

## บทความพิเศษ

“ผู้บริหารแบรนด์ดังแห่งยุคร่วมแสดงวิสัยทัศน์แนวคิดกลยุทธ์ CEO Branding”

เรียบเรียงจากงานอบรมสัมมนาหลักสูตร CEO Branding  
จัดโดยศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ณ โรงแรมเซ็นจูรี  
โดย ญัฐพล จิตประไพ

ศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้จัดอบรมหลักสูตร “CEO Branding” จากภายใต้คำถามที่ว่า “How does CEO become a strong brand?”

ในการจัดงานครั้งนี้ศูนย์ฯ ได้รับเกียรติจาก คุณโชค บุลกุล CEO แบรนด์ ฟาร์มโชคชัย และ คุณพาทิ สารสิน CEO แบรนด์สายการบินนกแอร์ มาร่วมแสดงวิสัยทัศน์เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ผ่านการเป็นแม่ทัพขององค์กร

จากฝั่งของ คุณโชค บุลกุล เจ้าของธุรกิจฟาร์มโชคชัย จากพื้นฐานธุรกิจนมโคและสแต็กโชคชัยก้าวสู่การเป็น Holistic แคมป์ปิ้ง ด้วยการผสมผสานระหว่างธรรมชาติกับนวัตกรรมใหม่ได้อย่างลงตัวสำหรับผู้ที่ต้องการความสงบ หลีกหนีจากความวุ่นวายในสังคมเมือง อีกฝั่งหนึ่ง คุณพาทิ สารสินประธานบริหารของธุรกิจสายการบินต้นทุนต่ำ “นกแอร์” สายการบินแห่งความสนุกสนาน

### จุดเริ่มต้น ก็คือ ความต้องการประหยัดงบประมาณในการโฆษณาและการสื่อสารการตลาด

สำหรับ คุณโชค นั้น คนรุ่นใหม่อาจจะไม่เคยรู้มาก่อนว่าเขาเป็นบุคคลที่รู้จักของสื่อมวลชนมาตั้งแต่ประมาณ 10 ปีที่แล้ว เมื่อยังเป็นศิลปินนักร้อง ด้วยความมุ่งมั่นและความพยายามในการนำเสนอความเป็นตัวตนของตนเองผ่านสื่อมวลชน และแฟนเพลง ภายหลังจากสำเร็จการศึกษาทางด้านบริหารธุรกิจ ผวนกับการดำเนินธุรกิจของครอบครัว ทำให้คุณโชคหันเหตนเองก้าวสู่ความเป็นนักธุรกิจ และใช้ความเป็นศิลปินผสมผสานกับความเป็นนักครีเอทีฟ มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการบริหารธุรกิจและสร้างแบรนด์ให้กับองค์กรและตัวเองได้อย่างน่าชื่นชม

สิ่งหนึ่งที่คุณโชคได้ให้ความสำคัญเสมอ เมื่อจะสื่อความออกไป คือ “ชื่อบริษัท” แม้หลายคนอาจมองว่าไม่สำคัญ แต่ชื่อบริษัทที่สื่อแต่ละเล่มลงต่างกัน เป็นโชคชัยฟาร์มบ้าง บริษัทโชคชัยบ้าง แปลว่า “ถ้าคุณยังพูด

ในขณะที่คุณพาที ได้เล่าให้ฟังว่า นักแอร์ เป็นสายการบินต้นทุนต่ำ ดังนั้น งบประมาณค่าใช้จ่ายในการสื่อสารการตลาดด้วยวิธีการโฆษณาจึงมีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ตนเองต้องออกมาโฆษณา ซึ่งทำให้ไม่เสียค่าใช้จ่ายในการจ้างฟรีเซ็นเตอร์ในราคาแพงๆ ขณะเดียวกันยังสามารถสื่อสารสิ่งที่ต้องการออกไปได้อย่างตรงตามเป้าหมายเองด้วย ซึ่งธุรกิจบริการ สิ่งสำคัญ คือ Commitment และ Creditability ถ้าซีอีโอพูด เป็นการสัญญากับลูกค้าว่าจะทำอะไร ย่อมมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ถ้าเราพูดเองจะทำให้ดีที่สุด ความเชื่อถือของแบรนด์ก็จะเกิดขึ้น ถ้าเสียก็เสียที่เรา ได้ก็ได้ที่เรา ยกตัวอย่างเช่น ในกรณีที่เครื่องบินดีเลย์ หรือการงดบริการการบินเนื่องจากเครื่องบินไม่อยู่ในสภาพที่จะให้บริการการบินเพื่อความปลอดภัยของผู้โดยสารมาเป็นอันดับแรก การปรับเพิ่มค่าโดยสารเครื่องบินตามสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนไป เป็นต้น “ผมก็กล้าที่จะออกมาขอโทษทางวิหุ ซึ่งการที่กล้ายึดถอยยอมรับความผิดพลาดแล้วแก้ไขสถานการณ์ด้วยข้อเท็จจริงอย่างมีเหตุผล ถึงแม้ว่าจะเกิดความไม่พอใจอยู่บ้างแต่เราก็ต้องยอมเพื่อความปลอดภัยสูงสุดต่อชีวิตของลูกค้าซึ่งดีกว่ายอมปล่อยให้เกิดผลเสียหายโดยไม่คุ้มค่านั่นเองกับความสูญเสียที่จะเกิดขึ้น” ดังนั้น การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ความเป็นแม่ทัพของแบรนด์อย่างหนึ่งก็คือ การสร้างความน่าเชื่อถือด้วย คำพูด โดยเฉพาะคำพูดของคนในระดับผู้นำองค์กร

### การเป็น CEO ตามฉบับ Value Creation

จากที่เกริ่นมาในตอนแรกแล้วเกี่ยวกับคุณสมบัติที่สำคัญของความเป็นซีอีโอบัณฑิต ก็คือ ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งโชคเล่าว่าธุรกิจในวันนี้ของฟาร์มโชคชัย มาจาก Mission Impossible เพราะเมื่อตอนที่ เป็นหนี้ 400 ล้าน ต้องขายธุรกิจบางส่วนไปเพื่อชำระหนี้เกือบหมด ปัญหา คือ เหลือแต่ฟาร์ม เป็นธุรกิจเกษตร ไม่มีกำไร เป็นธุรกิจต้นน้ำ ที่ถูกมองว่าไม่น่าจะเลี้ยงตัวเองได้ ถ้ามองแบบตรงๆ ก็ไม่ควรอยู่ต่อ แต่ตอนนั้น เขา คิดกลับกันว่า ภาพของพ่อที่เป็นความบอบยผสานกับภาพความใหญ่ของฟาร์ม น่าจะทำอะไรได้บ้าง ผลลัพธ์ที่ แตกต่างตัวแรก คือ วัฒนสมายพันธุ์ไทย ซึ่งคนส่วนใหญ่มองว่าแม่พันธุ์ต้องมาจากต่างประเทศ แต่ฟาร์มโชคชัย เลี้ยงวัวได้ถึง 5,000 ตัว น่าจะมีอะไรดีบ้าง ซึ่งการจะคิดแบบนี้ได้ ต้องมีความคิดสร้างสรรค์ เขาย้ำเสมอว่า ตัวเองเป็นคน "คิดแบบเด็ก ทำแบบผู้ใหญ่"

ในช่วงที่เกิดวิกฤตเศรษฐกิจนั้น สิ่งแรกที่ทำ คือ การสวมบทซีอีโอ แทนแม่ซึ่งเป็นนักบัญชี เขาเชื่อว่า นักบัญชีจะไม่ใช้เงิน ขณะที่เขาเป็นนักการตลาดมากกว่า ย่อมกล้าลงทุนทำอะไรใหม่ๆ ดังนั้น จุดแรก คือ การ สร้างศรัทธาในตัวเองก่อน สำหรับความเป็นทายาทเชื่อว่าพนักงานต้องให้ความนับถือ ถ้ายังไม่พิสูจน์ว่าสามารถ จะพาเขาเดินไปข้างหน้าได้ เขาก็ต้องทำให้คนเชื่อในตัวเขาก่อน

"มีวิกฤติ แต่เราต้องเดินต่อไปได้ วันนี้เพิ่งเปิดตัวฟาร์มโชคชัยแคมป์ แต่ได้รับการเลือกให้ลงในหนังสือ Unseen Paradise แล้ว มีการจองเข้าพักเต็มจนถึงช่วงเดือนกุมภาพันธ์ปีนี้" ส่วนใหญ่ไอเดียของการพัฒนา ผลลัพธ์ที่ใหม่ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงองค์กร มาจากโชค ซึ่งเขาบอกว่า "มีความคิดสร้างสรรค์เฉยๆ เป็นแค่ ศิลปิน แต่จะเป็นนักธุรกิจ ต้องคิดสร้างสรรค์ที่ทำได้ในเชิงพาณิชย์ด้วย จึงจะได้สินค้าที่มีความเป็นตัวตนของเรา แฝงอยู่ ถ้าตัวตนซีอีโอไม่มีความบ้า ไม่มีจิตวิญญาณเดียวกับตัวสินค้าที่คิดออกมา สินค้านั้นก็ไม่ใช่"

การเริ่มต้นด้วยความคิดสร้างสรรค์ แต่เพื่อให้คงอยู่ระยะยาว สิ่งก็ตามมา คือ การสร้างระบบ สร้าง ทีมงาน และรับคนใหม่ๆ เข้ามา เป็นคนที่อยากทำงานกับฟาร์มโชคชัย และสิ่งที่ปลูกฝังในทีมงาน คือ ต้อง แข่งขันกับตัวเองตลอดเวลา แม้ไม่มีใครเป็นคู่แข่ง เพื่อสร้างให้ธุรกิจอยู่ได้ในระยะยาว ซึ่งวันนี้โชคยอมรับว่า ความเสี่ยงของฟาร์มโชคชัยยังมีสูง เพราะทุกอย่างเริ่มจากเขา ถ้าเขาเปลี่ยน แต่พนักงานไม่เปลี่ยนด้วย จะสร้าง ธุรกิจให้คนรุ่นต่อไปอย่างไร ?

### CEO through Brand Characteristic

อีกรูปแบบหนึ่งของการสร้างแบรนด์ CEO นั่นก็คือ บุคลิก ของผู้นำที่มีความสอดคล้องกับแบรนด์ขององค์กรหรือสินค้าที่ตนเองดูแลรับผิดชอบอยู่ ซึ่งในกรณีนี้ คุณโชคและคุณพาที ถือว่าสอบผ่านได้อย่างฉลุย

คุณพาที ได้บอกกับเราว่า บุคลิกและตัวตนของเขาจริงๆ เป็นคนไฮเปอร์ ไม่อยู่นิ่ง ชอบทำโน่นคิดนี่ตลอดเวลา และเมื่อได้มาทำงาน กลับพบว่าพี่ๆ น้องๆ ของนกแอร์กระตือรือร้นยิ่งกว่าผมอีก

"เราสร้างความรู้สึกว่า เราต้องชนะตัวเอง เพราะกำลังแข่งอยู่กับบริษัทยักษ์ใหญ่ ผมเป็นคนมองโลกในแง่ดี เวลาที่ผมแย่ ผมจะไม่ให้คนอื่นเห็น จนกว่าพลังของผมจะกลับมา แล้วค่อยออกมาให้ลูกน้องเห็น การเป็นผู้นำองค์กร การแสดงออกถึงความรู้สึกของตนเองเป็นเรื่องสำคัญ เหนื่อยมากแค่ไหน ก็บ่นออกมาไม่ได้"

คุณพาทีวางตำแหน่งทางการตลาดของนกแอร์ให้เป็น "Entertainment Airline" ความเป็นผู้นำของเขา จึงต้องเป็นผู้สร้างคุณค่าทางความรู้สึกที่นกแอร์นำเสนอต่อลูกค้าด้วย นำเสนอความสนุกสนาน เป็นกันเอง ซึ่งจริงๆ แล้วส่วนตัวพาทีก็มีบุคลิกตรงกับบุคลิกของนกแอร์นั่นเอง นั่นคือที่มาของภาพซีอีโอสวมชุดนกออกมาเดินแร็ป

นอกจากสื่อให้ลูกค้าเห็นบุคลิกนกแอร์ชัดเจนแล้ว ยังได้ใจคนรุ่นใหม่ที่ชอบความแตกต่าง สนุกสนาน อยากร่วมงานกับนกแอร์ด้วย จึงมักจะได้พนักงานใหม่ที่เสนอตัวขอทำงาน ด้วยค่าตอบแทนไม่สูงนัก เพียงเพื่อได้ร่วมงานกับนกแอร์เท่านั้น

อย่างไรก็ดี คุณพาทีมองว่าสิ่งที่เขาทำไม่ใช่เพื่อ "CEO Branding" แต่มาจาก "ความเป็นผู้นำ" มากกว่าสไตล์การบริหารงานของเขา ไม่ยึดตามสายบังคับบัญชา พนักงานทุกคนสามารถสื่อสารโดยตรงกับเขาได้หมด นอกจากนี้บรรยากาศการทำงาน ไม่ใช่การสั่งงาน แต่เป็นการขอให้ช่วยมากกว่า

"ถ้าคุณต้องการสร้างทีมเวิร์ค ต้องทำให้เขารู้สึกว่าเขาอยากทำให้ องค์กรแบบเก่าๆ อาจกลัวว่าความใกล้ชิด จะทำให้ไม่เคารพกัน แต่ผมว่ามันไม่ใช่ บางครั้งผมเผลอไปขัดห้องน้ำ ไปหาน้ำให้พนักงาน เพราะธรรมชาติของเราเป็นแบบนี้ เราบอกว่าเขาเหนื่อย เราก็ต้องช่วย"

ในการเป็นตัวแทนของแบรนด์นกแอร์ คุณพาทีได้วางสไตล์การแต่งตัวเพื่อนำเสนอความเป็นนกแอร์อยู่ตลอดเวลา ด้วยการใส่เสื้อยืดไปโลโก้เสื้อ มีโลโก้รูปนกแอร์ เหมือนกับพนักงานคนอื่น ๆ ของนกแอร์ ซึ่งเป็นการ

มาถึงทางด้านของคุณโชค ซีอีโอแบรนต์โชคชัยฟาร์ม ด้วยบุคลิกลักษณะ ทำทาง นำตา รูปร่าง การแต่งกายต่างๆ ได้สะท้อนถึงความเป็นแบรนต์โชคชัยฟาร์มออกมาได้อย่างไม่มีที่ติ เริ่มจาก รูปลักษณะภายนอกที่มีร่างกายกำยำ เสมือนความบอบหนุ่ม นอกจากนี้ ด้วยน้ำเสียง ลีลาการพูดคุยยังสุ่มนุ่มลึกสมกับมาดชายชาตรี และการแต่งตัวสไตล์ความบอบ นุ่งกางเกงยีนส์ ใส่เสื้อเชิ้ต ใส่หมวกความบอบ ซึ่ง สิ่งต่างๆ เหล่านี้ ช่วยสนับสนุนให้แบรนต์องค์กรและแบรนต์สินค้ามีความเข้มแข็งขึ้นมาได้เช่นกัน

เป็นอย่างไรกันบ้างครับสำหรับการสร้างแบรนต์จากตัวตนของ CEO คนเก่งทั้ง 2 ท่าน ซึ่งนับเป็นเกียรติอย่างสูงของศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า (ศูนย์แบรนต์ฯ) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้รับความอนุเคราะห์จากคุณโชค บุญกุลและคุณพาที สารสิน ที่เสียสละเวลามาแบ่งปันความรู้ แง่คิด มุมมอง ประสบการณ์ต่างๆ ทั้งในด้านการดำเนินธุรกิจ การสร้างแบรนต์ โดยเฉพาะการนำตนเองให้มีบุคลิกที่สอดคล้องกับแบรนต์ของตนเอง เพื่อแสดงออกถึงแบรนต์ได้อย่างชัดเจน สุดท้ายนี้ ศูนย์ศึกษาและวิจัยตราสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.อุไรวรรณ ธนสถิตย์ ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธีเปิดงาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ ไทยรุ่งโรจน์ รักษาการผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและบริการวิชาการและคณบดีคณะเศรษฐศาสตร์ รองศาสตราจารย์ ดร.ดรุณี หิรัญรักษ์ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่ให้การสนับสนุนและผลักดันให้การจัดงานสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ ตลอดจนคณาจารย์เจ้าหน้าที่ นักศึกษา ที่ให้ความช่วยเหลือ เสียสละเวลามาช่วยกันสร้างสรรค์กิจกรรมดีๆ อย่างนี้เพื่อพัฒนานักธุรกิจไทยให้ก้าวไกลและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง แล้วพบกันในอนาคตต่อไปนะครับ สวัสดี