

บทที่ 1 แนวคิดพื้นฐาน ของการวิจัยทางธุรกิจ

คู่มือสู่การตัดสินใจอย่างแม่นยำและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

CHAPTER 1: BASIC CONCEPTS OF BUSINESS RESEARCH

การวิจัยทางธุรกิจ: กระบวนการค้นหาคำตอบอย่างเป็นระบบ

การวิจัยทางธุรกิจ (Business Research) หมายถึง กระบวนการศึกษาค้นคว้าอย่างเป็นระบบ เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และแปลผลข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ



ตัวอย่าง: ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า • วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อยอดขาย • ประเมินประสิทธิภาพการตลาด

ทำไมองค์กรต้องทำวิจัย?

การเปลี่ยนข้อมูลให้เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน



“ ข้อมูลคือทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในการพยากรณ์และกำหนดทิศทางอนาคตของธุรกิจ ”



ประเภทของการวิจัย: การเลือกเครื่องมือให้ตรงกับปัญหา

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative)



เน้นตัวเลขและการวัดผล

มากแค่ไหน?
(How much?)

ทดสอบสมมติฐาน

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative)



เน้นความเข้าใจเชิงลึก

ทำไมและอย่างไร?
(Why & How?)

ค้นหาแรงจูงใจและบริบท

เจาะลึกวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยที่เน้นการเก็บข้อมูลในรูปตัวเลข
ใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่ชัดเจนและเป็นมาตรฐาน

ตัวเลขและตรรกะ (Numbers & Logic)



Tools: แบบสอบถาม (Questionnaires),
การวิเคราะห์ยอดขาย



Analysis: ใช้สถิติ (Statistics) หาความสัมพันธ์ของตัวแปร



Output: ผลลัพธ์เป็นรูปธรรม เปรียบเทียบได้



Best For: การวัดขนาดตลาด, การสำรวจความพึงพอใจ



เจาะลึกวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research)

การวิจัยที่เน้นการทำความเข้าใจพฤติกรรม
ความคิดเห็น หรือแรงจูงใจในระดับลึก (In-depth)



Tools: การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview),
Focus Group



Analysis: การตีความเนื้อหา (Content Analysis) และบริบท



Output: อธิบาย 'เหตุผล' เบื้องหลังการกระทำ

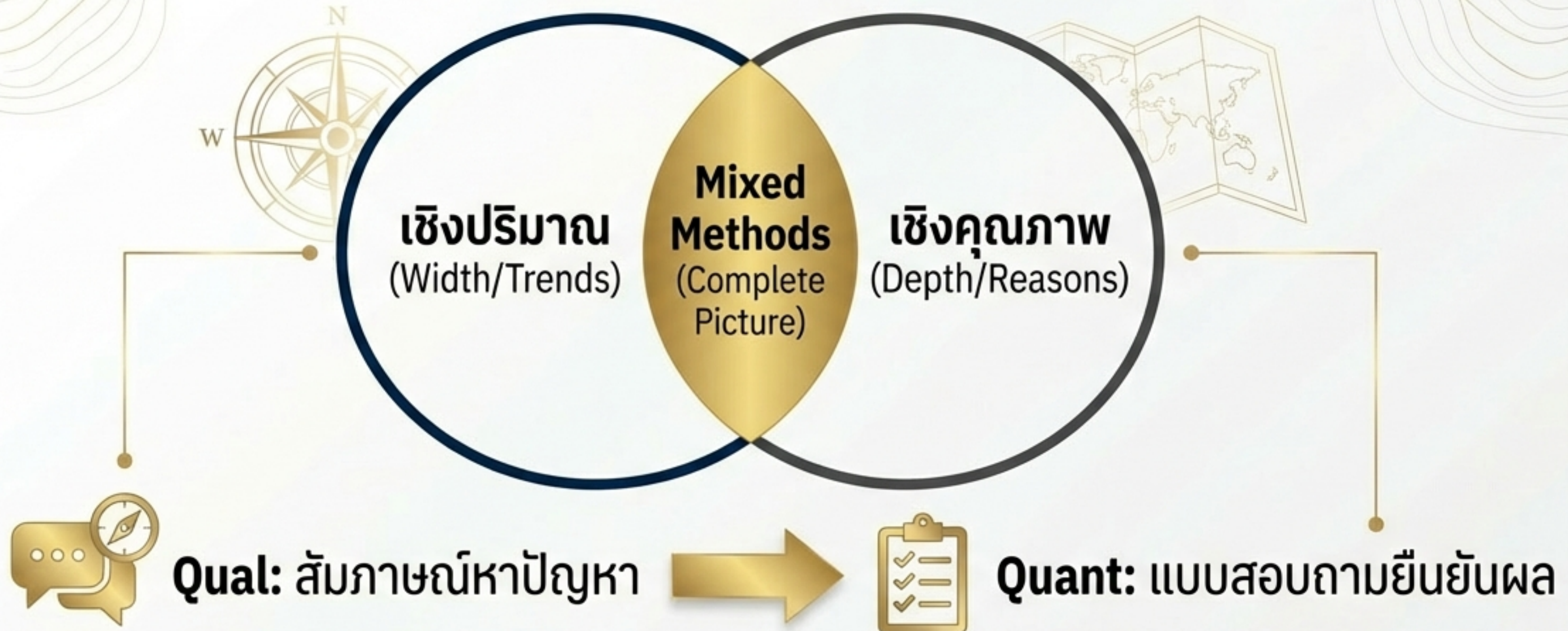


Best For: การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่, การเข้าใจ Pain Point ของลูกค้า



การวิจัยแบบผสม (Mixed Methods)

ผสานจุดแข็ง เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล



“การใช้ทั้งสองวิธีร่วมกันช่วยลดจุดบอดและเพิ่มความแม่นยำในการตัดสินใจ”

ขั้นตอนการทำวิจัยทางธุรกิจ (The Business Research Process)

Planning
(การวางแผน)



ระบุปัญหา &
ศึกษาวรรณกรรม

Designing
(การออกแบบ)



กำหนดระเบียบ
วิธีวิจัย

Collecting
(การเก็บข้อมูล)



ลงพื้นที่รวบรวม
ข้อมูลจริง

Analyzing
(การวิเคราะห์)



ใช้สถิติหรือ
การตีความ

Reporting
(การสรุปผล)



เขียนรายงานเพื่อ
การตัดสินใจ

จริยธรรมในการวิจัย (Research Ethics)

รากฐานของความน่าเชื่อถือทางธุรกิจ



ความซื่อสัตย์ (Honesty)
รายงานความจริง ไม่บิดเบือน



การรักษาความลับ (Confidentiality)
ปกป้องข้อมูลส่วนบุคคล



การขอความยินยอม (Informed Consent)
ผู้เข้าร่วมต้องเต็มใจ



การไม่ลอกเลียนผลงาน (No Plagiarism)
อ้างอิงแหล่งที่มาเสมอ

บทสรุป: จากข้อมูลสู่กลยุทธ์



**องค์กรที่ประสบความสำเร็จ
คือองค์กรที่ไม่หยุดเรียนรู้และปรับตัวด้วยข้อมูลจริง**