งของ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ และสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น ภูมิปัญญา ความรู้ ความเชื่อ และค่านิยม ทรัพย์สินมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้จะถูกแปลงให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่าในตัวเอง ไม่ว่าจะป็นสินค้าและบริการ หรือแนวความคิดและแบบแผนการปฏิบัติเพื่อใช้ในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติให้ก้าวหน้า

### ประเภทของทุนทางวัฒนธรรม

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยฉบับต่าง ๆ พบว่า ได้มีนักวิชาการแบ่งประเภทของทุนทางวัฒนธรรมไว้มากมาย อาทิ

Bourdieu (1986) ได้แบ่ง ทุนทางวัฒนธรรม ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้:

1. ทุนทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ (Embodied State): ทุนทางวัฒนธรรมรูปแบบนี้อยู่ในรูปแบบของการแสดงออกทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งมักต้องใช้เวลาในการพัฒนาและสร้างขึ้น เช่น บุคลิกภาพ ความรู้ ทักษะ ความสามารถทางภาษา และรสนิยม

2. ทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นวัตถุ (Objectified State): ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้มีลักษณะเป็นรูปธรรมและสามารถครอบครองได้ เช่น ของใช้ฟุ่มเฟือย บ้านหรู รถยนต์ราคาแพง สินค้าแบรนด์เนม ของสะสมที่มีมูลค่า และหนังสือ

3. ทุนทางวัฒนธรรมเชิงสถาบัน (Institutionalized State): ทุนทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับสถานะทางสถาบัน เช่น การได้รับการศึกษาจากโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง หรือการทำงานในองค์กรขนาดใหญ่

ชนิดา เสี่ยงมไพศาลสุข (2550: 79) ได้นิยาม ทุนทางวัฒนธรรม ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ทุนสมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล (Embodied Form) ทุนประเภทนี้ประกอบด้วยความสามารถและความรอบรู้ที่สะสมอยู่ในตัวบุคคล เช่น การพูดคุยเกี่ยวกับศิลปะ

บุคลิกภาพ และทักษะต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้เวลาในการพัฒนาและสร้างขึ้น ทุนประเภทนี้คล้ายกับแนวคิดของ “Habitus” (ฮาบิตัส) ที่บูร์ดิเยออธิบายว่าเป็นโครงสร้างภายในที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางสังคม โดยความแตกต่างระหว่าง “Habitus” และ Embodied Form คือ “Habitus” เป็นมูลค่าการใช้สอย (use value) ในขณะที่ Embodied Form มีมูลค่าแลกเปลี่ยน (exchange value) ซึ่งหมายถึงการที่สมรรถนะทางวัฒนธรรมสามารถแปลงเป็นทุนที่สร้างรายได้และความรู้สึกของความสำเร็จได้

2. ทุนที่ถูกทำให้เป็นรูปธรรม (Objectified State) ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้เป็นสิ่งที่มีรูปแบบเป็นวัตถุ เช่น ภาพวาด หนังสือ พจนานุกรม และอนุสาวรีย์ ซึ่งสามารถสะสมและถ่ายทอดได้เหมือนทุนทางเศรษฐกิจ ความเป็นทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบนี้สามารถแสดงออกผ่านการเป็นเจ้าของวัตถุที่มีค่า เช่น การสะสมภาพวาด ซึ่งหมายถึงการครอบครองและบริโภครหัสสินทางวัฒนธรรม

3. ทุนที่ถูกทำให้เป็นสถาบัน (Institutionalization State) ทุนประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการรับรองและการยืนยันคุณค่าสมบัติ เช่น การได้รับประกาศนียบัตรหรือหนังสือรับรอง ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบนี้สามารถเปลี่ยนเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้ เช่น เงินเดือน หรือกลายเป็นสถาบันทางการศึกษา ทุนประเภทนี้สร้างความแตกต่างระหว่างความรู้ที่ได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการกับทุนทางวัฒนธรรมทั่วไป และทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางเศรษฐกิจ (สุภางค์ จันทวานิช, 2554 : 244)

รัฐนภา ชรรยเกษมสุข (2552: 36-39) ได้แบ่ง ทุนทางวัฒนธรรม ออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ทุนที่รวมอยู่ในฮาบิตัส (Embodied State) ทุนประเภทนี้อยู่ในรูปของแนวปฏิบัติของร่างกายและจิตใจที่คงทนถาวร เช่น ความสามารถทางศิลปะ การมีบุคลิกภาพ หรือทักษะต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้เวลาในการสะสมและพัฒนา ทุนรูปแบบนี้สามารถเปลี่ยนความมั่งคั่งภายนอกให้กลายเป็นทุนที่อยู่ในตัวบุคคลได้ แต่กระบวนการนี้ไม่สามารถเกิดขึ้นทันที ต้องอาศัยเงื่อนไขอื่น เช่น เวลา สังคม และชนชั้นทางสังคม ทุนนี้สามารถลดลงและหายไปได้ด้วยความสามารถทางกายภาพและความทรงจำของบุคคลเอง และยังเชื่อมโยงกับบุคคลในทางกายภาพ รวมถึงการสืบทอดทางกรรมพันธุ์ โดยทำให้เป็นทุนวัฒนธรรมของตระกูลหรือชนชั้น ซึ่งสามารถเห็นความแตกต่างในการสะสมและส่งผ่านทุนได้ในช่วงอายุต่าง ๆ

2. ทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปของวัตถุหรือที่เป็นรูปธรรม (Objectified State) ทุนประเภทนี้แสดงออกในรูปของวัตถุ เช่น ภาพวาด งานเขียน หนังสือ หรือเครื่องมือ ซึ่งสามารถสะสมและส่งผ่านได้เหมือนทุนเศรษฐกิจ การครอบครองวัตถุทางวัฒนธรรมแสดงถึงสถานภาพที่คลุมเครือ การเป็นเจ้าของเครื่องมือการผลิตหรือทุนวัฒนธรรมสามารถแสดงถึงการครอบงำหรือการถูก

ครอบงำ ขึ้นอยู่กับวิธีการสะสมและการใช้ทุน วัตถุทางวัฒนธรรมยังสามารถแสดงออกเป็นสัญลักษณ์ของสถานะทางสังคม

3. ทุนที่ถูกทำให้อยู่ในรูปสถาบัน (Institutionalization State) ทุนประเภทนี้เกี่ยวข้องกับการรับรองและการทำให้เป็นวัตถุ เช่น การได้รับประกาศนียบัตร หนังสือรับรอง หรือการสอบ ซึ่งสามารถเปลี่ยนเป็นทุนเศรษฐกิจได้ เช่น เงินเดือน หรือการสร้างความแตกต่างระหว่างความรู้ที่ได้รับ การรับรองอย่างเป็นทางการกับทุนวัฒนธรรมทั่วไป ทุนนี้ยังทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนระหว่างทุนวัฒนธรรมกับทุนเศรษฐกิจ และอธิบายถึงความไม่เท่าเทียมกันในการประสบความสำเร็จทางการศึกษา โดยสะท้อนถึงการกระจายตัวของทุนวัฒนธรรมระหว่างชนชั้นและกลุ่มชนชั้น ทำให้เกิดความแตกต่างในมรดกที่เด็กแต่ละคน ได้รับ

ศราวฤดี งามยิ่ง (2563: 155) อธิบายทุนทางวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ทุนทางวัฒนธรรมที่มีสถานะเป็นวัตถุ (Objectified State) ทุนประเภทนี้สะท้อนสถานะของผู้ครอบครองผ่านวัตถุ เช่น ผลงานศิลปะชั้นสูง ซึ่งไม่เพียงแต่แสดงรสนิยมของผู้ครอบครอง แต่ยังบ่งบอกถึงฐานะทางเศรษฐกิจที่สูงพอที่จะซื้อหรือเข้าถึงวัตถุเหล่านั้นได้นอกจากนี้ ในสนามการศึกษา ทุนประเภทวัตถุที่ครอบครัวยังส่งต่อให้นักเรียน เช่น หนังสือหรือกิจกรรมยามว่าง (กีฬา ดนตรี ภาษาอังกฤษ) ช่วยให้นักเรียนมีความโดดเด่นเหนือผู้อื่น

2. ทุนทางวัฒนธรรมที่มีสถานะฝังอยู่ภายใน (Embodied State) ทุนประเภทนี้เกิดจากการสะสมและการเลียนแบบพฤติกรรมจากคนในครอบครัว โดยเฉพาะจากผู้ปกครอง การถ่ายทอดทุนวัฒนธรรมประเภทนี้เป็นกระบวนการที่ค่อยเป็นค่อยไป เช่น ครอบครัวที่มีผู้ปกครองจบการศึกษาในระดับปริญญาจะสามารถปลูกฝังทัศนคติทางการศึกษาให้กับนักเรียนได้ดี การใช้ภาษาสำหรับสื่อสารที่เป็นทางการตั้งแต่ยังไม่เข้าโรงเรียน ทำให้นักเรียนสะสมทุนที่มีสถานะฝังอยู่ภายในโดยไม่รู้ตัว ซึ่งสร้างความได้เปรียบในภายหลัง

3. ทุนทางวัฒนธรรมที่มีสถานะเป็นสถาบัน (Institutionalized State) ทุนประเภทนี้เกี่ยวข้องกับสถาบันต่าง ๆ ในสังคม ซึ่งส่งผลให้ปัจเจกที่เกี่ยวข้องกับสถาบันนั้นมีความได้เปรียบในสนาม เช่น ผู้ที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงหรือทำงานในองค์กรระดับนานาชาติ จะได้รับการยอมรับในระดับสูง ทุนประเภทนี้มักแสดงออกในรูปของใบปริญญาบัตร ประกาศนียบัตร หรือหนังสือรับรอง

ดวงพร คงพิกุล (2553: 30-31) ได้อธิบายประเภทของทุนทางวัฒนธรรมไว้ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. ทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่ในตัวตน (Embodied Form) ทุนประเภทนี้หมายถึงสมรรถนะด้านวัฒนธรรมที่ฝังอยู่ในตัวตนของบุคคล เช่น การแสดงออกของร่างกายและจิตใจ ซึ่งมักปรากฏในชีวิตทางวัฒนธรรมและต้องใช้เวลาในการพัฒนา ผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่

ถ่ายทอดความคิด ทักษะ และค่านิยมที่ส่งผลต่อการรับรู้และรสนิยมต่างๆ เช่น ศิลปะและการใช้ชีวิต การสะสมทุนประเภทนี้เกิดขึ้นตั้งแต่อดีตผ่านการหล่อหลอมของผู้ปกครองและสมาชิกในครอบครัว ซึ่งช่วยให้เกิดความแตกต่างทางวัฒนธรรมและสามารถเชื่อมโยงไปยังทุนทางเศรษฐกิจได้

2. ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของวัตถุ (Objectified Form) ทุนประเภทนี้แสดงออกผ่านวัตถุ เช่น รูปภาพ งานเขียน หนังสือ พจนานุกรม อนุสาวรีย์ เครื่องมือ และเครื่องจักร วัตถุเหล่านี้เป็นรูปแบบของการแบ่งปันความหมายทางวัฒนธรรมที่กำหนดโดยผู้ผลิตวัฒนธรรมและแนวคิดของสังคมโดยรวม

3. ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปแบบของสถาบัน (Institutionalized State) ทุนประเภทนี้อ้างอิงถึงคุณสมบัติทางวัฒนธรรมที่ได้รับการรับประกันในรูปแบบของประกาศนียบัตร หนังสือรับรอง หรือการสอบวัดคุณสมบัติ ซึ่งปรากฏในสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันการศึกษา ทุนประเภทนี้สามารถเปลี่ยนรูปได้ภายใต้เงื่อนไขเฉพาะ เช่น การเปลี่ยนเป็นทุนทางเศรษฐกิจหรือคุณสมบัติทางการศึกษา การรับประกันทุนทางการศึกษาและมูลค่าของเงินสะท้อนถึงการลงทุนในเวลาและความพยายาม ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างความรู้ที่ได้รับการรับรองและความรู้ทางวัฒนธรรมแบบธรรมดา

### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอำนาจแบบอ่อน (Soft Power)**

#### **ความหมายของอำนาจแบบอ่อน (Soft Power)**

โจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับ “อำนาจแบบอ่อน” (Soft Power) ซึ่งหมายถึงความสามารถของประเทศในการดึงดูดและโน้มน้าวให้ประเทศอื่นปฏิบัติตามความต้องการโดยไม่ต้องใช้กำลังหรือการแลกเปลี่ยน เนย์ได้ระบุแหล่งทรัพยากรสำคัญที่เป็นที่มาของอำนาจแบบอ่อนไว้ 3 ประการ ได้แก่

1. วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมของประเทศที่มีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นแหล่งของอำนาจแบบอ่อนมากขึ้น ช่องทางที่ช่วยให้วัฒนธรรมของประเทศหนึ่งเป็นที่รู้จักในประเทศอื่น ๆ รวมถึงสินค้าทางวัฒนธรรม การค้า การเยี่ยมชม การติดต่อสื่อสาร การแลกเปลี่ยน และการท่องเที่ยว

2. ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) หากประเทศมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่น ๆ อำนาจแบบอ่อนของประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้น เช่น การมีค่านิยมที่ไม่แทรกแซงกิจการภายในของประเทศอื่น หรือการยอมรับในประวัติศาสตร์ของประเทศเพื่อนบ้านในทางกลับกัน หากค่านิยมของประเทศขัดแย้งกับค่านิยมของประเทศอื่น ๆ อย่างชัดเจน อำนาจ

แบบอ่อนของประเทศนั้นจะลดลง เช่น การเหยียดสีผิวของสหรัฐอเมริกาในทศวรรษ 1950 ที่ลดอำนาจแบบอ่อนในทวีปแอฟริกา

3. นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) นโยบายต่างประเทศที่เน้นความเท่าเทียม การเคารพการแสดงออกของประเทศอื่น ๆ และไม่ใช่อำนาจทางการทหารเพื่อข่มขู่ จะช่วยสร้างอำนาจแบบอ่อนได้ดีกว่าประเทศที่มีนโยบายต่างประเทศที่ก้าวร้าวและไม่สนใจความคิดเห็นของประเทศอื่น

โจเซฟ เนย์อธิบายว่า อำนาจแบบอ่อนคือความสามารถในการดึงดูดและโน้มน้าวมากกว่า การออกคำสั่งหรือบีบบังคับ ซึ่งหมายถึงการทำให้ประเทศอื่นเห็นถึงค่านิยมและผลประโยชน์ของประเทศตน โดยไม่ต้องพึ่งพาการให้รางวัลหรือการลงโทษ เนย์กล่าวว่า “หากรัฐใดสามารถทำให้อำนาจของตนมีความชอบธรรมในสายตาของรัฐอื่น รัฐนั้นก็จะถูกต่อต้านน้อยลงในสิ่งที่ตนต้องการ และหากวัฒนธรรมหรืออุดมการณ์ของรัฐนั้นเป็นที่น่าดึงดูด รัฐอื่น ๆ ก็จะมีการยินยอมพร้อมใจมากขึ้นที่จะเป็นผู้ตาม” ซึ่งหมายถึงการที่ประเทศหนึ่งสามารถบรรลุเป้าหมายได้ เนื่องจากประเทศอื่นมีความชื่นชมในค่านิยมและความมั่งคั่งของประเทศนั้น

อย่างไรก็ตาม โจเซฟ เนย์ตั้งข้อสังเกตว่า การใช้อำนาจแบบอ่อนเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศอาจทำได้ยากกว่าการใช้อำนาจแบบแข็ง (Hard Power) เนื่องจาก :

1. การใช้อำนาจแบบอ่อนบางส่วนอยู่นอกเหนือการควบคุมของรัฐและมีบทบาทของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ (Non-State Actor) เช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ชมในประเทศจีน หรือการต่อต้านสงครามในหมู่ปัญญาชนและสื่อสารมวลชนอเมริกันในช่วงทศวรรษ 1960

2. อำนาจแบบอ่อนให้ผลในทางอ้อมและต้องใช้เวลายาวนานกว่าจะเห็นผลเป็นรูปธรรม

กฤตพร แซ่อึ้ง (2562) ได้อธิบายความหมายของอำนาจแบบอ่อน (Soft Power) โดยอ้างอิงถึงแนวคิดของโจเซฟ เนย์ (Joseph Nye) นักรัฐศาสตร์ชาวอเมริกัน ว่า Soft Power คือความสามารถในการทำให้ประเทศอื่นปฏิบัติตามความต้องการของเรา หรือทำให้ประเทศอื่นอยากได้ผลลัพธ์ตามที่เรต้องการ โดยใช้กลยุทธ์การดึงดูดและชักจูง มากกว่าการบีบบังคับหรือการให้ข้อแลกเปลี่ยน (Joseph S. Nye, 2004: 5) กล่าวคือ อำนาจแบบอ่อนเป็นการทำให้ผู้อื่นร่วมมือหรือปฏิบัติตามความต้องการโดยไม่รู้ตัวว่าถูกบีบบังคับและอาจนิยมชมชอบด้วย เนื่องจากได้ผลประโยชน์ร่วมกัน (บวร โทศรีแก้ว, 2015)

Soft Power เกิดจากความน่าดึงดูดของวัฒนธรรม, อุดมคติทางการเมือง, และนโยบายต่างประเทศของแต่ละประเทศ เมื่อใดก็ตามที่นโยบายของประเทศนั้น ๆ ถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องในสายตาของประเทศอื่น ๆ อำนาจแบบอ่อนจะมีพลังมากขึ้น

ในต้นทศวรรษ 1990 โจเซฟ เนย์ เป็นบุคคลแรกๆ ที่ชี้ให้เห็นความสำคัญของ Soft Power ในบริบทความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยอธิบายว่า อำนาจทั่วไปมักหมายถึงความสามารถในการได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ เช่น การใช้อำนาจทางทหารหรือเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศอื่นเปลี่ยนแปลงท่าที ซึ่งเป็นอำนาจรูปแบบหนึ่งเรียกว่า Hard Power หรืออำนาจที่เป็นรูปธรรม แต่ยังมีอำนาจอีกประเภทหนึ่งเรียกว่า Soft Power ซึ่งเป็นความสามารถในการทำให้ประเทศอื่น ๆ ปฏิบัติตามความต้องการโดยไม่จำเป็นต้องใช้การบีบบังคับหรือการแลกเปลี่ยน

Soft Power คือ ความสามารถในการดึงดูดและโน้มน้าวให้ประเทศอื่น ๆ เห็นด้วยกับความต้องการของเรา โดยไม่ต้องพึ่งพาการบีบบังคับ การชักจูงและดึงดูดใจทำให้เกิดการยอมรับโดยคุณิ แต่ต่างจากการใช้อิทธิพลที่ต้องอาศัย Hard Power มาก (Kan Yuenyong, 2015)

ปัจจัยพื้นฐานของ Soft Power ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่:

1. วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมของประเทศที่มีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ มีโอกาสที่จะกลายเป็น Soft Power มากขึ้น วัฒนธรรมสามารถแสดงออกได้ในหลากหลายรูปแบบ เช่น วรรณกรรม, ศิลปะ, และการศึกษา หรือวัฒนธรรมสมัยนิยมที่มุ่งเน้นความบันเทิง ช่องทางที่ทำให้วัฒนธรรมเป็นที่รู้จักมีหลายวิธี เช่น การค้า, การเยี่ยมชม, การติดต่อสื่อสาร, และการแลกเปลี่ยน

2. ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) หากค่านิยมทางการเมืองของประเทศสอดคล้องกับประเทศอื่น ๆ อำนาจแบบอ่อนจะเพิ่มขึ้น ในทางกลับกัน หากค่านิยมของประเทศขัดแย้งกับค่านิยมของประเทศอื่น ๆ อำนาจแบบอ่อนจะลดลง เช่น การที่สหรัฐอเมริกาในทศวรรษ 1950 ยังคงมีการแบ่งแยกสีผิว ส่งผลให้ Soft Power ของสหรัฐในทวีปแอฟริกาอ่อนลง

3. นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) นโยบายต่างประเทศมีศักยภาพในการสร้าง Soft Power หากประเทศดำเนินนโยบายที่เน้นความสันติภาพและเคารพสิทธิมนุษยชน อำนาจแบบอ่อนจะเพิ่มขึ้น แต่หากประเทศมีนโยบายที่ก้าวร้าวและไม่แยแสต่อความคิดเห็นของประเทศอื่น ๆ เช่น การบุกยึดอิรักของสหรัฐในปี 2003 จะทำให้ Soft Power ลดลง

โจเซฟ เนย์ชี้ให้เห็นว่า Soft Power คือความสามารถในการดึงดูดและทำให้ผู้อื่นเห็นด้วย โดยปราศจากการคุกคามหรือการแลกเปลี่ยน (Joseph S. Nye, 2004: 5) ปัจจัยหลักคือการชักจูงและการดึงดูดใจ ซึ่งแตกต่างจาก Hard Power ที่เป็นการใช้อำนาจอย่างเป็นทางการในการบีบบังคับ (Kan Yuenyong, 2015)

ซิฆณ พงศ์ ด้วงสุข และปรีลักษณ์ กลิ่นช้าง (2563 : 5-6) ได้อธิบายความหมายของอำนาจแบบอ่อน (Soft Power) ว่า ประกอบด้วยทรัพยากรหลัก 3 ประการ ดังนี้

1. วัฒนธรรม (Culture) อำนาจแบบอ่อนมุ่งเน้นการใช้วัฒนธรรม หากวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ โอกาสที่วัฒนธรรมนั้นจะกลายเป็น Soft Power ของประเทศนั้นจะสูงขึ้น ช่องทางการเผยแพร่วัฒนธรรมมีหลายรูปแบบ เช่น ภาษา กีฬา ศาสนา อาหาร การศึกษา ศิลปะ ภาพยนตร์ ดนตรี ละคร รวมถึงการค้า การเยี่ยมชม การติดต่อสื่อสาร และการแลกเปลี่ยน

2. ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) หากค่านิยมทางการเมืองของประเทศสอดคล้องกับประเทศอื่น ๆ Soft Power ของประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้น ในทางกลับกัน หากค่านิยมของประเทศขัดแย้งกับค่านิยมของประเทศอื่น ๆ อย่างชัดเจน Soft Power จะลดลง

3. นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) นโยบายต่างประเทศมีผลต่อการสร้าง Soft Power หากประเทศดำเนินนโยบายที่ก้าวร้าวและไม่แยแสต่อความคิดเห็นของประเทศอื่น ๆ โอกาสในการสร้าง Soft Power จะลดลง แต่หากประเทศมีนโยบายที่เน้นความสัมพันธ์ภาพและเคารพสิทธิมนุษยชน โอกาสในการสร้าง Soft Power จะเพิ่มขึ้น การใช้ Soft Power ช่วยชักจูงให้ฝ่ายตรงข้ามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างค่อยเป็นค่อยไป (Joseph S. Nye, 2554)

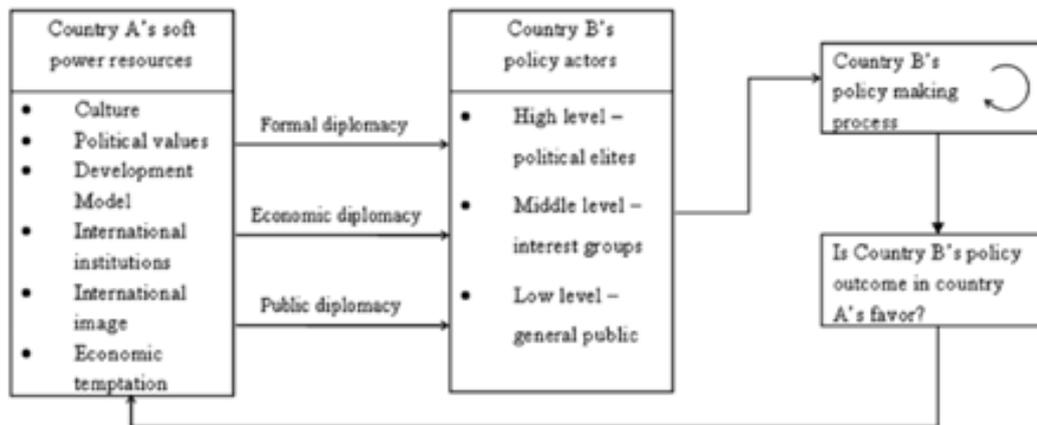
### รูปแบบของอำนาจแบบอ่อน (Soft Power)

ดร.ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์ (2565) ได้อธิบายรูปแบบของอำนาจแบบอ่อน (Soft Power) ว่า วาทกรรมเกี่ยวกับ Soft Power กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ภาครัฐ เอกชน และวงการวิชาการต่างพยายามผลักดันให้ไทยก้าวเข้าสู่เวที Soft Power โดยมองเห็นตัวอย่างความสำเร็จจากเกาหลีใต้ หลายฝ่ายเชื่อว่า Soft Power คือการสร้างค่านิยมที่สามารถเพิ่มปริมาณการค้ากับต่างประเทศ เช่นเดียวกับที่เกาหลีใต้ใช้ความบันเทิงในการดึงดูดความสนใจและกระตุ้นการบริโภคสินค้าและบริการของตน

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากมุมมองทฤษฎีแล้ว ความเข้าใจเกี่ยวกับ Soft Power อาจมีจุดบกพร่อง เนื่องจาก Soft Power เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นในสาขารัฐศาสตร์โดยศาสตราจารย์ Joseph S. Nye, Jr. แห่ง Harvard University อาจารย์ Nye ต้องการให้รัฐบาลสหรัฐฯ มุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายยุคหลังสงครามเย็น โดยเสนอการใช้อำนาจแบบใหม่ที่ไม่ใช่การบังคับ แต่เน้นการโน้มน้าวกลุ่มเป้าหมายผ่านกลไกที่ผสมผสาน เช่น ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ ภาพลักษณ์ทางการเมือง และเสน่ห์วัฒนธรรม ซึ่ง Nye เชื่อว่าจะช่วยให้ทุกฝ่ายเปิดรับปฏิสัมพันธ์กับสหรัฐฯ ได้ในระดับที่ลึกซึ้งขึ้น

Soft Power จึงแตกต่างจากอำนาจทางทหารหรือการขู่เชี้ยที่มุ่งบรรลุเจตนาเดียวกัน โดยที่หนึ่งใช้วิธีการที่อ่อนโยนกว่า ขณะที่อีกแบบเป็นการบังคับอย่างแข็งกร้าว เมื่อเกาหลีใต้อ้างถึงการ

ส่งออกความบันเทิงเป็น Soft Power ความเข้าใจของผู้คนเริ่มเปลี่ยนไป หลายคนมองว่า Soft Power คือการสร้างค่านิยมเพื่อผลทางการค้า ซึ่งมุมมองนี้ไม่ผิด แต่ไม่ครบถ้วนจริงๆ แล้ว Soft Power คืออำนาจที่ต้องอาศัยกระบวนการจัดการและตอบสนองต่อภาคการเมือง และเป็นมากกว่าการส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านความบันเทิง ดังในแผนภาพ



ภาพที่ 1 โมเดล soft power

ที่มา Li & Worm (2011). Building China's Soft Power for a Peaceful Rise.

ตัวอย่างข้างต้นมาจากการศึกษา Soft Power ของประเทศจีน ซึ่งผู้เขียนได้แบ่งประเทศออกเป็นสองกลุ่ม คือ ประเทศ A และ ประเทศ B ประเทศ A ใช้ทรัพยากรต่างๆ เช่น วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง ฯลฯ ผ่านช่องทางการทูต 3 แบบ ได้แก่ การทูตทั่วไป การทูตเศรษฐกิจ และการทูตสาธารณะ โดยมีเป้าหมายในการเข้าถึงบุคคล 3 ระดับในประเทศ B ได้แก่ นักการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ และบุคคลทั่วไป หากประเทศ B ตอบสนองต่อการขับเคลื่อนของประเทศ A อย่างเต็มที่ ถือว่า Soft Power ของประเทศ A ประสบความสำเร็จ

ถัดไปเป็นตารางที่แสดงการจัดประเภทอำนาจตามที่ Nye ได้ระบุ ซึ่งรวมถึงองค์ประกอบของอำนาจทุกรูปแบบ รวมทั้ง Soft Power

Power Types	Behaviors	Basic Tools	Government Policies
Military power	* Coercion * Deterrence * Protection	* Threat * Force	* Coercive Diplomacy * War * Alliance
Economic Power	* Encouragement * Coercion * Admirableness	* Money-Making * Investment * Values, Culture	* Help * Bribery * Public Diplomacy
Soft Power	* Creating Agenda	* Policies * Institutions	* Bilateral and Multilateral Diplomacy

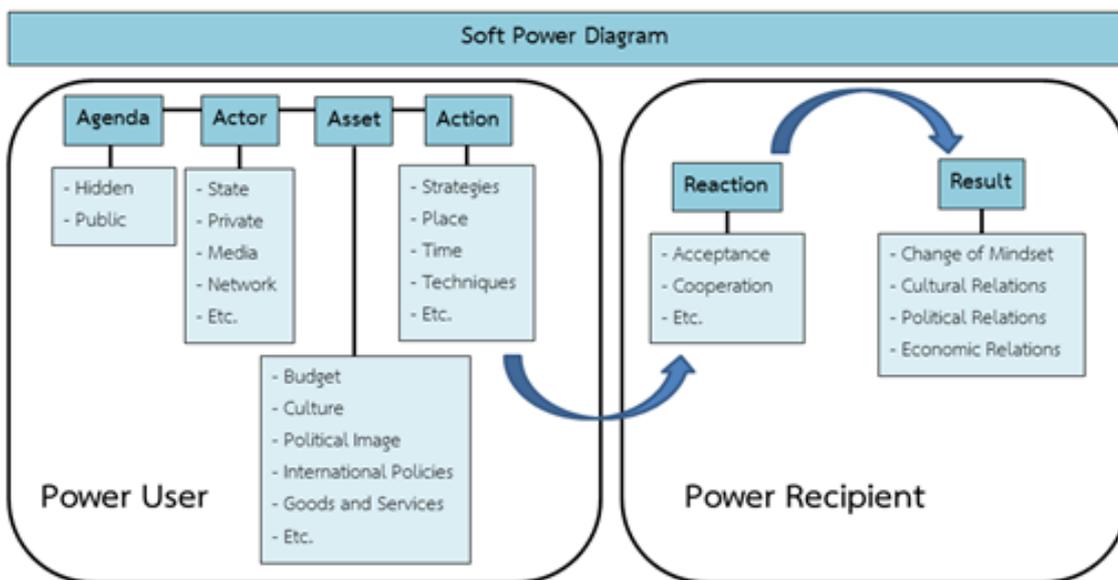
ภาพที่ 2 ประเภทของอำนาจในระบอบนานาชาติ

ที่มา Nye. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*

Soft Power ตามมุมมองของ Nye มีความเข้าใจที่ค่อนข้างตรงไปตรงมามากกว่าแบบที่กล่าวถึงข้างต้น โดยมันประกอบด้วย การกำหนดควาระนาทาง การจัดการอำนาจผ่านนโยบายและสถาบันที่เกี่ยวข้อง และการดำเนินการผ่านการทูตทวิภาคีและพหุภาคี

การตีความของ Nye และนักวิชาการท่านอื่นชี้ให้เห็นว่า Soft Power ต้องมีเป้าหมาย ฝ่ายปฏิบัติการ และการสื่อสารระหว่างประเทศเสมอ เป้าหมายของ Soft Power อาจแตกต่างกันไปตามบริบทของแต่ละประเทศ บางครั้งเป้าหมายเหล่านั้นอาจไม่สามารถเปิดเผยได้ ณ จุดนั้น Soft Power ไม่ได้เกี่ยวข้องกับแค่การผลิตและการส่งออก แต่ยังมีองค์ประกอบหลายอย่างที่ควรพิจารณา เช่น วิธีการทำให้ Soft Power บรรลุเป้าหมาย และส่วนผสมแบบไหนที่จะทำให้ Soft Power ประสบความสำเร็จ

ผังมโนทัศน์ที่เรียกว่า “4A 2R” เป็นเครื่องมือที่ช่วยขยายความเข้าใจใน Soft Power ให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงในหลายกรณี



ภาพที่ 3 ฟังก์ชัน soft power แบบ 4A 2R

ที่ ม 1 Thanayod Lopattananont. (2021). The Role of the Confucius Institutes in Contemporary Thai Society.

ฟังก์ชัน 4A 2R จะช่วยขยายรายละเอียดของ Soft Power ให้ตรงกับข้อเท็จจริงของหลายกรณีมากยิ่งขึ้น

ฟังก์ชัน 4A 2R แบ่งกระบวนการทางอำนาจออกเป็น 2 ฟังก์ชัน คือฟังก์ชันใช้อำนาจและผู้รับอำนาจ ในฟังก์ชันใช้อำนาจ องค์ประกอบตามหลัก 4A คือตัวขับเคลื่อน ประกอบไปด้วย

องค์ประกอบ	ความหมาย
Agenda	วาระของประเทศ มักแบ่งเป็นวาระลับและวาระสาธารณะ
Actor	ผู้เล่นทางอำนาจ ได้แก่ รัฐ เอกชน ประชาชน องค์กรไม่แสวงผลกำไร ฯลฯ
Asset	ทุนทางอำนาจ เช่น เสน่ห์วัฒนธรรม การศึกษา ความช่วยเหลือ ฯลฯ ในเวลาเดียวกัน Asset ก็หมายถึงทุนที่เป็นเม็ดเงินด้วย
Action	ปฏิบัติการ หรือ ยุทธศาสตร์ที่จะช่วยให้เกิดการใช้อำนาจตามความคาดหวัง

ฝั่งผู้รับอำนาจ องค์ประกอบจะต่างออกไปด้วยหลัก 2R

องค์ประกอบ	ความหมาย
Reaction	ปฏิกิริยาตอบรับ อาจอยู่ในรูปของการบริโภค การให้ความร่วมมือ การสร้างเครือข่ายสนับสนุนผู้ใช้อำนาจ
Result	ผลการตอบรับอำนาจ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในระดับรัฐ เอกชน หรือ ประชาชน

เมื่อพิจารณาในลักษณะนี้, Soft Power จึงเป็นเรื่องของการจัดการอำนาจอย่างมียุทธวิธี โดยอาศัยวาระนำทาง สูตรความเข้าใจแบบ 4A 2R ซึ่งให้เห็นว่า Soft Power จะประสบความสำเร็จเมื่อมีองค์ประกอบดังนี้:

- วาระที่จูงใจ
- ความร่วมมือจากทุกฝ่าย
- ทรัพยากรทางอำนาจที่มีพลังในการโน้มน้าวและเข้าถึงผู้คน
- การจัดการเพื่อให้มั่นใจว่า Soft Power จะบังเกิดผลในชาติเป้าหมาย รวมถึงความพยายาม

สร้างปฏิกิริยาตอบรับในชาติเป้าหมายให้มากที่สุด

ในกรณีของเกาหลีใต้ วาระสาธารณะคือการส่งเสริมเศรษฐกิจ แต่ในทางกลับกัน วาระซ่อนเร้นคือการสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์ทางความมั่นคง อย่างน้อย ความสัมพันธ์ภาคประชาชนระหว่างเกาหลีใต้กับนานาชาติได้แข็งแกร่งขึ้น พันธมิตรเพิ่มพูน และศักดิ์ศรีของชาติยกระดับจนเทียบเท่ากับคู่แข่งอย่างญี่ปุ่นหรือโลกตะวันตก ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นผลมาจากความร่วมมือของทุกภาคส่วน รวมถึงความพยายามของแต่ละฝ่ายในการทำหน้าที่ของตนเอง เช่น การสนับสนุนทุน การอำนวยความสะดวกและการส่งออกจากรัฐ และการสร้างสรรคงานจากนักวิชาชีพที่ไม่ตกยุค แผนงานของเกาหลีใต้มีการปรับปรุงตามสถานการณ์และเปิดกว้างให้ผู้เล่นที่มีฝีมือจริงเข้าร่วมงาน

ความเข้าใจที่ครอบคลุมเกี่ยวกับ Soft Power เกิดจากการพิจารณาตลอดกระบวนการของมัน ภารกิจของ Soft Power จึงไม่ควรจำกัดแค่การผลิตและส่งออก เพราะกระบวนการของ Soft Power มีรายละเอียดที่มากกว่าการแค่ผลิตและส่งออก

### แนวทางการสร้างอำนาจแบบอ่อน (Soft Power)

นางสาวกฤตพร แซ่อึ้ง (2562 : 7-9) ได้อธิบายแนวทางการสร้างอำนาจแบบอ่อน (Soft Power) ของประเทศเกาหลีใต้ไว้ว่า

## 1. การจัดตั้งหน่วยงานด้านวัฒนธรรม

หลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี 1998 รัฐบาลเกาหลีใต้ได้เริ่มดำเนินนโยบายและแผนปฏิบัติการ 5 ปี และ 10 ปี เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของประเทศ โดยได้จัดสรรงบประมาณจำนวนมากสำหรับส่งเสริมการศึกษาในด้านการผลิตภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง และการออกแบบ นอกจากนี้ยังได้จัดตั้งหน่วยงานใหม่ เช่น กระทรวงวัฒนธรรมและเนื้อหาสื่อแห่งเกาหลี (KOCCA) ในปี 2009 ซึ่งร่วมมือกับหลายองค์กร เช่น สถาบันกระจายเสียงเกาหลีใต้และหน่วยงานอุตสาหกรรมเกมเกาหลี หน่วยงาน KOCCA มีสำนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงในสหรัฐอเมริกา ยุโรป ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และจีน วัตถุประสงค์ของ KOCCA คือการส่งเสริมสนับสนุน และผลักดันเอกชนให้สามารถส่งออกสินค้าและบริการไปยังต่างประเทศ พร้อมทั้งทำให้วัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่รู้จักทั่วโลก (วชนากานต์ เพิ่มทองชูชัย, 2018)

## 2. การสร้างกระแสเกาหลีนิยม

กระแสเกาหลีนิยม (Korean Wave) หรือ ฮัลลยู (Hallyu) เริ่มต้นในปลายยุค 1990 เป็นปรากฏการณ์ความนิยมในวัฒนธรรมเกาหลีที่เกี่ยวข้องกับเพลง ละคร ภาพยนตร์ เกมส์ นิยาย และการ์ตูนแอนิเมชัน จุดเด่นของกระแสนี้คือความสดใหม่ของเนื้อหาและความสามารถของนักแสดงและนักร้องในการดึงดูดความสนใจจากทั่วโลก (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2016) กระแสเกาหลีนิยมได้แพร่ขยายไปยังหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ไทย และอินโดนีเซีย เนื่องจากนักธุรกิจเห็นช่องทางในการลดต้นทุนโดยการซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์และละครเกาหลีที่ราคาถูกกว่าญี่ปุ่นและฮ่องกง ทำให้มูลค่าการส่งออกรายการโทรทัศน์เกาหลีเพิ่มขึ้นจาก 12.7 ล้านดอลลาร์ในปี 1999 เป็น 150.95 ล้านดอลลาร์ในปี 2007 (ภาทิน นิมมานนรวงศ์, 2014) การใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรม (Cultural Marketing) นี้ช่วยสร้างเอกลักษณ์และความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ และดึงดูดผู้คนให้สนใจเกาหลีได้มากขึ้น

กระแสเกาหลีนิยมเริ่มต้นจากการส่งออกวัฒนธรรมร่วมสมัยเพื่อดึงดูดความสนใจ ก่อนจะเริ่มส่งออกวัฒนธรรมดั้งเดิมผ่านสื่อต่างๆ เช่น ละคร โทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งสามารถสร้างความโดดเด่นและดึงดูดผู้คนจากทั่วโลก เช่น ละคร “แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง” ที่นำเสนอวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมของเกาหลี รวมถึงละคร “Winter Love Song” ที่ถ่ายทำที่เกาะนามิซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก การผสมผสานความเป็นสากลในสื่อเกาหลี เช่น การใช้เพลงภาษาอังกฤษและคำบรรยายภาษาอังกฤษในรายการโทรทัศน์ ยังช่วยเพิ่มความนิยมและสนับสนุนให้ศิลปินเกาหลีได้มีชื่อเสียงในต่างประเทศ การใช้ศิลปินเป็นพรีเซ็นเตอร์สินค้าต่างๆ ทำให้กระแสเกาหลีนิยมแพร่หลายและกลายเป็นที่รู้จักมากขึ้น

## แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

### ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2545 : 8-86, 2546 : 39-40) ผู้นำแนวคิดด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนได้ให้นิยามคำว่าวิสาหกิจชุมชน ซึ่งในภาษาอังกฤษคือ Small and Micro Community Enterprise (SMCE) ว่าเป็นการประกอบการที่มุ่งจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเอง ในที่นี้ ทุนหมายถึงสิ่งที่มีมากกว่าการเงิน ซึ่งรวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และกฎเกณฑ์ทางสังคมที่เชื่อมโยงผู้คนในชุมชนให้มีความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

การจัดการทุนของชุมชนโดยชุมชนเอง มุ่งเน้นไปที่การสร้างสรรค์แม้จะยังไม่ได้พัฒนาเต็มที่ ซึ่งรวมถึงทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนที่สะสม ทุนความรู้ภูมิปัญญา และทุนทางสังคม เช่น ความไว้วางใจและความเป็นพี่เป็นน้องในชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการจัดการที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือสร้างผลิตภัณฑ์จากครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชนและเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน

หลักการสำคัญของวิสาหกิจชุมชนคือ การสร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง ลดรายจ่ายให้ครอบครัว ส่งเสริมสุขภาพอนามัยที่ดี และมีคุณธรรมในการรับผิดชอบต่อสมาชิกในชุมชน โดยไม่มุ่งเน้นกำไรสูงสุดหรือการเอาเปรียบผู้บริโภค

นุชนาถ ทับครุฑ (2563 : 8) ได้อธิบายวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) ว่า หมายถึง กิจกรรมที่ดำเนินการโดยคณะกรรมการที่มีความผูกพันและวิถีชีวิตร่วมกัน ซึ่งรวมตัวกันเพื่อผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจกรรมอื่นๆ ไม่ว่าจะในรูปแบบนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคล โดยมุ่งหวังสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองสำหรับครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2562)

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (2561) กำหนดความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่าเป็นกิจการที่ดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่มีความผูกพันและวิถีชีวิตร่วมกัน โดยไม่คำนึงถึงรูปแบบของนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเสริมสร้างความพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน

สรุปแล้ว วิสาหกิจชุมชนคือการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเอง ซึ่งทุนของชุมชนไม่ได้หมายถึงเพียงเงินทุนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้คนในชุมชนอยู่ร่วมกันอย่างมีความสัมพันธ์ที่ดีและเชื่อใจซึ่งกันและกัน

รองศาสตราจารย์ พรชัย พันธุ์ชาดาพร (2558 : 25) ได้ให้คำนิยามของวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) ว่าเป็น “การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว ที่มุ่งจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเองและความเพียงพอของครอบครัวและชุมชน” ทุนในที่นี้ไม่จำกัดเพียงเงินทุน แต่ยังรวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม ซึ่งหมายถึงกฎเกณฑ์ทางสังคมที่ช่วยให้ผู้คนในชุมชนอยู่ร่วมกันเป็นพี่น้องและไว้ใจกัน วิสาหกิจชุมชนจึงมีเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืน พร้อมให้ประโยชน์แก่ชุมชนที่เป็นเจ้าของวิสาหกิจ

วิสาหกิจชุมชนรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรในทุกขั้นตอน โดยมีภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ไม่เพียงแต่เพื่อสร้างกำไรทางการเงิน แต่ยังรวมถึงกำไรทางสังคม เช่น ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคม วิสาหกิจชุมชนเป็นการประกอบการที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งหมด ทั้งด้านการผลิต การค้า และการเงิน โดยมุ่งใช้ปัจจัยการผลิตเหล่านี้เพื่อให้เกิดผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น การสร้างรายได้และอาชีพ รวมถึงการส่งเสริมความเป็นครอบครัวและชุมชนให้มีความร่วมมือร่วมใจในการคิด ทำ และรับผิดชอบร่วมกัน

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 วิสาหกิจชุมชนหมายถึง “กิจการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลที่มีความผูกพันและวิถีชีวิตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นนิตินบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิตินบุคคล เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนประกาศกำหนด” วิชา นันททสุวรรณ (2548 : 5) ให้คำจำกัดความของวิสาหกิจชุมชน ว่าหมายถึง การประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งมีได้มี เป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชนและความสงบสุขของสังคมด้วย

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล (2545 : 33-35) ได้เสนอความหมายของวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจชุมชน โดยชี้ให้เห็นว่า แม้คำว่า "วิสาหกิจ" และ "ธุรกิจ" จะมีความหมายใกล้เคียงกันและสามารถใช้แทนกันได้ ในทางเศรษฐศาสตร์และธุรกิจ แต่มีความแตกต่างในด้านเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน ซึ่งตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า "Enterprise" สามารถใช้คำว่า "ธุรกิจ" ได้ แต่

คำว่า "ธุรกิจ" มักสื่อถึงการลงทุนที่มุ่งหวังผลตอบแทนสูงสุด ในขณะที่วิสาหกิจชุมชนมุ่งเน้นที่การใช้ทรัพยากรภายในชุมชนเพื่อการพึ่งพาตนเองมากกว่าการทำกำไรสูงสุด

จากการวิเคราะห์ดังกล่าว ผู้วิจัยสรุปว่า วิสาหกิจชุมชนหมายถึง การประกอบกิจกรรมขนาดเล็กและขนาดจิ๋วของชุมชน ซึ่งมีการจัดการทุนของชุมชน ทั้งที่เป็นเงินและทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ดิน น้ำ และป่า รวมถึงทุนที่เป็นผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา และทุนทางสังคม เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นพี่เป็นน้อง และความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในชุมชน การจัดการวิสาหกิจชุมชนจะดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันและวิถีชีวิตร่วมกัน โดยมุ่งสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงครอบคลุมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตของชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตการเกษตรและตอบสนองการพึ่งพาตนเองของชุมชน รวมถึงการพัฒนาระบบการตลาด การบริการ และสวัสดิการให้กับชุมชน

### ความสำคัญของวิสาหกิจชุมชน

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2550 : 6-8) ได้ชี้ให้เห็นความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนว่าเป็นการรวมตัวกันของเกษตรกรในการดำเนินธุรกิจในระดับชุมชน โดยมีความมั่นคงและได้รับการรับรองตามกฎหมาย เน้นการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงการพัฒนาความสามารถในการจัดการที่ตอบสนองความต้องการจริงของชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและความพึ่งพาตนเองในระบบเศรษฐกิจชุมชน พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

กรมส่งเสริมการเกษตร (2549 : 56-59) อธิบายความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนไว้ดังนี้:

1. ทุนของชุมชนไม่เพียงหมายถึงเงินตรา แต่รวมถึงบุคคล ความรู้ ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ และผลผลิตของชุมชน
2. การดำเนินงานในรูปวิสาหกิจชุมชนเป็นการเชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตร การแปรรูป และการตลาดเป็นกระบวนการเดียวกัน โดยแบ่งบทบาทตามทักษะและอาชีพของสมาชิก
3. การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนคือการฟื้นฟูและพัฒนากระบวนเศรษฐกิจที่ถูกทำลายจากการพัฒนาในอดีต โดยมุ่งพัฒนาคนให้เป็นผู้ประกอบการที่วางแผนและดำเนินการบนฐานทุนชุมชน พร้อมสร้างระบบเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายอย่าง
4. กิจกรรมทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนมี 3 ระดับ ได้แก่ การสร้างผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์เพื่อพึ่งพาตนเองในระดับครัวเรือน การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของ

ชุมชน และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสังคมภายนอกชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

จรัฏฐ์ มีศรี (2563 : 17) อธิบายความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนว่า:

1. เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นภาคการผลิตและสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจชุมชน ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง

2. เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนควบคู่กับการพัฒนากิจการ เน้นกระบวนการเรียนรู้และกิจกรรมบนฐานความรู้

3. เป็นทางเลือกใหม่ที่ช่วยให้ชุมชนเรียนรู้และสร้างสรรค์ผลผลิตเพื่อการบริโภคจากทุนที่มีในชุมชน

4. เป็นหน่วยสร้างงานและรายได้ในชุมชน ลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานไปยังเมืองหรือภาคอุตสาหกรรม

5. เป็นตัวกลางสำคัญในการทำงานร่วมกันในชุมชน

6. เป็นตัวอย่างการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการฟื้นฟูระบบนิเวศ  
สำนักบริหารกองทุนพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน (2548 : 3) ได้ชี้ถึงความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนด้วย:

1. การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและพัฒนาทรัพยากรของชุมชน

2. การมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

3. การส่งเสริมเครือข่ายองค์กรและพัฒนาผู้นำ

4. การบูรณาการทุนและสินทรัพย์ของชุมชน

5. การเรียนรู้และการเชื่อมโยงการพัฒนา

6. การบริหารจัดการและการตัดสินใจโดยชุมชน

7. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

8. การผลประโยชน์ร่วมกัน

9. การติดตามและตรวจสอบให้โปร่งใสและยุติธรรม

10. การต่อยอดและขยายผล

11. การวิจัยและพัฒนา

12. การพึ่งตนเอง

จากความหมายและข้อสรุปของนักวิชาการ วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญต่อการอยู่รอดและการพัฒนาของชุมชน โดยเน้นความร่วมมือและการใช้ทุนท้องถิ่นเพื่อการพึ่งพาตนเอง วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมที่เข้มแข็งให้กับประเทศ โดยผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับความรู้สากลเพื่อการพึ่งพาตนเองและความร่วมมือของชุมชน

### ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

ชฎาพร ไชยศรี (2554 : 52), ถ้ายอง ปลั่งกลาง, วันทนา เนาว์วัน, และ พรชวรธรรม สุขสมวัฒน์ (2553 : 33) และ ธนเทพ สุกแสง (2547 : 49-50) ได้แบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชนออกเป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้:

1. วิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐาน : การดำเนินกิจกรรมที่มุ่งเพื่อการบริโภคและการใช้ในชุมชน เช่น การผลิตอาหารและของใช้เพื่อทดแทนการซื้อจากภายนอก ซึ่งช่วยลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน โดยมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเองและลดปัญหาหนี้สิน

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เข้าสู่ตลาดบริโภค โดยการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต บรรจุกิจกรรม การตลาด และการจัดวางผลิตภัณฑ์ในตลาดต่างๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ชุมชนควรพัฒนาจากพื้นฐานไปสู่ระดับก้าวหน้าอย่างค่อยเป็นค่อยไป

กรมส่งเสริมการเกษตร (2548 : 5-6), โอฬาร พิทักษ์ (2548 : 20-22) และ ศิริพร เลิศยิ่งยศ (2549 : 31-32) ได้แบ่งประเภทของวิสาหกิจชุมชนออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้:

1. วิสาหกิจชุมชนทดแทนการพึ่งพาภายนอก : กิจกรรมที่เน้นการลดรายจ่ายของเกษตรกรและชุมชน โดยการผลิตปัจจัยพื้นฐานสำหรับการบริโภคในครัวเรือน เช่น การปลูกพืชผัก การเลี้ยงสัตว์ การทำผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ เช่น น้ำปลา น้ำยาล้างจาน เป็นต้น

2. วิสาหกิจชุมชนพัฒนาผลผลิตและทรัพยากร : การใช้ทรัพยากรและผลผลิตของชุมชนในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งมีการพัฒนาผลผลิตจากแนวคิดของชุมชน เช่น การทำโรงปุ๋ย โรงสีข้าว การขยายพันธุ์พืชและสัตว์ เป็นต้น

3. วิสาหกิจชุมชนบริการ : การประกอบการที่ใช้ทักษะ ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ในการให้บริการกับเกษตรกรและชุมชน เช่น ศูนย์สุขภาพ การนวดแผนไทย ร้านค้าชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น

## เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่ตรงหรือใกล้เคียงกับหัวข้อในการวิจัย มีดังต่อไปนี้

ชูชาติ ราชจันทร์ (พ.ศ.2559) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอในวิถีผู้ความมั่งคั่งยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านสวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอบ้านสวนนอก ตำบลสวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 2. เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอของบ้านสวนนอก ตำบลสวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ผู้ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า

1) ทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอของบ้านสวนนอก ตำบลสวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ ที่สามารถนำมาไปต่อยอดสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ชาวบ้านสวนนอกมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้ามานานเป็นระยะเวลามากกว่า 200 ปี มีการปลูกกันแทบทุกครัวเรือนมาพร้อมกับการตั้งหมู่บ้าน พันธุ์หม่อนที่ชาวบ้านปลูกแต่เดิมเรียกว่าพันธุ์ดั้งเดิมหรือพันธุ์พื้นเมือง ใบมีขนาดเล็กและทนทานต่อสภาพอากาศที่แห้งแล้ง ปัจจุบันเปลี่ยนมาปลูกพันธุ์บุรีรัมย์ 60 เนื่องจากให้ผลผลิตมากกว่าผ้าทอของบ้านสวนนอก ส่วนใหญ่เป็นผ้าไหมเพราะมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเอง ลักษณะการทอเป็นการทอลายขีดและมัดหมี่ ลวดลายผ้าทอที่เป็นอัตลักษณ์ในวิถีถิ่นแบบดั้งเดิมคือ ลายหางกระรอก ลายดอกพิกุล ลายช้าง และลายม้า แต่ละลวดลายมีที่มาจากการมองเห็นสิ่งที่อยู่รอบ ๆ ตัวในวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั่นเอง และลายดังกล่าวยังคงเป็นที่นิยมมาจนถึงปัจจุบัน ผ้าทอบ้านสวนนอกมักใช้ในโอกาสงานบุญ งานประเพณี มีเพียงส่วนน้อยที่นำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์แบบอื่น ๆ

2) แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอของบ้านสวนนอก ตำบลสวน อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน

2.1) สภาพการดำเนินงานเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอของบ้านสวนนอกในปัจจุบัน

2.1.1) ด้านการบริหารกลุ่ม พบว่า เมื่อมีการตั้งกลุ่มขึ้นในปี พ.ศ.2547 ประกอบกับจังหวัดบุรีรัมย์ได้มีการเปิดตัวหมู่บ้านท่องเที่ยวไหมของจังหวัด กลุ่มทอผ้าก็มีความเข้มแข็งมากขึ้น มีพัฒนาการของการทอผ้าจากทอมือเป็นที่กระตุก มีการทอลวดลายตามความต้องการของผู้บริโภค มีการรับขึ้นหัวม้วนไหม ทำให้สมาชิกมีรายได้มากขึ้น มีข้อบังคับกลุ่มเพื่อถือปฏิบัติร่วมกัน

2.1.2) ด้านการวางแผนการผลิตและการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นวัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน การทอจะมีทั้งที่มารวมกันทอที่กลุ่มและทอที่บ้านของตนเอง

2.1.3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า การนำผ้าทอไปแปรรูปยังมีน้อยสีที่ผลิตหรือออกแบบ โทนเข้มหรือถ้าสีสดก็เน้นสีฉูดฉาด การออกแบบยังไม่ทันสมัย

2.1.4) ด้านการตลาดพบว่า เน้นจำหน่ายในชุมชน ส่วนตลาดภายนอกชุมชนจะร่วมงานกับส่วนราชการที่เปิดพื้นที่ให้

2.1.5) ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นแบบบอกเล่าต่อ ๆ กันไป ยังมีความต้องการพัฒนาความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

2.1.6) ด้านการเงินและบัญชี จัดทำบัญชีรับจ่ายแบบง่าย ๆ คือใช้การจดว่ามีรายรับต่อวันเท่าใด รายจ่ายต่อวันเท่าใด โดยมีกรมอบหมายให้เหรียญุกทำหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวข้องกับระบบการเงินในกิจการ

2.1.7) ด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ้าทอสู่คนรุ่นหลังมีเพียงคนรุ่นเก่า คือรุ่นพ่อแม่ ปู่ย่า ตายายที่ทอผ้าเป็น

2.2) ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอของบ้านสวนนอก พบว่า คณะกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ของกลุ่มยังขาดความรู้ ขาดประสบการณ์ในการบริหารจัดการ ยังไม่มีการวางแผนการผลิตไว้ล่วงหน้า ผลิตตามลูกค้าสั่งเนื่องจากไม่มีเงินทุนหมุนเวียน ขาดบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถด้านการออกแบบ ขาดความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ ๆ และการแปรรูป การตลาดยังไม่กว้างขวางเน้นจำหน่ายในชุมชน ขาดความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ขาดการจัดทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และไม่มีเด็กหรือเยาวชนในพื้นที่ที่สามารถทอผ้าได้เหมือนรุ่นพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย

3) แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอของบ้านสวนนอกให้พัฒนาไปสู่ความมั่นคงอย่างยั่งยืน ควรดำเนินการโดยพัฒนาศักยภาพความเข้มแข็งของด้านความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ พัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอให้มีความเชื่อมโยงกับนโยบายทุกระดับ พัฒนาด้านการตลาด พัฒนาระบบการประชาสัมพันธ์ และสืบสานภูมิปัญญาผ้าทอโดยร่วมมือกับสถานศึกษาในท้องถิ่นถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่เด็กและเยาวชน

ทีปกา โขธารักษ์ (พ.ศ.2559) ได้วิจัยเรื่อง ผ้าทอเกาะขอม : ทุนทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีศึกษา กลุ่มราชวัดต์แสงส่องหล้าที่ 1 แห่งชุมชนเกาะขอม หมู่ที่ 3 ตำบลเกาะขอม อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาสภาพสังคมและประวัติความเป็นมาของชุมชนเกาะขอมและผ้าทอเกาะขอม ต.เกาะขอม อ.เมือง จ.สงขลา 2. เพื่อศึกษาพัฒนาการและการปรับตัวที่เกิดขึ้นกับผ้าทอเกาะขอมชุมชนเกาะขอมภายใต้การเข้ามาของกระแสโลกาภิวัตน์ 3. เพื่อศึกษาว่าทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอเกาะขอมมีผลต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชนอย่างไร

ผลการวิจัยพบว่า ผ้าทอเกาะยอและภูมิปัญญาการผลิตผ้าทอเกาะยอเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนตำบลเกาะยอ มีประวัติศาสตร์และพัฒนาการมาอย่างยาวนานนับร้อยปี ที่ได้รับการสืบทอดและถ่ายทอดมาอย่างยาวนานจากบรรพบุรุษ โดยการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันที่มีกลุ่มทอผ้าเกิดขึ้นมากมาย เช่นกลุ่มกรณีศึกษาในครั้งนี้นี้ กลุ่มทอผ้าราชวัดแสงส่องหล้าที่ 1 แห่งชุมชนเกาะยอ หมู่ที่ 3 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งกลุ่มทอผ้านี้ถูกก่อตั้งขึ้นเพื่อที่จะแก้ไขปัญหา ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน อีกทั้งยังต้องการที่จะพัฒนาผ้าพื้นเมืองเกาะยอให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น ไม่ให้ใครมาฉวยได้และอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญให้อยู่คู่กับคนในเกาะยอต่อไป ส่งผลให้ชุมชนเกาะยอมีภูมิปัญญาที่เป็นเอกลักษณ์ที่นำไปสู่การคงอยู่ภายใต้ของกระแสความเจริญจากภายนอกและยืนหยัดด้วยความสามารถที่เกิดจากการเรียนรู้ของชาวบ้านที่ผสมผสานกับภูมิปัญญาดั้งเดิม มาเป็นเครื่องมือในการทำงาน เพื่อเพิ่มผลผลิตในเชิงเศรษฐกิจของตนเองและของชุมชน ทำให้ชาวบ้านต้องมีช่องทางให้ได้มาเพื่อการยังชีพของตน และผ่านพ้นจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรม จนเกิดเป็นอาชีพหลักและกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นของสงขลา

พงศ์เดช ณ ลำพูน (พ.ศ.2561) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการอนุรักษ์และสืบสานทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอยกดอก จังหวัดลำพูน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาพัฒนาการของผ้าทอยกดอกลำพูนในเชิงสังคมและเศรษฐกิจ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอยกดอกลำพูน และเพื่อวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมผ้าทอยกดอก ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพเป็นมาในเชิงสังคมและเศรษฐกิจ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ยุค ประกอบด้วย ยุคเริ่มต้น ยุคเฟื่องฟู ยุคเสื่อมถอย และยุคการพัฒนา ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความคงอยู่ของทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอยกดอกลำพูนประกอบด้วย การบริหารจัดการ การผลิต การตลาด การเงิน และการสนับสนุนส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ และการวิเคราะห์สภาวะการแข่งขันในอุตสาหกรรมผ้าทอยกดอกลำพูน พบว่าคู่แข่งรายใหม่เข้ามาในธุรกิจผ้าทอยกดอกลำพูนได้ยาก คู่แข่งในธุรกิจเดียวกันมีอิทธิพลไม่มากแต่สินค้าทดแทนผ้าทอยกดอกลำพูนมีอยู่มาก อำนาจต่อรองของลูกค้าต่อสินค้าผ้าทอยกดอกลำพูนมีค่อนข้างน้อย แต่อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบมีมากทำให้เป็นจุดอ่อนของการผลิต แนวทางการอนุรักษ์และสืบสานทุนทางวัฒนธรรมผ้าทอยกดอกลำพูน ประกอบด้วย การส่งเสริมให้เกิดความนิยมและรู้คุณค่าของผ้าทอยกดอกลำพูน การส่งเสริมให้การลงทุนและการบริหารอย่างเป็นระบบ การให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเรื่องของทุนให้กับกลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอ พื้นฟูรวบรวมปราชญ์ชาวบ้าน การบรรจุหลักสูตรการเรียนการสอนขั้นตอนการผลิตผ้าทอยกดอกลำพูนในโรงเรียน การส่งเสริมให้บริษัทที่มีแบรนด์ชั้นนำนำผ้าทอ

กดอกไปประยุกต์ใช้ และส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม รวมทั้งการจัดตั้งกองทุนส่งเสริมการทอผ้าทอยกดอกลำพูน

กฤตพร แซ่อึ้ง (พ.ศ.2562) ได้วิจัยเรื่อง นโยบาย Soft Power กับการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ ค.ศ.1997 – ปัจจุบัน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษานโยบาย Soft power ของเกาหลีใต้ที่มีผลต่อการส่งออกวัฒนธรรม 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกาหลีใต้นำนโยบาย Soft power มาใช้ในการส่งออกวัฒนธรรมตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1990 จนถึงปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า การที่เกาหลีใต้นำนโยบาย Soft power มาใช้ในการส่งออกวัฒนธรรมนั้น มีสาเหตุหลายประการด้วยกัน ที่เห็นได้ชัดคือเกาหลีใต้ต้องการฟื้นฟูประเทศจากวิกฤตเศรษฐกิจด้านการเงินในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ซึ่งการนำนโยบาย Soft power เข้ามาช่วยฟื้นฟูประเทศนั้น ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เนื่องจาก Soft power มีบทบาทในการช่วยดึงดูดความสนใจจากประเทศอื่นๆ ผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งมีหลากหลายรูปแบบทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น อาหาร การแต่งกาย ภาพยนตร์ ละครชุด เพลง ฯลฯ โดยความสำเร็จนี้มีที่มาจากการวางแผนที่ดีและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพจากรัฐบาลเกาหลีใต้ทำให้สามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าทางวัฒนธรรมได้ นอกจากนี้ยังช่วยยกระดับสถานะของประเทศในเวทีโลกและยังช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวภายในประเทศ อีกทั้งกระแสเกาหลีนิยมได้นำความเป็นสากลเข้ามาผสมผสานทำให้เข้าถึงได้ง่ายและสามารถเผยแพร่สู่ประเทศต่างๆ ได้ในเวลาอันรวดเร็ว

อิงอร เนตรานนท์ (พ.ศ.2562) ได้วิจัยเรื่อง พลังอำนาจแห่งชาติ Soft Power ของไทยในศตวรรษที่ 21 โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาถึงพลังอำนาจแห่งชาติ Soft Power ของไทยในศตวรรษที่ 21 ที่ปรากฏใช้ (Actual Powers) ในการบริหารปกครองในช่วงพุทธศักราช 2544-2560 2. เพื่อศึกษาถึงพลังอำนาจแห่งชาติ Soft Power ของไทยในศตวรรษที่ 21 ในช่วงพุทธศักราช 2560-2563 ว่าจะมีรูปแบบใดบ้าง และ 3. เพื่อเสนอแนวคิดเรื่องพลังอำนาจแห่งชาติ Soft Power ของไทยในศตวรรษที่ 21 ผลการวิจัยพบว่า พลังอำนาจแห่งชาติดั้งเดิมมีศักยภาพไม่เพียงพอรับมือกับการบริหารราชการแผ่นดินยุคโลกาภิวัตน์รวมทั้งมีการเปลี่ยนแปลงจากแบบ Hard Power ดั้งเดิมไปสู่การใช้ Soft Power และพบว่าตัวบ่งชี้ หรือดัชนี Soft Power ได้แก่ สถาบันพระมหากษัตริย์ พุทธศาสนา องค์การเชิงสถาบัน และหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชาวพุทธ เอกอัครราชทูต และวัฒนธรรมความเป็นไทย ค่านิยม นโยบายรัฐ ผลิตภัณฑ์พื้นบ้านไทย อาหารไทย ละคร/ภาพยนตร์ ทรัพยากรธรรมชาติ การทูต/นโยบายต่างประเทศ การแพทย์ทันสมัยและการแพทย์สมุนไพรไทย สถาบันการศึกษา กีฬาไทย กอล์ฟ มวยไทย-สากล และแบดมินตันไทย

การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ในรูปของการรณรงค์ ส่วนข้อเสนอแนะ คือ การสร้างเสริมศักยภาพ Soft Power ของไทย สร้างพันธมิตรร่วมเพื่อการพัฒนาประเทศ สร้างคุณอำนาจ สร้างองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนาสร้างทุนมนุษย์ สร้างปราชญ์ชาวบ้าน ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การปฏิบัติที่ต่อเนื่อง สืบทอดเจตนารมณ์แห่งรัฐ ปรับรูปแบบการใช้ Soft Power ตามการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ (Information Operation: IO) ที่เหมาะสม ให้ความรู้แก่ประชาสังคมทุกระดับ แต่ภาพรวมการทำงานที่เชื่อมโยงกันของพลังอำนาจแห่งชาติยังไม่ชัดเจน ส่วนคำศัพท์ “Soft Power” ให้ใช้คำเรียกทับศัพท์

อสิ ม้ามณี (พ.ศ.2555) ได้วิจัยเรื่อง การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษา การดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาล มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศรวมถึงเพื่อระบุแหล่งทรัพยากรซึ่งเป็นที่มาของ Soft Power ของประเทศไทย และเพื่อวิเคราะห์การดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาลในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย - เนปาล รวมทั้งประเมินประสิทธิผลของการดำเนินการดังกล่าว เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการดำเนินการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ผลการวิจัยพบว่า มิติด้านวัฒนธรรมและศาสนา เป็น Soft Power ที่สำคัญที่สุดของประเทศไทย วัฒนธรรมไทยในด้านต่างๆ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในต่างประเทศ เช่น นาฏศิลป์ไทย อาหารไทย มวยไทย รวมทั้งวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น ภาพยนตร์ไทย ก็สามารถสร้างความสนใจในระดับนานาชาติ โดยมีภาพยนตร์ไทยหลายเรื่องได้รับรางวัลจากเทศกาลภาพยนตร์ต่างๆ ในขณะที่ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นศูนย์กลางด้านพุทธศาสนาที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก Soft Power ด้านอื่นๆ ของไทยได้แก่การมีนโยบายต่างประเทศที่ไม่มีความขัดแย้ง และเป็นมิตรกับทุกประเทศ การพินិតิทธิมนุษยชน มีบทบาทที่รับผิดชอบและสร้างสรรค์ในเวทีโลก มีนโยบายที่ให้ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ ซึ่งรวมถึงความร่วมมือทางวิชาการ และการลดช่องว่างการพัฒนาในภูมิภาคต่างๆ ไทยยังมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมบริการ มีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาที่มีคุณภาพในระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาค รวมทั้งมีความก้าวหน้าด้านนวัตกรรมและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยเฉพาะในเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงความเป็นไทยซึ่งมีเอกลักษณ์ เช่น ผลิตภัณฑ์สปาหรือสมุนไพรไทย โดยผลิตภัณฑ์ของไทยหลายประเภทมีศักยภาพที่จะได้รับการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้เป็นสินค้าระดับโลก Soft Power ดังกล่าวเป็นเครื่องมือทางการทูตที่ทรงพลังในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศต่างๆ

การที่ประเทศไทยหนึ่งสามารถใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความจำเป็นที่จะต้องประมวล และวิเคราะห์ Soft Power ของตนเอง และกำหนดวิธีการเพื่อนำ Soft Power มาใช้อย่างเหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมาย เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด เช่น กรณีที่ประเทศไทยในเนปาลที่ใช้มิติด้านวัฒนธรรมเป็นตัวนำ ผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะต่างๆ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับเนปาลโดยเฉพาะ ในระดับประชาชน รวมถึงการใช้ Soft Power อื่นๆ เช่น บทบาทของไทยในฐานะประเทศ ผู้ให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนาแก่เนปาล รวมทั้งความนิยมต่อสินค้าและนวัตกรรมต่างๆ ของไทย เป็นเครื่องมือเสริมในการดำเนินความสัมพันธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางยุทธศาสตร์ ของไทยต่อเนปาล

วาสนา ปานนวม (พ.ศ.2555) ได้วิจัยเรื่อง การส่งเสริมการทูตของญี่ปุ่น : เครื่องมือเพิ่ม Soft Power และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ที่ญี่ปุ่นหันมาเน้นส่งเสริมการทูตของตนในต่างประเทศ และศึกษาวิธีการส่งเสริมการทูตของญี่ปุ่น ผลการวิจัยพบว่า ภาครัฐมองเห็นประโยชน์ของการนำการทูตซึ่งเป็นสินค้า Soft Power ส่งออกไป จำหน่ายและขยายตลาดในต่างประเทศของบริษัทและสำนักพิมพ์การทูตญี่ปุ่นที่สามารถสร้าง ผลกำไรได้อย่างน่าพึงพอใจ อีกทั้งการที่ชาวต่างชาตินิยมบริโภคการทูตญี่ปุ่น ยังมีส่วนทำให้ ทัศนคติที่มีต่อประเทศญี่ปุ่นเป็นไปในทางที่ดีขึ้นด้วย รัฐบาลญี่ปุ่นจึงร่างยุทธศาสตร์ Cool Japan เพื่อใช้วางแนวทางดำเนินการส่งเสริมการทูตอย่างเข้มข้นมากขึ้น โดยร่วมมือกับภาคเอกชนใน การประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ อาทิเช่น การจัดนิทรรศการและงานแสดงต่างๆ การจัดทำ แคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดทำเว็บไซต์ การใช้ตัวการทูตเป็นสื่อ แต่งคอสเพลย์ใน การประชาสัมพันธ์ในงานสำคัญต่างๆ ในด้านการสร้างบุคลากร ทั้งภาครัฐและเอกชนมีบทบาท สำคัญในการสร้างบุคลากรของวงการการทูต โดยการพัฒนาลัทธิการทูตและการจัดฝึกอบรม ด้านการวิจัยและการจัดการองค์ความรู้ ภาครัฐมีบทบาทสำคัญมากในการจัดทำฐานข้อมูลของ คลังข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (Digital Archive) และศูนย์ความเป็นเลิศ (COE) และร่วมกับภาคเอกชน จัดตั้งพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ ภาครัฐมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในด้านการทูต มีการแต่งตั้ง โดราเอมอนเป็น “ทูตวัฒนธรรมการทูต” และการจัดประกวดรางวัลการทูตนานาชาติ

ดวงฤทธิ เบ็ญจาทิกุล ชัยรุ่งเรือง (พ.ศ.2566) ได้วิจัยเรื่อง การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาการขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

จังหวัดชุมพร 2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรและ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพรเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือตัวแทนภาครัฐ สมาคม/เครือข่ายการท่องเที่ยวภาคเอกชน และภาคประชาชนรวม 22 คน ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการสรุปความแบบพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1. การขับเคลื่อน Soft Power การทำงานเป็นไปในลักษณะการบูรณาการภารกิจร่วมกันกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญของ Soft Power และเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานการจัดกิจกรรมการส่งเสริมเช่น จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจากชุมชนจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมของท้องถิ่นผ่านงานเทศกาลและประเพณีต่างๆการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น เช่น อาหาร ศิลปะ วัฒนธรรม กีฬา ภูมิปัญญา และสถานที่ท่องเที่ยว สร้างการรับรู้จากรุ่นสู่รุ่นเพื่อสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่ และการผลักดันให้ประชาชนและผู้ประกอบการในท้องถิ่นใช้ Social Platform เป็นเครื่องมือให้ประชาชนเป็นสื่อบุคคลในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่สาธารณชน 2. ปัญหาและอุปสรรคของการขับเคลื่อน Soft Power ได้แก่ บุคลากรภาครัฐและประชาชนยังขาดความเข้าใจใน Soft Power ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล ขาดการบูรณาการการทำงานอย่างแท้จริงภารกิจทับซ้อนประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ และการจัดกิจกรรมการส่งเสริมเพียงบางอย่างและ 3. แนวทางการขับเคลื่อน Soft Power ได้แก่ควรสร้างกลไกหนุนเสริม สร้างการรับรู้สู่ภายนอก สร้างความเข้าใจและความภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นให้แก่ประชาชน กระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเผยแพร่รักษา และพัฒนา

ระพีพรรณ แสนกันหา (พ.ศ.2551) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนากลุ่มสตรีทอผ้าตามแนววิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอย ตำบลนาม่อง อำเภอกุศบาก จังหวัดสกลนคร โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอย ตำบลนาม่อง อำเภอกุศบาก จังหวัดสกลนคร 2. เพื่อศึกษาหายุทธศาสตร์ในการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอย ตำบลนาม่อง อำเภอกุศบาก จังหวัดสกลนคร 3. เพื่อพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอย ตำบลนาม่อง อำเภอกุศบาก จังหวัดสกลนคร ตามแนววิสาหกิจชุมชน ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอยมีปัญหาในการดำเนินงาน คือ กลุ่มสตรีทอผ้าขาดความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานกลุ่ม 2 ประการ คือ 1) ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงานกลุ่มตามแนววิสาหกิจชุมชน 2) ความรู้และทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าที่หลากหลายและแปลกใหม่ทันสมัย 2. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนา

กลุ่มสตรีทอผ้า คือ 1) จัดประชุมชี้แจงการดำเนินงาน 2) จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานตามแนววิสาหกิจชุมชน 3) การใช้กระบวนการปฏิบัติแบบมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยการฝึกทักษะการออกแบบลวดลายผ้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้า 3. ผลการทดลองใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า ภายหลังจากจัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนา กลุ่ม โดยใช้แนวคิดวิสาหกิจชุมชนแล้ว กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอย มีความรู้ ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น และภายหลังจากการฝึกอบรมทักษะการออกแบบลายผ้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถกลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงคอย มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับการออกแบบลวดลายผ้า รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าที่หลากหลายประเภท มีความสวยงามและทันสมัยตอบสนองความต้องการของตลาด

มินระดา โคตรศรีวงศ์ และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (พ.ศ.2558) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทู่เขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1. เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการกลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทู่เขาหลวงจังหวัดร้อยเอ็ด 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทู่เขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด 3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและแนวทางการพัฒนาเพื่อให้อำเภอทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอทู่เขาหลวง จังหวัดร้อยเอ็ด ประสบความสำเร็จเกิดความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม มีการดำเนินงานที่เป็นระบบมีการกำหนดระเบียบข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน ผู้นำกลุ่มมีความรับผิดชอบ เสียสละ สมาชิกกลุ่มมีทักษะและความชำนาญในการผลิต มีการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตเพื่อควบคุม ตรวจสอบและรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐานโดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตจากเส้นไหมที่มีคุณภาพ ย้อมสีที่ได้มาตรฐานโดยมีวิธีการย้อมที่ใช้เทคนิคการย้อมทับผลิตภัณฑ์มีความเพียงพอต่อการส่งออก ซึ่งตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี รวมทั้งมีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยมีปัจจัยหลักที่สำคัญที่ส่งผลให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ไม่ว่าจะเป็นด้านความเข้มแข็งของคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่มที่ดี การมีส่วนร่วมและการส่งเสริมการเรียนรู้ เงินทุนผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีคุณภาพ เครือข่ายการแลกเปลี่ยนสินค้าและฝากขาย รวมทั้งการได้รับการสนับสนุน จากหน่วยงานภายนอก แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ยังมีสภาพปัญหาในด้านต่างๆ บางส่วน คือ พ่อค้าคนกลางกดราคา ไม่มีพื้นที่ปลูกหม่อนและต้นไหมที่ให้สีธรรมชาติ ที่มากพอ สมาชิกขาดทักษะในการพัฒนาฝีมือในการทอลายใหม่ๆ ให้ทันกับตลาดในปัจจุบันซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่ไม่มีผลมากนัก เนื่องจาก

คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเห็นว่า ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของกลุ่มขายได้ดียังเป็นผ้าไหมผืน โดยเฉพาะผ้าลายสาเกต ซึ่งเป็นลายโบราณ สมาชิกมีความชำนาญในการทอผ้าลายนี้ ส่วนเส้นไหม นั้นกลุ่มตั้งชื่อเป็นประจำทำให้ได้ราคาส่งที่ถูกลงกว่าท้องตลาด ปัญหาต้นทุนในการผลิตจึงมีไม่มากนัก ซึ่งแนวทางในการพัฒนากลุ่มสู่ความสำเร็จและยั่งยืน แม้ในภาวะที่เศรษฐกิจมีการแข่งขันสูง กลุ่มจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพไม่ว่าจะเป็นในด้านผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลาย ทันสมัย ช่องทางการตลาดที่สะดวก รวดเร็ว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ แต่ในขณะเดียวกันจะต้องมีการสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

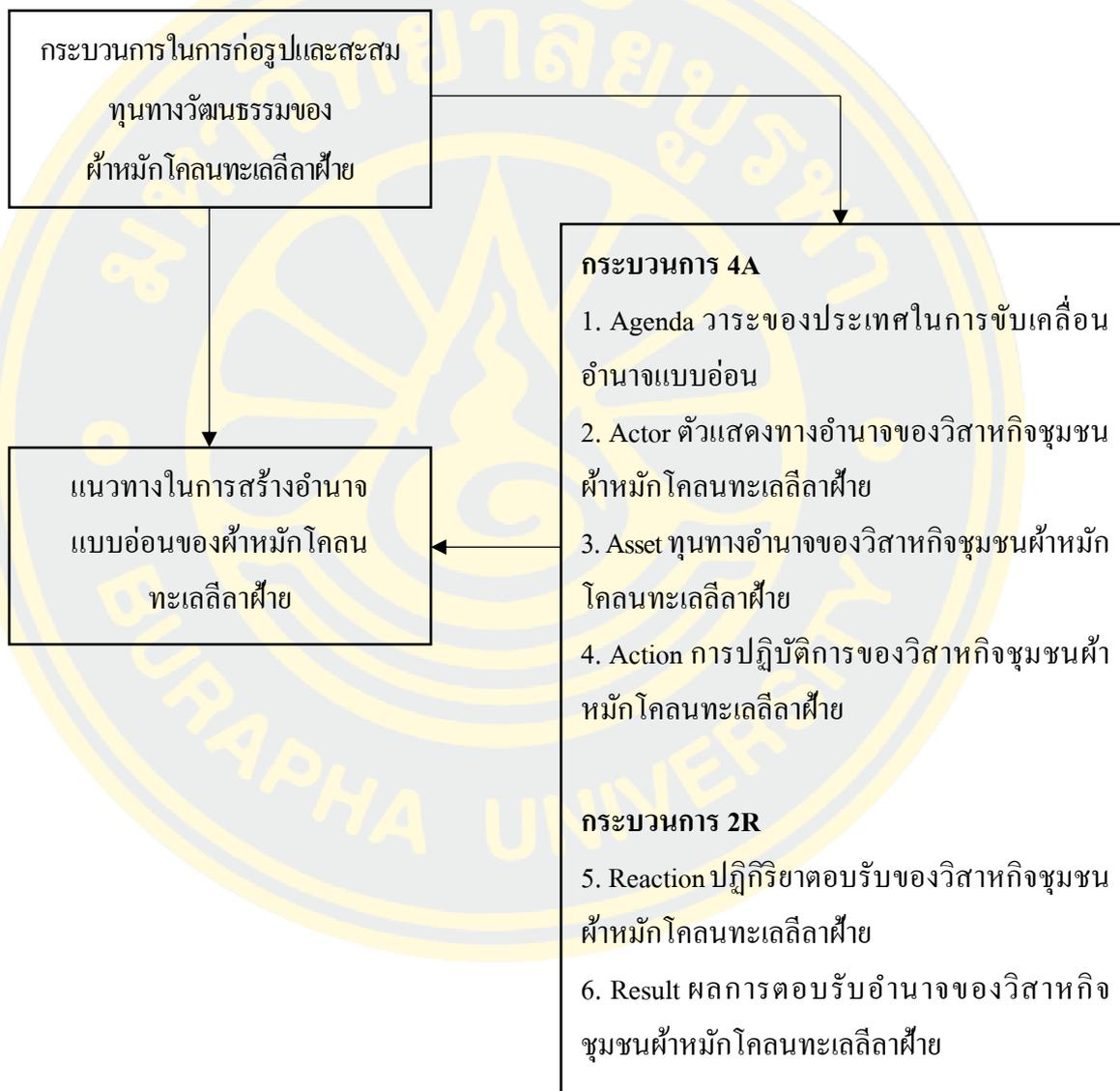
วรรณพงศ์ ช่วยรักษา (พ.ศ.2560) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่าจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน กลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร

ผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร พบว่า ด้านการบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก พบว่าการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐยังค่อนข้างจำกัดรวมถึงการพัฒนาการจัดการอื่นๆ เช่น บรรจุกัญช์ การจัดทำหน่วย ยังค่อนข้างจำกัด ด้านการตลาดและลูกค้า พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อตามยุคสมัย และการจัดทำหน่วย เช่น จากการออกบูท ยังมีค่อนข้างน้อย ด้านการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต พบว่า การนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินการผลิตยังไม่ชัดเจน การส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้เข้มแข็งและกว้างขวางในระดับประเทศ เพื่อการขยายภาคการผลิตและการจัดทำหน่วยยังมีค่อนข้างน้อยและด้านการเงินและบัญชี พบว่า แหล่งเงินทุน ในการสนับสนุนภาคการผลิตยังมีค่อนข้างจำกัดรวมถึงการจัดทำบัญชีของสมาชิกยังค่อนข้างไม่ต่อเนื่องส่วนแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร พบว่า ควรมีการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือให้เข้มแข็งและกว้างขวางในระดับประเทศ เพื่อการขยายภาคการผลิตและการจัดทำหน่วยที่ยังมีค่อนข้างน้อย การวางแผนการผลิตที่ครบวงจร การพัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

## ตัวแบบการวิเคราะห์

จากการศึกษาและสำรวจแนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถกำหนดกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) ทั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ภูมิศึกษา ฟ้ามุ่ย โคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

- 3.1. การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยจะอาศัยวิธีการในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 รูปแบบ คือ

(1) การศึกษาเอกสาร เอกสารที่จะใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ เอกสารชั้นรอง (Secondary Data) เป็นเอกสารที่มีการวิเคราะห์ข้อมูลแล้ว เอกสารชั้นรองเหล่านี้ที่สำคัญ เช่น ตำราทางวิชาการ บทความวิชาการ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ เป็นต้น

(2) การสัมภาษณ์ การวิจัยครั้งนี้จะใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured or Guided Interview) โดยอาศัยแนวการสัมภาษณ์ (Interview Guide) เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้มีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-informants) คือ

นายสิงหา พวงอ้อ ตำแหน่ง ประธานวิสาหกิจชุมชนฟ้ามุ่ยโคลนทะเลลีลาฟ้าย

#### ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นายสิงหา พวงอ้อ ตำแหน่ง ประธานวิสาหกิจชุมชนฟ้ามุ่ยโคลนทะเลลีลาฟ้าย เนื่องจากเป็นผู้ริเริ่ม วางแผน และรู้เรื่องข้อมูลกิจการได้ดีที่สุด ผู้ที่ศึกษาและค้นคว้า

หาความรู้ด้วยตนเอง ผ่านการดำเนินงานทดลองผิดทดลองถูกเกี่ยวกับผ้าหมักโคลนทะเลมานาน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูล ได้ดีที่สุดแล้ว

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสัมภาษณ์ (Interview) นงลักษณ์ วิรัชชัย (2543: 70) กล่าวว่า การสัมภาษณ์เป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสนทนา ชักถามและโต้ตอบแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ และผู้สัมภาษณ์มีการเก็บข้อมูลด้วยการสังเกตบุคลิกภาพ กริยาท่าทาง การพูด เจตคติ ขณะที่สัมภาษณ์เพื่อนำมาพิจารณาสรุปผลตามปัญหาการวิจัยที่กำหนดไว้ เช่นเดียวกับ วรณิ แกมเกตุ (2551: 249), ณรงค์ โพธิ์พิกษานันท์ (2557: 198) กล่าวว่า การ สัมภาษณ์เป็นการรวบรวมข้อมูลแบบเผชิญหน้า (Face-to-face) อาศัยการสนทนาซักถามระหว่างผู้สัมภาษณ์ และผู้ถูกสัมภาษณ์ ซึ่งผู้สัมภาษณ์ควรมีมนุษยสัมพันธ์ค่อนข้างสูง จึงทำให้การสัมภาษณ์บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการสอดคล้องกับ สมชาย วรภิเษมสกุล (2554: 238) สรุปว่า เป็นการสนทนาอย่างมีจุดประสงค์ระหว่าง ผู้เก็บข้อมูล และผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับพฤติกรรมและคุณลักษณะที่ต้องการ

รูปแบบการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) เป็นกระบวนการซักถามและพูดคุยระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ โดยมุ่งเน้นการถามเพื่อรับข้อมูลที่ละเอียดและครอบคลุม การสัมภาษณ์ประเภทนี้จะต้องทำการสอบถามเกี่ยวกับความหมาย และเหตุผลที่อยู่เบื้องหลังข้อมูลที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้มา วิธีการสัมภาษณ์แบบนี้ช่วยให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็น ความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge), ประสบการณ์ (Experience), หรือมุมมอง (Viewpoint) รวมถึงเจตคติ ความต้องการ ความเชื่อ และความคิดเห็นที่เป็นอุดมคติของผู้ให้สัมภาษณ์

วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นวิธีที่ผู้สัมภาษณ์จัดเตรียมประเด็นหลักสำหรับการสัมภาษณ์ในลักษณะกว้าง ๆ โดยสามารถปรับเปลี่ยนและเพิ่มเติมประเด็นได้ตามความจำเป็น เพื่อให้สามารถซักถามและได้ข้อมูลเชิงลึกที่ต้องการเพิ่มเติม

### การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา สำหรับโครงการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาและระดับปริญญาตรี ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นที่เรียบร้อยแล้ว รหัสโครงการวิจัย G-HU038/2566

โครงการวิจัย เรื่อง ทูนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก : กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ตำบลพล อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่อง “ทูนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก : กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ตำบลพล อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ” มีกระบวนการดำเนินการที่สำคัญ ดังต่อไปนี้ (ชาย โภชิตตา, 2554, หน้า 337)

1. การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) เป็นกระบวนการที่ใช้กรรมวิธีต่าง ๆ เพื่อให้ข้อมูลมีระเบียบทั้งในด้านกายภาพและเนื้อหา เพื่อสร้างพื้นฐานที่มั่นคงสำหรับการนำเสนอข้อมูลอย่างเป็นระบบในขั้นตอนถัดไป

2. การแสดงข้อมูล (Data Display) เป็นกระบวนการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เป็นพรรณนา โดยการเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกันตามรูปแบบการวิเคราะห์ เพื่อเปิดเผยเรื่องราวหรือรายละเอียดของสิ่งที่ศึกษาตามความหมายที่ข้อมูลแสดงออกมา

3. การหาข้อสรุป การตีความและการตรวจสอบความถูกต้องของผลการวิจัย (Conclusion, Interpretation, and Verification) เป็นกระบวนการหาข้อสรุปและตีความหมายของผลการศึกษา เพื่อให้ได้ข้อค้นพบ รวมถึงการตรวจสอบว่าข้อสรุปหรือความหมายที่ได้มีความถูกต้องตรงประเด็น และน่าเชื่อถือเพียงใด ข้อสรุปและการตีความอาจอยู่ในรูปแบบของคำอธิบาย ตัวแบบการวิเคราะห์ หรือแนวคิดทฤษฎี

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ตำบลพลตา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) เพื่อศึกษากระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฟ้าย ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และนำเสนอเป็นตอน ๆ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้นประเด็นหลักที่จะนำเสนอในบทนี้ จึงประกอบไปด้วยเนื้อหา ดังนี้

- 1) กระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”
- 2) แนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”

#### กระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”

จากการวิเคราะห์กระบวนการในการก่อรูปทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” สามารถแบ่งได้ดังนี้

##### 1. ช่วงเริ่มต้นผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” (พ.ศ.2546 - 2559)

ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ได้เริ่มต้นในปีพ.ศ.2546 เกิดจากคุณแม่ของคุณสิงหา พวงอ้อ เจ้าของแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญา และทักษะเกี่ยวกับการตัดเย็บผ้าไทยมานานกว่า 20 ปี ให้แก่คุณสิงหาและคนในครอบครัว (สิงหา พวงอ้อ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2566)



ภาพที่ 5 คุณสิงหา พวงอ้อ เจ้าของแบรนด์ “ลีลาฟ้าย”

ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com

ต่อมาคุณสิงหาได้ตัดสินใจลาออกจากราชการประจำ และเริ่มต้นการทำผ้าไทย ตัดเย็บเป็นชุดเดรส เสื้อ กระโปรง สำหรับกลุ่มลูกค้าผู้หญิงวัยทำงานจนถึงวัยกลางคนที่ชื่นชอบผ้าไทย โดยผ่านกระบวนการค้นคว้าเพิ่มพูนองค์ความรู้ด้วยตนเองมาเรื่อยๆ เริ่มจากการรับผ้าจากอีสาน มาตัดเย็บและออกจำหน่ายตามงานต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐ ทั้งในจังหวัดระยองและต่างจังหวัด (สิงหา พวงอ้อ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2566)



ภาพที่ 6 กระบวนการทำผ้าหมักโคลน โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com.

## 2. ช่วงการพัฒนาและสะสมภูมิปัญญา (พ.ศ.2560 - 2562)

ในปีพ.ศ.2560 เป็นจุดพัฒนาไปอีกขั้นของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” คุณสิงหาได้มองหาคุณค่าและประโยชน์ใช้สอยจากสิ่งที่มีอยู่ เมื่อเห็นผ้าฝ้ายพื้นขาวกระด้างที่อยู่ในบ้านไม่ได้ใช้งานอยู่เป็นจำนวนมาก จึงเริ่มทดลองหยิบจับนำมาพิมพ์ลายใบไม้ที่ตนเองเห็นภาพผ่านตาเริ่มศึกษาหาข้อมูล จนพบว่านั่นคือเทคนิคที่เรียกว่า Eco Printing ทดลองทำลองผิดลองถูกด้วยตนเองอยู่ 2 ปี เพื่อให้ได้ลายใบไม้และสีที่ชัดเจน จึงตัดสินใจทำเป็นผ้า Eco Printing ตัดเป็นชุดเดรส ผ้าพันคอ และเสื้อผ้าสำหรับผู้หญิง ตั้งชื่อว่า “ลายใบไม้” จำหน่ายทดลองตลาดในช่วงกลางปีพ.ศ. 2562 ด้วยลวดลายธรรมชาติที่ได้ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน ไม่เพียงแต่การจำหน่ายผ้าและชุดจากเทคนิค Eco Printing เท่านั้น ลีลาฝ้ายยังเปิดเป็นกิจกรรม Workshop ให้ผู้ที่ได้ไปเยี่ยมชมเยือนกันถึงถิ่นจังหวัดระยอง เรียนรู้กระบวนการ Eco Printing ที่อาศัยรูปทรงของใบไม้พิมพ์ลงบน

ผ้าเพื่อให้เกิดลวดลาย เนื่องจากในใบไม้ ส่วนดอก ส่วนก้านในพืชบางชนิดจะมีสารที่สามารถสร้างปฏิกิริยาได้ นั่นคือสารที่เรียกว่า แทนนิน ช่วยให้เกิดการถ่ายโอนสีธรรมชาติที่อยู่ในพืช ให้สามารถพิมพ์ติดลงไปบนพื้นผิวเรียบที่สัมผัสกันอย่างเช่น ผ้าหรือกระดาษ โดยวางใบไม้ ดอกไม้ลงบนผืนผ้า สามารถเลือกวางได้ตามการสรรสร้างและจินตนาการของผู้ทำ จากนั้นม้วนผ้าและมัดให้แน่นติดกัน นำไปนึ่งเป็นเวลาอย่างน้อย 45 นาที จนเกิดการซึมของสีจากใบไม้ออกมาเป็นลวดลายธรรมชาติที่สวยงาม เป็นการต่อยอดเพิ่มมูลค่าผลงานด้วยกระบวนการธรรมชาติอย่างแท้จริง ซึ่งคุณสิงหาที่พิมพ์ลวดลายใบไม้ลงบนผ้าฝ้ายหมัก โคลนที่แต่ละผืนจะไม่มีโอกาสซ้ำกัน เนื่องจากใบไม้ที่ใช้แล้วจะไม่สามารถนำใบเดิมกลับมาใช้ได้อีก แต่สามารถนำไปหมักเป็นปุ๋ยคืนกลับสู่ต้นไม้ โดยเลือกใช้วัตถุดิบธรรมชาติหาได้ในท้องถิ่น เช่น ใบหูกวาง ใบยูคาลิปตัส ใบละหุ่ง ใบโพธิ์ หรือแม้แต่ใบโปรงทองจากต้นโปรงทองที่มีขึ้นอยู่อย่างหนาแน่นในทุ่งโปรงทอง แหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของจังหวัดระยอง (สิงหา พวงอ้อ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2566)



ภาพที่ 7 กระบวนการทำผ้าหมักโคลน โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com.

ด้วยการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ กว่าจะเป็นลวดลายผ้าที่ทุกคนเห็นนั้น คุณสิงหาได้ผ่านการทดลองผสมผสานวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่นหลายชนิด เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่สวยงามและน่าพอใจ เพราะเชื่อว่าใบไม้ทุกใบจะพิมพ์ติด ใบไม้บางชนิดต้องมีตัวช่วย เช่น การชุบสีธรรมชาติจากดอกไม้ คราม เปลือกมังคุด หรือทดลองแช่กับกาแฟก่อน ทุกครั้งที่วางใบไม้ลงไปจึงเป็นเหมือนการทดลองที่คาดเดาผลลัพธ์ไม่ได้ และยังได้ผลลัพธ์แตกต่างกันเสมอ เป็นงาน Handmade มีเพียงชิ้นเดียวอย่างแท้จริง เพราะถึงแม้ให้วางใบไม้ชนิดเดิมลงไป ในตำแหน่งที่ใกล้เคียงกับผืนแรก เส้นใยของธรรมชาติก็ให้รูปทรงที่ออกมาไม่เหมือนกันอยู่ดี และรูปแบบที่ไม่ซ้ำกันนี้ก็เป็เสน่ห์ดึงดูดลูกค้า โชคดีที่ห้องทดลองสีลาฝ้ายมีลูกค้าเป็นผู้ร่วมกันทดลองชิ้นดี บางครั้งที่ได้ซื้อเสนอแนะกลับมาว่าใส่บ่อยๆ ครั้ง ซักหลายๆ ครั้ง เกิดสีซีดลง (สิงหา พวงอ้อ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2566)



ภาพที่ 8 กระบวนการทำผ้าหมักโคลน โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง  
ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com

### 3. ช่วงการนำโคลนทะเลมาเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ (พ.ศ.2562 - 2563)

คุณสิงหาจึงมองหาตัวแปลเพิ่มที่จะมาช่วยให้สีติดชัดและทนทานกว่าเดิม คำตอบนี้จึงตอบได้ด้วยโคลนทะเลที่ช่วยเรื่องการคงทนของสี ด้วยคุณสมบัติของโคลนทะเลที่มีความเค็มจากน้ำทะเล ทำให้งานย้อมสีที่ต้องใช้เกลือเป็นตัวฟิซส์สีป้องกันสีตก สามารถควบคุมได้ด้วยเกลือที่แฝงอยู่ในโคลนทะเลและความชุ่มชื้น จากโคลนนั้นยังช่วยประสิทธิภาพในการดูแลรักษาใบไม้ให้ทำได้รวดเร็วขึ้น การปรับตัวด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ผสมกับเทคนิคเฉพาะตัว จะช่วยให้ผู้ประกอบการที่เปิดกว้าง มีโอกาสได้สร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆ อยู่เสมอ เป็นการต่อยอดและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ได้อย่างมีเอกลักษณ์ และขยายฐานลูกค้าได้ เสื้อผ้าที่ทุกคนสวมใส่ในทุกวันนี้ผ่านวิวัฒนาการและการออกแบบ จนกลายมาเป็นเสื้อผ้า Ready-to-Wear ที่หยิบจากตู้และสวมใส่ออกจากห้องกันได้เลย (สิงหา พวงอ้อ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2566)

แต่เครื่องแต่งกายบางชิ้นผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ขึ้นมาแบบไม่ง่ายเหมือนการสวมใส่ ต้องใช้เวลาในการค้นหาออกแบบ ใช้เวลาในการพิมพ์ลาย ใช้เวลาในการตัดเย็บ เปรียบเสมือนการรอล้างฟิล์มหลังจากถ่ายฟิล์มนั้นหมดม้วน ลวดลายที่ชัดเจนจากเทคนิค Eco Printing จึงทำให้ทั้งผู้จำหน่ายและลูกค้าเห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นดังผลงานศิลปะ จากการสร้าง Pattern ด้วยลายใบไม้นั้นสามารถส่งข้อความไปถึงลูกค้าที่ชื่นชอบความเป็นธรรมชาติได้เป็นอย่างดี ความคาดเดาอะไรไม่ได้ยังคงทำให้ตื่นตื่นอยู่เสมอในทุกครั้งที่ลงมือทำ และ Eco Printing ยังคงมีการเรียนรู้ผ่านเทคนิคที่หลากหลายสารพัด ทรายใดที่สียังผสมกันได้แสนเฉด การพิมพ์ลายใบไม้ลงบนผ้าก็สามารถทำได้แสนชิ้นเช่นกัน ไม่ว่าจะเทคนิคที่เหมือนหรือแตกต่างกันของผู้ที่ทำ กลายเป็นลายเซ็นในผลงานที่แสดงออกถึงเอกลักษณ์ จนในปีพ.ศ.2563 คุณสิงหาได้ตัดสินใจจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ชื่อว่า วิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล "ลีลาผ้า" อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง กลายเป็น

หนึ่งในวิสาหกิจชุมชนที่ได้สร้างสรรค์ผลงานและได้รับความนิยมนอย่างมากในจังหวัดระยองและต่างจังหวัด (สิงหา พวงอ้อ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 16 กันยายน 2566)

#### 4. ช่วงการขยายตลาดของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” (พ.ศ.2547 - 2566)

ในปีพ.ศ.2547 หน่วยงานภาครัฐเปิดให้ลงทะเบียนสินค้า OTOP คุณสิงหาจึงใช้โอกาสนี้ในการยกระดับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” เป็นสินค้า OTOP ขึ้นชื่อของอำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง พร้อมออกจำหน่ายสินค้าตามงาน OTOP ต่างๆ ทั้งในจังหวัดระยองและต่างจังหวัด จนในปี พ.ศ.2552 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ชุดสำเร็จรูปสตรีผ้าไทย โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย



ภาพที่ 9 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2552  
ที่มา Facebook : lelafai.com.

โดยเอกลักษณ์ของลีลาฝ้ายในช่วงแรกปีพ.ศ.2554 คือการนำผ้าไทยหรือผ้าขาวม้าลายสก็อตทอมือ นำไปผ่านกระบวนการหมักโคลนให้นุ่มและมีเจดสีที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งโคลนที่นำมาใช้นี้ดัดแปลงมาจากการหมักโคลนแบบเดิมที่ได้จากท้องถิ่นมาเป็นหมักโคลนจากท้องทะเล วัตถุประสงค์ที่หาได้ตามธรรมชาติในถิ่นลุ่มน้ำเค็ม อย่างโคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ดีไม่แพ้โคลนจากนา จากผ้าไทยและผ้าขาวม้าหมักโคลนที่ทำตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นมานานถึง 6 ปี



ภาพที่ 10 ผ้าขาม้าลายสก็อตทอมือของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้าย”  
ที่มา คิด Creativethailand (2563). creativethailand.org



ภาพที่ 11 โคลนป่าชายเลนจากบริเวณหาดปลาในอำเภอบ้านฉาง  
ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com.

ต่อมาในปีพ.ศ.2559 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้าย” ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับห้าดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ.2559 (OTOP Product Champion)



ภาพที่ 12 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2559  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

ทั้งในปีพ.ศ.2564 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้าย” ยังได้เข้ารอบคัดเลือกกิจกรรม Young OTOP Premium ปี 2564 โครงการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย Young OTOP Premium กิจกรรมที่ 1 : กิจกรรมสร้างแบรนด์ New Branding for Young OTOP Premium



ภาพที่ 13 ประกาศนียบัตร OTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2559 ที่มา Facebook : leelafai.com.

นอกจากนี้คุณสิงหาได้เข้าร่วมกิจกรรมและงาน OTOP มากมายทั้งในจังหวัดระยองและต่างจังหวัด โดยประชาสัมพันธ์กิจกรรมงาน OTOP ต่างๆ ผ่านเพจ Facebook : ลีลาฝ้าย ผ้าล้อม โคลนทะเล ตามภาพที่ 13



ภาพที่ 14 เพจ Facebook : ลีลาฝ้าย ผ้าล้อม โคลนทะเล ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงาน OTOP ที่มา Facebook : leelafai.com.

### 5. ช่วงการได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ (พ.ศ.2554 - 2566)

ในปีพ.ศ.2554 เป็นช่วงพัฒนาสินค้าและเป็นจุดเปลี่ยนจากผ้ามัดหมี่มาเป็นผ้าลายสก็อต ส่งผลให้สินค้าขายดีในระดับหนึ่ง เป็นที่รู้จักในจังหวัดระยอง คุณสิงหาจึงได้พัฒนากระบวนการโดยการใช้เทคนิค Eco Printing ตั้งชื่อว่า “ลายใบไม้” จำหน่ายทดลองตลาดในปีพ.ศ.2562 ด้วยลวดลายธรรมชาติที่ได้ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้นเป็นวัยรุ่นและวัยทำงาน เกิดเป็น

ทุนทางวัฒนธรรมในรูปแบบของทุนที่ถูกทำให้เป็นรูปธรรม คือ ผ้าลายสก็อตและผ้าลายใบไม้ ที่หมักด้วยโคลนทำให้เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่ยุ้จักมากขึ้น ทั้งยังมีกิจกรรม Workshop ให้บุคคลภายนอกมาเรียนรู้กระบวนการ Eco Printing และได้มีส่วนร่วมในการทำผ้าลายต่าง ๆ ด้วยตนเอง โดยมีคุณสิงหาเป็นวิทยากรในการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ผู้อื่นและชุมชน เกิดเป็น ทุนสมรรถนะด้านวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ทำให้มีหน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” มีดังนี้

#### หน่วยงานภาครัฐ

##### 1. กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์

เข้ามามีบทบาทในด้าน โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานแข่งขันประกวดชิงรางวัลต่าง ๆ ซึ่งรางวัลจากการประกวดชิงรางวัลที่โดดเด่น คือ รางวัล “เสื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP Select ในปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมีแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย”

##### 2. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระยอง

เข้ามามีบทบาทในด้าน โฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานสตรีระยอง สืบสานอนุรักษ์ศิลป์ ผ้าถิ่น ไทย เทิดไท้องพระบรมราชชนนีพันปีหลวง จากกระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) โดยมี น้องเกด มนติมา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 มาร่วมเดินแบบชุดผ้าไทยจากการตัดเย็บชุดของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย”

##### 3. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉาง

เข้ามามีบทบาทในด้านของแหล่งเงินทุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี การเชิญชวนเข้าร่วมงานสินค้า OTOP และงาน Even ต่างๆ ในระดับอำเภอและระดับจังหวัด ส่งเสริมการขาย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์ทำให้มีมูลค่าเพิ่ม น่าดึงดูด และทันสมัยมากขึ้น

#### หน่วยงานภาคเอกชน

##### 1. King Power

เข้ามามีบทบาทในการตลาด การขายเป็น Order ที่จะสั่งซื้อเป็นประจำทุกเดือน มาโดยตลอดเป็นระยะเวลามากกว่า 7 ปี เพื่อนำมาวางขายในห้าง King Power จำนวน 2 สาขา คือ King Power U-Tapao Rayong-Pattaya International Airport และ King Power Pattaya และส่งเสริมด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โดยการโปรโมทผ่านคลิปวิดีโอหลากหลายช่องทางทั้งในประเทศ

และต่างประเทศ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งยังสนับสนุนการจัดตั้งป้ายหน้าร้านทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อดึงดูดลูกค้าคนไทยและคนต่างชาติ

## 2. PTT Global Chemical Rayong

เข้ามามีบทบาทในด้านการตลาด การส่งเสริมให้มีช่องทางจัดจำหน่ายหลากหลาย ช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยการเชิญชวนเข้าร่วม งาน Even ต่างๆ ของบริษัท

## 6. ช่วงความสำเร็จจากรางวัลและโอกาสในเวทีต่าง ๆ (พ.ศ.2552 - 2567)

ในปีพ.ศ.2552 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้าย” ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว ปีพ.ศ.2552 ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ชุดสำเร็จรูปสตรีผ้าไทย โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion)



ภาพที่ 15 ประกาศนียบัตร OTOPT Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2552  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

ในปีพ.ศ.2559 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้าย” ได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ.2559 (OTOP Product Champion)



ภาพที่ 16 ประกาศนียบัตร OTOPTOP Product Champion ระดับห้าดาว ปี พ.ศ.2559  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

ในปี พ.ศ.2563 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ได้รับรางวัลการันตีจากหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาจับบทบาทในการสนับสนุน ซึ่งได้รับรางวัล “เสื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOPTOP Select ปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมี อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 ซึ่งเป็นตัวแทนประเทศไทยในการประกวดนางงามจักรวาล 2020 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”



ภาพที่ 17 รางวัล “เสื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” OTOPTOP Select ปีพ.ศ. 2562  
ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com.

ในปี พ.ศ.2567 ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ได้รับรางวัลการันตีจากกองประกวดมิสแกรนด์ระยอง – Miss Grand Rayong 2024 ในการออกแบบชุด Opening Show ให้กับผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ระยอง ในงาน Miss Grand Rayong 2024 The Final Show Presented by Elegant Modeling & Organizer



ภาพที่ 18 รับมอบเกียรติบัตรการันตีจากกองประกวดมิสแกรนด์ระยอง – Miss Grand Rayong 2024  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

หลังจาก อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์  
ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้า” ทำให้กระดุนยอดขายและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ในปี พ.ศ.2566  
คุณสิงหาได้รับเชิญร่วมงานสตรีระยองสืบสานอนุรักษ์ศิลป์ ผ้าถิ่นไทย เทิดไถ้พระบรมราชชนนี  
พันปีหลวง จากกระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) โดยมี น้องเกด มนต์มา สุภาพิษฐ์ นางสาวไทยระยอง  
2566 มาร่วมเดินแบบชุดผ้าไทยจากการตัดเย็บและออกแบบชุดของแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้า”



ภาพที่ 19 น้องเกด มนต์มา สุภาพิษฐ์ นางสาวไทยระยอง 2566 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ลีลาผ้า  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

นอกจากนี้ คุณสิงหาได้รับเชิญร่วมงาน Fashion show ผ้าพื้นถิ่นบ้านฉางระยอง โดยมีน้อง นินิว อนุชิตา สารชนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 มาร่วมเดินแบบชุด Natural dyed color จากการตัดเย็บและออกแบบชุดของแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย”



ภาพที่ 20 น้องนินิว อนุชิตา สารชนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 เดินแบบชุด Natural dyed color จากแบรนด์ลีลาฝ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2567 คุณสิงหาได้รับเชิญร่วมงาน Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 “ผ้าพื้นถิ่นระยอง ไครมองก็ว่าปัง” จังหวัดระยอง โดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระยอง ร่วมกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง และภาคีเครือข่ายวัฒนธรรมทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จัดโครงการประกวดและออกแบบตัดเย็บผ้าถิ่นจังหวัดระยอง ภายใต้ชื่อกิจกรรม : Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 “ผ้าพื้นถิ่นระยอง ไครมองก็ว่าปัง” ครั้งที่ 1 ประจำปี 2567 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลระยอง อำเภอเมืองระยอง จังหวัดระยอง โครงการนี้มีกิจกรรม ดังนี้

- (1) การสาธิตการผลิตออกแบบผ้าไทย
- (2) การเดินแบบผ้าไทยและผ้าพื้นถิ่นระยอง
- (3) การประกวดออกแบบผ้าพื้นถิ่นระยอง ชิงเงินรางวัลพร้อมโล่
- (4) การจัดนิทรรศการแสดงผลและจำหน่ายผ้าพื้นถิ่นระยอง



ภาพที่ 21 งาน Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ดีลาฟ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

ทั้งนี้ คุณสิงหา ยังได้รับเชิญออกแบบชุด Opening Show ให้กับผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์  
ระยอง ในงาน Miss Grand Rayong 2024 The Final Show Presented by Elegant Modeling &  
Organizer



ภาพที่ 22 งาน Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ดีลาฟ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

## แนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อน (Soft power) ของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”

ผังโมโนทัศน์ 4A 2R แบ่งกระบวนการทางอำนาจออกเป็น 2 ฟัง คือฝั่งผู้ใช้อำนาจและผู้รับอำนาจ ในฝั่งผู้ใช้อำนาจ สามารถใช้ 4A2R อธิบายตามแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อน (Soft power) ของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” ได้ดังนี้

### 1. วาระของประเทศในการขับเคลื่อนอำนาจแบบอ่อน (Agenda)

Soft Power เป็นอำนาจการโน้มน้าวแบบหนึ่ง ที่มีวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกลยุทธการปรับรูปแบบของวัฒนธรรมให้สามารถสอดแทรกเข้ากับผลประโยชน์หรือค่านิยมของประเทศเป้าหมายได้ เพิ่มโอกาสที่วัฒนธรรมดังกล่าวจะกลายเป็น Soft Power ของประเทศนั้น เพราะไม่ได้ถูกมองว่าเป็นศัตรู หากแต่เป็นโอกาสในการต่อยอดสิ่งดีงามใหม่ ทำให้ประเทศเป้าหมายรู้สึกต้องการโอกาสนี้และเปิดใจยอมรับได้อย่างเต็มใจ ดังเช่นศิลปินสัญชาติไทย ลิซ่า Blackpink ที่สามารถใช้พื้นที่ในวงการ K pop และเวทีโลก ในการสอดแทรกความเป็นไทยผ่านภาษา การไหว้ หรือกระทั่งเรื่องราวของเธอ หรือเร็ปเปอร์ไฟแรง มิลลิ ดนุภา ที่ปลุกกระแสชาวเหนียวมะม่วงบนเวทีระดับโลก Coachella จนทุกชาติต่างถวิลหาด้วยการแทรกซึมวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่นี้เอง จึงดึงดูดส่งอิทธิพลและเป็นที่ชื่นชมของคนทั่วโลกไปโดยปริยาย จึงเป็นผลให้เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2565 ที่ผ่านมามีอดีตนายกรัฐมนตรี พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์ โอชา เน้นย้ำความสำคัญของนโยบายสนับสนุน Soft Power เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก พร้อมยังแนะนำหน่วยงานรัฐให้ทำงานร่วมกับภาคเอกชน ครอบคลุมทั้งผู้ผลิต ศิลปิน บุคลากรเบื้องหลังเพื่อผลักดันให้ Soft Power เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจสูงสุด ตามนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5F ให้กลายเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมสำคัญของไทย ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และเทศกาลประเพณีไทย (Festival)



ภาพที่ 23 รัฐบาลดัน 5F “Soft Power” ประเทศไทย

ที่มา ไทยคู่ฟ้า. (2022). THAIGOV.GO.TH.

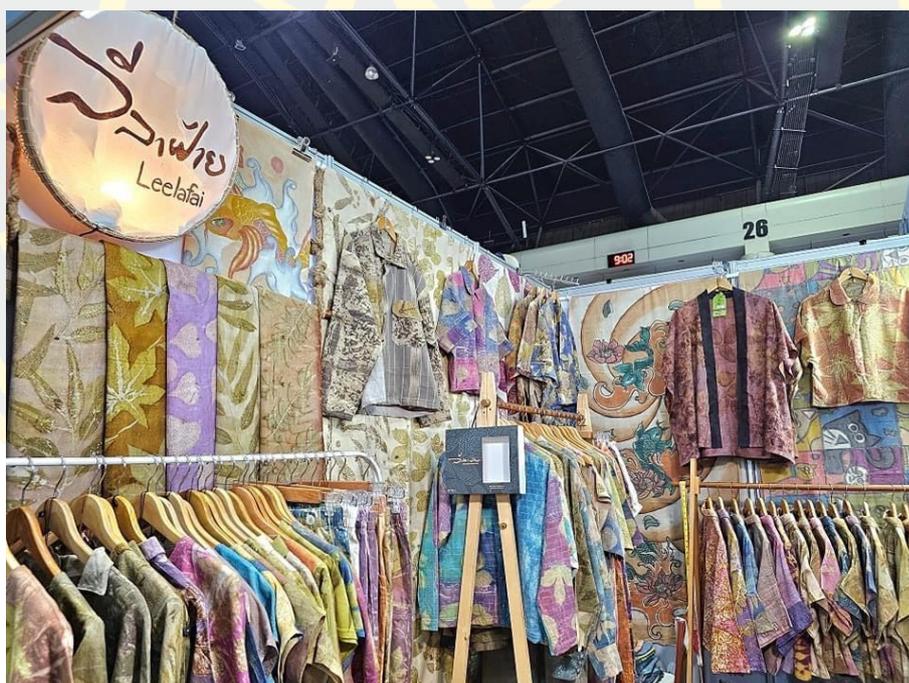
ปัจจุบันประเทศไทยได้คะแนนจาก Global Soft Power Index 2022 ซึ่งสะท้อนถึงความพยายามและความสำเร็จก้าวแรกในการผลักดัน Soft Power ของประเทศไทย โดยมีคะแนนอยู่ที่ 40.2 คะแนน บวกขึ้นมา 1.5 คะแนนจากปีก่อน อยู่ในลำดับ 35 จากทั้งหมด 120 ประเทศ อันดับ 2 ของอาเซียน และอันดับ 6 ของเอเชีย โดยวัดดัชนีรวบรวมมิติด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ การบริหารงานของรัฐบาล ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาการระบาดของโควิด-19 และการแทรกซึมของสินค้าบริการ ค่านิยม แนวคิดของประเทศต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน Soft Power กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงการฟื้นตัวหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ที่มุ่งสู่นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy พัฒนาจากองค์ความรู้ทรัพย์สินทางปัญญา การศึกษาและการสร้างสรรค์ ซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคมอย่างได้ผล เมื่อพิจารณาบริบทของอัตลักษณ์ความเป็นไทยและวัฒนธรรมไทย ก็มีศักยภาพไม่ต่างกับอีกหลายประเทศ เนื่องจากเรามีวัฒนธรรมไทยที่หลากหลายเป็นทรัพยากรสำคัญของ Soft Power แบบไทยๆ มากมาย



ภาพที่ 24 ลำดับคะแนนของ Soft Power ระดับโลก

ที่มา Global Soft Power Index (2022). workpointtoday.com.

การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) เป็นส่วนหนึ่งใน 5 F ที่รัฐบาลได้ผลักดันผ้าไทยไปสู่ รั้วแฟชั่นโลก ปัจจุบันมีการนำผ้าไหมไปสร้างสรรค์ผลงาน ตั้งแต่ผ้าไหมที่สวมใส่ เสื้อผ้างาน ตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เป็นสินค้า OTOP และสินค้าส่งออกยอดนิยม ซึ่งแพร่หลายทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยนำผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายมาออกแบบให้ดูทันสมัย ประยุกต์ปรับเปลี่ยนตามแฟชั่น ผลงานผ้าในประเทศไทยอย่างผ้าฝ้ายหมัก โคลนทะเล "ลีลาฝ้าย" อีกหนึ่งวิสาหกิจชุมชนใน ตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง ของที่ใช้ผ้าฝ้ายฝีมือการทอของคนในชุมชน มาเติมความ สวยงามและเพิ่มศักยภาพในการใช้งานด้วยการนำเอา โคลนทะเลที่มีในท้องถิ่นมาหมัก ก่อนนำมา ตัดเย็บเป็นชุดสวยในแพทเทิร์นต่างๆ โชว์ลายพิมพ์ การหมักผ้าโดยใช้โคลน นอกจากช่วยความนุ่ม แล้วยังช่วยให้สีที่จ้อมติดกับเส้นด้ายได้ดี ลีลาฝ้ายเลือกใช้สีธรรมชาติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเช่น สีคราม สีของฝาง เป็นสีส้ม สีแดง ผสมลงไปด้วย ไม่ใช่สารเคมี เมื่อนำไปสวมใส่ กลิ่นของสีธรรมชาติยังช่วยบำบัดให้คนมีอาการดีขึ้นได้



ภาพที่ 25 ผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” วิสาหกิจชุมชนในต.พลา อ.บ้านฉาง จ.ระยอง  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

## ตัวแสดงทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลือลาฝ้าย (Actor)

### ภาครัฐ

หน่วยงานภาครัฐที่เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลือลาฝ้าย” ได้แก่

#### 1. กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์

เข้ามามีบทบาทในด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานแข่งขันประกวดชิงรางวัลต่าง ๆ ซึ่งรางวัลจากการประกวดชิงรางวัลที่โดดเด่น คือ รางวัล “เสื่อสตรีLEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP Select ในปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมีแมนต้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลือลาฝ้าย”



ภาพที่ 26 อแมนต้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 ถ่ายแบบให้กับแบรนด์ลือลาฝ้าย ที่มา Thai Power. (2022). thaipower.com.

#### 2. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระยอง

เข้ามามีบทบาทในด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานสตรีระยองสืบสานอนุรักษ์ศิลป์ ผ้าถิ่นไทย เกิดให้พระบรมราชชนนีพันปีหลวง จากกระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) โดยมี นื่องเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 มาร่วมเดินแบบชุดผ้าไทยจากการตัดเย็บชุดของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลือลาฝ้าย”



ภาพที่ 27 นื่องเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 เดินแบบโดยชุดจากแบรนด์ลีลาฝ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

### 3. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉาง

เข้ามามีบทบาทในด้านของแหล่งเงินทุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี การเชิญชวน  
เข้าร่วมงานสินค้า OTOP และงาน Even ต่างๆ ในระดับอำเภอและระดับจังหวัด ส่งเสริมการขาย  
โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์  
ทำให้มีมูลค่าเพิ่ม น่าดึงดูด และทันสมัยมากขึ้น



ภาพที่ 28 กล่องบรรจุภัณฑ์ของผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย”

ที่มา Facebook : leelafai.com.

#### ภาคเอกชน

หน่วยงานภาคเอกชนที่เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของลีลาฝ้าย ได้แก่

##### (1) King Power

เข้ามามีบทบาทในด้านการตลาด การขายเป็น Order ที่จะสั่งซื้อเป็นประจำทุกเดือน มาโดยตลอดเป็นระยะเวลากว่า 7 ปี เพื่อนำมาวางขายในห้าง King Power จำนวน 2 สาขา คือ King Power U-Tapao Rayong-Pattaya International Airport และ King Power Pattaya และส่งเสริมด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โดยการโปรโมทผ่านคลิปวิดีโอหลากหลายช่องทางทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ อีกทั้งยังสนับสนุนการจัดตั้งป้ายหน้าร้านทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อดึงดูดลูกค้าคนไทยและคนต่างชาติ

##### (2) PTT Global Chemical Rayong

เข้ามามีบทบาทในด้านการตลาด การส่งเสริมให้มีช่องทางจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์ โดยการเชิญชวนเข้าร่วมงาน Even ต่างๆ ของบริษัท



ภาพที่ 29 บูธโชว์สินค้าของผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย”

ที่มา Facebook : leelafai.com.

### ทุนทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย (Asset)

#### ภาครัฐ

กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) มีโครงการในการนำเสนอสินค้าของคนในชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นสินค้าที่เป็นทุนวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) จึงได้เลือกวิสาหกิจชุมชน ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” เนื่องจากได้รับรางวัล “เสื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP Select ปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยโปรเจกต์ครั้งนี้มี อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 ซึ่งเป็นตัวแทนประเทศไทยในการประกวดนางงามจักรวาล 2020 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” นอกจากจะออกแบบชุดให้กับ อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 แล้วยังออกแบบชุดประกวดและชุดออกงานให้น้องลูกเกด มนต์มาสุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 อีกด้วย นอกจากนางงามแล้วยังมีดารานักแสดงอย่างน้องออกัส วชิรวิชญ์ กับชุด Eco-printing จากชุมชนคุณธรรมวัดปลา จังหวัดระยอง ในงานเปิดตัวภาพยนตร์ “ทิดน้อย” น้องออกัส วชิรวิชญ์ และได้สวมใส่เสื้อผ้าจากทางผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์



ภาพที่ 30 นื่องอกัส วชิรวิษณุ กับชุด Eco-printing จากแบรนด์ลีลาฝ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง และกลุ่มผู้ประกอบการผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ร่วมประชุม โครงการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าไทยและงานหัตถกรรมชุมชน กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ด้านผ้าและงานหัตถกรรม (Coaching) ผ้าลายดอกกรักราชกัญญา โดยสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา พร้อมด้วย ผู้ประกอบการ OTOP ประเภทผ้า ได้แก่ ลีลาฝ้าย ผ้าหมักโคลนทะเล อ.บ้านฉาง โดยนายสิงหา พวงอ้อ ประธานกลุ่ม เข้าร่วมโครงการฯ วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผ้าไทยให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ลีลาฝ้ายร่วมจัดแสดงผ้าพิมพ์ลายใบไม้หมักโคลนทะเล และงานพื้นที่จากสิริธรรมชาติ ผลงานพื้นที่จากกลุ่มเยาวชนลีลาฝ้ายและผลงานพื้นที่จากโครงการฝึกอาชีพผู้ต้องขังเรือนจำกลางระยอง



ภาพที่ 31 สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา เสด็จร่วมประชุมโครงการฯ ที่มา Facebook : leelafai.com.

### การปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลสีลาฝ้าย (Action)

แผนงานในอนาคตของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “สีลาฝ้าย” คุณสิงหาได้สังเกตเห็นถึงการประกอบธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ซึ่งธุรกิจขายเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน เพราะแน่นอนว่าเสื้อผ้าคือหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์ทุกคนต้องใช้ในชีวิตประจำวัน จากความเฟื่องฟูของยุคดิจิทัล ส่งผลให้เทรนแฟชั่นต่างๆ แพร่หลายออกไปอย่างรวดเร็ว คนจึงเริ่มสนใจติดตามแฟชั่นมากขึ้น การเติบโตของตลาดแฟชั่นจึงเพิ่มไปด้วย นับโอกาสทองของผู้ประกอบการเสื้อผ้าอย่างคุณสิงหา จึงมีแผนที่จะพัฒนาตลาดสินค้าใหม่ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เพื่อเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ให้ทันทุกยุคทุกสมัย ใส่ได้ทุกเพศทุกวัย พยายามดึงลูกค้าเก่าให้อยู่มั่นคง แล้วจึงขยายฐานลูกค้าใหม่ทั้งในประเทศและไปยังต่างประเทศให้ได้ ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันนี้เครือข่ายสังคมออนไลน์ใช้กันมากที่สุดในประเทศไทย ได้แก่ Facebook, Instagram, Live และที่เป็นที่นิยมที่สุดในตอนนี้คือ

Live จำหน่ายของใน Tiktok นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะเข้าร่วมเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนในพื้นที่ให้ได้มากที่สุด และเข้าร่วมกิจกรรมหรือเครือข่ายที่อยู่ในวงการบันเทิง โดยการออกรายการโทรทัศน์ รายการ Youtube และสร้างกระแสใน Tiktok ให้เป็นไวรัลเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศและระดับโลก



ภาพที่ 32 ผ้าฝ้ายหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย”

ที่มา Facebook : leelafai.com.

### ปฏิกิริยาตอบรับของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย (Reaction)

หลังจาก อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 ซึ่งเป็นตัวแทนประเทศไทยในการประกวดนางงามจักรวาล 2020 มาเป็นนางแบบให้กับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ปฏิกิริยาตอบรับของคุณสิงหา ประธานวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” มีความภาคภูมิใจและมีแรงผลักดันในการสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศให้จงได้ หลังจากการถ่ายแบบของอแมนด้าฯ ทำให้ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” มีผลตอบรับที่ดีเกินคาด ส่งผลให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น คุณสิงหาจึงใช้โอกาสที่สำคัญนี้เป็นจุดเชื่อมโยงไปยังเครือข่ายกองประกวดนางงามมิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ กองประกวดนางสาวไทย กองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ และการเดินแบบเวทีต่างๆ ต่อมาในปี พ.ศ.2566 กองประกวด

นางสาวไทย โดยมี น้องลูกเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทย 2566 ได้เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”



ภาพที่ 33 แบรินต์ลีลาฟ้ายออกแบบชุดให้กับอแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 และน้องลูกเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทย 2566  
ที่มา Facebook : lelafai.com.

ปีพ.ศ. 2566 กองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ โดยมี คุณเก๋ พิชญินทร์ เวชศาสตร์ PD ระยอง ผู้จัดการกองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ปี 2024 เป็นผู้ประสานงานเชิญวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” เข้าร่วมเป็นดีไซเนอร์ออกแบบชุดให้กับกองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ในการเดินแบบของแต่ละเวทีต่อไป



ภาพที่ 34 นื่องนินิว อนุชิตา สารชนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 เดินแบบชุด Natural dyed color จากแบรนด์ดีลีลาฟ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.



ภาพที่ 35 นื่องนินิว อนุชิตา สารชนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 เดินแบบชุด Natural dyed color จากแบรนด์ดีลีลาฟ้าย  
ที่มา Facebook : leelafai.com.

## ผลการตอบรับอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลิลาฝ้าย (Result)

### ภาครัฐ

Eastern Economic Corridor: EEC เป็นหน่วยงานใหม่ที่เข้ามามีบทบาทด้านของการตลาด การขาย การเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ โดยการนำสินค้าไปจำหน่ายในแต่ละจังหวัดของภาคตะวันออก

กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) เข้ามามีบทบาทในด้านการพัฒนาสินค้า การขายและการตลาดเพิ่มเติมมากขึ้น

หอการค้าจังหวัดระยอง เข้ามามีบทบาทในด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เปิดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสี เพื่อต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 36 กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) และหอการค้าจังหวัดระยอง ประชุมในด้านการพัฒนาสินค้าของแบรนด์ลิลาฝ้าย

ที่มา Facebook : lelafai.com.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉางเข้ามา มีบทบาทด้านของแหล่งเงินทุนและการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น โดยการเชิญไปออกรายงานวิทยุเพื่อประชาสัมพันธ์ในจังหวัดระยอง



ภาพที่ 37 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉาง ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ผ่านรายการวิทยุในจังหวัดระยอง ที่มา Facebook : leelafai.com.

#### ภาคเอกชน

KING POWER U-Tapao Rayong-Pattaya International Airport และ KING POWER Pattaya เพิ่มยอดจำนวน Order ในการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นทุก ๆ เดือน

PTT Global Chemical Rayong เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น เข้ามาดูแลด้านการพัฒนาสินค้าและด้านการตลาดมากขึ้น



ภาพที่ 38 ช่องทางการจำหน่ายผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ที่มา Facebook : leelafai.com.

#### ภาคประชาชน

กลุ่มนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา คณะศิลปศาสตร์ใช้เวลาช่วงปิดเทอมรวมกลุ่มกันมา ทำกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการออกแบบลวดลายสินค้าใหม่ ๆ

ให้กับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย” เพื่อเป็นผลงานของตนเองและขยายกลุ่มลูกค้าวัยรุ่นให้สินค้าเป็นที่นิยมมากขึ้น



ภาพที่ 39 ผลงานการออกแบบของนักศึกษามหาวิทยาลัยพะเยาให้กับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฟ้าย”  
ที่มา Facebook : lelafai.com.

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ตำบลพลตา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับ 1) เพื่อศึกษากระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย ซึ่งผู้วิจัยขอสรุปผล อภิปราย และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### กระบวนการในการก่อรูปและสะสมทุนทางวัฒนธรรมของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย

ในปีพ.ศ.2546 จุดเริ่มต้นของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” เกิดขึ้นจากคุณแม่ของ คุณสิงหา พวงอ้อ ถ่ายทอดทักษะเกี่ยวกับการตัดเย็บผ้าไทยให้แก่คุณสิงหาและคนในครอบครัว คุณสิงหาจึงตัดสินใจลาออกจากการประจำ ค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเองมาเรื่อยๆ และเริ่มดำเนินการทำแบรนด์เกี่ยวกับผ้าไทย ต่อมาในปีพ.ศ.2547 คุณสิงหาลงทะเบียนเป็นสินค้า OTOP และได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว ปีพ.ศ.2552 ประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย ชุดสำเร็จรูปสตรีผ้าไทย โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) โดยเอกลักษณ์ของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ในช่วงแรกของปีพ.ศ.2554 เป็นช่วงพัฒนาสินค้า และเป็นจุดเปลี่ยนจากผ้ามัดหมี่มาเป็นผ้าลายสก็อต ส่งผลให้สินค้าขายดีขึ้นได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ ระดับห้าดาว ประเภท ผ้า เครื่องแต่งกาย ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปีพ.ศ.2559 (OTOP Product Champion) คุณสิงหาจึงได้พัฒนากระบวนการ โดยการใช้เทคนิค Eco Printing ตั้งชื่อว่า “ลายใบไม้” จำหน่ายทดลองตลาดในปีพ.ศ.2562 ด้วยลวดลายธรรมชาติที่ได้ทำให้สามารถขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น ผ้าลายสก็อตและผ้าลายใบไม้ที่หมักด้วยโคลนทำให้เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์และเป็นที่รู้จักมากขึ้น

หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุน คือ หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐ เข้ามามีบทบาทในด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานแข่งขันประกวดชิงรางวัลต่าง ๆ รางวัลจากการประกวดชิงรางวัลที่โดดเด่น คือ รางวัล “เสื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP Select ในปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ โดยมีแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับ

แบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ส่งผลให้กระตุ้นยอดขายและเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ต่อมาในปี พ.ศ.2566 คุณสิงหาได้รับเชิญร่วมงานสตรีระของสืบสานอนุรักษ์ศิลป์ ผ้าถิ่นไทย เทิดไท้พระบรมราชชนนีพันปีหลวง จากกระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) โดยมี น้องเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทยระของ 2566 มาร่วมเดินแบบชุดผ้าไทยจากการตัดเย็บและออกแบบชุดของแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉาง เข้ามามีบทบาทในด้านของแหล่งเงินทุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี การเชิญชวนเข้าร่วมงานสินค้า OTOP และงาน Even ต่างๆ ในระดับอำเภอและระดับจังหวัด ส่งเสริมการขาย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม น่าดึงดูด และทันสมัยมากขึ้น

หน่วยงานภาคเอกชนอย่าง King Power เข้ามามีบทบาทในด้านการตลาด การขายเป็น Order ที่สั่งซื้อเป็นประจำทุกเดือนมาโดยตลอดเป็นระยะเวลากว่า 7 ปี เพื่อนำมาวางขายในห้าง King Power จำนวน 2 สาขา คือ King Power U-Tapao Rayong-Pattaya International Airport และ King Power Pattaya ส่งเสริมด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์โดยการโปรโมทผ่านคลิปวิดีโอหลากหลายช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และ PTT Global Chemical Rayong เข้ามามีบทบาทในด้านการตลาด การส่งเสริมให้มีช่องทางจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศผ่านสื่อออนไลน์และออฟไลน์เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้แล้วคุณสิงหาได้รับเชิญร่วมงาน Fashion show ผ้าพื้นถิ่นบ้านฉางระยอง โดยมี น้องนิวี อนุธิดา สารชนะ มิสแกรนด์ระยอง 2566 และมิสแกรนด์อ่างทอง 2566 มาร่วมเดินแบบชุด Natural dyed color จากการตัดเย็บและออกแบบชุดของแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ปัจจุบันในปี พ.ศ. 2567 คุณสิงหาได้รับเชิญร่วมงาน Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 “ผ้าพื้นถิ่นระยอง ไครมองก็ว่าปัง” จังหวัดระยอง โดยสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระยอง ร่วมกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง และภาคีเครือข่ายวัฒนธรรมทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จัดโครงการประกวดและออกแบบตัดเย็บผ้าถิ่นจังหวัดระยอง ภายใต้ชื่อกิจกรรม : Soft Power Rayong Fabric Design Contest 2024 “ผ้าพื้นถิ่นระยอง ไครมองก็ว่าปัง” ครั้งที่ 1 ประจำปี 2567 และคุณสิงหายังได้รับเชิญออกแบบชุด Opening Show ให้กับผู้เข้าประกวดมิสแกรนด์ระยองในงาน Miss Grand Rayong 2024 The Final Show Presented by Elegant Modeling & Organizer

### **แนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อนของผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย**

เครื่องมือ 4A2R สามารถอธิบายตามแนวทางในการสร้างอำนาจแบบอ่อน (Soft power) ของผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ได้ดังนี้

### วาระของประเทศในการขับเคลื่อนอำนาจแบบอ่อน (Agenda)

การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) เป็นส่วนหนึ่งใน 5F “Soft Power” ที่รัฐบาลได้ผลักดันผ้าไทยไปสู่รันเวย์แฟชั่นโลก ปัจจุบันมีการนำผ้าไหมไปสร้างสรรค์ผลงาน ตั้งแต่ผ้าไหมที่สวมใส่ เสื้อผ้างานตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ ล้วนเป็นสินค้า OTOP และสินค้าส่งออกยอดนิยม ซึ่งแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยนำผ้าไหมหรือผ้าฝ้ายมาออกแบบให้คู่ทันสมัยประยุกต์ปรับเปลี่ยนตามแฟชั่น ซึ่งผลงานผ้าในประเทศไทยอย่างผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” เป็นหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนของตำบลพลา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง การใช้ผ้าฝ้ายฝีมือการทอของคนในชุมชน มาเพิ่มความสวยงามและเพิ่มศักยภาพในการใช้งานด้วยการนำเอาโคลนทะเลที่มีในท้องถิ่นมาหมัก ก่อนนำมาตัดเย็บเป็นชุดสวยในแพทเทิร์นต่างๆ โข่วลายพิมพ์ การหมักผ้าโดยใช้โคลนทะเล นอกจากช่วยความนุ่มแล้วยังช่วยทำให้สีที่ย้อมติดกับเส้นด้ายได้ดี วิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” จะเลือกใช้สีที่มาจากธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างเช่น สีคราม สีของฝาง เป็นสีส้ม สีแดง ผสมลงไปด้วย ไม้ใช้สารเคมี เมื่อนำไปสวมใส่ และกลิ่นของสีธรรมชาติยังช่วยบำบัดให้คนที่สวมใส่มีอารมณ์ดีขึ้นได้

### ตัวแสดงทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย (Actor)

ภาครัฐ ได้แก่ (1) กรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ส่งเสริมด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานแข่งขันประกวดชิงรางวัลต่างๆ ซึ่งรางวัลจากการประกวดชิงรางวัลที่โดดเด่น คือ รางวัล “เสื้อสตรีLEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP Select ในปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมีแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับแบรนด์ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” (2) สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดระยอง ส่งเสริมด้านโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเชิญชวนเข้าร่วมงานสตรีระยองสืบสานอนุรักษ์ศิลป์ ผ้าถิ่นไทย เกิดให้พระบรมราชชนนีพันปีหลวงจากกระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) โดยมี น้องเกด มนติมา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 มาร่วมเดินแบบชุดผ้าไทยจากการตัดเย็บชุดของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” และ (3) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉาง ส่งเสริมด้านแหล่งเงินทุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี การเชิญชวนเข้าร่วมงานสินค้า OTOP และ Even ต่างๆ ในระดับอำเภอและระดับจังหวัด ส่งเสริมการขาย โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าด้านบรรจุภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม นำดึงดูด และทันสมัยมากขึ้น

ภาคเอกชน ได้แก่ (1) King Power ส่งเสริมด้านการตลาด การขายเป็น Order ที่จะสั่งซื้อเป็นประจำทุกเดือนมาโดยตลอดเป็นระยะเวลามากกว่า 7 ปี และส่งเสริมด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์หลากหลายช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ (2) PTT Global Chemical Rayong ส่งเสริมด้านการตลาดให้มีช่องทางจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทางทั้งในประเทศและต่างประเทศเช่นเดียวกัน

#### **ทุนทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย (Asset)**

ภาครัฐ ได้แก่ (1) กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) เลือковиสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” เนื่องจากได้รับรางวัล “เสื้อสตรี LEELAFAI จังหวัดระยอง” ซึ่งได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ OTO Select ปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ โดยมี อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” ทั้งยังออกแบบชุดประกวดและชุดออกงานให้น้องลูกเกด มนต์มาสุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 อีกด้วย นอกจากนี้นางงามแล้วยังมีคารานักแสดงอย่างน้องออกัส วชิรวิษณุ กับการออกแบบชุด Eco-printing จากวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” ในงานเปิดตัวภาพยนตร์ “ทิดน้อย” น้องออกัส วชิรวิษณุ และ (2) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยอง และวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” เข้าร่วมโครงการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าไทยและงานหัตถกรรมชุมชน กิจกรรมที่ 1 การพัฒนาศักยภาพผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ด้านผ้าและงานหัตถกรรม (Coaching) ฝ้ายลายดอกกรักราชกัญญา โดยสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผ้าไทยให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไทยลิลลาฝ้ายร่วมจัดแสดงผ้าพิมพ์ลายใบไม้หมักโคลนทะเล งานพื้นที่จากสิทธรมชาติ ผลงานพื้นที่จากกลุ่มเยาวชนวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” และผลงานพื้นที่จากโครงการฝึกอาชีพผู้ต้องขังเรือนจำกลางระยอง

#### **การปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลิลลาฝ้าย (Action)**

แผนงานในอนาคตของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลิลลาฝ้าย” คุณสิงหาได้เห็นถึงการพัฒนาและการเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดเสื้อผ้าแฟชั่น คุณสิงหาจึงมีแผนที่จะพัฒนาลวดลายสินค้าใหม่ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เพื่อเจาะลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ให้ทันทุกยุคทุกสมัย ใส่ได้ทุกเพศทุกวัย พยายามดึงลูกค้าเก่าให้อยู่มั่นคง แล้วจึงขยายฐานลูกค้าใหม่ทั้งในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศให้ได้ ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายโดยผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ให้ที่มี

ประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีแผนที่จะเข้าร่วมเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนในพื้นที่ให้ได้มากที่สุด และเข้าร่วมกิจกรรมหรือเครือข่ายที่อยู่ในวงการบันเทิง โดยการออกรายการโทรทัศน์ รายการ Youtube และสร้างกระแสใน Tiktok ให้เป็นไวรัล เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์วิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ให้เป็นที่รู้จักในระดับประเทศ และระดับโลก

### **ปฏิกิริยาตอบรับของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย (Reaction)**

หลังจาก อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ปฏิกิริยาตอบรับของคุณสิงหา มีความภาคภูมิใจ และมีแรงผลักดันในการสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ หลังจากการถ่ายแบบของอแมนด้าฯ ส่งผลให้ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” มีผลตอบรับที่ดีเกินคาด ทำให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ต่อมาในปี พ.ศ.2566 กองประกวดนางสาวไทย โดยมี น้องลูกเกด มนต์มา สุภาพิษฐ์ นางสาวไทย 2566 ได้เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” ในขณะเดียวกัน คุณเก๋ พิชญินทร์ เวชศาสตร์ PD ระยอง ผู้จัดการกองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ปี 2024 เป็นผู้ประสานงานเชิญวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาฝ้าย” เข้าร่วมเป็นดีไซเนอร์ออกแบบชุดให้กับกองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ในการเดินแบบของแต่ละเวทีต่อไป

### **ผลการตอบรับอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาฝ้าย (Result)**

ภาครัฐ ได้แก่ (1) EEC เข้ามามีบทบาทด้านการตลาดการขาย การเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ โดยการนำสินค้าไปจำหน่ายในแต่ละจังหวัดของภาคตะวันออก (2) กระทรวงวัฒนธรรม (ประเทศไทย) มีบทบาทในด้านการพัฒนาสินค้า การขาย และการตลาดเพิ่มเติมมากขึ้น (3) หอการค้าจังหวัดระยอง มีบทบาทในด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ เปิดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับสี เพื่อต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ (4) สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดระยองและสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบ้านฉางมีบทบาทด้านของแหล่งเงินทุนและการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

ภาคเอกชน ได้แก่ (1) KING POWER U-Tapao Rayong-Pattaya International Airport และ KING POWER Pattaya เพิ่มยอดจำนวน Order ในการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นทุก ๆ เดือน และ (2) PTT Global Chemical Rayong เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายและการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น เข้ามาดูแลด้านการพัฒนาสินค้าและด้านการตลาดมากขึ้น

ภาคประชาชน ได้แก่ กลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัยพะเยา คณะศิลปศาสตร์เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการออกแบบลวดลายสินค้าใหม่ๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าวัยรุ่นให้เป็นที่นิยมมากขึ้น

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการวิจัยเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรมกับการสร้างอำนาจแบบอ่อน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กรณีศึกษา ผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้า” ตำบลพลตา อำเภอบ้านฉาง จังหวัดระยอง” โดยใช้หลักแนวคิดของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ซึ่งสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

วาระของประเทศในการขับเคลื่อนอำนาจแบบอ่อน (Agenda) เป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) และเป็นส่วนหนึ่งใน 5F “Soft Power” ที่รัฐบาลได้ผลักดันผ้าไทยไปสู่รันเวย์แฟชั่นโลก สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ที่กล่าวไว้ว่า Agenda คือ วาระของประเทศ มักแบ่งเป็นวาระลับและวาระสาธารณะ หากยกกรณีสหรัฐฯ ขึ้นมา จะพบว่าวาระสาธารณะคือการขยายเครือข่ายโลกาภิวัตน์ แต่วาระลับเป็นเรื่องความมั่นคงทางทหาร พลังงาน และการเมือง

ตัวแสดงทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาผ้า (Actor) แบ่งออกเป็นภาครัฐ และ ภาคเอกชน ซึ่งภาครัฐส่วนใหญ่จะมีบทบาทในด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เชิญชวนเข้าร่วมงานประกวดต่างๆ ส่วนภาคเอกชน มีบทบาทในด้านการตลาด การสั่งซื้อ ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ที่กล่าวไว้ว่า Actor คือ ผู้เล่นทางอำนาจ ได้แก่ รัฐ เอกชน ประชาชน องค์กรไม่แสวงผลกำไร ฯลฯ ในกรณีของสหรัฐฯ ช่องทางจำนวนมากถูกนำมาใช้เพื่อภารกิจ soft power หนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมฮอลลีวูดซึ่งอาศัยผู้เล่น 3 ฝ่าย ได้แก่ นายทุนภาพยนตร์ ผู้ผลิต และรัฐบาล

ทุนทางอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาผ้า (Asset) ซึ่งได้รับเชิญจากหน่วยงานภาครัฐ ออกแบบชุดให้กับ อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 น้องลูกเกด มนต์มา สุภาพิชัย นางสาวไทยระยอง 2566 น้องออกัส วชิรวิษณุ ดารานักแสดง ในงานเปิดตัวภาพยนตร์ “ทิดน้อย” และที่สำคัญได้รับเชิญเข้าร่วมโครงการยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าไทยและงานหัตถกรรมชุมชน โดยสมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผ้าไทยให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

องค์ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ในการพัฒนาต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ลีลาผ้าร่วมจัดแสดงผ้าพิมพ์ลายใบไม้หมักโคลนทะเล งานเพ้นท์จากสีธรรมชาติ ผลงานเพ้นท์ จากกลุ่มเยาวชนวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้า” และผลงานเพ้นท์จากโครงการ ฝึกออาชีพผู้ต้องขังเรือนจำกลางระยอง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ที่กล่าวไว้ว่า Asset คือ ทูทางอำนาจ เช่น เส้นัฒนธรรม การศึกษา ความช่วยเหลือ ฯลฯ ในเวลาเดียวกัน Asset ก็หมายถึงทุนที่เป็นเม็ดเงินด้วย กรณีฮอลลีวูดบ่งชี้ว่า ทุนของสหรัฐฯ คือวัฒนธรรมภาพยนตร์ซึ่งมีลักษณะเด่นตรงที่เน้นการผลิตชิ้นงานเพื่อจับใจผู้ชม อัดแน่นด้วยคุณภาพความสนุกซึ่งเกิดจากจินตนาการ ทักษะการเล่าเรื่อง เทคโนโลยี และบผลิตชั้น สูง แต่งานแทบทุกชิ้นจะเร่งเร้าให้ผู้ชมเห็นพ้องกับสหรัฐฯ ยกย่องสหรัฐฯ และอาจถึงขั้นตอบรับ กระบวนการอเมริกันวูด หรือ เปลี่ยนทัศนคติพฤติกรรมตนเองให้เป็นอเมริกัน

การปฏิบัติการของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาผ้า (Action) คุณสิงหาวางแผน ที่จะพัฒนาตลาดสินค้าใหม่ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ให้ทันทุกยุคทุกสมัย สร้างฐาน ลูกค้าเก่าให้มั่นคง แล้วขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เป็นที่รู้จักทั่วทั้งในประเทศและส่งออกไปยัง ต่างประเทศให้ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ที่กล่าวไว้ว่า Action คือ ปฏิบัติการ หรือ ยุทธศาสตร์ที่จะช่วยให้เกิดการใช้อำนาจตามความคาดหวัง ปฏิบัติการ ทั้งหมดต้องเป็นไปเพื่อประกันคุณภาพงานและปฏิริยาตอบรับเชิงบวกจากชาติเป้าหมาย ยกตัวอย่างนายทุนฮอลลีวูดสนับสนุนเม็ดเงิน ผู้ผลิตพัฒนาทักษะการสื่อสาร เทคนิค และสร้างเนื้อ งานให้ทรงพลัง รัฐบาลให้คำแนะนำเรื่องเนื้อหาภาพยนตร์ ช่วยเหลือด้านอุปกรณ์ประกอบฉาก/ ประกอบการแสดง ผลักดันให้หน่วยงานสหรัฐฯ ในต่างประเทศค้นคว้าข้อมูลทางการตลาดและเข้า หาผู้มีอำนาจในพื้นที่ที่จะอำนวยความสะดวกภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ปฏิริยาตอบรับของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลีลาผ้า (Reaction) หลังจาก อแมนด้า ออบดัม มิสยูนิเวิร์สไทยแลนด์ 2563 มาเป็นนางแบบให้กับผ้าหมักโคลนทะเล “ลีลาผ้า” ปฏิริยาตอบรับของคุณสิงหา มีความภาคภูมิใจ และมีแรงผลักดันในการสร้างสรรค์พัฒนาสินค้า ให้เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศให้ได้ นอกจากนี้ยังส่งผลตอบรับที่ดีเกินคาด ทำให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ทำให้ได้เชิญออกแบบชุดให้กับ กองประกวดนางสาวไทยและกองประกวดมิสแกรนด์ไทยแลนด์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและ ทฤษฎีของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ที่กล่าวไว้ว่า Reaction คือ ปฏิริยาตอบรับ อาจจะอยู่ในรูป ของการบริโภค การให้ความร่วมมือ การสร้างเครือข่ายสนับสนุนผู้ใช้อำนาจ หากยกตัวอย่าง ประเทศไทย การตอบรับภาพยนตร์ฮอลลีวูดเป็นไปด้วยดีเสมอ อัตราการบริโภคแต่ละปีเกินกว่า 80% ขณะที่ภาพยนตร์ไทยกลับไม่เป็นที่นิยม การตอบรับฮอลลีวูดยังเห็นได้จากภาคการฉาย

ซึ่งมักเปิดโรงให้แก่งานฮอลลีวูดไม่ต่ำกว่า 75% ของรอบฉายทั้งหมด รวมทั้งเครือข่ายแฟนภาพยนตร์และกลุ่มนักวิจารณ์ที่ร่วมสร้างวัฒนธรรมการชมงานจากฮอลลีวูดเป็นการเฉพาะ หมายความว่า ฮอลลีวูดได้รับความร่วมมือจากคนไทยในวงกว้างอันเป็นผลมาจากความพึงพอใจเนื่องาร่วมกับแผนการรณรงค์จากต่างประเทศ

ผลการตอบรับอำนาจของวิสาหกิจชุมชนผ้าหมักโคลนทะเลลิลาฝ้าย (Result) มีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การสั่งซื้อ การพัฒนาสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่า แหล่งเงินทุน และการอบรมให้ความรู้เฉพาะทางเพิ่มเติม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของโจเซฟ เนย์ (Joseph S. Nye) ที่กล่าวไว้ว่า Result คือ ผลการตอบรับอำนาจ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงในระดับรัฐ เอกชน หรือ ประชาชน เมื่องานฮอลลีวูดได้รับการตอบรับเข้มข้น สิ่งที่ตามมาคือโลกทัศน์แบบอเมริกันซึ่งฝังรากลึกในสังคมไทย คนไทยจึงเชื่อในเศรษฐกิจเสรี เชื่อในความชอบธรรมของกองทัพสหรัฐฯ และพร้อมเคลื่อนย้ายตามสหรัฐฯ ในการขยับย่างแต่ละครั้ง

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 การส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ เป็นหนึ่งในช่องทางการทำธุรกิจที่ได้รับ ความนิยมน้อยมากในทุกยุคทุกสมัย เพราะมีโอกาประสบความสำเร็จสูง เนื่องจากการนำสินค้า ที่มีในประเทศหนึ่ง ไปวางขายในอีกประเทศหนึ่งที่ไม่มีสินค้านั้น ๆ จะมีโอกาสที่สินค้าได้รับความนิยมน และเป็นที่ต้องการได้มากเช่น การนำสินค้าไทยส่งออกเงินผ่านช่องทางขายออนไลน์ ยอดนิยมน้อยอย่างอาลีบาบา (Alibaba) เพื่อขายของให้คนจีน เป็นต้น

1.2 ภาครัฐและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ต้องส่งเสริมในเรื่องของ Branding ให้เข้มแข็ง เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย ช่องทางการตลาด เพื่อสามารถส่งออกสินค้าระหว่างประเทศ และมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

### 2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยการพัฒนาจากพืชเศรษฐกิจของไทยผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นเส้นใยธรรมชาติ ซึ่งสามารถนำมาทดแทนเส้นใยจากฝ้ายและไหมได้

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับคุณสมบัติของดิน โคลนในพื้นที่อื่น ๆ เพื่อนำดินโคลนที่มีคุณภาพดีทำเป็นผ้าหมักโคลน โดยสามารถสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้กับชุมชนต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยทางการตลาด (Market Research) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้ามาทำการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคและสรุปผล โดยนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนและวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่อไป

2.4 โดยทั่วไป Soft Power เป็นเรื่องของอำนาจแต่ละประเทศในการสร้างอำนาจเหนือรัฐอื่น แต่วิจัยนี้อาจจะเป็นอีกหนึ่งข้อค้นพบใหม่ที่สามารถนำแนวคิด Soft Power มาปรับใช้ระหว่างรัฐกับชุมชนต่อไป



## บรรณานุกรม

- วรรณพงศ์ ช่วยรักษา. (2560). **แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าฝ้าย**  
**เยี่ยมชมบ้านถ้ำเต่าจังหวัดสกลนคร.** งานนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,  
 สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชฎาพร ไชยศรี. (2554). **กลยุทธ์การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรบ้านผาซ้อง**  
**ตำบลห้วยส้ม อำเภอกุระดิง จังหวัดเลย.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตร  
 มหาบัณฑิต, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- คำของ ปลั่งกลาง, วันทนา เนาว์วัน และ พรรษาวรรณ สุขสมวัฒน์. (2553). **แนวทางการพัฒนาการ**  
**จัดการทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนการท่องเที่ยว เขตภาคกลาง (พระนครศรีอยุธยา**  
**และอ่างทอง).** งานวิจัยคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ศรินทิพย์ ประเสริฐฐานนท์. (2552). **ปัญหากฎหมายเกี่ยวกับการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ.**  
 วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัย  
 รามคำแหง.
- เกริกไกร นรภาร. (2561), **การศึกษาแนวทางและกลไกในการป้องกันและปราบปรามการค้ามนุษย์**  
**ตามแนวชายแดน : กรณีศึกษาแรงงานที่ทำงานในเขตเศรษฐกิจพิเศษมุกดาหารจังหวัด**  
**มุกดาหาร.** งานวิจัยคณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- อภิชาติ มหาราชเสนา. (2552). **กระบวนการจัดการกลุ่มผู้พัฒนาวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา**  
**บ้านรูปสุมุนไพร ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ.** วิทยานิพนธ์  
 หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- มินระดา โคตรศรีวงศ์ และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ**  
**กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอน้ำขุ่นจังหวัด**  
**ร้อยเอ็ด.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการปกครอง  
 ท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- พลตรี จักรพงษ์ นวลชื่น. (2560 - 2561). **แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ยั่งยืนด้วยภูมิ**  
**ปัญญาท้องถิ่นศึกษากรณี วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครพนมและจังหวัดสกลนคร.**  
 งานวิจัยหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร (วปอ.) รุ่นที่ 60, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และ ดร.อุทิศ สังข์รัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. งานวิจัยภาควิชาสารัตถศึกษา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ไพศาล แสงจันทร์. (2558). การศึกษาองค์ประกอบทางด้านกายภาพและการใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อรองรับการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษกรณีศึกษา : จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาผังเมืองมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวางผังชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อม, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สิริวษา สิทธิชัย. (2551). สิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อประโยชน์ในการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษ. วิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุรพงษ์ ปิยะโชติ. (2554). บทบาทของกลุ่มผลประโยชน์ท้องถิ่นกับการส่งเสริมพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษการค้าชายแดนขององค์การบริหารส่วนจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตแขนงวิชาการเมืองการปกครอง, สาขาวิชารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วีระศักดิ์ ญาวิระ. (2548). ผลกระทบของนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษที่มีต่ออำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พระมหาไถยน้อย สलगสิงห์. (2563). สิทธิการพัฒนาของประชาชนภายใต้นโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษ กรณีศึกษาเขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดมุกดาหาร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ระพีพรรณ แสนกันหา. (2551). การพัฒนากลุ่มสตรีทอผ้าตามแนววิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าบ้านเชิงดอย ตำบลนาม่อง อำเภอกุดบาก จังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- กัลยา ศรีวงษ์. (2550). ความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. ภาคนิพนธ์หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ชนเทพ สุกแสง. (2552). ผลกระทบการประชาสัมพันธ์ต่อการส่งเสริมอาชีพ วิสาหกิจชุมชนโดยผ่านทางสถานีวิทยุชุมชน: กรณีศึกษาในเขตตำบลฝายหลวง อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. งานวิจัยคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.

- ศิริพร เลิศยิ่งยศ. (2549). การศึกษาสภาพวิสาหกิจชุมชนทางด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์  
กรณีศึกษากลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านคึมมะอุ-สวนม่อน ตำบลหนองหว้า กิ่งอำเภอบัวลาย  
จังหวัดนครราชสีมา. งานวิจัยคณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- รังสรรค์ พยัคฆพัฒน์กุล. (2554). ศึกษาภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับสินเชื่อ  
จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ.  
วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาเกษตรศาสตรมหาบัณฑิตแขนงวิชาส่งเสริมการเกษตร,  
สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ยุภา ประยงค์ทรัพย์. (2553). การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก กรณี  
ประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎี  
บัณฑิต, คณะกรรมการบัณฑิตศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
- ชูชาติ ราชจันทร์. (2559). แนวทางการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมด้านผ้าทอในวิถีถิ่นสู่  
ความมั่งคั่งอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาบ้านสนวนนอก อำเภอห้วยราช จังหวัดบุรีรัมย์. รายงาน  
การศึกษาส่วนบุคคลหลักสูตรพัฒนานักบริหารระดับสูง กระทรวงศึกษาธิการ (นบส.ศษ.)  
รุ่นที่ 6 สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา, สำนักงานปลัดกระทรวง  
ศึกษาธิการ.
- ทีปกา โยธารักษ์. (2559). ผ้าทอเกาะยอ : ทุนทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์ กรณีศึกษา กลุ่ม  
ราชวัลต์แสงส่องหล้าที่ 1 แห่งชุมชนเกาะยอ หมู่ที่ 3 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัด  
สงขลา. รายงานการศึกษาพาะบุคคลหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต, ภาควิชามานุษยวิทยา,  
คณะโบราณคดี, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- นางสาวกฤตพร แซ่อึ้ง. (2562). เรื่อง นโยบาย Soft power กับการส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีใต้  
ค.ศ.1997-ปัจจุบัน. บทความวิจัยหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาเอเชียศึกษา,  
คณะอักษรศาสตร์, มหาวิทยาลัยศิลปากร

บรรณานุกรม





## ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	เมธินี แก่นมะสังข์
วัน เดือน ปี เกิด	3/10/40
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลระยอง
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	70/11 ม.5 ต.สำนักท้อน อ.บ้านฉาง จ.ระยอง 21130
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	ลูกจ้างเหมาบริการ โครงการบัณฑิตอาสาต้นแบบ EEC ลูกจ้างเหมาบริการ โครงการ U2T ลูกจ้างเหมาบริการ โครงการกองทุนไฟฟ้า ลูกจ้างเหมาบริการ สนับสนุนการขับเคลื่อนงานนโยบายของรัฐบาลและการให้บริการประชาชนในพื้นที่
ประวัติการศึกษา	ประถมศึกษา - โรงเรียนวัดบ้านฉาง มัธยมศึกษา - โรงเรียนบ้านฉางกาญจนกุลวิทยา ปริญญาตรี - มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
รางวัลหรือทุนการศึกษา	รางวัล "พัฒนาการพูดดีเด่น" วิชาทักษะการพูดในที่ชุมชน ทุนการศึกษาระดับปริญญาโทของโครงการบัณฑิตอาสาต้นแบบ EEC