

วิจัยธุรกิจ

ข้อค้นพบที่มักไม่เปิดเผยต่อสาธารณชน

ดร.ประนอม อุตกฤษฎี *

บทนำ

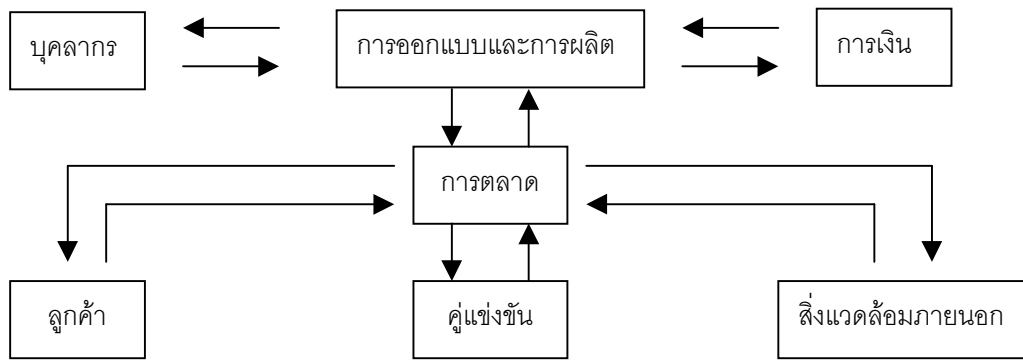
ปัจจุบันการวิจัยได้เข้าไปมีบทบาทในทุกๆ แง่มุมของกิจกรรมทางธุรกิจ และนับวันจะยิ่งมีบทบาทเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งในส่วนของประเทศอุตสาหกรรม และประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลาย การผลิตสินค้าชนิดใหม่ การปรับปรุงสินค้า และการบริการในวงการธุรกิจ ซึ่งจำเป็นต้องมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา นั้น ผลจากการวิจัยได้เข้าไปมีส่วนในการให้ข้อมูลสำหรับผู้ปฏิบัติงาน และผู้บริหาร เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจและนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งจะส่งผลถึงความอยู่รอด ความเจริญเติบโตของธุรกิจต่อไปในอนาคต

วิจัยธุรกิจคืออะไร

การวิจัยธุรกิจเป็นการวิจัยสาขาหนึ่ง ซึ่งมีการดำเนินงานอยู่ในแวดวงธุรกิจสาขาต่างๆ ในหลักการนั้นไม่ได้แตกต่างจากการวิจัยในด้านอื่นแต่อย่างใด กล่าวคือ "เป็นกระบวนการที่เป็นระบบเพื่อให้ได้มา ซึ่งคำตอบที่ถูกต้อง แม่นยำ มีความสำคัญ และตรงกับข้อปัญหา โดยการใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์ นั่นคือ การศึกษาปัญหา รวบรวมข้อมูล แปลผลข้อมูล วิเคราะห์และนำเสนอ" นั่นเอง

การวิจัยธุรกิจมักจะเริ่มจากปัญหาที่เผชิญในสถานการณ์จริงของกิจการ ผู้ทำหน้าที่บริหารงานในแต่ละหน่วยงาน จึงต้องการข้อมูลที่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ในการแก้ปัญหาดังกล่าว ดังนั้นเพื่อเป็นการจัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องให้ลดลงในการวิจัยจึงต้องกำหนดปัญหาที่จะศึกษาให้ชัดเจน และเน้นเฉพาะเรื่อง ประเด็นปัญหาดังกล่าวจะถูกนำมาศึกษาวิจัย และนำผลไปใช้ประกอบการตัดสินใจ เพื่อแก้ไขปรับปรุงงานต่อไป สิ่งเหล่านี้เป็นลักษณะสำคัญที่สุดในการวิจัยทางธุรกิจ ปัญหาที่เกิดขึ้นในวงการธุรกิจมักจะเป็นปัญหาจากการจัดการ นับตั้งแต่บุคลากร การออกแบบและการผลิต การเงิน การตลาด ลูกค้า คู่แข่งขัน และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก แผนภาพที่ 1 แสดงให้เห็นบทบาทของธุรกิจในการตลาด

* อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาและสังคม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ



แผนภาพที่ 1 บทบาทของธุรกิจในการตลาด

สาขาของการวิจัยธุรกิจ

การวิจัยธุรกิจ สามารถจำแนกไปสู่ขอบเขตของเนื้อหาต่างๆ ได้ เช่น วิจัยทางบัญชี การเงิน การตลาด การผลิตและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เป็นต้น

1. **วิจัยทางบัญชี** ส่วนใหญ่มักเป็นการวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นผลจากการบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องของกิจการ การบันทึกข้อมูลเหล่านี้ประกอบไปด้วยตัวเลขงบประมาณต่างๆ ภายในกิจการ ดังนั้น การวิจัยจึงเป็นการปรับปรุง โดยตรงที่เกี่ยวข้องกับงบประมาณในการดูแลการควบคุม การแสวงหาผลกำไร ระบบภาษี การประหยัดรายจ่ายอันจะนำไปสู่การทำงาน และผลงานที่ดีขึ้น

2. **วิจัยทางการเงิน** เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ทางการเงินของกิจการ เช่น นโยบายการใช้จ่ายเงินภายในสถานประกอบการ ตลาดหุ้น พันธบัตร การประกันภัย หรือการศึกษา ด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงินธนาคารใหญ่ๆ มักว่าจ้างนักเศรษฐศาสตร์ทำการศึกษาสภาวะการณ์ทางธุรกิจ วงจรธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงฤดูกาล และกลยุทธ์ที่จะทำให้เกิดการประหยัด ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดผลกำไรเพิ่มขึ้น โดยใช้ข้อมูลจากแหล่งต่างๆ เช่น ธนาคารทั้งของรัฐและเอกชนอื่นๆ ซึ่งได้มีการตีพิมพ์รายงานทางเศรษฐกิจเป็นงวดรายเดือน ราย 3 เดือน 4 เดือน หรือสรุปรายงานประจำปี เป็นต้น

3. **วิจัยทางการบริหาร** ประกอบด้วยการศึกษาโครงสร้างของการจัดการ ซึ่งจะช่วยให้การพัฒนาในสถานประกอบการเหมือนกับเป็นสถาบันหนึ่งทางสังคม การศึกษาทางจริยธรรมและเป้าหมายของกิจการทางธุรกิจเอกชน จำเป็นต้องศึกษาการบริหารทั้งระดับต่ำ กลาง และสูง

4. **วิจัยทางการผลิต** คือการศึกษาในแง่มุมต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในสถานประกอบการนั้นๆ มีการสืบสวนและศึกษาความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์ และของกิจการ เพื่อการปรับปรุงทางการผลิต ปรับปรุงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร และการปฏิบัติงานเกี่ยวกับกระบวนการทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นต้น

5. **วิจัยทางเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ** เป็นอีกสาขาหนึ่ง ซึ่งควรได้รับการพิจารณา นักวิจัยจะทำการสำรวจกิจกรรมต่างๆ ของสถานประกอบการ เพื่อกำหนดมาตรการประหยัดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ได้อธิบายถึง ขอบเขตภายในกิจการทางเศรษฐกิจ ซึ่งผู้บริหารนำมาใช้เป็นการศึกษาทางเศรษฐกิจ ทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของบริษัทกับเศรษฐกิจภายนอก โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ เศรษฐศาสตร์มหภาค และเศรษฐศาสตร์จุลภาค ด้านเศรษฐศาสตร์มหภาคนั้นประกอบไปด้วย การศึกษาเศรษฐกิจโดยส่วนรวมทั้งประเทศ ซึ่งตรงกันข้ามกับด้านเศรษฐศาสตร์จุลภาคเพราะเป็นการศึกษาเศรษฐกิจภายในองค์กรโดยเฉพาะ ทั้งสองส่วนนี้อยู่ภายใต้ของเขตความต้องการ (Demand) และการตอบสนอง (Supply) ดังนั้น การวิจัยทางเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ จึงเป็นเรื่องที่กว้างขวางมาก เพราะรวมทั้งการวิจัยทางประวัติศาสตร์ และการวิจัยทางการทดลองเข้ามาช่วยในบางโอกาส

การจำแนกหัวข้อวิจัยทางธุรกิจ

หัวข้อวิจัยทางธุรกิจจำแนกได้หลายลักษณะดังนี้

1. จำแนกตามอุปกรณ์การผลิตและวิธีการผลิต ซึ่งแบ่งเป็น

1.1 ลักษณะของโรงงาน

1.1.1 การวางแผน (การวางแผนเครื่องจักรกล การจัดวางของในคลังพัสดุ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ในโอกาสต่างๆ)

1.1.2 สถานที่ตั้ง (ตลาดหรือแหล่งวัตถุดิบ แหล่งสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ถนนในเมือง ชนบท ร้านมูมถนน หรือร้านแรกขงตี๊กแถว เป็นต้น)

1.2 วิธีการผลิต

1.2.1 รูปแบบของครุภัณฑ์ (เครื่องมือที่มีประสิทธิภาพต่อการทำงานมากที่สุด)

1.2.2 วัตถุดิบ (วัสดุที่ดีที่สุดสำหรับงาน แหล่งที่จะจัดหาได้)

1.2.3 การบริหารบุคคล (คุณลักษณะของบุคลากรที่ต้องการ การจัดหา การฝึกอบรม เป็นต้น)

1.2.4 วิธีการควบคุมคุณภาพ (บุคลากรกลไกของเทคนิคต่างๆ)

1.3 เงินลงทุน

1.3.1 เงินทุนคงที่ (ในปัจจุบันและอนาคต)

1.3.2 เงินทุนสำหรับการดำเนินการ (ปัจจุบันและอนาคต)

1.3.3 แหล่งของเงินทุน (ภายในและภายนอกกิจการ)

2. จำแนกตามผลิตภัณฑ์ และการบริการในการผลิต ซึ่งแบ่งเป็น

2.1 ธรรมชาติของการผลิต

2.1.1 ศักยภาพของการใช้งาน ความคงทน (เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นอื่นๆ แนวโน้มด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกิจการ ได้แก่ รูปร่าง ขนาด ความชัดเจน สี การบรรจุหีบห่อ เป็นต้น)

2.2 ธรรมชาติของการบริการ

2.2.1 สินค้าฟุ่มเฟือยหรือสินค้าจำเป็น ใช้สำหรับความรื่นรมย์หรือในงาน (การผันแปรตามฤดูกาลและวงจรธุรกิจ เป็นต้น)

2.3 สิ่งอื่นๆ ของการผลิตหรือบริการภายใต้สภาวะการณ์นั้นๆ

3. จำแนกตามวิธีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งแบ่งเป็น

3.1 นโยบายการค้า

3.1.1 เงินสด เงินเชื่อ

3.1.2 ส่วนลด

3.1.3 ขายเป็นส่งเสริมการขายพิเศษนอกฤดูกาล

3.2 ช่องทางการค้า

3.2.1 พ่อค้าขายส่ง พ่อค้าขายปลีก

3.3 เงื่อนไขการบริการ

3.3.1 มีการประกันภัย ค่าระวางบรรทุก

3.3.2 การรับคืนสินค้า

3.3.3 รับผิดชอบซ่อมแซม หรือแลกเปลี่ยนของที่ชำรุด

3.3.4 มีพนักงานให้บริการนอกสถานที่

3.3.5 การช่วยเหลือด้านการขาย หรือเงินทุนแก่พ่อค้าปลีก

4. จำแนกตามธรรมชาติของตลาด ซึ่งแบ่งเป็น

4.1 ลักษณะของลูกค้า

4.1.1 ลูกค้าในปัจจุบัน ขนาด จำนวนการค้า อุตสาหกรรม หรือผู้บริโภค (ได้แก่ คุณลักษณะส่วนตัว เช่น อายุ เพศ อาชีพ รายได้) หรือสถานะทางเศรษฐกิจ และสังคม เช่น อาศัยในชนบท หรือในเมือง สถานภาพการสมรส ขนาดของครอบครัว ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เก่าแก่ หรือผู้ใช้นวัตกรรมอ่าน และได้รับประสบการณ์จากสิ่งเรจรมณ์ เป็นต้น

4.1.2 ศักยภาพของลูกค้า

4.1.3 ความคิดเห็นของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ

4.1.4 ลูกค้าที่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการอื่นๆ

4.1.5 ศักยภาพการใช้ผลิตภัณฑ์ และการบริการ

4.2 ลักษณะของผู้ผลิตอื่นๆ ในเขตท้องที่นั้น

- 4.2.1 จำนวน ขนาด
- 4.2.2 ประสิทธิภาพ เมื่อเทียบกับสินค้าอื่น
- 4.2.3 วิธีการผลิต และการจำหน่าย
- 4.2.4 ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และการบริการ

4.3 ลักษณะอื่นๆ ของขอบเขตตลาด

- 4.2.5 ลักษณะเศรษฐกิจทั่วไป
- 4.2.6 ลักษณะภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ
- 4.2.7 สถานการณ์ทางการเมือง รูปแบบของรัฐบาล ชนิดอัตราภาษี กฎหมาย

ประกาศกระทรวงพาณิชย์ พระราชบัญญัติอาหารและยา ประกาศของพนักงาน พระราชบัญญัติ การจรรยาบรรณของแต่ละท้องถิ่น

5. จำแนกตามนโยบายในการพิจารณาในหัวข้อที่ 1 2 3 และ 4 ที่ได้กล่าว มาแล้วในข้างต้น

- 5.1 เจตนาของนโยบาย
- 5.2 การเปรียบเทียบเจตนานโยบายกับการปฏิบัติ
- 5.3 ระดับความสัมพันธ์ของเจตนานโยบาย และการปฏิบัติ

บทสรุป

วิธีการและขอบเขตของการวิจัยธุรกิจเป็นวิธีการทางวิทยาศาสตร์อย่างหนึ่ง ซึ่งดำเนินงานอย่างเป็นระบบมีการกล่าวอ้างถึง ทฤษฎี กฎ รวมทั้งกระบวนการหาข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์ และหาคำตอบ เพื่อหาทางแก้ไขปัญหา โดยมีขอบเขตที่ทำการศึกษาวิจัยทางธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การบัญชี การบริหาร การผลิตและเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ เพื่อให้เกิดการจำแนกข้อปัญหาในการศึกษาออกเป็น ส่วนย่อยๆ ที่มีประโยชน์ต่อการจัดการด้านการผลิต การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการบริการได้รับรู้ถึง ธรรมชาติของลูกค้า อีกทั้งนโยบายในการพิจารณา เจตนานโยบาย การเปรียบเทียบหรือความสัมพันธ์ กับ การปฏิบัติ เพื่อให้ได้แนวทางที่ถูกต้องเหมาะสม ซึ่งจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่า สิ่งที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ มีความสำคัญในยุคนี้ ผู้อ่านบางท่านอาจเคยเป็นกลุ่มตัวอย่างของการทดลองหรือให้ข้อมูล โดยที่ท่าน รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ

หวังว่าบทความนี้จะช่วยให้ผู้อ่านได้มองเห็นภาพรวมในลักษณะกว้างของการวิจัยทางธุรกิจ ซึ่งการวิจัยประเภทนี้ ไม่ได้แพร่หลายในวงนอกมากนัก และผลจากการวิจัยจะถูกนำไปใช้งานจริง ของกิจการนั้นๆ เป็นส่วนใหญ่ มากกว่าที่จะนำมาเปิดเผยต่อสาธารณชนได้ แต่อย่างไรก็ตามสำหรับ ผู้ประกอบธุรกิจท่านคิดหรือไม่ว่า ถึงคราวแล้วหรือยังที่การวิจัยจะเข้าไปสัมผัสเกี่ยวข้องกับ การดำเนินงานของท่านเพื่อก่อให้เกิดการสร้างสิ่งประดิษฐ์นวัตกรรมผลกำไรที่เพิ่มขึ้นและความเป็นอยู่ ที่ดีมีสุขในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมของส่วนรวมต่อไป

เอกสารอ้างอิง

Balsley, Howard L. and Clover, Vernon T. **Business Research Methods**. Ohio :

Grid Publishing, Inc., 1986.

Luck, David J. et.al. **Market Research**, New Jersey : Prentice - Hall, Inc., 1979.

ธรรมบุญ ไสภรัตน์. **วิธีการวิจัยทางเศรษฐศาสตร์**, กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา ลาดพร้าว, 2525.

ประนอม อุตกฤษฎ์. **เอกสารประกอบการสอนวิชาวิจัยธุรกิจ**, คณะวิทยาศาสตร์ประยุกต์,

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 2532.