

จूरินทร์ สีนสงวน 2553: การใช้วิธีการวิจัยผู้บริโภคและการวิเคราะห์ลำดับชั้นในการคัดเลือกโครงการผลิตภัณฑ์ใหม่ ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการวิศวกรรม) สาขาการจัดการวิศวกรรม ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก: รองศาสตราจารย์รัชต์วรรณ กาญจนปัญญาคม, M.Eng. 124 หน้า

การวิจัยนี้เป็นการนำเสนอกระบวนการตัดสินใจ ในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยอาศัยวิธีการวิจัยผู้บริโภค และกระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น (AHP) ในการคัดเลือกโครงการ โดยใช้กรณีศึกษา ซึ่งเป็นบริษัทผลิตขนมหวาน (Sugar Confections) ที่มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมหวานชนิดใหม่ที่เป็นลักษณะของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค รวมทั้งมีศักยภาพเพียงพอในการแข่งขันในตลาด และมีความเชี่ยวชาญในการผลิต การตัดสินใจเลือกโครงการครั้งนี้ มีปัจจัยหลักเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาทั้งสิ้น 3 ปัจจัย มีระดับความสำคัญ ประกอบด้วย ความพึงพอใจของผู้บริโภค (59%) ต้นทุนผลิตภัณฑ์ (9%) และความเสถียรของโครงการ (32%) ซึ่งแนวทางในการวิจัยเพื่อกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายนั้นได้ใช้เทคนิคการเจาะกลุ่มผู้บริโภคผ่านช่องทางจำหน่าย Modern Trade โดยใช้แบบสอบถาม ในจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน พบว่า กลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญ คือกลุ่มอายุ 26-35 ปี ต่อมาได้ทำการระดมสมองโดยทีมงานที่เกี่ยวข้องภายในบริษัท ได้นำเสนอแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งสิ้น 2 โครงการ โดยมีน้ำหนักคะแนนที่ได้ คือ ผลิตภัณฑ์เม็ดคอมเพื่อสุขภาพ (68.9%) และผลิตภัณฑ์เยลลี่เพื่อสุขภาพ (37.3%) ดังนั้น แนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการคัดเลือก คือ ผลิตภัณฑ์เม็ดคอมเพื่อสุขภาพ

สุดท้ายได้ใช้แบบสอบถามเพื่อทำการทดสอบความพึงพอใจต่อการใช่วิธีการวิเคราะห์ลำดับชั้น (AHP) ในการเข้ามามีส่วนเพื่อคัดเลือกโครงการผลิตภัณฑ์ใหม่ภายในบริษัทตามวิธี Likert scale โดยคำนวณความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ ทีมงานที่เกี่ยวข้องในบริษัทกรณีศึกษาได้ให้ระดับการยอมรับการใช้เทคนิคดังกล่าวที่ระดับคะแนน 4.1 ซึ่งหมายความว่าทีมงานให้การยอมรับเทคนิค AHP ในระดับที่มาก สรุปได้ว่าการใช้เทคนิค AHP สามารถใช้เป็นกระบวนการเพื่อช่วยในการตัดสินใจเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เป็นอย่างดี แทนวิธีดั้งเดิมของการลงความเห็น

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่, เทคนิคการวิจัยผู้บริโภค, กระบวนการวิเคราะห์เชิงลำดับชั้น