



การติดตามและการประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

แนวคิด

ในการจัดแสดงสินค้าแต่ละครั้งย่อมต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้น แต่ก็เป็นกิจกรรมที่แทบทุกกิจการ โดยเฉพาะกิจการค้าปลีก จะขาดเสียไม่ได้ เมื่อต้องเสียค่าใช้จ่าย กิจการจึงต้องมีการติดตามผลเพื่อตรวจสอบว่าการจัดแสดงสินค้าครั้งนั้นๆ ทำให้กิจการได้รับประโยชน์คุ้มค่างับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปหรือไม่ โดยส่วนใหญ่การติดตามผลการจัดแสดงสินค้าจะจัดทำในรูปแบบของการประเมินผล ซึ่งมีทั้งการประเมินผลเชิงคุณภาพและการประเมินผลเชิงปริมาณ

สาระการเรียนรู้

1. การติดตามผลการจัดแสดงสินค้า
2. การประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. ติดตามผลการจัดแสดงสินค้าได้
2. ประเมินผลการจัดแสดงสินค้าได้



การติดตามผลการจัดแสดงสินค้า

การส่งเสริมการขายโดยวิธีการจัดแสดงสินค้า เป็นวิธีการที่ร้านค้าปลีกในปัจจุบันให้ความสำคัญกันมาก เพราะการจัดแสดงสินค้าสามารถสร้างยอดขายให้กับร้านค้าจนประสบผลสำเร็จได้ ดังนั้นเมื่อมีการจัดแสดงสินค้าควรมีการติดตามผลเพื่อวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ว่าควรยึดวิธีปฏิบัติในแนวทางเดิมหรือควรแก้ไขในจุดใด การติดตามผลการจัดแสดงสินค้าควรจัดทำในรูปแบบของการประเมินผล ซึ่งอาจประเมินโดยผู้จัดแสดง หรือเจ้าของกิจการก็ได้

ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงในการติดตามผลการจัดแสดงสินค้า

การติดตามผลการจัดแสดงสินค้า ควรทำในรูปของการประเมินผลการจัดแสดงสินค้า ซึ่งเจ้าของร้านค้าอาจเป็นผู้ประเมิน หรือตัวผู้จัดแสดงเป็นผู้ประเมินผลงานของตนเอง ในการประเมินนั้นอาจใช้การสังเกตการณ์ หรือประเมินผลเชิงปริมาณ แต่อย่างไรก็ดี ในการติดตามผลการจัดแสดงสินค้า ผู้ประเมินผลควรคำนึงถึงปัจจัย ดังนี้

① การสำรวจลูกค้าที่สนใจการจัดแสดงสินค้า เป็นการสำรวจความคิดเห็นของลูกค้าที่มาใช้บริการ ทำการสังเกตว่าผู้ที่พบเห็นการจัดแสดงสินค้าแล้วสะดุดตาหรือพึงพอใจการจัดแสดงสินค้านั้นหรือไม่ เพียงใด ซึ่งการสำรวจความสนใจของลูกค้านี้ส่วนใหญ่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา กล่าวคือเจ้าของร้านหรือผู้จัดแสดงมักไม่มีเวลานั่งสังเกตการณ์ว่ามีผู้หยุดยืนดูกี่คน แสดงความสนใจกี่คน หรือก้าวเข้ามาในร้านกี่คน กิจกรรมจึงวัดประสิทธิภาพของการจัดแสดงสินค้าด้วยการพิจารณาจากยอดขายว่าเพิ่มขึ้นจากเดิมหรือไม่ ในบางร้านมีกล่องรับความคิดเห็นโดยมีแบบสอบถามสั้นๆ วางไว้พร้อมปากกา เพื่อให้ลูกค้าตอบแล้วหยอดลงไปในกลุ่ม

② ตรวจเช็คการตอบสนองโดยตรง เป็นการสำรวจจำนวนลูกค้าที่หยุดยืนชมการจัดแสดงสินค้า และสนใจเข้ามาชมสินค้าภายในร้าน ว่ามีจำนวนมากน้อยเพียงใด หรือบางแห่งวัดจากยอดขายหลังจากที่ได้มีการจัดแสดงสินค้าแล้ว ซึ่งวิธีนี้เป็นการประเมินผลที่อาจไม่ได้ผลที่แม่นยำนัก เพราะยอดขายที่เพิ่มขึ้นอาจเกิดจากการส่งเสริมการตลาดวิธีอื่น ๆ เช่น การโฆษณา การเชิญชวนของพนักงานขาย เป็นต้น

③ คุณค่าของพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้า ผู้บริหารร้านค้าปลีกควรให้ความสนใจประเมินคุณค่าของพื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า โดยพิจารณาว่าบริเวณที่จัดแสดงสินค้า ห่างจากหน้าร้านเพียงใด การจัดแสดงสินค้าในบริเวณที่เหมาะสมย่อมเกิดคุณค่าและประโยชน์สูงสุด ดังนั้นในการวางแผนการจัดแสดงสินค้าจะต้องพิจารณาในเรื่องของพื้นที่บริเวณที่จะ

จัดแสดงว่าเป็นจุดของความพอดีที่ลูกค้าได้พบเห็นการจัดแสดงสินค้าแล้วเดินเข้ามาในร้านโดยไม่มีสิ่งใดกีดขวาง หรือจุดของการจัดแสดงกับร้านขายสินค้าจะต้องอยู่ไม่ห่างกันจนทำให้ความสนใจของลูกค้าลดลงไปแล้วเมื่อพบสินค้าในร้าน

④ **ดูจากปริมาณยอดขาย** หากช่วงที่มีการจัดแสดงสินค้า ปรากฏว่ายอดขายเพิ่มขึ้น ก็พอที่จะประเมินได้ว่าการจัดแสดงสินค้านั้นมีผลดีไม่น้อยเพียงใด ร้านค้าที่มีการปรับปรุงการตกแต่งและการจัดแสดงสินค้าอยู่เสมอ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงที่ไม่มีการจัดแสดงสินค้าแล้ว ปรากฏว่าทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นตั้งแต่ 25-40 เปอร์เซ็นต์ ในทางตรงกันข้าม ร้านค้าที่เคยทำการจัดแสดงสินค้าอยู่อย่างสม่ำเสมอ แต่ต่อมามะเลาะไม่มีการจัดแสดงสินค้ากลับทำให้ยอดขายลดลงไปกว่าเดิม 20%



การประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

การประเมินผลการจัดแสดงสินค้า คือ การนำเอาผลงานการจัดแสดงสินค้าในช่วงเวลาที่กำหนดมาวิเคราะห์ผล แล้วนำมาเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่ตั้งไว้ เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดแสดงครั้งต่อไป

ความสำคัญของการประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

① เพื่อจะได้ทราบผลการจัดแสดงว่าบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่วางไว้หรือไม่เพื่อจะได้ทราบข้อที่ควรปรับปรุงแก้ไขในการจัดแสดงสินค้าครั้งนั้นๆ และใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติครั้งต่อไป

② เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดงบประมาณการจัดแสดงสินค้าครั้งต่อไป ควรมีการประเมินผลการจัดแสดงทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดแสดง เพื่อวัดความสำเร็จในการจัดแสดงสินค้าในครั้งนั้นๆ ในการประเมินผลการจัดแสดงสินค้าแต่ละครั้ง สิ่งสำคัญที่จะต้องนำมาพิจารณา ได้แก่

2.1 ควรมีการกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน

2.2 การกำหนดเป้าหมายการดำเนินงานควรเป็นการพิจารณาร่วมกันระหว่างฝ่ายบริหารและฝ่ายจัดแสดงสินค้า

รูปแบบการประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

❶ การประเมินผลเชิงคุณภาพ เป็นการประเมินผลที่ไม่สามารถวัดเป็นตัวเลขที่แน่นอนได้ วิธีการประเมินผลเชิงคุณภาพ อาจใช้วิธีการสังเกตการณ์ (ซึ่งจะกล่าวถึงรายละเอียดในหัวข้อต่อไป)

❷ การประเมินผลเชิงปริมาณ เป็นการประเมินผลที่สามารถวัดออกมาเป็นตัวเลขได้ เกณฑ์การประเมินผลอาจออกมาในรูปของ

2.1 ผลกำไร เป็นการเปรียบเทียบผลกำไรที่ร้านค้าได้รับก่อนมีการจัดแสดงและหลังจากมีการจัดแสดงว่าเพิ่มขึ้นหรือไม่ และเป็นจำนวนมากน้อยเพียงใด

2.2 ยอดขาย การประเมินผลยอดขายก็เช่นเดียวกับการประเมินผลกำไร คือ เป็นการเปรียบเทียบยอดขายที่เกิดขึ้น อาจนับเป็นจำนวนเงินหรือนับเป็นจำนวนหน่วยของสินค้า ก่อนการจัดแสดงและหลังการจัดแสดง

2.3 จำนวนผู้เข้าร้านค้า การประเมินจำนวนผู้เข้าร้านค้า อาจกระทำได้โดยสังเกตจำนวนของผู้ที่เข้าร้านค้าก่อนการจัดแสดงและหลังการจัดแสดง

2.4 คำตอบที่ได้รับจากการใช้แบบสอบถาม เป็นการประเมินเกี่ยวกับความพอใจของผู้คนที่มาต่อการจัดแสดงสินค้าครั้งนั้นๆ ซึ่งได้มีการแปรเป็นจำนวนตัวเลขแล้ว

วิธีการประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

❶ การสังเกตการณ์ เป็นการประเมินผลการจัดแสดงที่ง่ายและสะดวก เนื่องจากไม่ต้องสร้างเครื่องมือสำหรับการประเมิน เพียงแต่ใช้ผู้สังเกตการณ์หาที่ยืนที่สะดวกต่อการสังเกตจำนวนผู้คนที่ผ่านไปมาว่ามีพฤติกรรมเช่นใด พฤติกรรมของผู้ที่ผ่านไปมา เช่น ไม่มองหน้าต่างโชว์ มองผ่านๆ โดยไม่หยุดดูรายละเอียด หยุดดูหน้าต่างโชว์ หยุดมองหน้าต่างโชว์แล้วเดินเข้ามาในร้าน โดยอาจทำเป็นแบบบันทึกดังนี้

แบบบันทึกการสังเกตการณ์ผลการจัดแสดงสินค้า

วันที่ เดือน พ.ศ.

ระหว่างเวลา ถึง

พฤติกรรม	จำนวน	หมายเหตุ
1. ไม่มองหน้าต่างโชว์		
2. มองผ่านๆ โดยไม่หยุดดูรายละเอียด		
3. หยุดดูหน้าต่างโชว์		
4. หยุดมองหน้าต่างโชว์แล้วเดินเข้ามาในร้าน		

๒ การประเมินผลโดยใช้แบบประเมิน เป็นวิธีการประเมินผลโดยอาจทำเป็นแบบสอบถาม การประเมินผลโดยใช้แบบประเมินนี้ ผู้ประเมินสามารถกำหนดคำถามในหัวข้อที่ต้องการประเมินได้

ตัวอย่าง

แบบประเมินผลการจัดแสดงสินค้า

ข้อมูลผู้ตอบแบบประเมิน

เพศ อายุ จบการศึกษาระดับ

อาชีพ รายได้

คำชี้แจง จงแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานการจัดแสดงสินค้า

4 = ดีมาก 3 = ดี 2 = พอใช้ 1 = ควรปรับปรุง

ลำดับ	รายการประเมิน	ระดับคะแนน			
		4	3	2	1
1.	การจัดแสดงมีความกลมกลืน ดูแล้วสบายตา				
2.	ใช้วัสดุตกแต่งเหมาะสมกับสินค้า				
3.	การนำเสนอแนวความคิด				
4.	สื่อสารเกี่ยวกับรายละเอียดของสินค้าได้อย่างชัดเจน				
5.	การจัดแสดงทำให้มองเห็นภาพพจน์ของร้านค้า				
6.	บริเวณจัดแสดงมีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อย				
7.	การจัดแสดงทำให้มองเห็นถึงประโยชน์ของสินค้า				
8.	การใช้แสงเหมาะสมกับบรรยากาศ				
9.	ใช้สีในการจัดแสดงเหมาะสม				
10.	ภาพรวมของการจัดแสดงสินค้า				

ข้อเสนอแนะ

.....

สรุป

การประเมินผลการจัดแสดงสินค้าจะทำให้กิจการทราบว่า ผลของการจัดแสดงสินค้านั้น คุ่มค่ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไปหรือไม่ การประเมินผลการจัดแสดงสินค้านั้น กิจการจะต้องคำนึงถึง ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ จะต้องมีการสำรวจลูกค้าที่สนใจการจัดแสดงสินค้าว่ามีความพึงพอใจอย่างไร ต้องมีการตรวจเช็คการตอบสนองด้วย ผู้บริหารร้านค้าปลีกต้องให้ความสนใจการประเมินคุณค่า ของพื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าด้วย และจะต้องพิจารณาด้วยว่าหลังจากการจัดแสดงสินค้านั้น ร้านค้ามียอดขายเพิ่มขึ้นหรือไม่

การประเมินผลการจัดแสดงสินค้ามีความสำคัญต่อร้านค้า กล่าวคือ จะทำให้ร้านค้าทราบว่า ผลการจัดแสดงสินค้าบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งไว้หรือไม่ และผลของการประเมินนี้สามารถใช้ เป็นแนวทางกำหนดงบประมาณในการจัดแสดงสินค้าครั้งต่อไป



กิจกรรมเสริมประสบการณ์การเรียนรู้

การดำเนินกิจกรรม

1. แบ่งนักเรียนออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละประมาณ 3-5 คน
2. แต่ละกลุ่มหาข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการเกี่ยวกับการติดตามผลการจัดแสดง สินค้า โดยให้เจ้าของกิจการกรอกแบบฟอร์มดังนี้

ชื่อกิจการ

ประเภทของกิจการ

- ◇ ผู้ผลิตสินค้า
- ◇ กิจการค้าส่ง
- ◇ กิจการค้าปลีก

วิธีการประเมินผล

- ◇ การสังเกตการณ์
- ◇ ใช้แบบประเมิน

ผลที่เกิดขึ้นหลังจากการจัดแสดงสินค้า

.....

.....

.....