Conjoint analysis

เป็นเทคนิคที่นิยมแพร่หลายทางการตลาดเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อลักษณะต่างๆของสินค้าชนิดหนึ่ง โดยเทคนิคนี้จะทำให้ผู้ผลิตได้เห็นอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคมีต่อปัจจัยต่างๆที่ประกอบกันเข้าเป็นตัวสินค้าหนึ่งๆทำให้ผู้ผลิตสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ผู้บริโภคพึงพอใจและบริษัทผู้ผลิตได้ประโยชน์มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น ในการออกผลิตภัณฑ์แชมพูสระผมยี่ห้อหนึ่ง กิจการผู้ผลิตอาจจะอยากทราบว่าในสายตาผู้บริโภคจะมีความแตกต่างในระดับความพึงพอใจอย่างไรต่อลักษณะของแชมพูสระผมชนิดใหม่ในปัจจัยสำคัญๆหลายปัจจัยดังนี้

1)สูตรสารเพิ่มคุณค่าซึ่งมีให้เลือก 3 สูตรดังนี้ (ผสมน้ำมันมะกอก /ผสมวิตามินอี/ผสมน้ำมะกรูด)

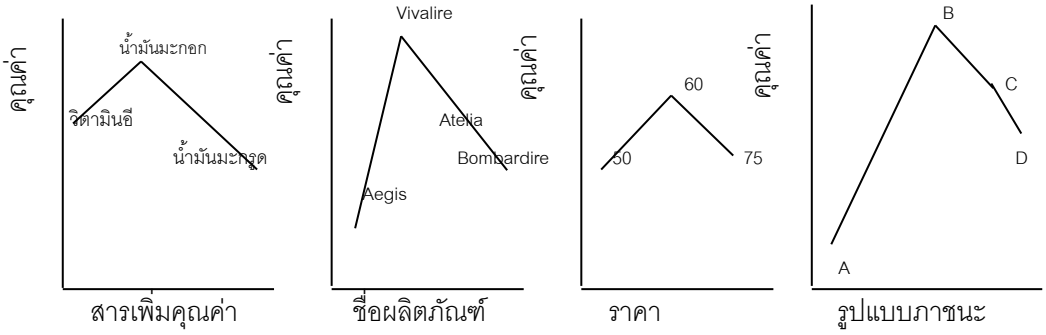
2)ขื่อผลิตภัณฑ์ซึ่งมีให้เลือก 4 ชื่อดังนี้ (Aegis / Vivalire / Atelia / Bombadire)

3)ราคาผลิตภัณฑ์ซึ่งมีให้เลือก 3 ราคาดังนี้ (50 บาท/60 บาท /75 บาท)

4)รูปแบบภาชนะบรรจุซึ่งมีให้เลือก 4 แบบ (A / B/ C/ D)

จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคแต่ละคนมีช่องทางเลือกเกี่ยวกับลักษณะของแชมพูสระผมได้ถึง 144 รูปแบบ แต่เนื่องจากความหลากหลายของทางเลือกอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความสับสน ดังนั้นในทางปฏิบัตินักการตลาดจะหาวิธีที่จะทำให้ช่องทางการเลือกแคบขึ้น ในกรณีตัวอย่างของแชมพูสระผมข้างบน ผู้ผลิตอาจจำกัดปัจจัยที่ผู้บริโภคต้องคำนึงถึงเพียง 2 ปัจจัยเช่น สูตรสารเพิ่มคุณค่า รูปแบบภาชนะที่บรรจุ หลังจากนั้นจึงจะไปพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้าในปัจจัยอื่น ๆ ต่อไป จนผู้ผลิตได้ข้อมูลเกี่ยวกับprofileของผลิตภัณฑ์ที่จะนำออกเสนอสู่ตลาดได้มากพอสมควร

สำหรับผู้บริโภครายหนึ่งๆ การใช้ conjoint analysis อาจพบว่าผู้บริโภครายนี้(แสดงได้ตามภาพด้านล่าง)เลือกแชมพูสระผมยี่ห้อ Vivalire สูตรสารน้ำมันมะกอก ซึ่งมีราคาขายเท่ากับ 60 บาท ในรูปแบบภาชนะ B



บ่อยครั้งที่ผลิตภัณฑ์ซึ่งลูกค้ามีความพึงพอใจมากที่สุดอาจไม่ได้นำออกเสนอสู่ตลาด แต่ผู้ผลิตอาจเลือกผลิตภัณฑ์อื่นที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับรองลงไปแต่ต้นทุนต่ำกว่า และคาดว่าจะมีผลกำไรสูงกว่ามานำเสนอออกตลาดแทน

Contribution this issue: ดร.ดนัย ปัตตพงศ์*

* ผู้แต่ง/เจ้าของ Statistics Talks(70+ issues) เอกสารวิชาการด้านการวิจัยและสถิติประยุกต์ที่นำเสนอเครื่องมือทางสถิติเพื่อการวิจัยในระดับปริญญาโท เอก ตลอดจนตัวอย่างของการนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตจริง

* ผู้พัฒนา FINALYSIS… a dedicated software สำหรับให้บริการนักธุรกิจที่ต้องการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินของโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์(บ้านจัดสรร/จัดสรรที่ดินเพื่อการอุตสาหกรรม/อาคารชุด/อาคารสำนักงานให้เช่า) โรงแรม โรงพยาบาลเอกชน ห้างสรรพสินค้า โรงงานน้ำตาล โรงงานกระดาษ โรงไฟฟ้าชีวมวล ฯลฯได้เห็นตัวเลขก่อนโครงการเกิดหลีกเลี่ยงความผิดพลาดเป็นร้อยเป็นพันล้านหากเกิดการลงทุนจริง (กำหนด DEBUT 1 เมษายน 2569)

* ผู้แต่งหนังสือ” การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงินและการจัดวงเงินเครดิตของโครงการลงทุน “ ประกอบด้วยตัวอย่างของธุรกิจจริงที่ไม่เปิดเผยชื่อนับ 100 บริษัท ครอบคลุมอุตสาหกรรม 24 อุตสาหกรรม

* Co-developer ซอฟแวร์ en◉gex◉cel® สำหรับใช้ทดสอบ/เรียนรู้ศัพท์ (ประกอบด้วยแบบฝึกหัดและเฉลยกว่า 90 บทครอบคลุมศัพท์ระดับ SAT/IELTS/TOEFL กว่า 12,000 คำ) และไวยากรณ์อังกฤษ (ประกอบด้วยแบบฝึกหัดและเฉลยกว่า 160 บทหรือกว่า 10,000 ข้อครอบคลุมเนื้อหาระดับอุดมศึกษาและTOEFL) มาพร้อมกับไฟล์เสียง/ไฟล์ข้อมูล/ฯลฯ อีกมาก (กำหนด DEBUT 1 เมษายน 2569)

email: dpattaphongse@gmail.com