



www.oknation.net/blog/black
yoon@nationgroup.com

น่าตกใจ! ยี่ห้อ Thailand ติด brand อันดับเกือบบ๊วย

๖๖ **แบรนด์หรือยี่ห้อของประเทศ คือ ภาพลักษณ์ที่คนอื่น**
มองเรา...ถามว่าวันนี้ brand ที่ชื่อ Thailand อยู่อันดับ
ที่เท่าไรของโลก

คำตอบคือแย่มาก

ผลการสำรวจที่เรียกว่า **East West Global Index 200** ที่เพิ่ง
ทำครั้งแรกโดย East West Communications เพื่อประเมินว่า
สื่อมวลชนของโลกเขียนเกี่ยวกับประเทศต่างๆ อย่างไรจนสร้าง brand
image ขึ้นมาในความรู้สึกของคนทั่วไปในโลก

คนทำสำรวจครั้งนี้บอกว่าที่จัดลำดับเรื่องยี่ห้อครั้งนี้ก็เพื่อให้แต่
ละประเทศรู้ว่าจะต้องปรับปรุงแก้ไขตัวเองอย่างไรเพื่อให้สามารถแข่ง
ขันในเวทีสากล

ผลการสำรวจบอกว่าประเทศไทยอยู่อันดับที่ 195 จากทั้งหมด
200 ชาติ...ได้คะแนนเพียงร้อยละ 21.627 ขณะที่เบอร์หนึ่ง คือ เกาหลี
บ้านทางใต้สิงคโปร์ ซึ่งทำได้ 80.624 เปอร์เซนต์

ถามว่าสิบอันดับแรก คือ ประเทศไหนบ้าง คำตอบคือ

1. สิงคโปร์
2. กาตาร์
3. ยูเอเอ อีเอช อามิเรตส์
4. เดนมาร์ก
5. ไอร์แลนด์
6. ฟินแลนด์
7. แอลจีเรีย
8. เปรู
9. โปแลนด์
10. นิวซีแลนด์

หน่วยงานที่สำรวจนี้บอกว่าเป็นผลของการวิเคราะห์วิจัย

“แบรนด์” ของแต่ละประเทศในไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา โดยยึด
เอาบทความ ข่าว และเนื้อหาที่อ่านพบในสื่อทั่วโลกเกี่ยวกับประเทศ
ต่างๆ บวกกับการสำรวจความเห็นและการสัมภาษณ์กลุ่มคนอาชีพต่างๆ
ที่เลือกสรรมาเป็นพิเศษ หรือที่เขาเรียกว่า focus groups.

คณะวิจัยบอกว่าเขาใช้วิธีการที่เป็นวิทยาศาสตร์พอสมควรในการ
ประเมินว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ในสายตาของคนอื่นอย่างไร

เขาอ้างว่าได้ใช้แหล่งข่าวที่เป็นสื่อทั่วโลกที่มีชื่อเสียงและน่าเชื่อถือ
38 แห่งที่ออกข่าวเกี่ยวกับประเทศต่างๆ ระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2008
ถึง 30 มิถุนายน 2008 ซึ่งทำให้มีข้อมูลอ้างอิงถึง 5 ล้านชิ้นที่เกี่ยวข้อง

242 ประเทศ

จากข้อมูลทั้งหมดนี้ 1.5 ล้านชิ้นถูกตีความว่าเป็นด้าน **“บวก”**
ขณะที่ 1.7 ล้านชิ้นได้รับการวิเคราะห์ที่ไปทาง **“ลบ”** สำหรับประเทศนั้นๆ

เป้าหมายที่ทำการสำรวจ Nation Brand Perception Indexes
นั้นก็เพื่อช่วยให้แต่ละประเทศได้รู้ว่าคุณภาพตัวเองอย่างไรและ

สามารถประเมินจุดแข็งและจุดอ่อนของตัวเองได้อย่างถูกต้องแม่นยำ
มากกว่าที่ผ่านมา

เมื่อผลครั้งแรกออกมาเช่นนี้ ไม่ต้องสงสัยว่าทำไม **“ยี่ห้อ”** ของ
ประเทศไทยจึงอยู่บนดับเกือบบ๊วยและสิ่งคโม้รภกัอันดับหนึ่ง
เพราะตลอดปีที่ผ่านมาข่าวคราวเกี่ยวกับประเทศไทยล้วนแต่เป็น
ไปทางลบทั้งสิ้น โดยเฉพาะข่าวคราวด้านความขัดแย้งทางการเมืองของ

เรานั้นขจรขยายไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง

จึงควรที่รัฐบาลไทยจะได้ศึกษาทำความเข้าใจกับ **“ภาพลักษณ์”**
ที่ย่ำแย่ของประเทศไทยในเวทีสากลตลอดเวลาหลายปีที่ผ่านมา และจะ
ต้องทำทุกอย่างเพื่อพลิกฟื้น **“ยี่ห้อ”** หรือ brand ของคำว่า Thailand
กลับมาให้จงได้

เพราะหาก brand ของเรานำ ความสามารถในการแข่งขันกับ
ต่างประเทศก็จะพลอยหดหายไปและผลที่ตามมาก็คือว่าคนไทยไม่ว่า
จะอยู่ในอาชีพใดก็จะต้องเผชิญกับการถูกมองเป็นพลเมืองของประเทศ
ชั้นสองในเวทีระหว่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

การทำให้เกิดภาพทางบวกสำหรับประเทศไทยนั้น ต้องตระหนัก
ว่าทั้งเนื้อหาสาระเองกับการทำให้ต่างประเทศเข้าใจและรู้ถึงความ
เป็นไปในบ้านเมืองเรามีความสำคัญพอๆ กัน

แต่หากอะไรๆ ยังไม่พัฒนาจากความขัดแย้งที่วนเวียนอยู่ที่คนคน
เดียวและหากคนไทยไม่พร้อมใจกันยกระดับความรู้สึกให้พ้นจากบ่วง
กรรมเก่าๆ ไม่ว่าเราจะทุ่มงบประมาณล้านพันล้านแค่ไหนก็ไม่ได้ผลอยู่ดี

วันนี้ผมเอาระจกข้างนอกบ้านใหญ่มาสองให้เรากันไทยได้เห็น
ภาพของตัวเองที่คนอื่นมองแล้ว อย่างทุบกระจกแตกเพราะไม่ชอบภาพ
สะท้อนอันอัปลักษณ์ ต้องขอบคุณเขาที่บอกเราตรงๆ ว่า หน้าตาเรา
นุดเบี้ยวได้ถึงขนาดนี้เชียวนะหรือ

ทราบแล้วเปลี่ยน