



สมาคมวิจัยการตลาด
แห่งประเทศไทย
Thailand Marketing
Research Society

Rakuten Insight

TMRS
INSIGHTS Flash
February Issue

จากสมมติฐาน
สู่ข้อมูลจริง

ONLINE PANEL
RESEARCH

กับบทบาท

ในการเสริมความมั่นใจของ
การตัดสินใจเชิงธุรกิจ



Naphatrada Chuenjitjirakamon (Aam)

Associate Director, Rakuten Insight – Thailand

จากสมมติฐานสู่ข้อมูลจริง

ONLINE PANEL RESEARCH กับบทบาท ในการเสริมความมั่นใจของการตัดสินใจเชิงธุรกิจ

ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจปัจจุบัน การตัดสินใจแต่ละครั้งมีต้นทุนสูงกว่าที่เคย ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดสินค้า บริการ โครงสร้างราคา หรือทิศทางตลาด ล้วนส่งผลต่อรายได้ ประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว

อย่างไรก็ตาม หลายองค์กรยังคงพึ่งพาประสบการณ์ภายใน ผลลัพธ์ในอดีต หรือความคิดเห็นจากกลุ่มลูกค้าจำนวนจำกัดเป็นหลัก แม้สิ่งเหล่านี้จะมีคุณค่า แต่ก็มักสะท้อนเพียงบางส่วนของภาพรวมตลาดเท่านั้น

เมื่อการแข่งขันรุนแรงขึ้นและกรอบเวลาการตัดสินใจสั้นลง องค์กรจึงจำเป็นต้องมีวิธี **ตรวจสอบสมมติฐานตั้งแต่ระยะแรกอย่างเป็นระบบและเป็นกลาง** ซึ่ง Online panel research เข้ามามีบทบาทสำคัญในจุดนี้

ลักษณะของการตัดสินใจที่มีผลกระทบสูง

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ในองค์กรธุรกิจมักมีลักษณะร่วมกัน ได้แก่:



กลุ่มผู้ซื้อหรือผู้ตัดสินใจมีจำนวนไม่มาก



กระบวนการพิจารณาและอนุมัติใช้เวลานาน



มีการลงทุนด้านงบประมาณหรือทรัพยากรในระดับสูง



ต้องได้รับความเห็นชอบจากหลายฝ่ายภายในองค์กร

ภายใต้บริบทนี้ สมมติฐานเล็ก ๆ ที่ตลาดเคลื่อน อาจนำไปสู่การลงทุนที่ไม่สอดคล้องกับตลาด และการปรับทิศทางในภายหลังมักทำได้ยากและมีต้นทุนสูง

Online panel research ช่วยให้องค์กรสามารถ **ยืนยันแนวคิดและทิศทางตั้งแต่ช่วงต้น** ก่อนที่การตัดสินใจจะผูกมัดมากเกินไป

ปรับมุมมองใหม่ต่อบทบาทของ ONLINE PANEL RESEARCH

Online panel research มักถูกมองว่าเป็นเครื่องมือสำหรับการสำรวจขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ในความเป็นจริง คุณค่าที่แท้จริงของ Online panel อยู่ที่การช่วย ยืนยันแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ในช่วงสำคัญของการตัดสินใจ เช่น:



การทดสอบคุณค่าและการวางตำแหน่งสินค้าและบริการ



การทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ



การประเมินโครงสร้างราคาหรือแพ็คเกจ



การจัดลำดับความสำคัญของฟีเจอร์หรือประโยชน์



การเปรียบเทียบภาพลักษณ์กับคู่แข่ง

Online panel research ไม่ได้มาแทนที่การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือประสบการณ์ของทีมงาน แต่ช่วยเพิ่ม **ความเป็นระบบ ความชัดเจน และความเป็นกลาง** ให้กับกระบวนการตัดสินใจ

เหตุผลที่ ONLINE PANEL RESEARCH เหมาะกับบริบทของประเทศไทย

ความเร็วที่สอดคล้องกับจังหวะธุรกิจ

การตัดสินใจในองค์กรไม่สามารถรอข้อมูลที่ใช้เวลานานได้ Online panel research สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกทางภายใน ไม่กี่วัน ช่วยให้:



ทีมงานเห็นภาพตรงกันเร็วขึ้น



ลดความลังเลและการถกเถียงภายใน



เดินหน้าการตัดสินใจได้มั่นใจขึ้น

การยืนยันแนวคิดอย่างคุ้มค่าก่อนการขยายการลงทุน

ก่อนที่จะตัดสินใจใช้ทรัพยากรกับการเปิดตัวเต็มรูปแบบ โครงการทดลอง หรือการปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน องค์กรสามารถใช้ Online Panel Research เพื่อทดสอบสมมติฐานกับกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมและอยู่ภายใต้การควบคุม
แนวทางนี้ช่วยให้ทีมงานสามารถ:



ทีมงานเห็นภาพตรงกันเร็วขึ้น



ลดความลังเลและการถกเถียงภายใน



เดินหน้าการตัดสินใจได้มั่นใจขึ้น

ข้อมูลที่เป็นระบบมากกว่าความเห็นเฉพาะจุด

ความคิดเห็นจากทีมภายในหรือกลุ่มลูกค้าหลักมีประโยชน์ แต่ไม่จำเป็นต้องสะท้อนภาพรวมของตลาดทั้งหมด

Online panel research ช่วยเพิ่ม:



ความสม่ำเสมอของข้อมูล



มุมมองที่เป็นกลาง



เอกสารประกอบการพิจารณาของผู้บริหาร

ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในองค์กรที่ต้องการความเห็นพ้องจากหลายฝ่าย

ประเด็นสำคัญ: คุณภาพของข้อมูล

สำหรับการตัดสินใจที่มีผลกระทบสูง คุณภาพของข้อมูลเป็นสิ่งที่ละเลยไม่ได้

Online panel ที่ได้มาตรฐานจะประกอบด้วย:



การคัดเลือกผู้ตอบตามบทบาท อุตสาหกรรม และอำนาจการตัดสินใจ



ระบบคัดกรองความเหมาะสมของผู้ตอบ



การตรวจสอบความตั้งใจและความสอดคล้องของคำตอบ



การตรวจทานโดยทีมงานเมื่อจำเป็น

เมื่อออกแบบและควบคุมอย่างเหมาะสม Online panel research สามารถให้ข้อมูลที่ **พร้อมใช้งานเชิงกลยุทธ์** ได้อย่างมั่นใจ

เริ่มจากเล็ก เรียนรู้เร็ว และขยายอย่างมั่นใจ

องค์กรที่ใช้งาน Online panel research ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มักเริ่มจาก:



โครงการทดลองขนาดเล็ก



การทดสอบแนวคิดหรือการวางตำแหน่ง



การตรวจสอบโครงสร้างราคาในระยะเริ่มต้น



จุดตรวจสอบการตัดสินใจเป็นระยะ

เมื่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเห็นคุณค่าของการยืนยันตั้งแต่ต้น Online panel research จะกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตัดสินใจโดยธรรมชาติ

บทสรุป: ข้อมูลคือเกราะป้องกันเชิงกลยุทธ์

Online panel research ไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อแทนที่ประสบการณ์ ความสัมพันธ์ หรือวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร แต่ทำหน้าที่เป็น **เกราะป้องกันเชิงกลยุทธ์** ที่ช่วยลดความไม่แน่นอน เสริมความเห็นให้มียุทธศาสตร์รองรับ และสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจ

ในบริบทที่การตัดสินใจแต่ละครั้งมีผลกระทบสูง การพึ่งพาสมมติฐานเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป องค์กรที่สามารถยืนยันแนวคิดตั้งแต่ระยะแรกด้วยข้อมูลที่เป็นระบบ จะพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันได้อย่างมั่นคงกว่า

ในโลกธุรกิจปัจจุบัน ข้อมูลไม่ใช่ขั้นตอนเพิ่มเติม แต่คือส่วนสำคัญของการตัดสินใจอย่างมีความรับผิดชอบ