www.facebook.com/paktaifocus
www.twitter.com/songkhlatoday

หนังสือพิมพ์ข่าวยอดเยี่ยม รางวัลส่งเสริมจริยธรรมดีเด่น

ซื้อ โฟกัส ที่ 7 จ.สุราษฎร์ฯ ถึง นราธิวาส

ภาคใต้ โฟกัส รายสัปดาห์ www.paktaifocus.com

ข่าว สาระเชิงลึก และเวทีความคิด

ปีที่ 15 ฉบับที่ 770 วันที่ 24 - 30 พฤศจิกายน 2555 www.songkhlatoday.com 20 บาท

กลุ่มอีซูซุหาดใหญ่ เชิญพบกับ
All-New ISUZU D-MAX V-Cross
อีซูซุดีแมคซ์ รุ่นใหม่!
www.isuzuhatyai.com
กลุ่มอีซูซุหาดใหญ่ 22 สาขา ครอบคลุม 7 จังหวัดภาคใต้

อธิการม.หาดใหญ่ชี้ 'สื่อ'ตัวหลักสร้างแบรนด์

ในงาน "15 ปี โฟกัส CHANGE LOCAL" วันที่ 16 พฤศจิกายนที่ผ่านมา ได้มีการปาฐกถาพิเศษ เรื่อง "การสร้างแบรนด์และความยั่งยืนของธุรกิจท้องถิ่น" โดย ดร.วิทวัส ดิษยะศริน สัตยารักษ์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

ดร.วิทวัส ดิษยะศริน สัตยารักษ์

ดร.วิทวัส กล่าวว่า แบรนด์ คือ การสร้างความแตกต่างสินค้าหรือบริการ สร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค ให้เกิดการมาใช้บริการซ้ำ เกิดความภักดีต่อองค์กรหรือสินค้า

ทุกบริษัทต่างมีแบรนด์เป็นของตัวเอง สภาพเศรษฐกิจการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างแบรนด์ เพราะปัจจุบันการแข่งขันสูงมากขึ้น ตัวเลือกของสินค้าและบริการต่างๆ มีมากขึ้น

หลายคนเข้าใจว่า แบรนด์ คือ โลโก้ ที่จริงแล้ว โลโก้เป็นส่วนประกอบหนึ่งของแบรนด์ เป็นอัตลักษณ์ส่วนหนึ่งของแบรนด์ ช่วยให้จดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้น

ปัจจุบันสิ่งๆ ต่าง มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แม้เราจะมีแบรนด์ที่แข็ง แต่ถ้าไม่ปรับองค์กรให้สอดคล้องกับธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เมื่อถึงเวลาเปลี่ยนแปลงก็ตั้งรับไม่ทัน

แบรนด์ เป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ไปโดยปริยาย ถ้ามีการทำแบรนด์ดีๆ คนจะจำจำได้ เช่น กาแฟสตาร์บัคส์ ราคาสูงมาก แต่คนก็ยังชอบกิน การสร้างแบรนด์ก็เหมือนกับการทำหลักการตลาด ต้องมีการวางตำแหน่งของแบรนด์ วางกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน

ทำไมต้องสร้างแบรนด์

ผมมองว่าการสร้างของความเข้มแข็งของแบรนด์เป็นปัจจัยสำคัญ หากเกิดวิกฤตขึ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องอะไรก็ตาม หากเรามีแบรนด์ที่เข้มแข็ง ผลกระทบที่ตามมาก็จะน้อยลง เพราะผู้บริโภคเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของเราเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ถ้ามีวิกฤตเกิดขึ้นเราสามารถอธิบายผู้บริโภคได้ว่ามันมีเหตุและผลอย่างไร ชี้แจงได้เพื่อให้เข้าใจ

การเกิดขึ้นของ 15 แบรนด์ 15 บริษัทของเรา ผมเชื่อว่าเริ่มเป็นแบรนด์ที่แข็งสู่ระดับประเทศ ระดับอาเซียน ตอบโจทย์ AEC ที่จะมาในอนาคต เชื่อว่าหลายบริษัทกำลังเตรียมตัวเตรียมพร้อมในส่วนนี้แล้ว สร้างแบรนด์ต้องใช้เงินไหม

ถ้านักลงทุน เจ้าของธุรกิจ มีเงิน มีงบลงทุนเยอะ การสร้างแบรนด์ก็ประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น แต่การสร้างแบรนด์นอกจากใช้เงินทุนแล้วยังสามารถทำได้อีกหลายวิธี เราไม่จำเป็นต้องหาเงินก้อนโตมาทุ่มสร้างแบรนด์ หลายองค์กรบางครั้งทุ่มงบสร้างแบรนด์ 2 – 3 ปี แบรนด์ก็อาจยังไม่เกิด การวางแผนระยะยาว แล้วค่อยๆ สร้างแบรนด์ จึงเป็นวิธีที่ดีกว่า

เช่น ที่ ม.หาดใหญ่ เมื่อวันนี้เราพร้อมจะบอกว่า เราเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพที่เทียบเท่าการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยต่างๆ ไม่ว่ารัฐ เอกชน ส่วนกลาง หรือในท้องถิ่น เราก็หาช่องทางประชาสัมพันธ์ โดยได้เลือกประชาสัมพันธ์ที่รายการของช่อง 9 ใช้งบแต่ละปีไม่มาก นิว มีเดีย

CSR ก็เป็นเรื่องที่สำคัญยิ่ง เป็นการทำประโยชน์ให้กับสังคม ผมเชื่อว่า 15 แบรนด์ 15 องค์กร 15 CSR จะเป็นอีกส่วนที่สำคัญในการร่วมกันช่วยเหลือสังคม สื่อเป็นตัวหลักที่จะสามารถสื่อสารความเป็นตัวตนของธุรกิจให้คนอื่นๆ รับรู้ได้ เราต้องใช้สื่อหลากหลาย ปัจจุบันสื่อที่มาแรงมาก ที่ควรจะให้ความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ คือ นิว มีเดีย สื่อโซเชียล เน็ตเวิร์ค ไม่ว่าจะเป็น เฟสบุ๊ค หรือเว็ปไซต์ต่างๆ เราจะต้องมีสื่อเหล่านี้เอาไว้ในการประชาสัมพันธ์งานของเรา

นิว มีเดีย มีความหมายที่กว้างและลึก ควรที่จะศึกษา และที่สำคัญ คือ เทคโนโลยีพวกนี้เปลี่ยนไปเร็วมาก มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ด้านนิวมีเดียมาแล้วประมาณ 2 ปี ขณะนี้เฟสบุ๊คเว็ปไซต์ ต่างๆ ก็พัฒนาไปได้เยอะ

การประเมินแบรนด์

หากถามว่าจะรู้ได้อย่างไรว่าแบรนด์เราแข็ง ดีขึ้น หรือแย่ลง ทั่วไปก็ต้องทำการวิจัย วิเคราะห์ ประเมินแบรนด์ อาจมีการประเมินปีละ 1- 2 ครั้ง

โดยในระยะแรก ประเมินคนภายนอกองค์กรก่อนว่าเขารู้สึกกับแบรนด์องค์กรเราอย่างไร การเข้าใจระบบ เข้าใจคอนเซ็ปต์ของแบรนด์ มีข้อเสนอแนะอะไรก็สามารถนำมาแก้ไขปรับปรุงได้ เชื่อว่าจะทำให้ใช้เวลาในการสร้างแบรนด์น้อยลง คุ้มค่ามากขึ้น

การประเมินแบรนด์ก็เหมือนกับการประเมินงบ ใช้งบไปทางบริษัทเป็นร้อยล้าน แน่นอนว่าแบรนด์อาจจะเกิด แต่ก็ต้องประเมินความคุ้มค่าด้วย

ปรับแนวคิดพร้อมสู่อาเซียน

และในปี 58 เราก็จะเข้าสู่อาเซียนแล้ว ผมเชื่อว่า ณ วันนี้ ธุรกิจหลายอย่างในหาดใหญ่เริ่มตื่นตัวกันมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเล็กหรือธุรกิจใหญ่ โอกาสเปิดกว้างมากขึ้นต่อไปอาจมีการร่วมพันธมิตรทางการค้าของนักธุรกิจสิงค์โปร์ มาเลเซีย กับนักธุรกิจหาดใหญ่ก็เป็นได้

ดังนั้น เราจึงควรมีแนวคิดเรื่องแบรนด์อย่างเป็นระบบมากขึ้น บริษัทไหนยังไม่มีแนวคิดเรื่องนี้ควรปรับเปลี่ยนวิธีคิด และให้ความสำคัญมากขึ้น และถ้าได้ศึกษาหาความรู้เรื่องการสร้างแบรนด์ การจัดการแบรนด์อย่างเป็นระบบก็จะเป็นประโยชน์กับองค์กรให้สามารถอยู่อย่างยั่งยืนได้มากขึ้นในอนาคต ■

เราคือ
ผู้ผลิตและออกแบบ
กล่อง
บรรจุภัณฑ์
ของภาคใต้
บริษัท ไทยสากลบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ จำกัด
THAI INTER PACKING AND PRINTING CO.,LTD.
8 M.5 Thungkuan-Bomaprao Rd. Tumbol Nataluang Muang Trang 92000 Thailand
Tel : (66) 7521-4466-7, (66) 7521-8104,081-9562631
Fax: (66) 7521-4467
E-mail Address www.trangprinting.com
กล่องคุ้กกี้
กล่องทุเรียน
กล่องทุเรียน
ปลาเค็ม
กล่องเค้ก
กล่องเป้าส์
กล่องรองเท้า
กล่องดวงใจ
กล่องปลา
กล่องพิมพ์
ไทย