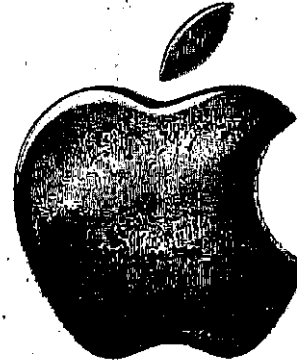


บริษัทวิจัย Millward Brown Optimor เผยผลสำรวจว่าด้วยเรื่องของแบรนด์ที่แข็งแกร่งและมีราคาค่างวดสูงที่สุดในโลก 100 อันดับแรก ปรากฏบริษัทไอทีครองพื้นที่ 1-4 อันดับแรกไปครอง นำโด่งมาด้วยกูเกิล (Google) ที่ได้รับคะแนนท่วมท้น ตามด้วยไอบีเอ็ม (IBM) แอปเปิล (Apple) และไมโครซอฟท์ (Microsoft)



Google

ทั้งนี้ ทั้งกูเกิล ไอพีเอ็ม แอปเปิล มีมูลค่าแบรนด์เติบโตขึ้นจากปี 2009 ในอัตรา 14%, 80% และ 82% ตามลำดับ

โดยแบรนด์กูเกิลมีมูลค่าสูงสุดในปี 2010 ที่ 114,260 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สามารถครองแชมป์ที่ 1 ได้ติดต่อกันเป็นปีที่ 4 ส่วนไอพีเอ็มมีมูลค่า 86,983 ล้านดอลลาร์ และแอปเปิล 83,153 ล้านดอลลาร์ ขณะที่แบรนด์ไมโครซอฟท์มีมูลค่าต่ำสุดที่ 78,844 ล้านดอลลาร์ อัตราเติบโตเป็น 0%

เป็นที่น่าสังเกตว่า ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจซบเซา แบรนด์ไอทีไฮเทค ยังเป็นแบรนด์ที่สร้างความแข็งแกร่งและสร้างมูลค่าเพิ่มได้ต่อเนื่อง หากเปรียบเทียบกับแบรนด์สินค้าอื่นๆ



โดย 6 อันดับใน 10 อันดับแรกที่เหลือได้แก่ โคคา โคล่า (Coca Cola) แมคโดนัลด์ (M) มาร์ลโบโร (Marlboro) ไชน่าโมบาย (China Mobile) จีอี (GE) และโวดาโฟน (Vodafone)

ทั้งนี้ การให้มูลค่าของแบรนด์ ประกอบด้วยการใช้บประชาสัมพันธ์ การตลาดที่ช่วยส่งเสริมแบรนด์อย่างต่อเนื่อง การรับผิดชอบต่อสังคม ความน่าเชื่อถือของแบรนด์และตัวสินค้า รวมทั้งความสามารถในการให้บริการ

เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ารายบุคคลได้อย่างทั่วถึง

ซึ่งคุณสมบัติข้อหลังสุด ถือเป็นคุณสมบัติหลักที่แบรนด์สินค้าประเภทไอทีตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างกรณีของกูเกิล ที่ลูกค้าสามารถสร้างสรรค์หน้าโฮมเพจส่วนตัวของตัวเองได้ หรือ

สินค้าไอทีพาเหรดขึ้นแท่น แบรนด์ที่มีมูลค่าสูงสุด

กรณีของแอปเปิล ที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้บริการตามแต่ต้องการ ผ่านการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันจากแอปเปิล สโตร์

นอกเหนือจากแบรนด์ไอที ที่ติดอยู่ใน 10 อันดับแรกแล้ว ยังมีสินค้าไอทีหลากหลายพาเหรดกันชิงตำแหน่ง 1 ใน 100 แบรนด์ที่มีคุณค่า ได้แก่ เอชพี (Hewlett-Packard) ในอันดับที่ 12 แบล็กเบอร์รี่ (BlackBerry) อันดับที่ 14 อเมซอนคอป-



Microsoft

คอม (Amazon.com) อันดับที่ 15 และออราเคิล (Oracle) อันดับที่ 19

ขณะที่ก็มีหลายแบรนด์ที่มีมูลค่าลดลง ได้แก่ โนเกีย (Nokia) อันดับที่ 48 มีมูลค่าลดลง 58% อินเทล (Intel) ซึ่งอยู่ที่อันดับ 48 มีมูลค่าลดลง 38% อีเบย์ (eBay) ที่อันดับ 76 มีมูลค่าลดลง 28%

ส่วนแบรนด์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ได้แก่ เวกิซอน (Verizon) ที่อันดับ 20 เอทีแอนด์ที (AT&T) อันดับที่ 22 ซอฟ (SAP) ที่อันดับ 21 และโซนี่ (Sony) ที่อันดับ 94 โดยมีซัมซุง



中国移动通信
CHINA MOBILE

(Samsung) ซึ่งได้อันดับที่ 68 ครอบแชมป์แบรนด์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงสุด คือเติบโตถึง 80% จากปีที่ผ่านมา

ส่วนแบรนด์ของเว็บไซต์เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ Social Networking ที่กำลังฮอต



vodafone

ฮิตอยู่นั้น ผลสำรวจแจ้งว่าแม้ได้รับความนิยมอย่างสูง แต่ก็ยังไม่สามารถไต่ตำแหน่งขึ้นเป็นมา 100 อันดับแรกได้ โดยมีเฟซบุ๊ก Facebook นำมาเป็นหัวหอกที่มีมูลค่าแบรนด์ 5,500 ล้านดอลลาร์