บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลจากการสังเกตเกี่ยวกับเส้นทางการสัญจรและการบริหารจัดการพื้นที่

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของแบบสอบถามความพึงพอใจ

ตอนที่ 3 สรุปประเด็นต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 มุมมองด้านการบริหารจัดการพื้นที่ขาย

ประเด็นที่ 2 มุมมองเกี่ยวกับเส้นทางการสัญจรของผู้มาใช้บริการ

ตอนที่ 1 สรุปผลจากการสังเกตเกี่ยวกับเส้นทางการสัญจร

จากการสังเกตพบว่า เส้นทางการสัญจรของทัวร์ทุกกรุ๊ปเป็นไปดังต่อไปนี้ลงจากรถทัวร์ที่จุด Drop off >> เข้าห้องน้ำ >> เข้าสู่พื้นที่ขายภายในห้าง >> จุดพักคอย >>ขึ้นรถกลับ โดยรวมเวลาทั้งสิ้นอยู่ที่ 1.30 ถึง 2.00 ชั่วโมง ช่วงที่มีผู้ใช้บริการมากที่สุดคือช่วงเวลาตั้งแต่ 10.30 ถึง12.30 รวมเป็นเวลา 3 ชั่วโมง มีคนเข้ามากถึง 1,000 คนใน 1 ชั่วโมงผู้เข้าใช้บริเวณหลักคือเป็นลูกค้าทัวร์จากประเทศจีน

ภาพประกอบที่ 11 แสดงจุด Drop off

ภาพประกอบที่ 12 แสดงห้องน้ำ และทางขึ้นห้าง

ภาพประกอบที่ 13 แสดงบรรยากาศในห้าง

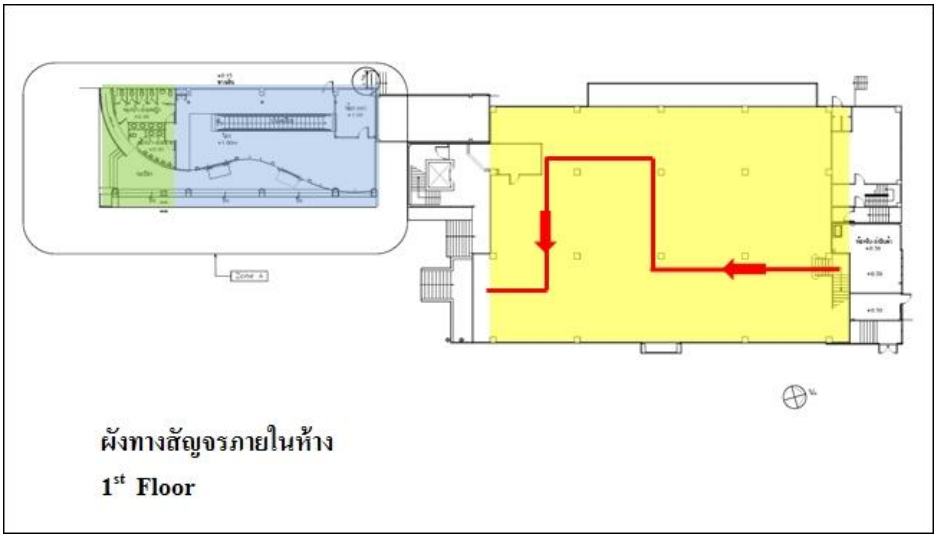
ภาพประกอบที่ 14 แสดงจุดพักคอยรอขึ้นรถ

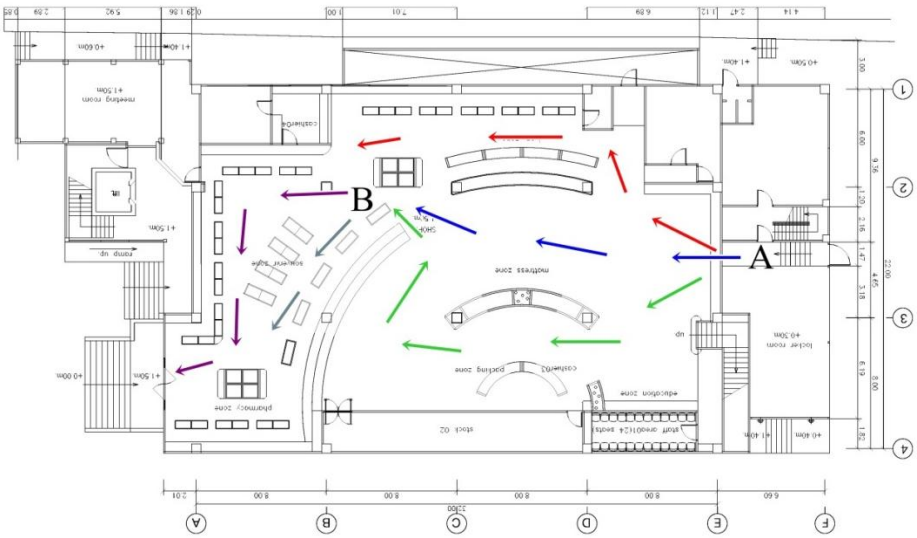
จากการสังเกตการณ์

ประเด็นที่ 1 พบว่า ในช่วงเวลาที่มี แขกเป็นจำนวนมากจะทำให้ จุด Drop off จะมีลูกทัวร์ออออยู่เป็นจำนวนมาก เพื่อรอเข้าร้านและรอขึ้นรถกลับ ทำให้ประตูอัตโนมัติเปิดค้างตลอดเมื่อมีคนมายืนออออยู่ที่หน้าประตูเป็นจำนวนมาก

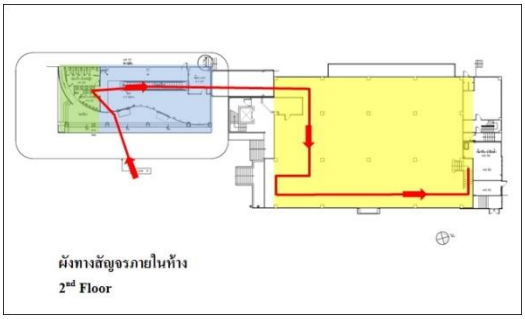
ประเด็นที่ 2 พบว่า ช่วงเวลาที่มีแขกจำนวนมากทำให้ห้องน้ำไม่เพียงพอ เนื่องมาจากห้องน้ำที่โถงทางเข้ามี ห้องน้ำชาย เพียง 3 ห้อง และห้องน้ำหญิงเพียง 5 ห้อง

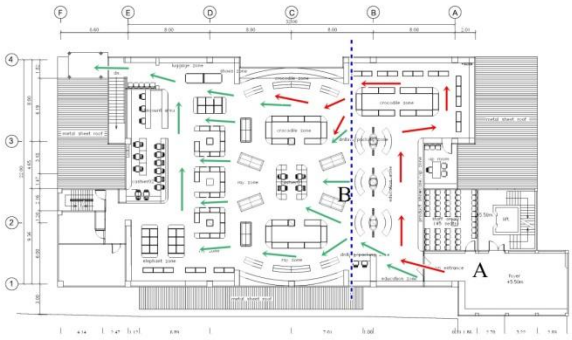
ประเด็นที่ 3 พบว่า ทางสัญจรเพื่อเดินชมสินค้า ไม่มีเส้นทางหลักที่ชัดเจน ทำให้ลูกค้าสามารถได้โดยอิสระ ทำให้เกิดจุดที่ไม่มีลูกค้าเข้าถึง สังเกตได้จาก ภาพประกอบที่ 15 และ16 จะสังเกตเห็นว่าจุดต่าง ๆ ไม่มีการกำหนดรูปแบบทางเดินเพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าชมสินค้าได้ทั่วถึงทั้งห้าง ทำให้มีจุดที่ลูกค้าไม่เดินผ่าน และไม่เกิดการซื้อขายสินค้า





ภาพประกอบที่ 15 แสดงเส้นทางเดินชมสินค้า ชั้นที่ 1





ภาพประกอบที่ 16 แสดงเส้นทางเดินชมสินค้า ชั้นที่ 2

ประเด็นที่ 4 ชั้นโชว์สินค้าต่าง ๆ มีขนาดไม่เหมาะสำหรับการจับจ่ายของลูกค้า จาก ภาพประกอบที่ 17 แสดงชั้นโชว์สินค้าต่าง ๆ มีระยะที่ไม่เหมาะสมทำให้ใช้ประโยชน์ได้ไม่คุ้มค่า

ภาพประกอบที่ 17 แสดงชั้นโชว์สินค้า

ประเด็นที่ 5 พบว่า โถงพักคอยไม่เพียงพอเมื่อมีแขกจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันมีการเตรียมที่ไว้ให้แขกเพียง 8 ที่นั่ง

ภาพประกอบที่ 18 แสดงจุดพักคอยรอขึ้นรถกลับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของแบบสอบถามความพึงพอใจ

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	81	25.30
หญิง	239	74.70
รวม	320	100.00
อายุ		
น้อยกว่า 15ปี	1	0.30
15-25 ปี	12	3.80
25-35ปี	68	21.30
35-45 ปี	71	22.20
มากกว่า 45 ปี	168	52.50
รวม	320	100.00

ความถี่ในการมาใช้บริการ		
1 ครั้ง	233	72.80
2-3 ครั้ง	87	27.20
4-6 ครั้ง	0	0.00
มากกว่า 6 ครั้ง	0	0.00
รวม	320	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า เพศของลูกค้าทัวร์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (คิดเป็นร้อยละ 74.70) และเพศชาย (คิดเป็นร้อยละ 25.30)

อายุของลูกค้าทัวร์ พบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง มากกว่า 45ปี (คิดเป็นร้อยละ 52.50) รองลงมามีอายุระหว่าง 35-45ปี (คิดเป็นร้อยละ 22.20) อายุระหว่าง 25-35ปี (คิดเป็นร้อยละ 21.30) อายุระหว่าง 15-25ปี (คิดเป็นร้อยละ 3.80) อายุน้อยกว่า 15ปี (คิดเป็นร้อยละ 0.30) ตามลำดับ

ความถี่ในการมาใช้บริการ พบว่าส่วนใหญ่ มาใช้บริการเป็นครั้งแรก (คิดเป็นร้อยละ 72.80) และ มาใช้บริการ 2-3 ครั้ง (คิดเป็นร้อยละ 27.20)

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของท่านต่อการบริการ สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก

ประเด็นวัดความพึงพอใจ	$\bar{x}$	SD	ความหมาย
1. ด้านการให้บริการของพนักงาน			
1.1 ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	2.56	.714	ปานกลาง
1.2 ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	3.58	.931	มาก
1.3 การขายของพนักงานรบกวนลูกค้า	4.22	.659	มาก
1.4 มีพนักงานให้บริการเพียงพอ	4.32	.733	มาก
1.5 เครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสม	3.17	.922	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.57	.792	ปานกลาง
2. ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้าง(รวมถึงพื้นที่อำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ จุดพักคอย)			
2.1 ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ	2.00	.665	น้อย
2.2 สุขภัณฑ์ที่ใช้ภายในห้องน้ำ	2.40	.645	น้อย
2.3 กลิ่นรบกวนต่าง ๆ	3.42	.823	ปานกลาง

2.4 ความสะอาดภายในห้าง	4.09	.657	มาก
2.5 ความสว่างภายในห้าง	3.96	.553	มาก
2.6 ความเหมาะสมของอุณหภูมิภายในห้าง	2.69	.808	ปานกลาง
2.7 ความสวยงามของการตกแต่งห้าง	2.69	.691	ปานกลาง
2.8 สินค้าอยู่ในตำแหน่งที่หยิบซื้อได้ง่าย	2.78	.841	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.00	.710	ปานกลาง
3. ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้าง			
3.1 มีจุดพักผ่อน หรือสูบบุหรี่ที่พอเพียง	2.05	.812	น้อย
3.2 มีเก้าอี้ให้นั่งพักผ่อนพอเพียง	2.25	.673	น้อย
3.3 จุดพักคอยรถบัสมีความเหมาะสม	2.48	.717	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.26	.734	น้อย

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าทัวร์ด้านการให้บริการของพนักงาน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.57) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ มีพนักงานให้บริการเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย = 4.32) รองลงมาคือ การขายของพนักงานรบกวนลูกค้า (ค่าเฉลี่ย = 4.22) ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย = 3.58) เครื่องแต่งกายของพนักงานเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 3.17) ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย = 2.56) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าทัวร์ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้าง พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ที่ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยรวม = 3.00) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ความสะอาดภายในห้าง (ค่าเฉลี่ย = 4.09) รองลงมาคือ ความสว่างภายในห้าง (ค่าเฉลี่ย = 3.96) กลิ่นรบกวนต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 3.42) สินค้าอยู่ในตำแหน่งที่หยิบซื้อได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย = 2.78) ความเหมาะสมของอุณหภูมิภายในห้างและความสวยงามของการตกแต่งห้าง (ค่าเฉลี่ยเท่ากัน = 2.69) สุขภัณฑ์ที่ใช้ภายในห้องน้ำ (ค่าเฉลี่ย = 2.40) ห้องน้ำเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย = 2.00) ตามลำดับ

ความพึงพอใจของลูกค้าทัวร์ด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวกภายนอกห้าง พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ที่ระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยรวม = 2.26) ประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ จุดพักคอยรถบัสมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 2.48) รองลงมาคือ มีเก้าอี้ให้นั่งพักผ่อนพอเพียง (ค่าเฉลี่ย = 2.25) จุดพักคอยรถบัสมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย = 2.05)

ตอนที่ 3 สรุปต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์

ประเด็นที่ 1 มุมมองด้านการบริหารจัดการพื้นที่ขาย ได้ผลสรุป ดังต่อไปนี้

1 . บทบาทอำนาจหน้าที่ในการจัดทำแผนบริหารจัดการพื้นที่ขาย ได้ผลสรุปว่าไม่มีแผนการบริหารจัดการพื้นที่ขายที่ดีทำให้ไม่ทราบถึงความต้องการของลูกค้าทัวร์ อีกทั้งไม่เคยมีการทำแบบสอบถามหรือแบบสำรวจความพึงพอใจต่ออาคารสถานที่ในแง่ของ Facility Management ที่ตอบสนองต่อการจับจ่ายของลูกค้า

2. การติดตามและประสานงานกับลูกค้า ไม่มีแผนกบริการหลังการขาย เช่น customer service ทำให้เมื่อเกิดปัญหาในการซื้อขายทำให้เสียเวลา และไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง

3. ไม่มีการกำหนดหลักเกณฑ์หรือข้อบังคับและวิธีการแก้ปัญหาเบื้องต้น ทำให้เมื่อเกิดปัญหา หรือเกิดความขัดแย้งทำให้ทางห้างเสียผลประโยชน์และไม่สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็ว

4. ในบางโซนที่มีลูกค้าให้ความสนใจซื้อสินค้าใด ๆ พร้อม ๆ กันหลายท่าน เมื่อมีพื้นที่จำกัด ทำให้เสียโอกาสในการขายสินค้านั้น ๆ ไป อันเกิดมาจากการแบ่งโซนสินค้าออกเป็นโซนมีสินค้านั้น ๆ เพียงจุดเดียว

5. ลูกค้าทัวร์ (จีน) หากจัดร้านให้โล่งกว้าง จนดูโล่งมากจะไม่นิยมเข้ามาซื้อสินค้าในจุดนั้น ๆ จากการสัมภาษณ์ผู้ถูกสัมภาษณ์แจ้งว่าลูกค้าจีนจะชอบซื้อเมื่อมีคนมุงดูซื้อสินค้านั้น ๆ จำนวนมาก ดังภาพประกอบที่ 19

ภาพประกอบที่ 19 แสดงผู้คนจับกลุ่มเพื่อชมสินค้า

6. ตำแหน่งในการวางสินค้า หากวางสินค้าในระดับที่สามารถเข้าถึงและหยิบจับได้ง่าย จะส่งผลให้สินค้านั้น ๆ มียอดขายที่ดี

ภาพประกอบที่ 20 แสดงชั้นวางสินค้า

7. สภาพแวดล้อมของห้างสรรพสินค้า ไม่ชักจูงให้ลูกค้าสนใจหรือชักจูงให้ลูกค้าเกิดความอยากซื้อสินค้าเนื่องจากไม่มีการตกแต่งหนังอาคารให้สอดคล้องกับสินค้าที่ขายอยู่ในโซนนั้น

ตอนที่ 3 ประเด็นที่ 2 มุมมองเกี่ยวกับเส้นทางการสัญจรของผู้มาใช้บริการ ได้ผลสรุป ดังต่อไปนี้

1. เส้นทางเดินปล่อยให้เป็นอิสระ มากจนเกินไปทำให้ไม่เข้าถึงในกลุ่มสินค้าในส่วนที่เข้าถึงได้ยาก

2. มีเส้นทางเดินที่เป็นทางตรง ทำให้ลูกค้าสามารถเดินผ่านร้านได้โดยไม่ผ่านสินค้าใด ๆ