



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 21-27 มีนาคม 2565
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองคูไบ

ดัชนี GLOBAL SOFT POWER 2022 ยูเออี ขึ้นอันดับ 1 ของ MENA อันดับ 15 ของโลก

จากผลดัชนีชี้วัด Global Soft Power Index 2022 ที่จัดทำโดย Brand Finance บริษัทจัดการกลยุทธ์เกี่ยวกับ Brand Positioning ได้จัดอันดับประเทศที่มี Soft Power ทรงพลังที่สุดในโลกประจำปี 2565 โดยประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ยูเออี) มีผลคะแนนดัชนีชี้วัดอยู่ในอันดับ 15 ของโลก (เลื่อนขึ้นจากอันดับที่ 17 ในปีก่อน) จากจำนวนประเทศที่จัดทำการสำรวจ 120 ประเทศทั่วโลก และเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคตะวันออกกลางและแอฟริกาตอนเหนือ (MENA) โดยได้รับ 52 คะแนนจาก 100 คะแนน ซึ่งสูงกว่าอิสราเอลอันดับที่ 23 และซาอุดีอาระเบียอันดับที่ 24 ดัชนีนี้สัมภาษณ์ผู้คนมากกว่า 100,000 คน จากทั่วโลกเพื่อประเมินมิติต่างๆ ของ Soft Power และอิทธิพลเชิงบวก

ผลสำเร็จดังกล่าวมาจากแนวทางและปฏิบัติการอย่างรวดเร็วของรัฐบาลยูเออี โดยเฉพาะในการสนับสนุนและส่งเสริมการทำธุรกิจและลงทุนจากต่างประเทศ พัฒนาความสะดวกและความคล่องตัวการทำธุรกิจ รวมไปถึงความสำเร็จที่น่าประทับใจของยูเออีในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 เป็นประเทศแรกที่สามารถแจกจ่ายวัคซีนครอบคลุมประชากรสูงสุด โดยมีจำนวนผู้ติดเชื้อและผู้เสียชีวิตน้อยมาก

จากการสำรวจ Global Soft Power Index 2022 ของ Brand Finance ได้จัดอันดับประเทศที่มีการใช้ Soft Power อย่างแข็งแกร่ง โดยใช้ตัวชี้วัดหลัก ได้แก่

- การรู้จักประเทศของคนทั่วโลก
- อิทธิพลของประเทศต่อนานาชาติ
- ชื่อเสียงของประเทศในทางที่ดี
- ประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ของประเทศ มี 7 เสาหลัก ได้แก่ ธุรกิจและการค้า การบริหารงานของรัฐบาล ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ วัฒนธรรม การสื่อสาร การศึกษาและวิทยาศาสตร์ คุณภาพชีวิตผู้คน
- ประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาการระบาดของโควิด-19

ตัวชี้วัด SOFT POWER ของยูเออี

ยูเออีเป็นศูนย์กลางธุรกิจและการลงทุนที่มีความโดดเด่นและน่าจับตามอง รัฐบาลใช้ความสามารถในการ 'ดึงดูดใจ' นำไปสู่การ 'ยอมรับ' ของนานาชาติ โดยให้ความสะดวกและส่งเสริมการลงทุน ปฏิรูปและออกกฎหมายใหม่เพื่อส่งเสริมการลงทุนต่างชาติ เป็นประเทศที่มีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงที่สุดในภูมิภาค และอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีความก้าวหน้าในการพัฒนาเศรษฐกิจมากที่สุดในโลก จึงทำให้ประเทศอยู่ในฐานะผู้ทรงพลังมากที่สุดในภูมิภาคนี้

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้า ณ เมืองคูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 21-27 มีนาคม 2565
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ

นอกจากนี้ยูเออีมีผลงานที่โดดเด่นของตัวชี้วัดหลักในปี 2565 เมื่อเทียบกับปี 2564 โดยยูเออีมีดัชนีวัด “Overall Influence” อยู่อันดับที่ 10 ของโลก เทียบกับอันดับที่ 12 เมื่อปี 2564 และมีดัชนีวัดความมีชื่อเสียง “Reputation” ปีนี้อันดับที่ 11 ของโลก

ดัชนีวัดความสำเร็จของการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังโควิดอยู่อันดับ 9 ของโลก (Supporting Economic Recovery after Covid-19) และอันดับที่ 10 ด้านการปฏิสัมพันธ์ทางการทูต (Influential in diplomatic circles)

แบบจำลองควบคุมโรคโควิด-19

ยูเออีได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศแรกๆที่สามารถจัดการการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบความสำเร็จในการเผชิญกับความท้าทายอย่างสมดุลผ่านนโยบายเชิงรุก ซึ่งทำให้เป็นแบบจำลองที่โดดเด่นในระดับภูมิภาคและระดับโลก ในบริบทนี้คะแนนยูเออีอยู่ในอันดับที่ 12 ของประสิทธิภาพการช่วยเหลือประเทศอื่น ๆ ในการจัดการและฟื้นตัวจากโควิด-19 และอันดับที่ 13 ของประสิทธิภาพในด้านสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประเทศ รวมถึงการฉีดวัคซีน

ดัชนีชี้วัด SOFT POWER โลก

บทบาทของ Soft Power ไม่ได้มีแค่วัฒนธรรมแบบที่เราคุ้นเคย แต่ยังมีด้านเศรษฐกิจ ด้านธุรกิจ การบริหารงานรัฐบาล และสังคม แม้ปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้จะถูกพูดถึงเรื่องการใช้ Soft Power แผลอติพลไปยังประเทศมหาอำนาจได้สำเร็จ แต่ความจริงแล้วยังมีอีกหลายประเทศที่ใช้ Soft Power แทรกซึมเข้ามาในชีวิตประจำวันของเราอย่างไม่รู้ตัว หรือกลายเป็นความเคยชินไปเสียแล้ว หลายๆ ประเทศที่เวลานี้แสดงความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ประเทศที่มีอำนาจด้านนี้มากที่สุด คือ เยอรมนีที่คว้าอันดับ 1 จากผลดัชนีชี้วัด Global Soft Power Index มาหลายปีที่ใช้ Soft Power แทรกซึมแผลอติพลไปทั่วโลกแสดงความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ คุณภาพสินค้า Made in Germany เป็นของมีคุณภาพสูง เชื่อถือได้ ความเป็นระเบียบวินัยของคนเยอรมัน เบียร์เยอรมันที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลก

ญี่ปุ่นส่งออกการ์ตูนและสามารถตีตลาดได้ทั่วโลกในรูปแบบหนังสือการ์ตูน (มังงะ) หรือรูปแบบอนิเมชัน (อนิเมะ) สินค้าเกี่ยวกับอนิเมะออกจำหน่ายเป็นการ์ด โมเดล พิกเกอร์ต่าง ๆ ในรูปแบบทั้งของเล่น ของใช้ และของสะสม สหรัฐอเมริกามีอุตสาหกรรมภาพยนตร์ วัฒนธรรม K-Pop ของเกาหลีใต้ เช่น ละคร ซีรีส์ การท่องเที่ยว อาหาร รวมไปถึงอุตสาหกรรมเพลง ดาราและศิลปิน ประเทศอังกฤษมีกีฬาฟุตบอล เป็นต้น

แต่ความสำเร็จของประเทศต่างๆ ในด้าน Soft Power เป็นผลจากความพยายามของรัฐบาลในการขยายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระยะยาว และกลายเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้มีบทบาทในธุรกิจร่วมสมัย รัฐบาลยูเออีโดยเฉพาะรัฐดูไบสร้างประเทศให้มีชื่อเสียงในด้านความหรูหราในการใช้ชีวิต การพัฒนาเทคโนโลยีเมืองอัจฉริยะ สถาปัตยกรรมอัน



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ – สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์
วันที่ 21-27 มีนาคม 2565
สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ

แสนเลื่องลือมีความสามารถดึงดูดใจ จนประเทศประสบความสำเร็จด้าน Soft Power ผ่านตัวชี้วัดประสิทธิภาพในด้านธุรกิจและการค้า การบริหารงานของรัฐบาล ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาการระบาดของ COVID-19

ความเห็นของ สกต. ณ เมืองดูไบ

ปัจจุบันประเทศต่างๆมีการใช้ Soft Power ในการจูงใจให้เกิดกระแสตอบรับในทางที่ดีผ่านทางวัฒนธรรม เป็นวิธีที่เราเห็นกันมากขึ้น ประเทศไทยเองมีทรัพยากร Soft Power ที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักและชื่นชมของต่างประเทศเป็นจำนวนมาก อาทิ การท่องเที่ยว กีฬา (มวยไทย) วัฒนธรรม โดยเฉพาะทรัพยากร Soft Power ด้านอาหารผ่านวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของไทย ที่สามารถผลักดันสร้างมูลค่าเพิ่มในเวทีโลกได้ด้วยการทำให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก



ในประเทศยูเออี รัฐบาลไทยโดยกระทรวงต่างๆ ได้หมุนเวียนจัดกิจกรรมเผยแพร่อาหารไทย ณ บริเวณอาคารศาลาประเทศไทยในงาน World Expo 2020 Dubai เพื่อให้ชาวต่างชาติผู้เข้าชมงานได้มาร่วมสัมผัสประสบการณ์ชิมอาหารไทย โดยในช่วงวันที่ 17-19 มี.ค. 2565 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองดูไบ จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เครื่องหมาย Thai SELECT และร้านอาหารที่ได้รับตรา Thai SELECT ในภูมิภาค MENA ให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวต่างชาติมากยิ่งขึ้น โดยร่วมกับร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา Thai SELECT

จำนวน 8 แห่งในดูไบ จัดสาธิตวิธีทำอาหารไทยและแจกตัวอย่างให้ชาวต่างชาติที่เข้าชมงาน World Expo ได้ทดลองชิม ซึ่งช่วยทำให้ชาวต่างชาติได้รู้จักกับอาหารไทย อีกทั้งยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์ให้อาหารไทย เป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางวัฒนธรรมให้อาหารไทยได้มากขึ้น

ที่มา : The National Newspaper

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลข้างต้น มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าฯ ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้