



เจาะรหัส MaxDiff Scaling คู่มือเคล็ดลับสู่ความ เป็นมืออาชีพ

ยกระดับการตัดสินใจด้วย
โมเดลวิเคราะห์อัจฉริยะ

ลองใช้ MaxDiff Scaling ได้วันนี้ที่
www.questionpro.com

จัดทำโดย
Fresh Amphawanwong



ก้าวข้ามขีดจำกัดของ Likert Scale: ทำไมแบบสำรวจทั่วไปถึงล้มเหลว?

ในโลกการวิจัยตลาดยุคใหม่ ความท้าทายไม่ใช่การเก็บข้อมูล แต่คือการคัดกรอง "ความจริง" ออกจาก "สัญญาณรบกวน" มาตรการแบบช่วงเวลามีข้อบกพร่องเชิงระบบที่เรียกว่า **Scale Preoccupation** ซึ่งเกิดจากอคติหลัก 3 ประการ:

- **Acquiescence Bias**: แนวโน้มที่จะตอบตกลงหรือให้คะแนนสูงเพื่อรักษา มารยาท
- **Central Tendency Bias**: การหลีกเลี่ยงการตอบแบบสุดโต่งและเลือกตอบเพียง "ปานกลาง"
- **Cultural Bias**: คะแนน "7/10" ของแต่ละประเทศมีความหมายและมาตรฐานที่ไม่เท่ากัน

การปฏิวัติด้วย MaxDiff: การเปรียบเทียบเชิงสัมพัทธ์

MaxDiff Scaling เปลี่ยนจากการให้คะแนนแบบลอยๆ มาเป็นการ "**เลือกเชิงเปรียบเทียบ**" โดยอาศัยหลักจิตวิทยาพื้นฐานที่ว่า: มนุษย์ระบุสิ่งที่ "ดีที่สุด" และ "แย่ที่สุด" ได้แม่นยำกว่าการตีค่าของสิ่งหนึ่งเป็นตัวเลข

การบังคับให้ผู้ตอบเลือกสิ่งที่สำคัญที่สุดและน้อยที่สุด จะช่วยกำจัดปัญหา "**คะแนนเกาะกลุ่ม**" ทำให้เราเห็นลำดับความสำคัญของทุกไอเทมได้อย่างชัดเจน

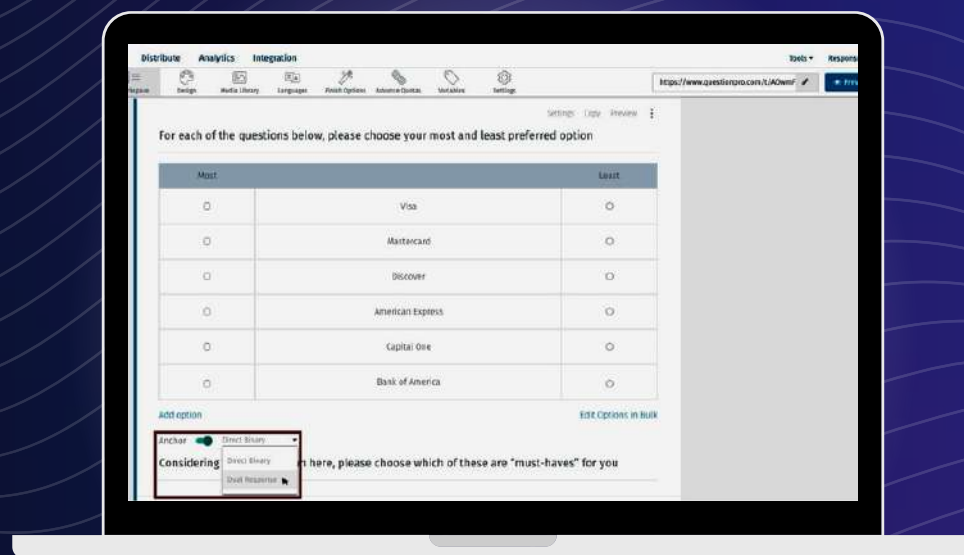


Anchored MaxDiff: จากการวัดค่าเชิงสัมพัทธ์ สู่ข้อมูลเชิงลักษณะสมบูรณ์

ในขณะที่ MaxDiff แบบดั้งเดิมสามารถบอกได้ว่าสิ่งใด 'ดีกว่า' แต่ไม่สามารถยืนยันได้ว่าสิ่งนั้น 'สำคัญพอที่จะตัดสินใจซื้อหรือไม่' **Anchored MaxDiff** จึงเข้ามาแก้ปัญหานี้ด้วยการเปลี่ยนจากการวัดผลเชิงสัมพัทธ์ ไปสู่ **โมเดลการวัดค่าแบบสมบูรณ์ (Absolute Model)**

ด้วยการสร้าง “จุดยึด” (**Anchor Point**) คุณลักษณะต่างๆ จะถูกจำแนกออกเป็น 2 หมวดหมู่ที่ชัดเจน:

- **Must-Haves (สิ่งที่ต้องมี)**: คุณสมบัตินี้เป็นหัวใจสำคัญและขาดไม่ได้สำหรับลูกค้า
- **Nice-to-Haves (มีก็ดี)**: ประโยชน์เสริมที่ช่วยเพิ่มคุณค่า แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่กระตุ้นการซื้อ



นวัตกรรมนี้ช่วยคลายจุดบอดในการวิเคราะห์ ทำให้ธุรกิจสามารถระบุได้ชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์นั้นตอบโจทย์ความต้องการของตลาดได้จริงหรือไม่เมื่อเทียบกับคู่แข่ง ไม่ว่าจะใช้โมเดลแบบ **Binary Direct** หรือ **Dual Response** ก็ตาม เครื่องมือนี้จะช่วยสร้างรากฐานที่มั่นคงที่สุดสำหรับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

กรณีศึกษา Zynga: พลังของการขับเคลื่อนองค์กรด้วยข้อมูลเชิงประจักษ์

ความสำเร็จของยักษ์ใหญ่ด้านเทคโนโลยีอย่าง **Zynga** คือข้อพิสูจน์ที่ชัดเจนถึงประสิทธิภาพของ MaxDiff โดย **Rob Aseron** (อดีตผู้อำนวยการ Zynga) ได้ใช้ระเบียบวิธีนี้ในการตัดสินใจครั้งสำคัญ ตั้งแต่การเลือกเวอร์ชันเกมที่จะออกวางจำหน่าย ไปจนถึงการตั้งชื่อโปรเจกต์ให้โดนใจตลาด การใช้ค่า **Share of Preference** ช่วยให้เห็นเปรียบเทียบความต้องการฟีเจอร์ต่างๆ ได้อย่างแม่นยำ และไม่ต้องใช้การคาดเดา



แนวปฏิบัติที่ดีที่สุด: การเตรียมข้อมูลสำรองไว้ตอบคำถามที่ผู้บริหารอาจจะสงสัยล่วงหน้า จะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปทำวิจัยใหม่ ช่วยให้ตอบคำถามได้ทันใจและเล่นเกมธุรกิจได้ทันเวลา

MaxDiff Scaling ไม่ใช่แค่เทคนิคการทำแบบสำรวจ แต่มันคือ **กรอบการทำงานเชิงกลยุทธ์** ในสมรภูมิธุรกิจที่มีทรัพยากรจำกัด ความสามารถในการระบุ **"หัวใจสำคัญ"** ได้อย่างชัดเจน คือ **ความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว**