

นายกฯอภิสิทธิ์

ในฐานะ Thailand Brand Ambassador



กลยุทธ์การตลาด ธัญวัชร ไชยตระกูลชัย

ช่วงไม่กี่สัปดาห์มานี้ ต้องยอมรับว่านายกฯอภิสิทธิ์พยายามเดินสายไปทั่วโลก ในฐานะตัวแทนประเทศไทย อย่างขะมักเขม้นมาก

หลังรับตำแหน่งไม่นาน กรมส่งเสริมการส่งออก ผนึกบีโอไอและ ททท. จัดทีมเศรษฐกิจไทยด้านการค้าและลงทุนไปโรดโชว์ มีนายกฯ เป็นหัวหน้า

ราชนาถร์ พจนสุนทร อธิบดีกรมส่งเสริมการส่งออก เปิดเผยหลังหารือร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ว่า เพื่อฟื้นความเชื่อมั่นด้านการท่องเที่ยวและลงทุน ทั้ง 3 หน่วยงานจะจัดคณะทีมเศรษฐกิจ ด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวไปโรดโชว์ สำหรับการทำงานของทีม จะเดินทางไปยังประเทศเป้าหมาย โดยมีนายกฯอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี เป็นหัวหน้าคณะ

เบื้องต้นจะไปตลาดเร่งด่วน 2 ตลาดได้แก่ ญี่ปุ่น ปลายเดือน ม.ค.2552 และจีนต้นเดือน ก.พ. ให้ทันก่อนเทศกาลตรุษจีน หลังจากนั้นแผนเดินทางไปยังภูมิภาคอื่นๆ ได้แก่ ตะวันออกกลาง (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) และรัสเซีย

ทว่าไฮไลต์เปิดตัวจริงๆ นั้นเริ่มต้นที่ "ดาวอส"

นายกฯอภิสิทธิ์ไปเปิดตัวกับประชาคมโลกในเวที World Economic Forum แสดงวิสัยทัศน์ประเทศไทย และได้ถ่ายรูปร่วมกับผู้นำของโลกอย่าง บิล เกตส์ และโคฟี อันนัน

ประกาศว่าจะวางตำแหน่งให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหาร

รวมทั้งการท่องเที่ยว ... ทั้ง Green Tourism และ Medical Tourism

ได้พื้นที่ข่าวในโลก และสื่อของประเทศพอสมควร

ตามมาด้วยการเยือน "ญี่ปุ่น" ..

ภายหลังจากพบกับทีมประเทศไทยแล้ว นายกรัฐมนตรีกล่าวว่า "ทีมประเทศไทยยืนยัน ต้องการร่วมมือกับประเทศไทย ในความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจ ทั้งภาครัฐ และเอกชน ในด้านอุตสาหกรรมยาน-

ยนต์แข่งตัวได้ในทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ทีมประเทศไทย ยอมรับว่าประเทศญี่ปุ่นยังกังวลกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย แต่ยืนยันว่า เรื่องนี้ไม่มีปัญหา"

"การเยือนญี่ปุ่นในครั้งนี้ ถือว่าประสบความสำเร็จด้วยดี และการเยือนญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกๆ เพราะญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีความใกล้ชิด และความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับไทยมาโดยตลอด" เขากล่าว

"ขอขอบคุณญี่ปุ่นที่ไม่เคยทอดทิ้งไทย แม้ว่าจะประสบปัญหาภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ มั่นใจว่าสถานการณ์ประเทศไทยกลับสู่ภาวะปกติ รัฐบาลและรัฐสภาสามารถดำเนินงานต่อไปได้ นโยบายต่างๆ ได้รับการผลักดันและนำไปสู่การปฏิบัติ โดยเฉพาะการประชุมอาเซียนซัมมิตในปลายเดือนกุมภาพันธ์ นี้ จะได้มีการหารือร่วมกันในการรับมือและแนวทางการแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ด้วย"

จบจากญี่ปุ่น ก็มาแถลงข่าวเตรียมจัดอาเซียน ซัมมิต

รัฐบาลได้เริ่มประชาสัมพันธ์การประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 14 ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ โดยมีการแต่งเพลงชื่อ อาเซียนร่วมใจ เพื่อประกอบสื่อโฆษณาที่รัฐบาลจัดทำขึ้น รวมทั้งขอความร่วมมือในการลดราคาตั๋วเครื่องบินไปยังสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ

"เพลงอาเซียนร่วมใจ ต้องการสื่อถึงชนชาติอาเซียนที่ต้องร่วมมือกันในเรื่องต่างๆ ในการสร้างประชาคมอาเซียนให้มีความสุข และมีความเจริญก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจ" สาทิตย์ วงศ์หนองเตย รมต. ประจำสำนักนายกรัฐมนตรี กล่าว

"ไทยจะใช้เวทีอาเซียนครั้งนี้สร้างความเชื่อมั่นกลับคืนมา โดยขอรับประกันในฐานะประธานอาเซียน ว่าไทยจะดำเนินการทุกวิถีทาง เพื่อให้การประชุมอาเซียนดำเนินต่อไป และมีความใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น" อภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรี กล่าว

ทำไมนายกฯอภิสิทธิ์ นอกจากจะเป็น Thailand's Prime Minister แล้ว ...

ยังต้องเป็น Thailand's Brand Ambassador อีกด้วย? ●

บทวิเคราะห์

ผู้นำประเทศยุคใหม่ต้องทำตัวเป็นจุดขายของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโลกยุคโลกาภิวัตน์ที่การสื่อสารเชื่อมโลกเป็นหนึ่งเดียว

ซึ่งก็หมายความว่าผู้นำประเทศนั้นไม่เพียงต้องทำตัวให้เป็นที่ยอมรับในประเทศของตนเองเท่านั้น หากยังต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาต่างประเทศ และถ้าจะให้ดีก็ต้องทำให้ชาวต่างชาตินิยมด้วย จะเป็นการดีเอามากๆ

เพราะถ้าหากเป็นเช่นนั้นได้ ชาวต่างชาติย่อมเกิดความรู้สึกที่ดีต่อประเทศนั้น การท่องเที่ยวและการลงทุน ก็จะหลั่งไหลไปสู่ประเทศนั้นๆ (ในกรณีที่ว่าแปรอื่นๆ เท่ากันหมด เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งที่ผู้นำไม่เป็นที่ยอมรับ)

เมื่อสิบกว่าปีก่อนหน้านั้น เมื่อโทนี่ แบลร์ ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งนายกรัฐมนตรีด้วยวัยเพียงสี่สิบต้นๆ ในฐานะผู้นำพรรคกรรมกร ซึ่งเคยพ่ายแพ้พรรคอนุรักษนิยมในสมัยนางมาร์กาเรต แทตเชอร์ เรื่อยมา จนถึงสมัยนายจอห์น เมเจอร์ จนกระทั่งในที่สุดปรับนโยบายพรรคนำเสนอ Third Way จนกระทั่งชนะการเลือกตั้งในที่สุด

หลังจากที่โทนี่ แบลร์ ก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งนายกรัฐมนตรีแล้ว ด้วยความเป็นหนุ่ม ยุคใหม่ ทันสมัย นโยบายเดินตามแนวทางที่สาม แปลกๆ แปลกๆ ไปจากเดิม เมื่อเดินทางไปต่างประเทศจึงได้รับความนิยมอย่างมาก จนกระทั่งถึงกับกล่าวกันว่าโทนี่ แบลร์ นั้นคือสินค้าส่งออกที่ดีที่สุดของประเทศอังกฤษ

ซึ่งก็หมายความว่าโทนี่ แบลร์ ได้กลายเป็นแบรนด์ไปแล้ว และได้จุดแบรนด์อังกฤษที่อนุรักษนิยม แข็งกร้าวตามสไตล์นางแทตเชอร์ ให้กลายเป็นแบรนด์ที่ทันสมัยตามผู้นำไปด้วย

อย่างไรก็ตาม หลังจากที่โทนี่ แบลร์ หันมาเป็นพันธมิตรร่วมกับจอร์จ บุช ในการทำสงครามกับอิรัก ความเป็นแบรนด์ยอดเยี่ยมของแบลร์

ก็ตกต่ำลงเรื่อยๆ แม้ว่าในระยะแรก แบลร์แบรนด์จะยังคงแข็งแกร่งอยู่ แต่สุดท้ายเมื่อถูกนำไปวางคู่กับจอร์จ บุช ที่เป็นแบรนด์เชิงลบ

แบรนด์แบลร์จึงต้องถูกแบรนด์บุชป่นปือไปโดยปริยาย และสุดท้ายแบลร์แบรนด์ก็สิ้นมนต์ขลังต้องออกจากตำแหน่งนายกรัฐมนตรีไปในที่สุด

โอบามาเป็นตัวอย่างของแบรนด์ผู้นำที่ดีที่สุด เพราะเขามีคุณสมบัติครบถ้วนทุกประการในการเป็นแบรนด์

ก่อนหน้านั้นคุณสมบัติแบบประธานาธิบดีแบบโอบามา นั้นโอกาสที่เกิดได้นั้นค่อนข้างยาก หรือเกือบเป็นไปไม่ได้เลย

หากมอຍย้อนไปในอดีตแล้วผู้สมัครชิงตำแหน่งประธานาธิบดีที่มีฝีมือ พ่อเคนยา แม่ชาวจากแคนซัส อยู่กับพ่อเลี้ยงถึง 4 ปีที่จาร์ตาโตที่ฮาวาย อยู่กับญาติข้างแม่ เรียนรัฐศาสตร์ที่โคลัมเบีย จบกฎหมายที่ฮาร์วาร์ด ลอร์ สจูด ทำงานภาคธุรกิจช่วงสั้นๆ จากนั้นทำงานภาค

ประชาชน เล่นการเมืองระดับรัฐ แล้วก้าวขึ้นเป็น ส.ว.เมื่อสองปีที่แล้ว คุณสมบัติเช่นนี้ สมัยก่อนแค่ประกาศลงเลือกตั้งชิงตำแหน่งตัวแทนพรรค ผู้คนก็คงเห็นว่าเป็นเพียงไม้ประดับ หรือสีล้นให้คนเห็นว่าคนตัวนั้นก็อาจจะมึลลิตซ์สมัครเหมือนกันนะ แต่อย่าฝันเฟื่องเลยว่าจะได้นั่งเก้าอี้ประธานาธิบดี

แต่คุณสมบัติที่ทำได้ยากเช่นนี้แหละที่เป็น “สารตั้งต้น” ของการสร้างแบรนด์ เพราะมี Unique Selling Point ที่ทำได้ยากในบรรดาผู้สมัครประธานาธิบดีคนอื่น

และที่สำคัญก็คือโอบามาเป็นนักสื่อสารชั้นยอด ใครก็ตามที่เคยฟังปาฐกถาของโอบามาแล้วจะเห็นได้ว่าเขาเป็นนักสื่อสารผู้ยิ่งใหญ่

จริงอยู่ที่ผู้ประสบความสำเร็จบางคน “เก่งทำ” แต่พูดไม่เก่ง ก็ไม่ได้ทำให้เขาดูดีอย่างใด แต่ทว่าหากผู้นำเป็นนักสื่อสารผู้ยิ่งใหญ่ด้วยแล้ว ไร้งานก็ย่อมลุล่วงได้อย่างง่ายดาย

ประธานาธิบดีโรนัลด์ เรแกน ซึ่งเป็นหนึ่งในสิบประธานาธิบดีผู้ยิ่งใหญ่ของสหรัฐานั้นถือว่าเป็นนักสื่อสารชั้นยอดคนหนึ่งของโลกที่โอบามายกย่องชื่นชม แม้ว่าจะอยู่นครหลวงก็ตาม

โอบามาเขียนหนังสือด้วยตนเองหลายเล่ม สองในจำนวนนั้นก็คือ Audacity of Hope และ Dream from my father เมื่อหลายปีก่อน เพื่อสื่อสารให้ชาวอเมริกันรู้ว่าเขาคือใคร มาจากไหน และคิดอะไร ขายอะไร ในรูปแบบตัวหนังสือ

เมื่อเขาอยู่บนเวทีปราศรัย เขาก็สามารถสะกดคนได้นับแสน เมื่อเขาออกทีวี เขาก็ช่วยมนตรีให้ผู้ชมทางบ้านคล้อยตาม และเมื่อเขาเลือกคำว่า Change ผู้คนก็เห็นด้วยกับเขาว่าการเปลี่ยนแปลงนั้นสำคัญกว่าประสบการณ์

นายกฯอภิสิทธิ์ ก็กำลังอยู่ในระหว่างการสร้างแบรนด์ผู้นำเช่นกัน คุณสมบัติและภูมิหลังทางการศึกษาและครอบครัวนั้นเอื้อให้เขากลายเป็นแบรนด์ผู้นำประเทศที่ประสบความสำเร็จได้ไม่ยากนัก แม้ว่าในช่วงแรกของการดำรงตำแหน่งจะได้รับการต่อต้านจากฝ่ายเสื้อแดง ซึ่งเป็นเรื่องธรรมดา เพราะการได้ตำแหน่งนั้นผ่านการชิงไหวชิงพริบกันอย่างหนักหน่วง แต่เมื่อเวลาผ่านไปเรื่อยๆ พลังต่อต้านจะน้อยลง และเขาจะได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อยๆ หากเศรษฐกิจกระเตื้องขึ้นบ้าง

นายกฯอภิสิทธิ์อาจใช้คุณสมบัติและภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในต่างประเทศ อย่างที่เริ่มต้นได้ดีที่ดาวอสและการเดินทางไปเยือนญี่ปุ่นและประเทศอื่นๆ ในอนาคตอันใกล้

แน่นอนที่สุดว่านายกฯอภิสิทธิ์นั้นเป็น Thailand Brand Ambassador โดยปริยายอยู่แล้ว เพราะเป็นผู้นำประเทศไทย

แต่ถ้าหากจะให้มึลลิตซ์ผลจริงๆ แล้ว ควรจะให้มีการวางยุทธศาสตร์การสร้างแบรนด์ให้เข้มข้นกว่านี้

เพราะเมื่อ “อภิสิทธิ์” กลายเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งในต่างแดน ก็จะเป็นคุณต่อประเทศไทย ●