

QNB ครองตำแหน่งแบรนด์ธนาคารมูลค่าสูงสุดใน ตะวันออกกลางและแอฟริกา ด้วยมูลค่า \$5.04 พัน ล้าน



QNB Group สถาบันการเงินรายใหญ่ที่สุดในตะวันออกกลางและแอฟริกา (MEA) ครองตำแหน่งแบรนด์ธนาคารที่มีมูลค่าสูงสุดในภูมิภาคได้อีกครั้ง ด้วยมูลค่าแบรนด์ที่ 5.04 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการเปิดเผยในรายงานประจำปี ซึ่งจัดทำโดย Brand Finance และเผยแพร่โดยนิตยสาร The Banker

(รูปภาพ: https://mma.prnewswire.com/media/808498/QNB_Group_Head_Office.jpg)

มูลค่าแบรนด์ของ QNB เพิ่มขึ้นแตะ 5.04 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเทียบกับระดับ 4.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2561 หรือเพิ่มขึ้น 19% เมื่อเทียบรายปี พร้อมรักษาระดับที่ 61 เอาเอาไว้ได้ในการจัดอันดับแบรนด์ธนาคารชั้นนำ 500 แบรนด์ทั่วโลก

นอกจากนี้ แบรนด์ QNB ยังคงความเป็นเจ้าตลาด MEA ขณะที่มูลค่าแบรนด์ในภูมิภาคเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 9%

ทางกลุ่มฯ ได้คงอันดับความแข็งแกร่งของแบรนด์ที่ระดับ AA+ พร้อมด้วยแนวโน้มเชิงบวก ซึ่งถือเป็นแบรนด์ธนาคารที่มีอันดับสูงที่สุดในกาตาร์

ดัชนีความแข็งแกร่งของแบรนด์ หรือ Brand Strength Index (BSI) ของ QNB ปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยอยู่ที่ 79 จากเดิม 100 เพราะได้แรงหนุนจากผลการดำเนินงานทางการเงินที่แข็งแกร่ง และการขยายตัวของธุรกิจในด้านประเทศ

ขณะเดียวกัน แบรนด์ QNB ได้ผลักดันการเติบโตในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้วิสัยทัศน์ที่จะก้าวขึ้นเป็นธนาคารชั้นนำในภูมิภาคตะวันออกกลาง แอฟริกา และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (MEASEA) ภายในปี 2563

นอกเหนือจากการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค (Brand Engagement) แล้ว ทางกลุ่มฯ ยังมีผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งในปี 2561 ด้วยผลกำไรสุทธิ QAR13.8 พันล้าน (USD 3.8 พันล้าน) เพิ่มขึ้น 5% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 6% แตะ QAR 862 พันล้าน (USD 237 พันล้าน) ซึ่งเป็นระดับสูงสุดที่ทางกลุ่มฯ เคยทำได้ และเป็นหนึ่งในผลประกอบการที่ดีที่สุดที่สุดในประวัติศาสตร์ของ QNB

Group

นายยูเซฟ ดาร์วิซ ผู้จัดการทั่วไปของ QNB Group Communications กล่าวว่า “แผนกลยุทธ์ที่เราดำเนินมาตลอดปี 2561 ทำให้เราสามารถยกระดับแบรนด์ให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น และรักษาอันดับของเราในฐานะแบรนด์ธนาคารที่มีมูลค่าสูงที่สุดใน MEA แบรินด์ QNB ปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นข้อบ่งชี้ที่ชัดเจนถึงการเติบโตและการกระจายธุรกิจของเรา เพื่อคว้าส่วนแบ่งในตลาดภูมิภาคและทั่วโลกให้ได้มากยิ่งขึ้น”

“QNB ยืนหยัดอย่างแข็งแกร่งกับผลงานความสำเร็จของแบรนด์ ที่สะท้อนคุณค่า ความมุ่งมั่น และความเป็นเลิศของเราในการส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการธนาคารที่โดดเด่นให้แก่ลูกค้า สิ่งนี้เป็นผลมาจากแนวทางอันสร้างสรรค์ของเราในการสร้างภาพลักษณ์และมูลค่าแบรนด์อย่างต่อเนื่อง” ดาร์วิซกล่าวเสริม

“ความสำเร็จครั้งนี้ถือเป็นเครื่องพิสูจน์อย่างแท้จริงถึงความเป็นผู้นำของเราในแง่ของอัตราส่วนเงินกองทุนต่อสินทรัพย์เสี่ยง และการเติบโตอย่างแข็งแกร่งของธุรกิจในต่างประเทศ โดยได้รับแรงหนุนจากผลประกอบการที่โดดเด่น อันจะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการก้าวขึ้นเป็นธนาคารชั้นนำในภูมิภาค MEASEA ภายในปี 2563 ตามวิสัยทัศน์ของเรา” นายดาร์วิซกล่าวสรุป

ด้านนายเดวิด เฮท์ ซีอีโอของ Brand Finance แสดงความเห็นในโอกาสนี้ว่า

“การเติบโตที่น่าประทับใจในมูลค่าแบรนด์ถือเป็นการตอกย้ำสถานะแบรนด์ธนาคารที่มีมูลค่าสูงที่สุดในตะวันออกกลางและแอฟริกาของ QNB โดย QNB จะได้รับการยกย่องชื่นชมจากบริการลูกค้าที่ดียิ่งขึ้นในกาตาร์ควบคู่กับการพัฒนาการรับรู้ของแบรนด์ในตลาดที่เติบโตแล้วในต่างประเทศ และรักษาสถานะการเป็นสปอนเซอร์ที่ให้สนับสนุนนักกีฬา ทีมกีฬา หรือรายการกีฬาที่มีชื่อเสียงระดับโลกต่อไป”

Brand Finance เป็นองค์กรอิสระชั้นนำของโลกที่ให้คำปรึกษาด้านกลยุทธ์และการประเมินมูลค่าแบรนด์ และเป็นบริษัทที่อยู่เบื้องหลังการจัดอันดับธนาคารชั้นนำ 500 อันดับ (Brand Finance Banking 500) ซึ่งมีการตีพิมพ์เผยแพร่เป็นประจำทุกปี ด้วยความร่วมมือกับนิตยสาร The Banker ในเครือ Financial Times

แบรนด์แต่ละแบรนด์ได้รับการจัดอันดับโดยพิจารณาจากเกณฑ์ความแข็งแกร่ง ความเสี่ยง และศักยภาพในอนาคตของแบรนด์ เมื่อเทียบกับคู่แข่ง รวมถึงการสรุปรวมมาตรการต่างๆ ในด้านความแข็งแกร่งและผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจ

QNB Group ดำเนินธุรกิจผ่านทางบริษัทย่อยและบริษัทในเครือกว่า 30 ประเทศใน 3 ทวีป โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม ด้วยจำนวนพนักงานมากกว่า 29,000 คนที่ปฏิบัติงานประจำสำนักงานสาขากว่า 1,100 แห่ง รวมถึงมีเครื่องเอทีเอ็มให้บริการมากกว่า 4,400 เครื่อง