

## Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย

เปรม ภาวประภาสวัสดิ์  
วิทยากรชำนาญการ  
กลุ่มงานบริการวิชาการ 3 สำนักวิชาการ

### ความหมายของ Soft Power

Soft Power หมายถึง พลังที่โน้มนำให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับ แต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม คำว่า Soft Power เป็นทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่นิยามขึ้นมาโดย Joseph S. Nye เมื่อเวลาผ่านไป Soft Power ซึ่งเป็นทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่หวังผลทางการเมือง ได้ถูกนำมาปรับใช้เพื่อหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น เช่น ที่สาธารณรัฐเกาหลีหรือประเทศเกาหลีใต้ใช้อุตสาหกรรมบันเทิงในการเผยแพร่ภาพลักษณ์เกาหลีใต้ใหม่ เพื่อโน้มนำคนจากทั่วโลกให้อยากมี อยากกิน อยากเป็นแบบเกาหลีใต้ ทำให้การส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวเกาหลีใต้เติบโตอย่างก้าวกระโดด (THACCA, 2567ข)

การที่จะช่วยให้ Soft Power เกิดผลสำเร็จนั้น ต้องมีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) การสร้างให้เกิดคุณค่า และ 2) ความต่อเนื่อง หากมีปัจจัยสนับสนุนทั้ง 2 ปัจจัยนี้แล้ว เรื่องราวบางอย่างหรือสิ่งของบางชิ้น จะถูกขับเคลื่อนจนกลายเป็น Soft Power ที่จะนำไปสู่ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (สันทัด โภชิสสา, 2566) ดังนั้น Soft Power จึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรมจนนำไปสู่การสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจ

### ศักยภาพของประเทศไทยด้าน Soft Power

Brand Finance บริษัทที่ปรึกษาด้านการประเมินมูลค่าแบรนด์ชั้นนำของโลกและให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแบรนด์ของประเทศ ได้เปิดเผยรายงาน Global Soft Power Index 2024 เพื่อให้แต่ละประเทศใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินนโยบาย เสริมจุดอ่อน สร้างจุดแข็ง และปรับปรุงแบรนด์ของแต่ละประเทศตามที่ต้องการ

การจัดอันดับของ Brand Finance จะใช้ตัวชี้วัด 3 ด้าน คือ ความคุ้นเคย (Familiarity) ชื่อเสียง (Reputation) และอิทธิพลที่มีต่อประเทศอื่น (Influence) ร่วมกับการวิเคราะห์ผ่าน 8 เสาหลักของ Soft Power ได้แก่ ธุรกิจและการค้า (Business and Trade) การปกครอง (Governance) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Relations) วัฒนธรรมและมรดก (Cultural and Heritage) สื่อและการสื่อสาร (Media and Communication) การศึกษาและวิทยาศาสตร์ (Education and Science) ประชาชนและค่านิยม (People and Values) และอนาคตที่ยั่งยืน (Sustainable Future)

นอกจากนี้ แต่ละเสาหลักยังมีตัวชี้วัดย่อย ๆ อีกมากกว่า 40 ข้อ เช่น ความคล่องตัวในการทำธุรกิจ เสถียรภาพทางการเมือง อิทธิพลทางการทูต ความเป็นมิตรของผู้คน หรือการลงทุนในเทคโนโลยีและพลังงานสะอาด

5 อันดับประเทศด้าน Soft Power ปี ค.ศ. 2024 ได้แก่ 1) สหรัฐอเมริกา 2) สหราชอาณาจักร 3) จีน 4) ญี่ปุ่น และ 5) เยอรมนี

ส่วนไทยอยู่ในอันดับ 40 ขยับจากอันดับที่ 41 เมื่อปี ค.ศ. 2023 สำหรับภาพรวมในอาเซียน ไทยอยู่ในอันดับที่ 3 รองจากสิงคโปร์ที่อยู่ในอันดับที่ 22 และมาเลเซีย อันดับที่ 35 (THACCA, 2567ค)

## นโยบาย Soft Power และการดำเนินการขับเคลื่อน

### 1. คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power

คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีชุดที่นายเศรษฐา ทวีสิน เป็นนายกรัฐมนตรี แถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2566 นั้น ได้มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power สรุปได้ดังนี้ รัฐบาลมีนโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์ หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความรู้ ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ รวมทั้งการอนุรักษ์ฟื้นฟู และพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรม และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ รัฐบาลจะสร้างงานสร้างรายได้ผ่านการส่งเสริม 1 ครอบครัว 1 ทักษะ Soft Power (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2566)

### 1. คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ

รัฐบาลมีนโยบายที่จะสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อเป็นแนวทางยกระดับพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในการสร้างมูลค่าและสร้างรายได้ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำของประเทศไทยในเวทีโลก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ จึงได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 230/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ลงวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2566 โดยมีนายกรัฐมนตรี เป็นประธานกรรมการ มีหน้าที่และอำนาจที่สำคัญ ได้แก่ กำหนดยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ จัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อกำหนดนโยบายและทิศทางด้านการเงิน การคลัง การลงทุน รวมทั้งมาตรการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีในการจัดให้มีกฎหมายหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ รวมทั้งมาตรการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ และองค์กรระหว่างประเทศในการส่งเสริม Soft Power ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รายงานคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบและพิจารณามีมติเกี่ยวกับการดำเนินการของหน่วยงานเพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2566ก)

การขับเคลื่อน Soft Power ประเทศไทยให้มีศักยภาพไปสู่เป้าหมาย คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติได้มีแนวทางแบ่งขั้นตอนการดำเนินการออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การพัฒนาคนผ่านกระบวนการส่งเสริมบ่มเพาะศักยภาพ โดยสรรหาผู้ที่มีความฝันและอยากทำ ความฝันนั้นให้เป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นเด็ก ผู้ใหญ่ หรือผู้สูงอายุ จำนวน 20 ล้านคน จาก 20 ล้านครัวเรือน โดยให้แจ้งลงทะเบียนกับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อบ่มเพาะผ่านศูนย์บ่มเพาะทักษะสร้างสรรค์ ทั้งด้านทำอาหาร ฝึกมวยไทย วาดภาพศิลปะ ฝึกการแสดง ร้องเพลง ออกแบบ แฟชั่น ฝึกแข่งอีสปอร์ต และอื่น ๆ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

2. การพัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power สาขาต่าง ๆ ภายในประเทศ 11 สาขา ได้แก่ อาหาร กีฬา เฟสติวัล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบ และแฟชั่น โดยกำหนดให้เป็นหน้าที่ ของ THACCA โดยจะดำเนินการปรับแก้กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับต่าง ๆ ที่ไม่สอดคล้องกับยุคสมัย ที่เปลี่ยนแปลง พร้อมสนับสนุนเงินทุนวิจัยและพัฒนา สร้างแรงจูงใจด้านภาษี ให้เสรีภาพแก่ความคิดสร้างสรรค์ สามารถแสดงผลงานได้อย่างไร้ขีดจำกัด รวมทั้งจะมีการจัดตั้งศูนย์สร้างสร้งงานออกแบบหรือ TCDC ในทุกจังหวัด เพิ่มพื้นที่สำหรับ Co-Working Space ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร เพื่อส่งเสริม บรรยากาศการเรียนรู้ และต่อยอด Soft Power อย่างมั่นคงตั้งแต่ระดับภูมิภาคจนถึงระดับประเทศ

3. การนำอุตสาหกรรม Soft Power รุกสู่เวทีโลก ผ่านการเดินทางผลักดัน Soft Power ไทยสู่ระดับ สากลด้วยการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยให้หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องร่วมมือกับภาคเอกชนนำ Soft Power ไทย เผยแพร่สู่ตลาดโลก ผ่านยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนด้วยการวิจัยข้อมูลเชิงพฤติกรรม กลยุทธ์การสื่อสาร และการร่วม จัดกิจกรรมในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งสามารถทำได้ทั้งที่เป็นกิจกรรมระดับโลกที่จัดภายในประเทศ และการนำ Soft Power ที่มีศักยภาพสูงของไทยเข้าร่วมกิจกรรมระดับโลกในต่างประเทศ (สำนักงานสภา พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

### 3. คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติ

ภายหลังจากมีคำสั่งนายกรัฐมนตรีเรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติแล้ว รัฐบาลได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 268/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติ ลงวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2566 โดยมีนางสาวแพทองธาร ชินวัตร เป็นประธานกรรมการ มีหน้าที่และอำนาจ ที่สำคัญ ได้แก่ จัดทำแผนเฉพาะด้านพร้อมทั้งแผนงาน โครงการ มาตรการสิทธิประโยชน์ การแก้ไขเพิ่มเติม กฎหมายและระเบียบให้เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power กำกับดำเนินการตาม แผนปฏิบัติการและแผนงานเฉพาะด้านของหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีในการจัดให้มีกฎหมายหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและระเบียบหรือมาตรการ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power ของประเทศ เสนอแนะต่อคณะกรรมการยุทธศาสตร์ ซอฟต์แวร์แห่งชาติเกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศ รวมทั้งเสนอมาตรการในการดำเนินการ และแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติการตามนโยบาย และแผนระดับชาติ ติดตามและประเมินผลการดำเนินการตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ Soft Power ของประเทศแล้วรายงานผลการดำเนินงานต่อคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2566ข)

จากนั้นคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติได้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติออกเป็น 14 คณะ เพื่อดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ในแต่ละด้าน จัดการประชุมนานาชาติด้าน Soft Power และจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพัฒนา Soft Power ดังนี้

1. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านหนังสือ
2. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านเฟสติวัล
3. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านอาหาร
4. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว
5. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านดนตรี
6. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านเกม
7. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านกีฬา
8. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านศิลปะ
9. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านการออกแบบ
10. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์
11. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านละครและซีรีส์
12. คณะกรรมการอำนวยการจัดการประชุมนานาชาติด้านซอฟต์แวร์
13. คณะกรรมการจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อเศรษฐกิจและสังคม
14. คณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านแฟชั่น (สำนักงาน ป.ย.ป., 2567)

## THACCA

THACCA (Thailand Creative Culture Agency) เป็นหน่วยงานที่รวบรวมงบประมาณและภารกิจที่เคยใช้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ไว้ที่เดียวไม่ให้เกิดกระจาย และมีการวางแผนงานร่วมกันทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนอย่างมียุทธศาสตร์ เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ของประเทศไทยเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ

THACCA ได้เตรียมความพร้อมในการสนับสนุน Soft Power โดยจัดทำแผนและมีการดำเนินการสนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ดังนี้

### 1. จัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนการทำงาน

สนับสนุนทุกอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ให้ไปในทิศทางเดียวกัน ต่อเนื่อง ชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อน

### 2. สนับสนุนด้านการเงิน

ตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ รวมถึงกำหนดสิทธิประโยชน์ทางภาษีเพื่อสนับสนุนทุกอุตสาหกรรม

### 3. สนับสนุนองค์ความรู้

รวบรวมข้อมูลเชิงลึกด้านการตลาดทั้งในไทยและต่างประเทศ รวมถึงเผยแพร่และสนับสนุนทุนวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์

### 4. สร้างผู้ประกอบการหน้าใหม่และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน

คุ้มครองลิขสิทธิ์ ทรัพย์สินทางปัญญา รับรองมาตรฐานอาชีพ ให้คำปรึกษาทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ และกำหนดมาตรการส่งเสริมการค้าอย่างเสรีและเป็นธรรม

### 5. เป็นศูนย์อำนวยความสะดวกเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

ให้เอกชนสามารถติดต่อประสานงานหรือขออนุญาตจากหน่วยงานรัฐในการทำงานของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แบบครบวงจรจบในที่เดียว

นอกจากนี้ THACCA ยังได้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ทั้ง 11 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านหนังสือ 2) ด้านเทศกาล (เทศกาล) 3) ด้านอาหาร 4) ด้านการท่องเที่ยว 5) ด้านดนตรี 6) ด้านเกม 7) ด้านกีฬา 8) ด้านศิลปะ 9) ด้านการออกแบบ 10) ด้านภาพยนตร์ ละครและซีรีส์ และ 11) ด้านแฟชั่น (THACCA, 2567ก) ซึ่งเป็นไปตามการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Soft Power ด้านต่าง ๆ ที่คณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติแต่งตั้ง

## 5F Soft Power

5F เป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 ด้านที่รัฐบาลมุ่งมั่นจะดำเนินการ ส่งเสริมสนับสนุน และประชาสัมพันธ์เป็น Soft Power ประกอบด้วย ดังนี้

### 1. อาหาร (Food)

อาหารไทยที่มีชื่อเสียง มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย เช่น ต้มยำกุ้งในภาคกลาง ข้าวซอยในภาคเหนือ ส้มตำในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แกงส้มในภาคใต้ นอกจากนี้ ยังมีผัดไทย ผัดกะเพราที่เป็นที่ยอมรับอยู่ทั่วประเทศ

### 2. ภาพยนตร์ (Film)

ภาพยนตร์และวีดิทัศน์รวมถึงซีรีส์ที่มีเนื้อหาแสดงให้เห็นถึงความสวยงามของประเทศไทย สร้างภาพลักษณ์ ทำให้รู้สึกหลงรักสถานที่ ฉาก เรื่องราว บทเพลงหรือวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยสื่อ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เช่น ภาพยนตร์สปเรอ์ที่มีการถ่ายทอดเนื้อหาวิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่คนรุ่นใหม่

### 3. แฟชั่น (Fashion)

การออกแบบเครื่องประดับที่ใช้เป็นของตกแต่งและใช้สำหรับสวมใส่ เช่น เครื่องเงิน เครื่องถม รวมไปถึงเครื่องรางและของมงคล เช่น จตุคามรามเทพ หัวชะโม การออกแบบเครื่องแต่งกายต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้าจากผ้าไหมไทยที่มีลวดลายสวยงามมีความเป็นเอกลักษณ์

#### 4. ศิลปะการต่อสู้ (Fighting)

มวยไทย มรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาที่นิยมกันอย่างแพร่หลายภายในประเทศ รวมไปถึงกีฬาประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากมวยไทยที่มีความโดดเด่นเป็นที่นิยม เช่น ฟุตบอล วอลเลย์บอล

#### 5. เทศกาล (Festival)

เอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาล งานประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีที่สำคัญ การทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ งานแสดงนาฏศิลป์ไทย ความเก่าแก่โบราณสถาน (ภริณัฐ แก้วสिया, 2566)

### การส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย

หากนำ 5F Soft Power มาจัดประเภทการท่องเที่ยวแล้ว พบว่า เทศกาล ศิลปะการต่อสู้ ภาพยนตร์ แฟชั่น สามารถนำมาจัดในประเภทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายหรือแรงจูงใจเพื่อชม ร่วมกิจกรรม ศึกษาหรือเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศิลปะแขนงต่าง ๆ มรดกภูมิปัญญา หรือเทศกาลประเพณี ของท้องถิ่น เพื่อความเพลิดเพลิน หรือเพิ่มพูนทักษะส่วนบุคคลที่อาจแตกต่างกันไปแต่ละคนและแต่ละสถานที่ที่เยี่ยมชม ตามความสนใจของแต่ละบุคคล (ราณี อธิชัยกุล, 2557, น. 285) ในขณะที่อาหารสามารถนำมาจัดในประเภทการท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงอาหาร หมายถึง การท่องเที่ยวเฉพาะที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อประกอบกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจทำกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นควบคู่ไปด้วย การท่องเที่ยวเชิงอาหารมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เพราะนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปจ่ายค่าอาหารประมาณร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล, 2557, น. 377-378) เมื่อจัด 5F Soft Power อยู่ในประเภทการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นแล้ว จะทำให้เข้าใจภาพรวมของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย และการส่งเสริมการตลาดได้ดีอีกด้วย

ที่ผ่านมามาภาครัฐได้ทำการส่งเสริมการตลาด 5F Soft Power ดังนี้

#### 1. อาหาร (Food)

มีการจัดทำคู่มือมิชลิน ไกด์ ประเทศไทย (The Michelin Guide Thailand) โดยคัดเลือกและรวบรวมรายชื่อร้านอาหารที่อยู่ในระดับมาตรฐานของมิชลิน ซึ่งในคู่มือไม่ได้มีแต่อาหารระดับหรูหราราคาสูง แต่ยังมี Street Food ที่น่าสนใจและน่ารับประทานอีกจำนวนมาก เช่น ร้านสำหรับสำหรับไทย กรุงเทพมหานคร ร้านบ้านเทพา กรุงเทพมหานคร ร้านอั้งโล่ บาย ย่างแรก กรุงเทพมหานคร ร้านเปลว ก๋วยเตี๋ยวต้มยำโบราณ จังหวัดนครปฐม ร้านข้าวเปียกอุดร จังหวัดอุดรธานี ร้านต้นมะยม จังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ ยังสนับสนุนผู้ประกอบการในการทำตลาด ส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารจากประเทศไทย รวมถึงสนับสนุนการเปิดร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และการยกระดับคุณภาพร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีมาตรฐาน

## 2. ภาพยนตร์ (Film)

ได้ติดต่อเจรจากับศูนย์วัฒนธรรมเกาหลีที่เป็นผู้ผลิต Soft Power ด้านภาพยนตร์ระดับโลก เพื่อศึกษาแนวทางความเป็นไปได้ในการผลิตภาพยนตร์หรือซีรีส์ร่วมกัน มีภาพยนตร์หรือซีรีส์วาย ซึ่งเป็นอีกตลาดกลุ่มเป้าหมาย ช่วยสร้างกระแสความสนใจต่ออุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศไทย ให้ผู้สนใจและนักท่องเที่ยวกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศรู้จักประเทศไทยและสนใจเดินทางมาท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงานภาพยนตร์ในต่างประเทศ มีโครงการส่งเสริมการผลิตคอนเทนต์เข้าสู่ตลาดโลก และมาตรการคืนเงินแก่กองถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศ

## 3. แฟชั่น (Fashion)

ผลักดันผ้าไทยและเครื่องประดับไทยสู่ระดับนานาชาติ รวมถึงผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นพื้นบ้าน เช่น งานหัตถกรรมจักสาน นอกจากนี้ ยังส่งเสริมและพัฒนาการออกแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไทยให้ร่วมสมัยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

## 4. ศิลปะการต่อสู้ (Fighting)

มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ได้รับความนิยม และมีชื่อเสียงในเวทีนานาชาติ ใช้การประชาสัมพันธ์และเปิดหลักสูตร เพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ศิลปะการต่อสู้

## 5. เทศกาล (Festival)

ประเทศไทยมีเทศกาลที่เป็นที่รู้จักในระดับโลก ใช้การประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวได้ เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง (รัฐบาลไทย, 2566; กรมประชาสัมพันธ์, 2566)

## แนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย

แนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย ผู้ศึกษามีตัวอย่างแนวทางในการส่งเสริม ดังนี้

### 1. อาหาร

นำเสนอวัฒนธรรมอาหารไทย อาหารไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก และอาหารไทยประจำท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทยให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้ โดยจัดงานมหกรรมเกี่ยวกับอาหารไทย ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการร้านอาหาร สร้างหลักสูตรผลิตเชฟที่มีคุณภาพมาตรฐาน

### 2. ภาพยนตร์

นำเสนอวัฒนธรรมภาพยนตร์ วิทยุทัศน์ และละครซีรีส์ไทยเผยแพร่สู่สากล เพื่อให้เกิดกระแสตอบรับจากชาวต่างชาติที่มีต่อภาพยนตร์ไทย ให้ชาวต่างชาติรับรู้สถานที่แหล่งท่องเที่ยวและเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยว จัดงานเทศกาลภาพยนตร์ไทยและนานาชาติ สนับสนุนการส่งภาพยนตร์ไทยไปเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ สนับสนุนงบประมาณสำหรับเดินทางเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ ผลักดันบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่มีขีดความสามารถให้เติบโตในระดับโลก แกไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการถ่ายทำภาพยนตร์ ดึงดูดให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทยมากขึ้น

### 3. แฟชั่น

นำเสนอวัฒนธรรมการแต่งกายของประเทศไทย ลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละภูมิภาค เสื้อผ้าประจำท้องถิ่น รวมทั้งผ้าไหมไทยที่ทั่วโลกให้การยอมรับสู่สายตาชาวโลก สนับสนุนการหาตลาดรองรับในการขายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ สนับสนุนจัดงานแฟชั่นโชว์และงานแสดงผ้าไทย

### 4. ศิลปะการต่อสู้

นำเสนอศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ ส่งเสริมมวยไทยให้กระจายไปทั่วโลก พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย สนับสนุนการตั้งค่ายมวยเพื่อฝึกซ้อมและออกกำลังกายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับมวยไทย

### 5. เทศกาล

นำเสนอวัฒนธรรมเทศกาลและประเพณีไทยเผยแพร่สู่นานาชาติให้รับรู้ถึงคุณค่าเทศกาลและประเพณีเห็นภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวและเข้าร่วมงานเทศกาลและประเพณี ส่งเสริมเทศกาลประเพณีสงกรานต์ไทยซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมระดับมนุษยชาติใน พ.ศ. 2566 ให้เป็นเทศกาลระดับโลกเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างรายได้การท่องเที่ยวให้กับประเทศ

### 6. ดนตรี

สนับสนุนการจัดคอนเสิร์ตให้กับศิลปินไทยและศิลปินระดับโลก แก้ปัญหาการจัดเก็บลิขสิทธิ์เพลงเพื่อความสะดวกในการขอใช้ลิขสิทธิ์

### 7. กีฬา

สร้างและปรับปรุงสนามกีฬาให้ประชาชนเข้าใช้บริการได้อย่างทั่วถึง พัฒนากีฬาอย่างเป็นระบบ ส่งเสริมและสนับสนุนนักกีฬาไทยไปแข่งขันในต่างประเทศ

### 8. หนังสือ

สนับสนุนการจัดงานมหกรรมหนังสือในประเทศ สนับสนุนการจัดบูทหนังสือและจัดกิจกรรมอื่น ๆ ในงานมหกรรมหนังสือในต่างประเทศ

### 9. การท่องเที่ยว

ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาค ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง มาตรการยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวตามช่วงเทศกาล พัฒนา Soft Power สนับสนุนศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสู่การเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยให้เป็นเมืองน่าเที่ยวและน่าอยู่ จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ Soft Power และการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว

Soft Power กับการท่องเที่ยวล้วนมีความสัมพันธ์กัน หากมีการส่งเสริม Soft Power ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและดำเนินการขับเคลื่อนพัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power อย่างจริงจังและยั่งยืนแล้ว จะส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยได้รับผลดีไปด้วย เพราะ Soft Power จะช่วยให้คนรับรู้มากขึ้น เกิดความสนใจซื้อสินค้า



หรือใช้บริการ และเมื่ออุตสาหกรรม Soft Power แต่ละด้านมีการเติบโตมากขึ้น จะช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงด้าน Soft Power นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว ในประเทศไทย ช่วยให้ประเทศมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น

### บทสรุปและข้อเสนอแนะของผู้ศึกษา

Soft Power เป็นพลังที่โน้มน้าวให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับ แต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือที่จะช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรม จนนำไปสู่การสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจ

ที่ผ่านมาภาครัฐได้นำวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 ด้านหรือที่เรียกว่า 5F ประกอบด้วย อาหาร (Food) ภาพยนตร์ (Film) แฟชั่น (Fashion) ศิลปะการต่อสู้ (Fighting) และเทศกาล (Festival) มาเป็น Soft Power และทำการส่งเสริม Soft Power ทั้ง 5 ด้าน ต่อมารัฐบาลได้นำ Soft Power มาเป็นประเด็นหนึ่งในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีที่ได้แถลงต่อรัฐสภา โดยมีนโยบายที่จะสนับสนุน Soft Power ของประเทศ จึงได้แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ มีหน้าที่และอำนาจในการกำหนดยุทธศาสตร์ นโยบาย จัดทำแผน Soft Power จัดให้มีกฎหมายหรือแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power นอกจากนี้ ยังได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ มีหน้าที่และอำนาจในการจัดทำแผน Soft Power เฉพาะด้าน กำกับการดำเนินการตามแผนงานเฉพาะด้านของหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมและพัฒนา Soft Power ของประเทศ ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติได้แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนา ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติหลายคณะ เพื่อดำเนินการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ในแต่ละด้าน จัดการประชุมนานาชาติด้าน Soft Power และจัดทำร่างกฎหมายว่าด้วยการพัฒนา Soft Power อีกด้วย

ต่อมารัฐบาลได้ทำการจัดตั้ง THACCA (Thailand Creative Culture Agency) เป็นหน่วยงานรวบรวมงบประมาณและภารกิจที่เคยใช้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power ของประเทศไทยเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่ง THACCA ได้สนับสนุนอุตสาหกรรม Soft Power โดยจัดทำแผนยุทธศาสตร์และแผนการทำงาน สนับสนุนด้านการเงิน สนับสนุนองค์ความรู้ สร้างผู้ประกอบการ ใหม่ๆ และส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขัน และเป็นศูนย์อำนวยความสะดวกเบ็ดเสร็จ (One Stop Service)

จากการดำเนินการด้าน Soft Power นั้น Brand Finance ได้ทำการจัดอันดับประเทศที่มีศักยภาพ ด้าน Soft Power โดยในปี ค.ศ. 2024 ประเทศไทยได้อันดับที่ 40 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มี ศักยภาพด้าน Soft Power ที่ดี หากพิจารณาเกี่ยวกับ Soft Power แล้ว พบว่า Soft Power กับการท่องเที่ยว ล้วนมีความสัมพันธ์กัน หากมีการส่งเสริม Soft Power ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายและดำเนินการขับเคลื่อน พัฒนาอุตสาหกรรม Soft Power อย่างจริงจังและยั่งยืนแล้ว จะส่งผลให้การท่องเที่ยวไทยได้รับผลดีไปด้วย ผู้ศึกษาได้มีแนวทางการส่งเสริม Soft Power กับการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ นำเสนออาหารไทยที่มีชื่อเสียง อาหารไทยประจำท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติรับรู้ โดยจัดงานมหกรรม เกี่ยวกับอาหารไทย แก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการถ่ายทำภาพยนตร์ ดึงดูดให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์

ในประเทศไทยมากขึ้น นำเสนอเสื้อผ้าประจำท้องถิ่น สนับสนุนจัดงานแฟชั่นโชว์และงานแสดงผ้าไทย นำเสนอศิลปะการต่อสู้มวยไทยให้ชาวต่างชาติได้รับรู้ ส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับมวยไทย นำเสนอวัฒนธรรมเทศกาลและประเพณีไทยเผยแพร่สู่นานาชาติ ส่งเสริมเทศกาลประเพณีสงกรานต์ไทยซึ่งได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมระดับมนุษยชาติให้เป็นเทศกาลระดับโลก สนับสนุนการจัดงานมหกรรมหนังสือในประเทศ สนับสนุนการจัดบูทหนังสือและจัดกิจกรรมอื่น ๆ ในงานมหกรรมหนังสือในต่างประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภูมิภาค ยกเว้นการตรวจลงตราเพื่อการท่องเที่ยว จัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวตามช่วงเทศกาล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสู่การเป็นต้นแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์ Soft Power และการท่องเที่ยวไทยให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะของผู้ศึกษามีดังนี้

1. รัฐบาลจะต้องกำหนดทิศทางเกี่ยวกับ Soft Power ที่ชัดเจนและดำเนินการขับเคลื่อนอย่างจริงจัง
2. ภาครัฐควรปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่ช่วยในการส่งเสริมอุตสาหกรรม Soft Power ในแต่ละด้าน เช่น ด้านภาพยนตร์ ควรปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจัดประเภทภาพยนตร์
3. ภาครัฐจะต้องมีแผนเกี่ยวกับการพัฒนาและการดำเนินการ Soft Power ที่มีเป้าหมายชัดเจนสามารถนำไปปฏิบัติได้ และแก้ไขปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์
4. ภาครัฐอาจยังขาดประสบการณ์ในการสร้างสรรค์บางอย่างที่จะกำหนดให้เป็น Soft Power จึงควรให้ภาคเอกชนหรือประชาชนที่เข้าใจวิถีชีวิตและวัฒนธรรมนั้นทำหน้าที่สร้างสรรค์และพัฒนาสิ่งเหล่านั้นแทน ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างจริงจังมากกว่าที่จะมาสร้างสรรค์ ซึ่งที่ผ่านมาคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติได้เห็นชอบแผนงานโครงการ Soft Power ในเบื้องต้นแล้ว จำนวนประมาณ 5,000 ล้านบาท

เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพสูงด้าน Soft Power มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติ ภาครัฐจะต้องส่งเสริม Soft Power ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวเทศกาล และ Soft Power ด้านอื่น ๆ ที่เป็นที่ชื่นชอบแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ประเทศมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น อันเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้ดีขึ้นต่อไป

## บรรณานุกรม

- กรมประชาสัมพันธ์. (28 เมษายน 2566). โฆษกรัฐบาลเผย นายกฯ ส่งเสริมการขับเคลื่อนโครงการ 5F ผลักดันผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมไทยเป็นสินค้าส่งออกให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก สร้างโอกาสจาก Soft Power. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/39/iid/177728>
- THACCA. (2567ก). เกี่ยวกับ THACCA. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://thacca.go.th/about>
- \_\_\_\_\_. (2567ข). ซอฟต์แวร์คืออะไร?. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://thacca.go.th/about/faq>
- \_\_\_\_\_. (2567ค). Soft Power ไทยอยู่อันดับที่เท่าไรของโลก ?. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://thacca.go.th/article/soft-power-ไทยอยู่อันดับที่เท่าไรของโลก>
- ภริณี อธิชัยกุล. (เมษายน-มิถุนายน 2566). ประเภท ซอฟต์แวร์ (5F) ที่ใช้สื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจ มาท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2(2), 54-82.
- รัฐบาลไทย. (10 มีนาคม 2566). Soft Power (5F) ไทยดึงดูดใจนักท่องเที่ยว. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก [https://thailand.go.th/issue-focus-detail/001\\_02\\_070?hl=th](https://thailand.go.th/issue-focus-detail/001_02_070?hl=th)
- ราณี อธิชัยกุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สันทัต โพธิสา. (11 พฤศจิกายน 2566). Soft Power คืออะไร ? รวม “ของไทย” ปังจริงในหมู่ชาวต่างชาติ. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/now/content/491>
- สำนักงาน ป.ย.ป. (2567). การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาซอฟต์แวร์. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก [https://sto.go.th/about-sto/related-law/soft\\_power](https://sto.go.th/about-sto/related-law/soft_power)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (5 ตุลาคม 2566). การประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ครั้งที่ 1/2566. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก [https://www.nesdc.go.th/ewt\\_news.php?nid=14438](https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=14438)
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (13 กันยายน 2566). คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 230/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ [หนังสือราชการ]. (230/2566). สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://sto.go.th/media/คำสั่ง-นร-230-2566-คกก.ยศ.-SP-แห่งชาติ.pdf>
- \_\_\_\_\_. (6 ตุลาคม 2566). คำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ 268/2566 เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติ [หนังสือราชการ]. (268/2566). สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก <https://sto.go.th/media/คำสั่ง-นร-268-2566-แต่งตั้ง-คกก.พัฒนา-SP-แห่งชาติ.pdf>
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2566). คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี. สืบค้น 12 มีนาคม 2567 จาก [https://www.soc.go.th/wp-content/uploads/2023/09/history\\_66.pdf](https://www.soc.go.th/wp-content/uploads/2023/09/history_66.pdf)