

Leadership for Leader

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย Soft Power

Credit Photo : Supercarol



“Soft power rests on the ability to shape the preferences of others.”

Joseph Nye.

aspire to its level of prosperity and openness. This soft power—getting others to want the outcomes that you want—co-opts people rather than coerces them.

Soft power is not merely the same as influence. After all, influence can also rest on the hard power of threats or payments. And soft power is more than just persuasion or the ability to move people by argument, though that is an important part of it. It is also the ability to attract, and attraction often leads to acquiescence. Simply put, in behavioral terms, soft power is attractive power. Soft power resources are the assets that produce such attraction.

THE
SOFT
POWER
30

Portland...



HARD POWER

Hard power is the exercise of influence through coercion, relying on tactics like **military force**, **payments**, and **economic sanctions**.



VS

SOFT POWER

Soft power uses attraction and persuasion to change minds and influence behaviour. Its sources include **culture**, **government**, **political values**, and **positive global engagement**.





ศาสตราจารย์ Joseph Nye นักวิชาการด้านเศรษฐศาสตร์จาก Kennedy School of Government มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดระบุว่า “อำนาจ” ที่คนปกติทั่วไปมักเข้าใจ คือ การใช้อำนาจทางทหาร การเมืองหรือเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศอื่นปรับเปลี่ยนท่าทีที่มีต่อประเทศตน แต่ยังมีอำนาจอีกรูปแบบหนึ่งที่มีบทบาทเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ คือ Soft Power หรือ อำนาจเชิงโน้มน้าว ซึ่งเป็นอำนาจที่ต้องการให้ประเทศอื่นปฏิบัติตาม โดยไม่ต้องบังคับ ทั้งนี้ Joseph Nye ได้นิยามไว้ว่า 3 สิ่งสำคัญที่ทำให้ Soft Power ทำงาน ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) และนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) (Joseph Nye, 2533)

“ประเทศไทยมี Soft Power ที่สำคัญคือ
ศิลปะและวัฒนธรรม”



GLOBAL SOFT POWER INDEX 2021

The world's top 20 soft power nations

1 GERMANY	2 JAPAN	3 UNITED KINGDOM	4 CANADA
5 SWITZERLAND	6 UNITED STATES	7 FRANCE	8 CHINA
9 SWEDEN	10 AUSTRALIA	11 SOUTH KOREA	12 NETHERLANDS
13 RUSSIA	14 NORWAY	15 DENMARK	16 NEW ZEALAND
17 UNITED ARAB EMIRATES	18 FINLAND	19 ITALY	20 SINGAPORE

33
THAILAND

32
Scored **(+1.1)**

38.7
out of 100

DEFINITIONS OF SOFT POWER

Business & Trade

Governance

International Relations

Culture & Heritage

Media & Communication

Education & Science

People & Values

- Economy
- Business
- Brands
- Taxation
- Trade
- Investment
- Infrastructure
- Future Growth

- Rule of law
- Human rights
- Crime rate
- Security
- Constitution
- Political elite

- Diplomatic relations
- International organisations
- Conflict resolution
- International aid
- Climate action

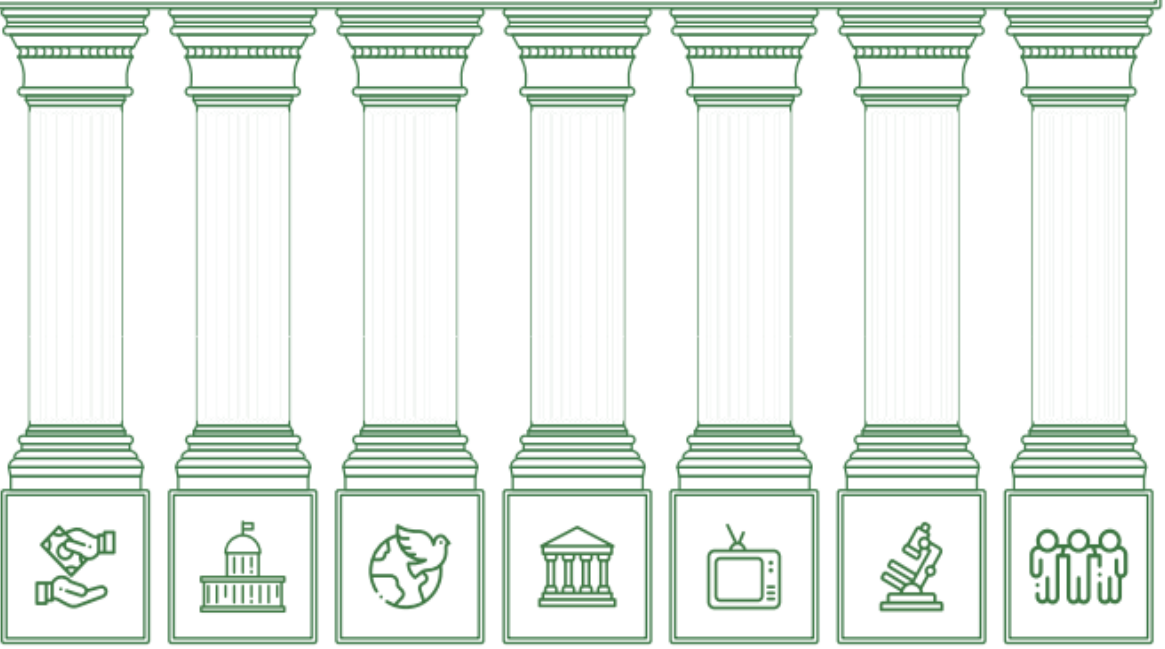
- Tourism
- Sport
- Food
- Fine arts
- Literature
- Music
- Film
- Gaming
- Fashion

- Traditional media
- Social media
- Marketing

- Higher education
- Science
- Technologies

- Values
- Character
- Trust

Soft Power



Business & Trade	Governance	International Relations	Culture & Heritage	Media & Communication	Education & Science	People & Values
ECONOMY BUSINESS BRANDS TAXATION TRADE INVESTMENT INFRASTRUCTURE FUTURE GROWTH	RULE OF LAW HUMAN RIGHTS CRIME RATE SECURITY CONSTITUTION POLITICAL ELITE	DIPLOMATIC RELATIONS INTERNATIONAL ORGANISATIONS CONFLICT RESOLUTION INTERNATIONAL AID CLIMATE ACTION	TOURISM SPORT FOOD FINE ARTS LITERATURE MUSIC FILM GAMING FASHION	TRADITIONAL MEDIA SOCIAL MEDIA MARKETING	HIGHER EDUCATION SCIENCE TECHNOLOGIES	VALUES CHARACTER TRUST

รวม 'Soft Power' แต่ละประเทศ

ทำให้คนรักได้แบบไม่ต้องบังคับ

มวยไทย
ศิลปะการต่อสู้ที่โด่งดังไปทั่วโลก

มูลค่าประมาณ 100,000 ล้านบาท

นวดไทย
มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (UNESCO)

มูลค่าประมาณ 35,000 ล้านบาท

E-Sport
ทีมไทยคว้าแชมป์โลกแล้วหลายเวที

มูลค่าประมาณ 29,000 ล้านบาท

ซีรีส์วาย
ผู้นำด้านการผลิตซีรีส์วายอันดับหนึ่งในเอเชีย

มูลค่าประมาณ 1,000 ล้านบาท

คาแรคเตอร์
ทำรายได้จากค่าลิขสิทธิ์มหาศาลทุกปี

มูลค่าปี 2017 682,000 ล้านบาท

เกม
มีเกมมือถือยอดนิยมมากมายนานาชาติ

มูลค่าปี 2017 490,000 ล้านบาท

วัฒนธรรมการกิน
ไทยมีร้านอาหารญี่ปุ่นเยอะที่สุดในเอเชีย

มูลค่าปี 2019 225,639 ล้านบาท

มังงะ
การ์ตูนยอดนิยมไปทั่วโลกถึง 23% ช่วงโควิด-19

มูลค่าปี 2020 180,000 ล้านบาท

K-Beauty
เครื่องสำอาง สกินแคร์เติบโตก้าวกระโดด

มูลค่าปี 2019 197,727 ล้านบาท

K-Pop
เจ้าของรางวัลและติดชาร์ตเป็นที่ยอมรับระดับโลก

มูลค่าปี 2019 150,000 ล้านบาท

ซีรีส์เกาหลี
พล็อตไม่ซ้ำจากหลายครั้ง

มูลค่าปี 2018 7,409 ล้านบาท

ภาพยนตร์
รางวัลออสการ์แรกของวงการภาพยนตร์เอเชีย

มูลค่าปี 2018 1,290 ล้านบาท

Silicon Valley
เมืองแห่งอนาคต ราวกับแรงบันดาลใจของโลก

มูลค่าประมาณ 7,500,000 ล้านบาท

ดนตรี
ทรงอิทธิพลที่สุดในอุตสาหกรรมดนตรี

มูลค่าประมาณ 2,400,000 ล้านบาท

Hollywood
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เก่าแก่ที่สุดในโลก

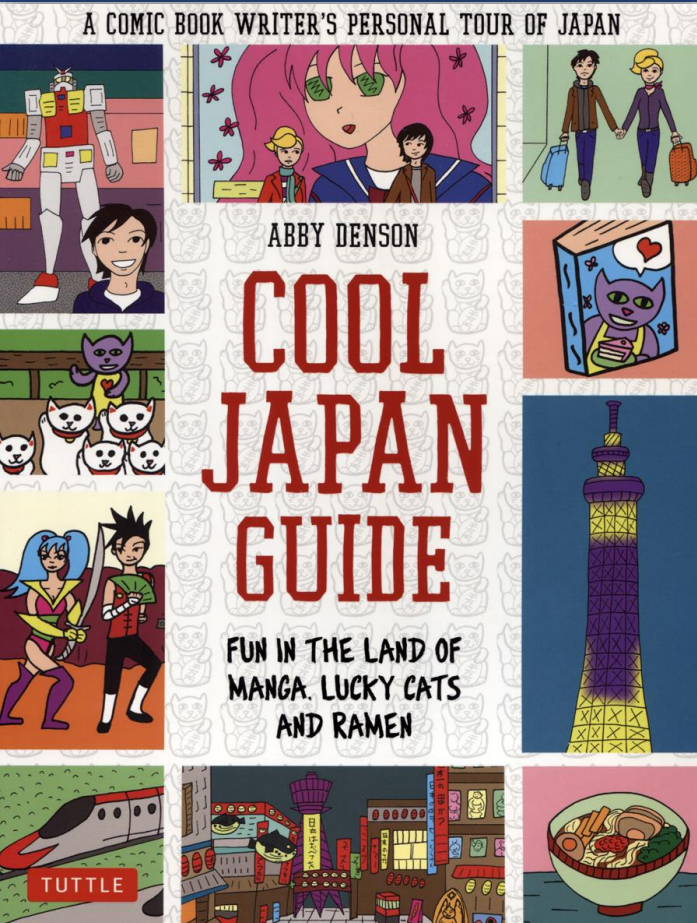
มูลค่าปี 2019 1,677,560 ล้านบาท

กีฬา
กีฬามันส์มากที่สุดของโลก

มูลค่าประมาณ 110,000 ล้านบาท



	DIGITAL	A country's digital infrastructure and its capabilities in <u>digital diplomacy</u>
	CULTURE	The global reach and appeal of a nation's cultural outputs, both <u>pop-culture and high-culture</u>
	ENTERPRISE	The <u>attractiveness of a country's economic model, business friendliness, and capacity for innovation</u>
	EDUCATION	The <u>level of human capital in a country, contribution to scholarship, and attractiveness to international students</u>
	ENGAGEMENT	The strength of a country's <u>diplomatic network and its contribution to global engagement and development</u>
	GOVERNMENT	Commitment to <u>freedom, human rights, and democracy, and the quality of political institutions</u>



The world loves Cool Japan

- In Europe, the United States, and Asia, there are many popular Japanese products and services (creative industries). In addition to anime and manga, these include food culture, express delivery services, Japanese-style inns (*ryokan*), and traditional arts and crafts.
- Capitalizing on the popularity of "Cool Japan" can accomplish the following: 1) unearthing of domestic demand, 2) incorporation of foreign demand, and 3) transformation of industrial structure. These accomplishments can secure new income sources and jobs, leading to regional economic revitalization.

Anime and manga

- The Japan Expo, held on June 30 through July 3, 2011, in Paris, received about 200,000 visitors over those four days.
- The New York Anime Festival, held in New York City on October 8 to 10, 2010, received about 18,000 visitors.



Food culture

Ajisen Ramen



The chain serving Kumamoto-style ramen has restaurants in 63 Chinese cities.

Express delivery services

Yamato Transport Co.



Yamato Transport is expanding its express delivery services across Asia. Japanese-style services such as designated delivery time and refrigerated packages are highly regarded in China.

Japanese-style inns

Kagaya



Originating in Ishikawa Prefecture, the company has opened a Japanese-style inn (*ryokan*) in Taipei, where it implements "Japanese hospitality."

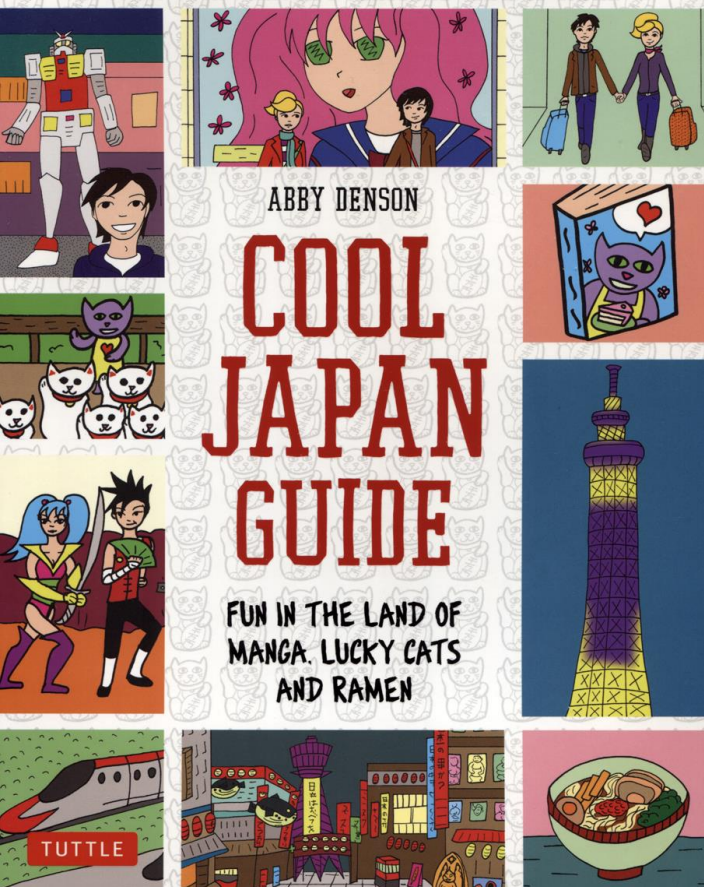
Traditional arts and crafts

Kumano makeup brushes



Kumano (Hiroshima) makeup brushes are highly regarded and have many fans in Hollywood and elsewhere overseas.

A COMIC BOOK WRITER'S PERSONAL TOUR OF JAPAN

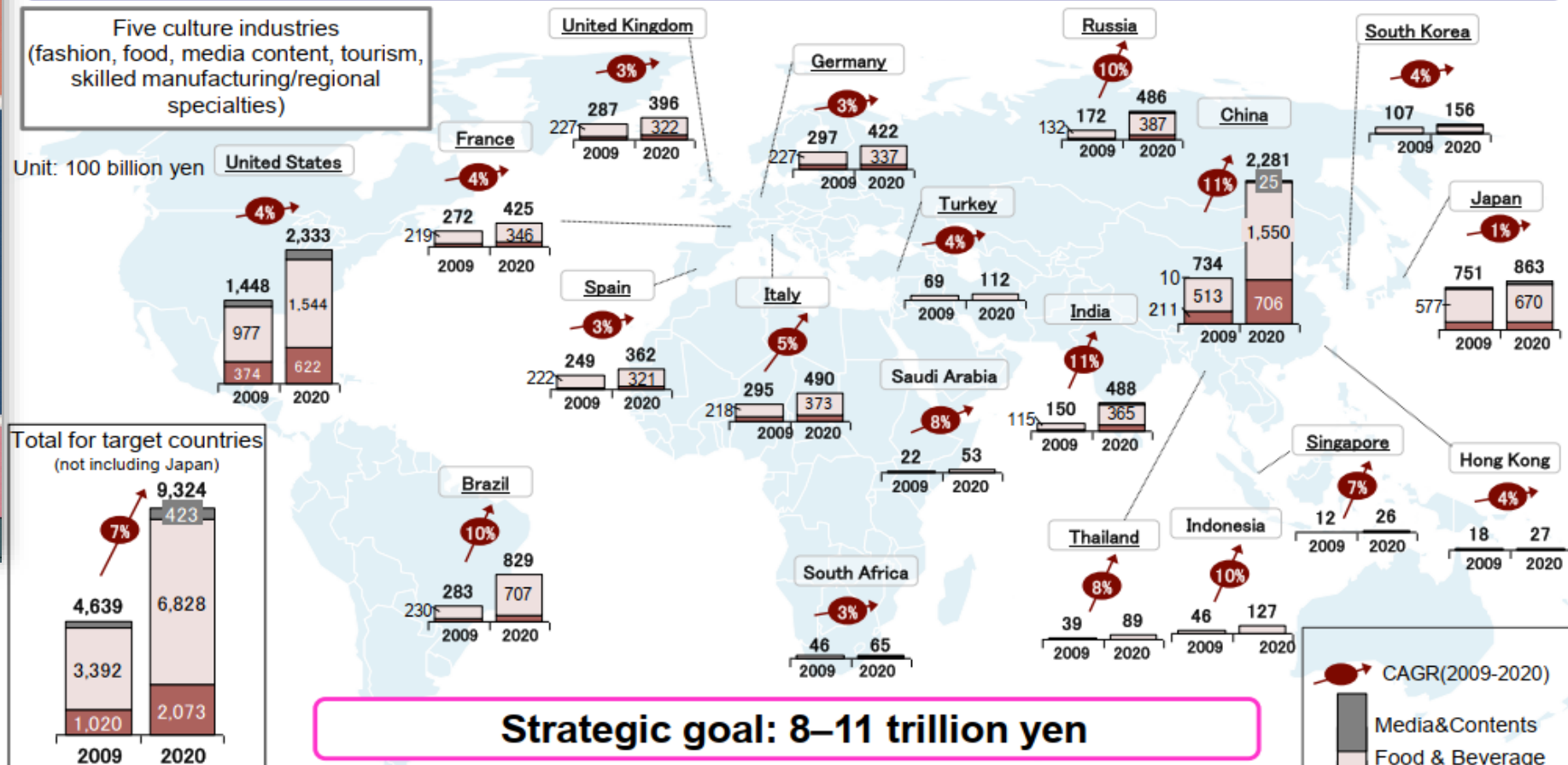


Cool Japan's potential

- The size of the world market for culture industries (1) will be more than 900 trillion yen (estimate for 2020).
- The aim is to capture 8–11 trillion yen of this.

Five culture industries
(fashion, food, media content, tourism,
skilled manufacturing/regional
specialties)

Unit: 100 billion yen



Strategic goal: 8–11 trillion yen

(1) Eighteen countries ("major countries") were selected by extracting countries and regions that will, as of 2020, have a GDP of at least US\$ 2 trillion (about 200 trillion yen) and those with important continental cities that will have a GDP per capita of at least US\$ 10,000 (about 100,000 yen). Current market size is calculated using statistical data from the OECD, the IMF, the World Bank, etc. Potential market size in 2020 is estimated from the correlation between nominal GDP (PPP) or nominal GDP per capita (PPP) based on each country's amount of population growth over the past 10 years and for the coming 10 years.

Note: Because the nature of the tourism category is different from the other categories, each country's market size is not included. Additionally, because the market size in the skilled manufacturing/regional specialties category is small, size goals have not been set.

Presidential Council on Nation Branding

[home](#) | [A⁻ A⁺](#) | [print](#)

한국어 中文 日本語

Introduction > What is nation brand

Introduction

- What is nation branding?
- History
- Background & Objective
- Function
- Vision & Strategy
- Directions

Presidential Council
on Nation Branding

- Greetings from the Chairperson
- Curriculum Vitae

What is nation branding?



What is nation branding?

“Nation brand” refers to the likeability and credibility of a country.

The concept of "branding" has its origins in the business world but has been expanded on the national level to include aspects that help to mold a country's reputation.

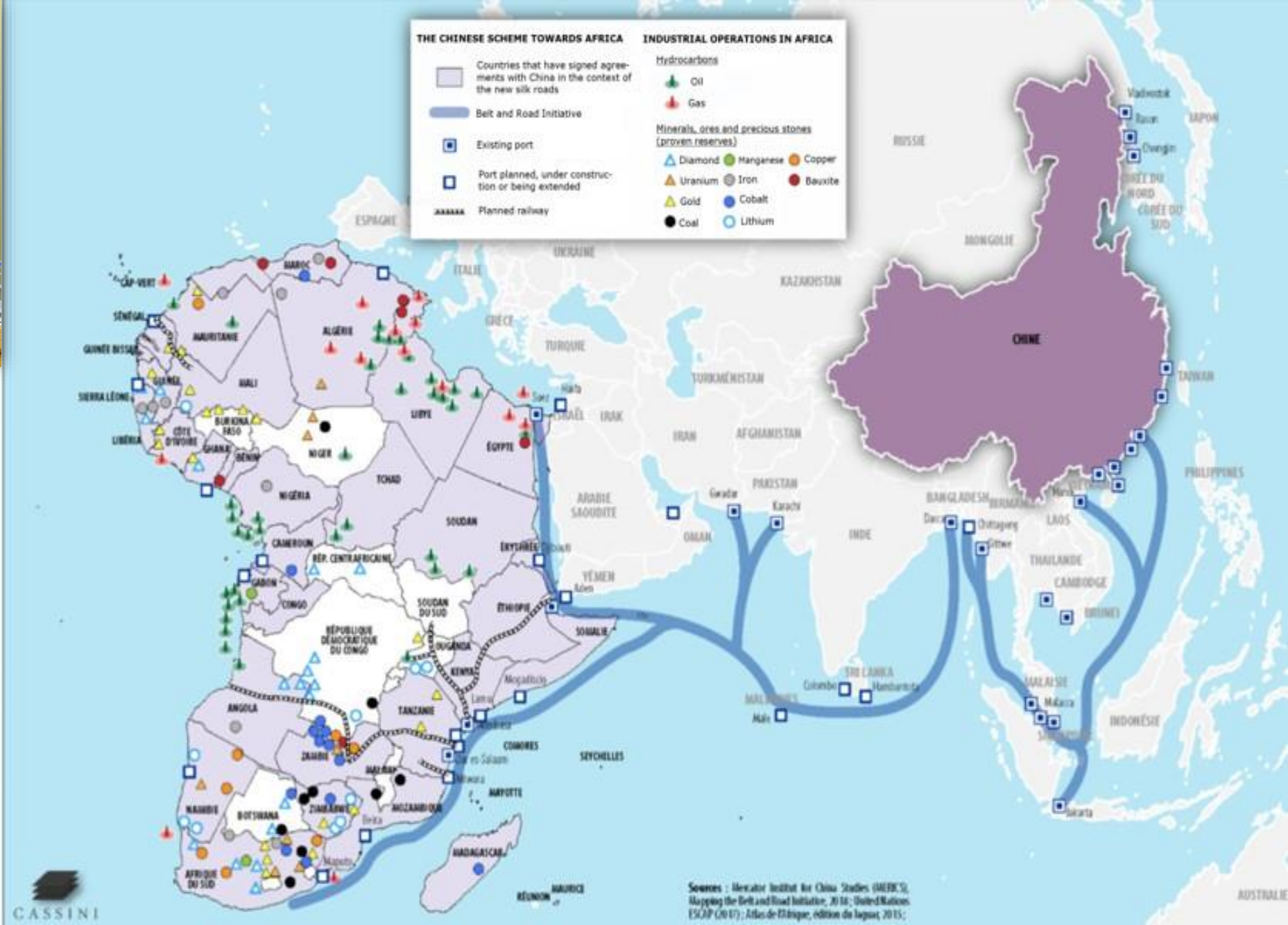
Just as consumers select products based on brand, countries evaluate each other based on the impression of their exposure to a nation's people, products, and quality of service.

Agenda ต้องรู้!?

**'สินค้าทางวัฒนธรรม' ของเกาหลีใต้ทำเงินเข้าประเทศ นอกจากความบันเทิง
ยังรวมถึง แฟชั่น สกินแคร์ เครื่องสำอาง อาหารและวิถีชีวิตด้วย**







เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คืออะไร

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม* อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 15 สาขา

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยประกอบด้วย 15 อุตสาหกรรม จำแนกออกเป็น



BCG คืออะไร

BCG ย่อมาจาก
Bio, Circular และ Green

- B** คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-Economy)
- C** คือ เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)
- G** คือ เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)

เป้าหมายชาติ

- เพิ่มสัดส่วนมูลค่า GDP ของ BCG จาก 21% เป็น 24% ภายใน 5 ปี
- เพิ่มมูลค่าสินค้า BCG จาก 3.4 ล้านล้านบาท ในปี 2563 เป็น 4.4 ล้านล้านบาท ในปี 2568
- สินค้าเป้าหมาย ได้แก่ เกษตรและอาหาร, สุขภาพและการแพทย์, พลังงาน วัสดุ และเคมีชีวภาพ, การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประโยชน์ของ BCG

- ด้านเศรษฐกิจ**
ลดภาวการณ์ว่างงาน ช่วยให้เกิดความก้าวหน้าด้านเกษตร-อาหาร
- ด้านความมั่นคงทางด้านอาหาร**
เพิ่มปริมาณอาหารโปรตีนจากการนำนวัตกรรมมาใช้
- ด้านพลังงาน**
เพิ่มสัดส่วนการใช้พลังงานทดแทน
- ด้านสุขภาพ**
เพิ่มโอกาสในการผลิตยาและลดการนำเข้า
- ด้านความยั่งยืน**
ลดปัญหา PM 2.5 น้ำเสีย พื้ฟูธรรมชาติ
- ด้านการท่องเที่ยว**
เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เน้นการดูแลธรรมชาติ

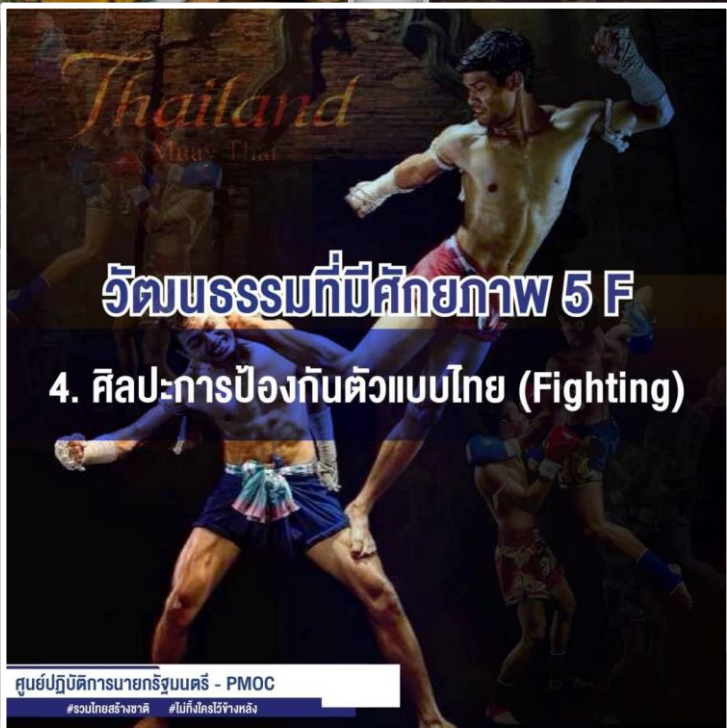


เป้าหมายความยั่งยืนของประเทศไทย



BCG Model โมเดลเศรษฐกิจที่นำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาต่อยอดจุดแข็งของไทย เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน เป็นการลงทุนในสิ่งแวดล้อมเพื่อการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน





2021 Special 301 Report



Office of the United States Trade Representative

Priority Watch List

- Argentina
- Chile
- China
- India
- Indonesia
- Russia
- Saudi Arabia
- Ukraine
- Venezuela

Watch List

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| • Algeria | • Lebanon |
| • Barbados | • Mexico |
| • Bolivia | • Pakistan |
| • Brazil | • Paraguay |
| • Canada | • Peru |
| • Colombia | • Romania |
| • Dominican Republic | • <u>Thailand</u> |
| • Ecuador | • Trinidad and Tobago |
| • Egypt | • Turkey |
| • Guatemala | • Turkmenistan |
| • Kuwait | • Uzbekistan |
| | • Vietnam |

Leadership for Leader

ขอบคุณครับ