

บทคัดย่อ

งานวิจัยเฉพาะเรื่องฉบับนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการด้วยกัน คือ ประการที่หนึ่ง เพื่อทำการศึกษาถึงเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ในการผลิตสินค้าหลายชนิดร่วมกันของบริษัท ไอ.ซี.ซี. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน) ในเครือสหพัฒน์ กรณีศึกษาแบรนด์ BSC โดยใช้แนวคิดในเรื่องของการประหยัดจากการผลิตที่เกิดขึ้นได้ในลักษณะต่างๆ ตามแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ การประหยัดจากขนาด (Economics of Scale), การประหยัดจากขอบเขต (Economics of Scope), การประหยัดจากการเรียนรู้จากการปฏิบัติ (Learning by Doing) และการประหยัดจากการสร้างกำไรแบบได้เปล่า มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ภายใต้สมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า การผลิตสินค้าหลายชนิดของแบรนด์ BSC มีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ในเรื่องของการประหยัดจากการผลิตในลักษณะต่างๆ และวัตถุประสงค์ประการที่สอง เพื่อศึกษาแบรนด์และการสร้างแบรนด์ BSC โดยใช้แนวคิดทางการตลาดว่าด้วยการสร้างแบรนด์ มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ภายใต้สมมติฐานทางการตลาดที่ว่า การสร้างที่ดีที่จะทำให้ผู้บริโภคจดจำและระลึกได้ไม่ควรถือว่าจะขยายสายผลิตภัณฑ์ และใช้ชื่อแบรนด์เดิมหรือเพิ่มคำในแบรนด์เดิม จะทำการศึกษาจากข้อมูลแบบทฤษฎี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 - 2549 โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่า การผลิตสินค้าหลายชนิดของ บมจ. ไอ.ซี.ซี. มีความสอดคล้องกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ในเรื่องการประหยัดจากการผลิตที่ได้ใช้ความรู้และประสบการณ์จากการที่เป็นตัวแทนผู้ผลิตและจำหน่ายให้กับสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ ทำให้ต้องมีการควบคุมเรื่องคุณภาพและมาตรฐานให้เป็นไปตามที่เจ้าของแบรนด์ของสินค้านั้นๆ กำหนด นำมาเป็นพื้นฐานในการผลิตสินค้า BSC แต่ละสายผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดการประหยัดจากการเรียนรู้ ซึ่งพบว่ารายได้จากการขายสินค้าแบรนด์ BSC มีความสอดคล้องกับรายได้จากการขายสินค้าของบริษัทเองในแต่ละหมวดของสินค้าที่ขาย รวมทั้งการที่แบ่งความรับผิดชอบในการผลิตสินค้าให้กับบริษัทในเครือที่มีความชำนาญเฉพาะด้านในหมวดสินค้านั้นๆ เป็นผู้ผลิตสินค้าแบรนด์ BSC อาจทำให้เกิดการประหยัดจากขนาดการผลิตที่ได้จากการให้บริษัทในเครือผลิตเอง พบว่า อัตราส่วนสินทรัพย์คงที่ต่อรายได้จากการขายสินค้าหรือต้นทุนคงที่ต่อยอดขายนั้นลดลงต่อเนื่อง และยังพบว่าอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขายสินค้าและบริการต่อรายได้จากการขายสินค้าที่ลดลง ที่แสดงให้เห็นถึงเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ในเรื่องของการประหยัดจากขอบเขตจากการผลิตสินค้าหลายชนิดหรือหลายหมวดของแบรนด์ BSC ร่วมกัน ทำให้เป็นการประหยัดในด้านค่าใช้จ่ายในการ

โฆษณา และค่าบริหารจัดการกระจายสินค้า นอกจากนี้การประหยัดจากสร้างกำไรแบบได้เปล่าที่ได้นำกำลังการผลิตส่วนเกินที่เกิดจากการหยุดการผลิตสินค้าแบรนด์เนมต่างประเทศที่ไม่ได้ต่อสัญญา มาใช้ผลิตสินค้าที่เป็นแบรนด์ของตนเอง รวมถึงเรื่องคุณภาพที่ได้เทียบเท่ากับสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศโดยไม่ต้องเริ่มต้นใหม่ในการทำวิจัยพัฒนาการผลิต

บมจ. ไอ.ซี.ซี.ฯ ได้สร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ BSC โดยที่ชื่อ 'BSC' นั้นย่อมาจาก 'Best Selected Collection' ซึ่งมีความหมายว่า เป็นสินค้าที่ดีมีคุณภาพที่ได้ถูกคัดสรรมาแล้วสำหรับผู้บริโภค ใช้กลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จัก คอยเน้นย้ำถึงคุณภาพของสินค้าที่เทียบเท่ามาตรฐานสากล ที่มีราคาเหมาะสม การทำประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบของการสร้างภาพลักษณ์องค์กร (Corporate Image) รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ และพัฒนาช่องทางการขายใหม่ๆ เพิ่ม ทำให้ BSC เริ่มเป็นที่รู้จักกันมากขึ้น ตามขั้นตอนของการสร้างแบรนด์ 4 ขั้นตอน คือ การกำหนดตำแหน่งของแบรนด์, การกำหนดบุคลิกของแบรนด์, การสร้างเอกลักษณ์ให้กับแบรนด์ และการสื่อสารเพื่อสร้างแบรนด์

ในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์ การใช้กลยุทธ์การผลิตสินค้าหลายชนิด (Multi Product) มีประโยชน์ในการที่จะนำมาช่วยเสริมในการสร้างแบรนด์ เพราะการทำเช่นนั้นจะช่วยทำให้เกิดการประหยัดจากการผลิตในหลายๆ ด้านด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการประหยัดการใช้ต้นทุนคงที่ที่สามารถนำอุปกรณ์เครื่องจักรที่มีอยู่มาใช้ในการเพิ่มผลผลิต โดยไม่ต้องลงทุนเพิ่มมากนักหรือการประหยัดค่าใช้จ่ายจากการโฆษณาที่ได้จากการใช้ชื่อแบรนด์เดียวกัน หรือร่วมกับแบรนด์อื่น แต่ในมุมมองทางการตลาด การที่แบรนด์หนึ่งๆ จะขยายสายผลิตภัณฑ์ออกไปเป็นจำนวนมากโดยใช้ชื่อแบรนด์เดียวกัน ย่อมอาจส่งผลทางด้านลบให้กับแบรนด์ได้ ถ้าหากการขยายสายผลิตภัณฑ์นั้นไม่มีการควบคุมในแต่ละสายผลิตภัณฑ์ที่ได้ขยายออกไปให้อยู่ในทิศทางเดียวกันตามจุดยืนที่ตั้งไว้ตั้งแต่แรก ในกรณีศึกษาของสินค้าบางแบรนด์อย่างแบรนด์ BSC จะเห็นได้ว่าขัดแย้งกับมุมมองทางการตลาดที่ว่าไว้ อันเนื่องมาจาก BSC ได้เน้นจุดยืนของแบรนด์ไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นแบรนด์ที่เน้นในเรื่องของคุณภาพและราคาที่เหมาะสมเป็นหลัก โดยที่ผลิตภัณฑ์แต่ละสายผลิตภัณฑ์จะยึดถือเป็นแนวทางในการสร้างแบรนด์เหมือนกัน ซึ่งจะเห็นได้จากการรับรู้ของผู้บริโภคที่ทราบว่า BSC เป็นสินค้าที่มาจากในเครือสหพัฒน์ จึงเป็นการรับประกันได้ว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพเทียบเท่าแบรนด์เนมต่างประเทศ