

การตัดสินใจใช้บริการสำรวจตลาดของผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ
: การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม

**Decision making in hiring market survey service for entrepreneurs
with government grants: A conjoint analysis**

ตรีชิต เมธรัตน์โชติ

วิชาเอกการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย

ผู้รับผิดชอบบทความ

Treechit Metharattanachot

Master of Business Administration (Marketing), Ramkhamhaeng University, Thailand

Corresponding author: treechit@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการสำรวจตลาดของผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุน จากภาครัฐด้วยการใช้เทคนิควิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) โดยได้ศึกษาทั้งในด้านค่าบริการ วิธีการเก็บข้อมูล การบริการออกแบบแบบสอบถามรูปแบบการรายงานผลและระยะเวลาการดำเนินงานและรายงานผล กับกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 82 ราย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐในหมวดทดสอบตลาด และเป็นผู้ประกอบการที่ขอรับทุนและอยู่ในระหว่างการพิจารณาของแหล่งทุนในหมวดทดสอบตลาดใช้วิธีการเก็บ ข้อมูลผ่านออนไลน์ ในรูปแบบ Google Form

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับค่าบริการเป็นอันดับหนึ่ง และค่าบริการ 20,000 บาท เป็นราคาที่ยินดีจ่ายมากที่สุดความสำคัญอันดับที่ 2 ในการตัดสินใจใช้บริการนั้นคือระยะเวลาการดำเนินงานและรายงานผล โดยที่ระยะเวลา 7 วัน เป็นระยะเวลาที่ได้รับความสนใจมากที่สุดอันดับที่ 3 คือ รูปแบบการรายงานผล กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจกับการรายงานผลที่มีการวิเคราะห์ผลจากการสำรวจ และนำเสนอในรูปแบบ Powerpoint มากที่สุดลำดับที่ 4 คือการให้บริการออกแบบแบบสอบถาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสนใจกับการบริการที่มีการออกแบบแบบสอบถามมากที่สุด และลำดับสุดท้ายที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญนั้นคือ วิธีการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างสนใจใช้บริการที่มีวิธีการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์มากที่สุดซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบการให้บริการสำรวจตลาดในกิจการของผู้วิจัยและเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ

คำสำคัญ : สำรวจตลาด ผู้ประกอบการ เทคนิควิเคราะห์ห้วงค์ประกอบร่วม

Abstract

The purpose of this research was to study the decision to use market survey services Of entrepreneurs funded by the government using Conjoint Analysis Techniques. The study has been conducted in terms of service fees, how to collect information Questionnaire Design Services, the format of the report and the duration of the operation, and report on the results were conducted with a total of 82 samples. These are entrepreneurs who have received funding from the government in the market test category and are entrepreneurs who have applied for funding and are under consideration for funding sources in the market test category. By collecting data in an online format by Google Form.

The results showed that the sample group gave the first priority is service fees. The service fee of 20,000 baht is the most appreciate price. The second priority in deciding to use the service is the reporting period, and the 7-day period is the most attention. The third is the reporting format. The sample group paid the most attention on the reporting of the results in the Powerpoint format for analysed. The fourth is the questionnaire design service, where the sample group paid the most attention to the service with the questionnaire design. And the last priority that the sample group focused on was the method of collecting data, the most method is How to collecting data on online channels. The results of this research will be useful for the design of market survey services in the researcher's business and will also benefit those who are interested.

Keywords : Market Survey, Entrepreneur, Conjoint Analysis Techniques

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ทินกร รสรื่น (2567) ให้ข้อมูลไว้ว่าในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคสังคม ได้มีการผลักดันการใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจโดยรวม และช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงการสนับสนุนทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีโดยมุ่งเน้นการพัฒนาระบบนิเวศด้านเทคโนโลยีนวัตกรรมเพื่อสร้างผู้ประกอบการฐานนวัตกรรม ที่มีศักยภาพสูงซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการรายใหม่ได้เข้าถึงการให้บริการของภาครัฐ เช่นสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์วิจัย และนวัตกรรม (สป.อว.) สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการอุทยานวิทยาศาสตร์ (สอว.) กองส่งเสริมและประสานงานเพื่อประโยชน์ทางวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (กปว.) กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรมกระทรวงอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (TED FUND) เป็นต้น

ทั้งนี้ในการพัฒนานวัตกรรม การพัฒนาเทคโนโลยี รวมไปถึงการพัฒนาธุรกิจ ตลอดจนการทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อนำไปสู่การต่อยอดทางการตลาดในอนาคต ข้อมูลจากสำนักคณะส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2567) ได้มีการสนับสนุนแหล่งทุนกระจายไปยังหน่วยงานต่างๆ 187 หน่วยงาน ในงบประมาณ ภาพรวมปี 2563 - 2566 63,000 ล้านบาท ในส่วนงบประมาณที่ถูกจัดสรรปี 2566 มีจำนวน 16,354 ล้านบาท เพื่อให้ความรู้พื้นฐาน ในการทำธุรกิจกับผู้ที่สนใจ และมีการคัดเลือกผู้ประกอบการจากสามกลุ่มดังนี้ Startup วิสาหกิจขนาดย่อมและวิสาหกิจ ชุมชน เพื่อสนับสนุนทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงพัฒนาธุรกิจโดยหนึ่งในหมวดของ

การนำเงินทุนสนับสนุนนั้นจะมีหมวดทดสอบตลาด เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมให้กับธุรกิจนวัตกรรมในการทำแผนธุรกิจเพื่อเป็นแนวทาง ในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมต่อไป

ซึ่งในการทดสอบตลาดนั้นมีบริษัทให้บริการในการทดสอบตลาดในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงบริษัทของผู้วิจัยที่ได้ก่อตั้งขึ้น นั่นคือ บริษัทพร้อมทรัพย์ เอเจนซี จำกัด ที่ได้ให้บริการสำรวจตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ โดยได้มีการให้บริการดังนี้

1. Online Survey สำรวจตลาดในรูปแบบออนไลน์
2. Field Interview สำรวจ สัมภาษณ์ภาคสนาม
3. Focus Group สัมภาษณ์กลุ่มย่อย
4. Customer Satisfaction สำรวจความคาดหวัง ความพึงพอใจของลูกค้า

จึงเป็นที่มาของการทำวิจัยครั้งนี้ โดยได้นำเทคนิคการวิเคราะห์หองค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) มาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งได้มีการจำลองสถานการณ์ว่าหากมีบริษัทให้บริการสำรวจตลาด 20 บริษัทมานำเสนอบริการที่มีคุณลักษณะ (Attribute) แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างจะให้ความสำคัญแต่ในละคุณลักษณะมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงการให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนระดับ (Level) ของคุณลักษณะนั้นๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการสำรวจตลาด และนำผลที่ได้มาออกแบบคุณลักษณะของการให้บริการ รวมไปถึงการพยากรณ์ความสนใจใช้บริการในอนาคตให้ตรงกับความสนใจของผู้ใช้บริการมากที่สุด

คำถามงานวิจัย

ผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐในหมวดทดสอบตลาดสนใจใช้บริการสำรวจตลาดที่มีคุณลักษณะแบบใด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะของธุรกิจการให้บริการวิจัยตลาดที่ผู้ประกอบการตัดสินใจใช้บริการ
2. เพื่อศึกษาและพยากรณ์คุณลักษณะของธุรกิจการให้บริการวิจัยตลาด โดยการจำลองสถานการณ์การตัดสินใจใช้บริการด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม

ขอบเขตงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนในการทดสอบตลาด และผู้ประกอบการที่ขอรับทุนและอยู่ในระหว่างการพิจารณาของแหล่งทุนในหมวดทดสอบตลาด จำนวน 82 ราย ทั่วประเทศไทย ใช้ระยะเวลาการศึกษา 5 เดือนตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ 2567 ถึงเดือน มิถุนายน 2567

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม (Conjoint Analysis) เป็นเทคนิคที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในวงการการตลาดเพื่อศึกษาถึงปัจจัยหรือสาเหตุที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ โดยลักษณะของการวิจัยตลาดจะเป็นการศึกษาถึงลักษณะของสินค้าหรือบริการ ที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อเช่น ราคา สี ส่วนประกอบ การรับประกันสินค้า และ ส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ เพื่อนำไปออกแบบการให้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางการตลาดที่เหมาะสม (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 1998) ซึ่งจะแตกต่างจากเทคนิคการวิเคราะห์หลายตัวแปร คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ

ศึกษานั้น จะถูกแยกทดสอบอย่างเป็นอิสระต่อกัน โดยเป็นวิธีการจำลองสถานการณ์ว่า ผู้บริโภคนั้นจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะอย่างไร ซึ่งสามารถใช้ได้ทั้งสินค้าและบริการในปัจจุบัน หรือสินค้าบริการที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต วิธีการวิเคราะห์หองค์ประกอบนี้ ยังสามารถคาดการณ์หรือพยากรณ์ได้ ทั้งภาพรวมของตลาด (Gusafsson, Hermann, & Huber, 2001) พงมา แวสวัสดี (2548) ได้กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์ องค์ประกอบ (Conjoint Analysis) จึงเป็นประโยชน์อย่างมากในการช่วยออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการ การกำหนดราคาการโฆษณา ส่วนแบ่งทางการตลาด ผลกระทบของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่คู่แข่งผลิตออกมา แผนการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม

วิธีการดำเนินงานวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่เคยได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐในหมวดทดสอบตลาด และเป็นผู้ประกอบการ ที่ขอรับทุนและอยู่ในระหว่างการพิจารณาของแหล่งทุนในหมวดทดสอบตลาด จำนวนทั้งสิ้น 82 ราย สุ่มด้วยวิธีการ Non probability sampling แบบ Convenient sample

ได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่เคยได้รับทุนสนับสนุนหมวดทดสอบตลาดจากภาครัฐและได้เคยใช้บริการจ้างบริษัทในการสำรวจตลาดจำนวน 5 ราย

โดยหัวข้อในการสัมภาษณ์นั้นเป็นการสอบถามถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ และคุณลักษณะ (Attribute) แบบใดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสำรวจตลาด พบว่ามีหลายปัจจัย ในการตัดสินใจ และมีหลายคุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจ ผู้วิจัยจึงได้จัดลำดับ และได้เลือก 5 อันดับแรกที่มีผล ต่อการตัดสินใจมากที่สุด แล้วจึงจัดระดับ (Level) จากการให้บริการในกิจการของผู้วิจัย รวมทั้งได้ศึกษาจากบริษัทที่ให้บริการสำรวจตลาดจากเว็บไซต์ของบริษัทนั้นๆที่ได้แสดงข้อมูลการให้บริการไว้ จึงกำหนดชุดลักษณะและระดับ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 กำหนดลักษณะและระดับของลักษณะ

ลักษณะ (Attribute)	ระดับ (Level)
1. วิธีเก็บข้อมูล	ผ่านช่องทางออนไลน์ ลงพื้นที่ภาคสนาม
2. บริการออกแบบแบบสอบถาม	มี ไม่มี
3. รูปแบบการรายงานผล	ข้อมูลดิบ Excel วิเคราะห์ผล Powerpoint ข้อมูลดิบ Excel และ วิเคราะห์ผล Powerpoint
4. ระยะเวลาการรายงานผล	7 วัน 14 วัน Real time

ตาราง 1 กำหนดลักษณะและระดับของลักษณะ

ลักษณะ (Attribute)	ระดับ (Level)
5. ค่าบริการ	20,000 บาท
	30,000 บาท
	40,000 บาท
	50,000 บาท

จากนั้นสร้าง Concept Card โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ พบว่าผลการสร้างได้ชุดคุณลักษณะทั้งหมด 20 ชุด รวม Holdout Card แล้วจำนวน 4 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ Google Form โดยได้สร้างแบบสอบถามงานวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามคัดกรองเพื่อคัดกรองว่าผู้ตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนในหมวดทดสอบตลาดหรือไม่หากไม่ใช่ จะจบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามด้านประชากรศาสตร์ แหล่งทุนที่ให้การสนับสนุน ตำแหน่งในธุรกิจ จำนวนครั้งในการขอทุน และความเกี่ยวข้องกับแหล่งทุน

ส่วนที่ 3 เป็นการสร้างสถานการณ์ว่ามีบริษัทให้บริการสำรวจตลาด 20 บริษัทโดยมีคุณลักษณะของการให้บริการที่แตกต่างกันไปแล้วให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกคะแนนความสนใจในการจ้างหรือไม่จ้างตามลำดับคะแนน จาก 0 ถึง 10 โดยส่งแบบสอบถามผ่านทางออนไลน์ด้วยวิธีการติดต่อไปยังกลุ่มตัวอย่างอธิบายแนวทางการวิจัย พร้อมทั้งชี้แจงวิธีการทำแบบสอบถามรวมถึงการส่งผลจากการวิจัยในครั้งนี้หากผู้ทำแบบสอบถามต้องการทราบผลในงานวิจัยผ่านทางอีเมล

นำแบบสอบถามไปทดสอบ Pre-Test ผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐในหมวดทดสอบตลาด 5 รายพบว่า การให้คะแนนนั้นต้องย้อนกลับไป หรือต้องเลื่อนดูให้ครบก่อนว่าแต่ละคุณลักษณะมีระดับเท่าใดบ้าง ทำให้เสียเวลาในการทำแบบสอบถาม และไม่คุ้นเคยกับการให้ทำแบบสอบถามในรูปแบบเช่นนี้ ผู้วิจัยจึงได้แก้ไขแบบสอบถาม โดยมีตัวอย่างวิธีการให้คะแนน เพื่อให้ศึกษาและทำความเข้าใจก่อนเริ่มทำแบบสอบถามหลังจากนั้นจึงทำ Pre-Test ครั้งที่ 2 อีกจำนวน 5 ราย ผลการทำแบบสอบถามเป็นไปได้อย่างดี

จากนั้นจึงนำแบบสอบถาม ไปทดสอบเสมือนจริง Pilot Test กับ ผู้ประกอบการที่รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐในหมวดทดสอบตลาดที่ไม่ใช่กลุ่ม ตัวอย่างอีกจำนวน 10 ราย แล้วจึงส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการส่ง Link แบบสอบถามผ่านทางช่องทาง สื่อสารที่เป็น Online Platform รวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 82 ราย ตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนอย่างละเอียด แล้วจึงนำ ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในส่วนที่ 3 มาดำเนินการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ภาพที่ 1 ตัวอย่าง Concept Card

แสดงคุณลักษณะและระดับ และวิธีการให้คะแนนที่แสดงอยู่ใน Google Form โดยใช้คำอธิบายคุณลักษณะและระดับต่างๆ ให้เข้าใจง่าย ชัดเจน และเหมาะกับการใช้ใน Google Form พร้อมทั้งช่องให้คะแนนจาก 0 - 10 โดยที่ 0 = ไม่จ้าง 10 = จ้างแน่นอน

บริษัท A บริการสำรวจตลาด กลุ่มตัวอย่าง 100 คน

วิธีการเก็บข้อมูล	บริการออกแบบแบบสอบถาม	รูปแบบรายงานผล	ระยะเวลารายงานผล	ค่าบริการ
ผ่านช่องทางออนไลน์	ไม่มี	ข้อมูลดิบ Excel	14 วัน	50,000 บาท

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
ไม่จ้าง จ้างแน่นอน

การวิเคราะห์และสรุปผล

ข้อมูลผลวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ รายงานผลในรูปแบบตารางเพื่ออธิบายค่าความสำคัญของแต่ละคุณลักษณะ พร้อมทั้งอธิบายค่า Part-Worth Utility ในแต่ละ Level ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความชอบต่อคุณลักษณะ

ลักษณะ (Attribute)	ระดับ (Level)	ระดับความพึงพอใจ(Utility)
วิธีเก็บข้อมูล	ผ่านช่องทางออนไลน์	0.162
	ลงพื้นที่ภาคสนาม	-0.162
บริการออกแบบแบบสอบถาม	มี	0.167
	ไม่มี	-0.167
รูปแบบการรายงานผล	ข้อมูลดิบ Excel	-0.266
	วิเคราะห์ผล Powerpoint	0.645
	ข้อมูลดิบ Excel และ วิเคราะห์ผล Powerpoint	-0.378
ระยะเวลาการรายงานผล	7 วัน	0.783
	14 วัน	0.415
	Real time	-1.198
ค่าบริการ	20,000 บาท	0.817
	30,000 บาท	0.560
	40,000 บาท	-0.950
	50,000 บาท	-0.427

จากตารางที่ 2 แสดงภาพรวมความสนใจใช้บริการสำรวจตลาดตามคุณลักษณะ อธิบายจากค่าความ พึงพอใจได้ดังนี้

วิธีการเก็บข้อมูล ได้รับความสนใจจากกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ ผ่านช่องทางออนไลน์มีค่าความพึงพอใจ 0.162 ส่วนการลงพื้นที่ภาคสนาม จะสนใจน้อยกว่า มีค่าความพึงพอใจที่ -0.162

การออกแบบแบบสอบถาม มีบริการออกแบบแบบสอบถาม ได้รับความสนใจมากที่สุดจากกลุ่มตัวอย่างโดยมีค่าความพึงพอใจที่ 0.167 ส่วนความสนใจใช้บริการที่ไม่มีบริการออกแบบแบบสอบถามจะน้อยกว่า โดยมีค่าความพึงพอใจที่ - 0.167

รูปแบบการรายงานผล ได้รับความสนใจมากที่สุดเป็นการรายงานผลแบบวิเคราะห์ผลและมี PowerPoint มีค่าความพึงพอใจที่ 0.645 ข้อมูลดิบ Excel เป็นความสนใจลำดับรองลงมา มีค่าความพึงพอใจที่ -0.266 น้อยที่สุดคือ ข้อมูลดิบ Excel และวิเคราะห์ผล PowerPoint มีค่าความพึงพอใจที่ -0.378 ตามลำดับ

ระยะเวลาการรายงานผล ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ 7 วัน มีค่าความพึงพอใจที่ 0.783 รองลงมาคือ 14 วัน มีค่าความพึงพอใจที่ 0.415 และลำดับสุดท้ายคือ รายงานผลแบบ Real time ค่าความพึงพอใจที่ -1.198

ค่าบริการ ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ 20,000 บาท มีค่าความพึงพอใจที่ 0.817 30,000 บาท มีค่าความพึงพอใจ 0.560 50,000 บาทมีค่าความพึงพอใจ 0.427 และ 40,000 บาทมีค่าความพึงพอใจ 0.950 ตาม ลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าความสำคัญ

ลักษณะ (Attribute)	ค่าความสำคัญ (Importance Values)
วิธีเก็บข้อมูล	8.342
บริการออกแบบแบบสอบถาม	9.653
รูปแบบการรายงานผล	20.896
ระยะเวลาการรายงานผล	30.381
ค่าบริการ	30.729

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับค่าบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.729 ความสำคัญรองลงมาคือ ระยะเวลาการรายงานผล คิดเป็นร้อยละ 30.381 รูปแบบการรายงานผล มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 20.896 ความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 คือ การออกแบบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 9.653 และวิธีการเก็บข้อมูล ให้ความสำคัญลำดับสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 8.342

สรุปผลการวิจัยอภิปรายผล

กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับค่าบริการสำรวจตลาดมากที่สุด ซึ่งค่าบริการที่ยินดีจ่ายมากที่สุดนั้นคือ 20,000 บาท อาจด้วยงบประมาณของทุนที่สนับสนุนหมวดทดสอบตลาดบางทุนได้กำหนดงบประมาณให้ 20,000 บาทจึงทำให้ ผลของการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า จำนวนเงิน 20,000 บาท เป็นราคาที่กลุ่มตัวอย่างยินดีจ่ายมากที่สุดความสำคัญระดับรองลงมาคือ ระยะเวลาการดำเนินงานและรายงานผล พบว่าสนใจมากที่สุดอยู่ที่ระยะเวลา 7 วันและกลุ่มตัวอย่างเลือกระยะเวลาการรายงานผลแบบ Real time น้อยที่สุด

พิจารณาได้ว่าระยะเวลาการพัฒนาธุรกิจ ที่แต่ละโครงการสนับสนุน มีกรอบระยะเวลาตั้งแต่ 6 เดือนถึง 12 เดือน จึงทำให้ขั้นตอนของการทดสอบตลาด ไม่จำเป็นจะต้องทราบผลอย่างรวดเร็วมากนัก

ความสำคัญลำดับถัดมาคือรูปแบบการรายงานผล ผลจากการวิจัย ครั้งนี้พบว่า รูปแบบงานการรายงานผลที่กลุ่มตัวอย่างสนใจมากที่สุด เป็นรูปแบบที่มีการวิเคราะห์ผลและ สรุปผลของการทดสอบตลาด พร้อมทั้งนำเสนอในรูปแบบ Powerpoint

พิจารณาได้ว่า ผู้ประกอบการต้องการ ความสะดวกตั้งแต่ขั้นตอนการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ผล รวมถึงการรายงานผล เพื่อนำไปปรับใช้ในการพัฒนาสินค้า หรือบริการได้อย่างทันที รวมไปถึง Powerpoint นั้นสามารถนำไปรายงานความก้าวหน้ากับแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนได้อีกด้วย

ลำดับความสำคัญถัดมานั้นคือ การบริการมีออกแบบแบบสอบถามให้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการและง่ายต่อการวิเคราะห์ ข้อมูลเนื่องจากผู้ประกอบการ ไม่ได้มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบแบบสอบถามจึงเห็นได้ว่าความต้องการให้มีบริการออกแบบแบบสอบถามเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสนใจที่จะใช้บริการมากกว่าไม่มี ส่วนวิธีการเก็บข้อมูลที่เป็นความสำคัญลำดับท้ายสุดกลุ่มตัวอย่าง สนใจการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์มากกว่าการลงพื้นที่ภาคสนาม การเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ มีข้อดีคือสะดวก ใช้งบประมาณน้อย รวมไปถึงสามารถทำได้ในวงกว้าง หากลงพื้นที่ภาคสนามจะเก็บข้อมูลกับ กลุ่มตัวอย่างในวงแคบ และใช้งบประมาณที่สูง จึงมีผลต่อการตัดสินใจของกลุ่มตัวอย่าง

จากผลของการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปออกแบบให้บริการการสำรวจตลาดได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้เหมาะสม เช่น บริการสำรวจตลาด ค่าบริการ 20,000 บาท เก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ ที่มีระยะเวลาดำเนินการ และรายงานผล 7 วัน และมีบริการออกแบบแบบสอบถาม รวมถึงมีการวิเคราะห์ผล และรายงานผลในรูปแบบ Powerpoint

เลือกใช้วิธีเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์เท่านั้น ตามที่ลูกค้าให้ความสนใจ ในด้านการดำเนินงานจะใช้ต้นทุนน้อยกว่าลงพื้นที่ภาคสนาม ซึ่งเป็นผลดีต่อธุรกิจ

ไม่มีบริการออกแบบแบบสอบถาม เพื่อลดต้นทุนการให้บริการ ซึ่งการออกแบบแบบสอบถามนั้นลูกค้าได้ให้ความสำคัญในอันดับรองสุดท้าย

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการที่ได้รับทุนสนับสนุนจากภาครัฐ และเป็นผู้ประกอบการที่ขอรับทุนและอยู่ในระหว่างการพิจารณาของแหล่งทุนในหมวดทดสอบตลาดเท่านั้น การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ผู้ที่สนใจทำการศึกษาควรขยายกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการทั่วไปที่มีความต้องการในการสำรวจตลาด ซึ่งจะทำให้สามารถเพิ่มฐานข้อมูลและนำผลของงานวิจัยไปพัฒนาการให้บริการได้อย่างดี และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ทินกร รสรื่น (2567) การสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ในภูมิภาค New Regional Startups.

กองส่งเสริมและ ประสานงานเพื่อประโยชน์ทางวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2567

http://clinetech.ops.go.th/online/cmo/site_blog_show.asp?id=374

พจมา แวสวัสดิ์ (2548) การวิเคราะห์ Conjoint ในงานวิจัยตลาด ศรีปทุมปริทัศน์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2567 <http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/1988/3/03.pdf>

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม. ภาพรวมการจัดสรรงบประมาณ. สืบค้นเมื่อ 15
กรกฎาคม 2567 <https://www.tsri.or.th>

Gusafsson, A., Hermann, A., & Huber, F. (2003) Conjoint Measurement Method and application.
(3rd ed) New York: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Hair, F. J., Anderson, E. R., Tatham, L. R., & Black, C. W. (1998). Multivariate Data Analysis (5th ed.)
New Jersey: Prentice-Hall College Div.