

ประเภทของการจัดแสดงสินค้า

แนวคิด

ประเภทการจัดแสดงสินค้าของร้านค้ามักมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับ การสร้างสรรค์ของผู้จัดแสดง การจัดแสดงสินค้าที่มีแนวความคิดสวยงาม หรือแปลกไปจากร้านอื่น ๆ ย่อมได้รับความสนใจว่า การจัดแสดงสินค้านั้นสามารถกระทำได้ในหน้าต่างโชว์หน้าร้าน ภายในร้านค้า ภายนอกร้านค้า และในงานจัดแสดงสินค้า ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และนโยบายของกิจการ แต่อย่างไรก็ตาม การจัดแสดงสินค้า แต่ละประเภทย่อมมีวัตถุประสงค์อย่างเดียวกัน

สาระการเรียนรู้

1. การจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์หน้าร้าน (Window Display)
2. การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า (Interior Display)
3. การจัดแสดงสินค้าภายนอกร้านค้า (Exterior Display)
4. การจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการ (Exhibition) หรืองานแสดงสินค้า

ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง

1. วางแผนและออกแบบการจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์หน้าร้านได้
2. วางแผนและออกแบบการจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้าได้
3. วางแผนและออกแบบการจัดแสดงสินค้าภายนอกร้านค้าได้
4. วางแผนและออกแบบการจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าได้

การจัดแสดงสินค้าก่อให้เกิดประโยชน์ และมีความสำคัญต่อร้านค้าตั้งที่กล่าวมาแล้ว การจัดแสดงสินค้าสามารถกระทำได้อย่างหลากหลาย บริเวณที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าก็มีหลากหลายเช่นเดียวกัน ขึ้นอยู่กับความต้องการของเจ้าของร้านค้า และความคิดสร้างสรรค์ของผู้จัดแสดงสินค้า จึงสามารถจำแนกได้ว่าการจัดแสดงสินค้านั้นมีอยู่หลายประเภท ในหน่วยนี้จะแบ่งการจัดแสดงสินค้าออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. การจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์หน้าร้าน (Window Display)
2. การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า (Interior Display)
3. การจัดแสดงสินค้าภายนอกร้านค้า (Exterior Display)
4. การจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการ (Exhibition) หรืองานแสดงสินค้า

การจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์หน้าร้าน (Window Display)

หน้าต่างโชว์หน้าร้านนับเป็นจุดแรกที่มีผู้ผ่านไปมาสามารถมองเห็นได้ จึงจัดเป็นพื้นที่สำคัญอันดับหนึ่งที่จะต้องมีการจัดแสดงสินค้า เพื่อเรียกร้องความสนใจให้ผู้ที่ผ่านไปมาสะดุดตา มีความสนใจต้องการเข้ามาชมสินค้าภายในร้านและเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด หน้าต่างโชว์หน้าร้านแบ่งได้ ดังนี้

① หน้าต่างโชว์แบบแบนราบ (Single Window) เป็นการจัดแสดงสินค้าที่สามารถมองเห็นได้เพียงด้านเดียว โดยการใช้กระจกแบนราบติดกับผนังด้านหน้าร้าน เว้นพื้นที่ไว้ให้เพียงพอที่จะนำสินค้าเข้าไปจัดแสดงได้ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า นิยมใช้หน้าต่างโชว์แบบนี้ เพราะสามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก

② หน้าต่างโชว์แบบมุม (Corner Window) เป็นการจัดแสดงสินค้าที่น่าสนใจกว่าแบบแรก เพราะสามารถมองเห็นได้สองด้าน เหมาะสำหรับร้านค้าที่อยู่ตรงหัวมุมของอาคารหรือร้านค้าที่มีพื้นที่หน้าร้านกว้างๆ

หน้าต่างโชว์แบบแบนราบและหน้าต่างโชว์แบบมุม สามารถจำแนกออกได้ 2 ลักษณะ

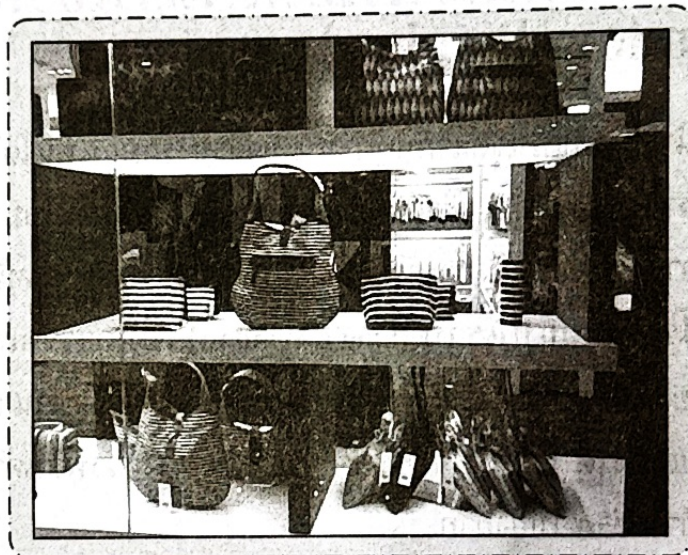
1) หน้าต่างโชว์แบบเปิดด้านหลัง (Open Background Window) เป็นการจัดแสดงสินค้าที่ใช้ตู้โชว์ที่ด้านหลังเปิดโล่ง หรือเป็นกระจกใส นอกจากผู้ที่เดินผ่านไปมาจะมองเห็นสินค้าที่จัดแสดงแล้ว ยังสามารถมองผ่านทะลุเข้ามาภายในร้านได้ จึงจัดได้ว่าการใช้หน้าต่างโชว์ประเภทนี้เป็นการจัดแสดงสินค้าหน้าร้านพร้อมแสดงสินค้าภายในร้านไปด้วย ร้านค้าที่นิยมจัดตู้โชว์ประเภทนี้ได้แก่ ร้านตัดเสื้อผ้าสตรี ร้านอาหารหรือภัตตาคารที่มีชื่อเสียง ร้านขายของโบราณ เป็นต้น

2) หน้าต่างโชว์แบบปิดด้านหลัง (Closed Background Window) เป็นการจัดแสดงสินค้าที่ใช้ตู้โชว์ที่ปิดทึบทำให้มองไม่เห็นสภาพภายในร้าน จึงทำให้สินค้าที่นำมาจัดแสดงนั้นเด่นและมีความเป็นอิสระจากบรรยากาศภายในร้าน เหมาะกับการจัดแสดงสินค้าประเภทเครื่องเรือน ซึ่งให้ความรู้สึกที่เหมือนจริงกว่าการใช้ตู้โชว์แบบเปิดด้านหลัง

③ หน้าต่างโชว์แบบเกาะ (Island Window) เป็นการจัดแสดงสินค้าที่สามารถมองเห็นได้ในทุก ๆ ด้าน มีลักษณะเป็นตู้ที่แยกออกมาต่างหากไม่มีส่วนใดติดกับร้านค้าเลย ผู้จัดจะต้องพิถีพิถัน มีการวางแผนอย่างดี เพื่อให้หน้าต่างโชว์นั้นมีจุดที่น่าสนใจในทุกมุม

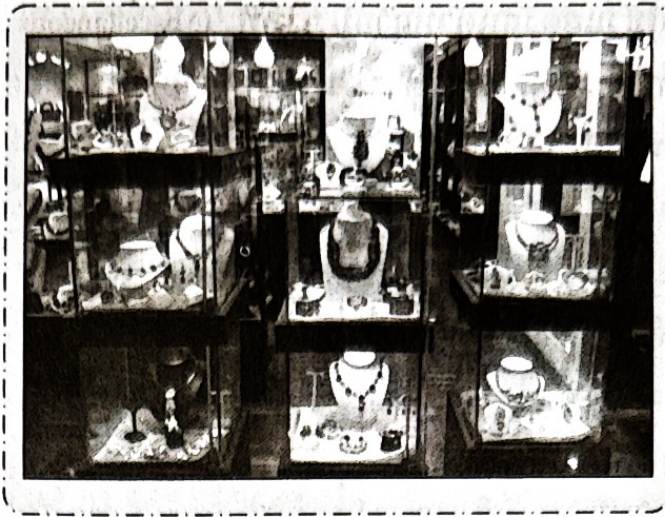
ลักษณะการจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์

① หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าอย่างเดี่ยว (One Item Window) เป็นการนำสินค้าชนิดเดียวมาจัดวางภายในหน้าต่างโชว์ สินค้าชนิดเดียวนี้อาจเป็นชิ้นใหญ่เพียงชิ้นเดียว เช่น เครื่องซักผ้า รถจักรยานยนต์ หรืออาจเป็นสินค้าชนิดเดียวกันแต่แตกต่างกันด้วยขนาด สี สัน รูปแบบ หรือราคาก็ได้



หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าอย่างเดี่ยว

② หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าที่สัมพันธ์กันเป็นชุด (Related Merchandise in Theme Window) สินค้าที่มีความสัมพันธ์กันเป็นชุด คือ สินค้าประเภทเดียวกันที่ใช้งานร่วมกัน หรือประกอบกัน เช่น ชุดรับประทานอาหารจะประกอบด้วย จาน ชาม ช้อน ช้อนส้อม แก้วน้ำ ชุดเครื่องประดับประกอบด้วย สร้อยคอ จี้ แหวน ต่างหู สร้อยข้อมือ ชุดเครื่องแต่งกายประกอบด้วย เสื้อ กระโปรงหรือกางเกง รองเท้า เข็มขัด กระเป๋า เป็นต้น การจัดแสดงสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันเป็นชุด ช่วยสร้างบรรยากาศให้เหมือนสถานการณ์จริง และยังเป็นการแจ้งแก่ลูกค้าด้วยว่าสินค้าใดใช้คู่กัน ทำให้ร้านค้าสามารถขายสินค้าได้มากกว่าหนึ่งชิ้น การจัดหน้าต่างโชว์แบบนี้สามารถเรียกถึงความสนใจได้ดี แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ประกอบมากกว่าแบบอื่น



หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าสัมพันธ์กันเป็นชุด

③ หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันต่างชุด (Related Merchandise not in Theme Window) สินค้าที่มีความสัมพันธ์กันต่างชุด เป็นสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันแต่ไม่เป็นสินค้าในชุดเดียวกัน ส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องสุขภัณฑ์ ของตกแต่งบ้าน เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ร้านขายเครื่องใช้สำนักงาน อาจจัดบรรยากาศเป็นห้องทำงาน ภายในห้องประกอบด้วย โต๊ะ เก้าอี้ ตู้สำหรับใส่เอกสาร แฟ้ม เครื่องเขียน หรือร้านขายของตกแต่งบ้าน อาจจัดบรรยากาศเป็นห้องรับแขก ภายในห้องมีชุดรับแขก หมอนอิง โต๊ะเข้ามาุมแจกัน ดอกไม้หรือต้นไม้แห้ง โคมไฟ เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้มีประโยชน์ใช้สอยต่างกัน แต่มีลักษณะการใช้งานที่สัมพันธ์กัน

④ หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าตามประเภท (Single Line of Goods Window) เป็นการนำสินค้าที่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกัน เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องกีฬา เครื่องหนัง มาจัดแสดง ซึ่งสินค้าเหล่านี้อาจเป็นสินค้ายี่ห้อเดียวกัน หรือคนละยี่ห้อขึ้นอยู่กับร้านค้า เช่น ร้านขายเครื่องกีฬาของยี่ห้อ Nike ก็จะนำสินค้าเฉพาะของยี่ห้อ Nike ไม่ว่าจะเป็น หมวก เสื้อ กางเกง ถุงเท้า รองเท้า มาจัดแสดง หรือร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องกีฬาหลายยี่ห้อ ก็จะนำสินค้าของทุกยี่ห้อในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันที่มีจำหน่าย เช่น Adidas Nike Grand sport มาจัดแสดง เป็นต้น



หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าตามประเภท

๕ หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าหลายประเภท (Miscellaneous Window Display) ร้านค้า

ที่จำหน่ายสินค้าหลายประเภท อาจมีการนำสินค้าหลายประเภทออกมาจัดแสดงเพื่อแสดงว่ามีสินค้าชนิดนั้นจำหน่ายภายในร้าน ร้านค้าขนาดเล็กนิยมจัดหน้าต่างโชว์ในรูปแบบนี้ซึ่งบางครั้งไม่ได้คำนึงถึงแบบแผน หรือไม่ได้ใช้หลักศิลปะเข้ามาช่วย ทำให้หน้าต่างโชว์ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ดังนั้นหากร้านค้าต้องการใช้รูปแบบการจัดลักษณะนี้ ก็ควรที่จะนำหลักศิลปะเข้ามาใช้เพื่อให้หน้าสนใจมากยิ่งขึ้น



หน้าต่างโชว์แสดงสินค้าหลายประเภท

๖ หน้าต่างโชว์ตามเทศกาล (Season Window) ร้านค้าปลีกที่มีขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้านิยมจัดหน้าต่างโชว์ตามเทศกาล เพื่อเรียกร้องความสนใจให้ลูกค้ามาใช้บริการตลอดเวลา นอกจากเทศกาลแล้ว ยังมีการจัดหน้าต่างโชว์ตามฤดูกาลอีกด้วย เช่น ฤดูร้อน ก็จะมีการจัดหน้าต่างโชว์เป็นบรรยากาศชายหาด มีหุ่นแต่งชุดว่ายน้ำ ตกแต่งด้วยอุปกรณ์ประกอบที่ใช้สำหรับการเล่นน้ำทะเล หรืออาจนำเสื้อผ้าที่เหมาะสมสำหรับการสวมใส่ในฤดูร้อน ที่มีจำหน่ายในร้านมาจัดแสดง เป็นต้น



หน้าต่างโชว์ตามเทศกาล

๗ หน้าต่างโชว์ตามวาระพิเศษ (Special Feature Window Display) เป็นการจัดแสดงสินค้าตามวาระพิเศษของร้านค้า เช่น การฉลองครบรอบปี ซึ่งการจัดแสดงเมื่อถึงวาระพิเศษของร้านนี้ จะสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้พบเห็นได้



หน้าต่างโชว์ตามวาระพิเศษ

จุดเด่นของการจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์หน้าร้าน

๑ สามารถสร้างความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็นได้ ร้านค้าที่ขายสินค้าประเภทเดียวกัน ตั้งอยู่ใกล้กัน หรือที่เรียกว่าอยู่ย่านการค้าเดียวกัน มักมีลักษณะของร้านค้าที่เหมือนๆ กัน ดังนั้นร้านค้าที่มีการจัดหน้าต่างโชว์ที่แตกต่างจากร้านอื่น โดยสามารถสร้างความสะดุดตาให้แก่ผู้พบเห็นได้ ก็จะสามารถดึงดูดให้ผู้ที่ผ่านไปมาเข้ามาในร้านและตัดสินใจซื้อสินค้าได้



การจัดแสดงสินค้าที่สามารถสร้างความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็นได้

② สามารถจัดสินค้าได้ตามฤดูกาล โดยปกติการเปลี่ยนแปลงหน้าตาโชว์จะมี การวางแผนล่วงหน้าว่าจะเปลี่ยนแปลงเมื่อใด บางร้านเปลี่ยนทุก 6 เดือน บางร้านเปลี่ยนเมื่อมี การออกสินค้านิวนูใหม่ แบบใหม่ เช่น สินค้าประเภท ตามแฟชั่น อาทิ เสื้อผ้า หรือร้านขายโทรศัพท์มือถือ แต่ทุกๆ ร้านมักจะให้ความสำคัญกับเทศกาล หรือฤดูกาลต่างๆ โดยหน้าตาโชว์นั้นเหมาะสม มากที่จะใช้พื้นที่สำหรับการจัดแสดงสินค้าตาม เทศกาลหรือฤดูกาลเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความ ต้องการอยู่ตลอดเวลา และยังสามารถสร้างยอดขาย ให้กับร้านค้าได้อีกด้วย



การจัดแสดงสินค้าตามฤดูกาล

(จากภาพเป็นการจัดแสดงสินค้าเมื่อออกสินค้านิวนูใหม่)

③ สามารถแสดงให้เห็นถึงย่านการค้า การที่ร้านค้าที่ขายสินค้าแบบเดียวกันตั้งอยู่ ใกล้กัน หรือที่เรียกว่า ย่านการค้าเดียวกัน จะสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคมุ่งไปซื้อสินค้าได้ดีกว่า เช่น หากต้องการซื้อทองคำต้องย่านเยาวราช หากต้องการซื้อผ้าต้องย่านสำเพ็ง หากต้องการซื้อ เสื้อผ้าสำเร็จรูปต้องย่านประตูน้ำ ร้านค้าจึงควรมีการจัดแสดงสินค้าให้สัมพันธ์กับย่านการค้าที่นั้นๆ

หลักเบื้องต้นของการจัดแสดงสินค้าในหน้าตาโชว์หน้าร้าน

① ต้องมีการวางแผนการจัดแสดง

การจัดแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพจะต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ที่ผ่านไปมาได้ และการที่จะทำให้งานออกมามีประสิทธิภาพนั้น ผู้จัดจะต้องมีการวางแผนการจัดแสดงเป็นอย่างดี การวางแผนจะทำให้ผู้จัดทราบว่าจะจัดตู้โชว์ในลักษณะใด นำสินค้าชนิดใด ชั้นใดเข้าไปจัดวาง ใช้วัสดุตกแต่งใด ลักษณะเป็นอย่างไร สีอะไร ประโยชน์ของการวางแผน คือทำให้มองเห็นภาพ ของการจัดแสดง หากออกมาไม่ดีก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ และนอกจากนี้การวางแผนยังทำให้ การทำงานเร็วขึ้น เนื่องจากสามารถเตรียมสินค้าและสิ่งตกแต่งไว้ล่วงหน้าได้

② ต้องเลือกสรรสินค้าที่จะนำมาจัดแสดง

หากร้านค้าต้องการให้การจัดแสดงสินค้าช่วยเพิ่มยอดขาย จะต้องเลือกสินค้าที่มีสิ่งจูงใจในการขายสินค้าเหล่านี้ เช่น สินค้าที่ใหม่ทันสมัย สินค้าที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสินค้าอื่น สินค้าที่กำลังเป็นที่ต้องการ จะช่วยสร้างความตื่นตาตื่นใจให้แก่ผู้พบเห็น อย่างไรก็ตาม ในการเลือกสรรสินค้าสำหรับการจัดแสดงนี้ จะต้องคำนึงถึงปริมาณสินค้าภายในร้านด้วยว่ามีปริมาณเพียงพอสำหรับการจำหน่ายหรือไม่

③ ต้องมีความทันสมัย

การเปลี่ยนหน้าตาต่างโชว์หน้าร้านให้เข้ากับเหตุการณ์ปัจจุบัน เช่น เทศกาล ฤดูกาล หรือเป็นไปตามแฟชั่นย่อมสร้างความสนใจและสร้างยอดขายได้มากกว่า ดังนั้นร้านค้าที่ใช้วิธีการส่งเสริมการขายด้วยการจัดแสดงสินค้า จะต้องคำนึงถึงความทันสมัยเข้ากับเหตุการณ์ปัจจุบัน จะทำให้เกิดการได้เปรียบในการดึงดูดความสนใจ แม้ว่าการเปลี่ยนหน้าตาต่างโชว์แต่ละครั้งจะทำให้เสียงบประมาณ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายที่เพิ่มขึ้นก็คุ้มค่าแก่การลงทุน

④ ต้องแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของร้านค้า

บรรยากาศในหน้าตาต่างโชว์ จะช่วยสะท้อนถึงคุณสมบัติของร้านค้าได้ ผู้จัดจะต้องศึกษาคุณสมบัติของร้านค้าว่าจำหน่ายสินค้าในระดับราคาอย่างไร กลุ่มเป้าหมายมีลักษณะใด เช่น ร้านค้าที่ขายสินค้าราคาถูกควรจัดบรรยากาศในหน้าตาต่างโชว์ไม่หรูหรามากนัก เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมีความรู้สึกว่าคุณสมบัติของร้านค้าไม่แตกต่างจากฐานะทางเศรษฐกิจของตน ในทางตรงกันข้าม ร้านค้าที่ขายสินค้าราคาแพง อาจใช้การจัดแสดงที่หรูหราเพื่อลูกค้าระดับกลางขึ้นไปจะมีความรู้สึกว่าร้านค้านี้เหมาะสมกับฐานะทางการเงินของตน

⑤ ต้องน่าสนใจและดึงดูดใจ

การนำหลักการออกแบบ หลักศิลปะ การใช้แสง การใช้สี เข้ามาช่วยในการจัดแสดงสินค้า จะช่วยทำให้การจัดแสดงสินค้านั้นน่าสนใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดีกว่า ดังนั้นผู้จัดแสดงจะต้องมีความรู้ด้านการออกแบบ ด้านศิลปะ จึงจะสามารถทำให้การจัดแสดงสินค้าบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ในเรื่องของศิลปะแล้ว สิ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจได้ คือ ความสะอาดทั้งภายในหน้าตาต่างโชว์ และกระจกตู้โชว์ หากในหน้าตาต่างโชว์เต็มไปด้วยคราบฝุ่นละออง หรือฝุ่นละอองนั้นมาจับติดอยู่ที่สินค้า วัสดุตกแต่ง หรือกระจกหน้าตาต่างโชว์ขุ่นมัว ไม่ใส เนื่องจากมีฝุ่นละอองจับติดอยู่ ความน่าสนใจและความดึงดูดใจก็จะลดน้อยลง อีกประการหนึ่งคือ การให้แสงสว่างภายในหน้าตาต่างโชว์ การให้แสงสว่างทำได้ 2 วิธี คือ การให้แสงโดยตรงด้วยการใช้ไฟสปอตส่องตรงไปยังตัวสินค้า การใช้ไฟสปอตมีสิ่งควรระวัง คือ ถ้าหากใช้ไฟมากเกินไป ความร้อนของแสงจะทำให้สีของสินค้าเปลี่ยนแปลงได้ นักจัดแสดง

จึงนิยมใช้แสงสว่างอีกวิธีหนึ่งคือ แสงทางอ้อม เป็นการใช้หลอดไฟที่สามารถให้แสงสว่างทั่วทั้งตู้ แสงสว่างทางอ้อมนี้จะให้แสงที่นุ่มนวล มองดูแล้วสบายตากว่า จึงน่าสนใจและดึงดูดความสนใจได้มากกว่า



การจัดแสดงสินค้าภายในร้านค้า (Interior Display)

การจัดแสดงสินค้าภายในร้านมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการจัดแสดงสินค้าภายนอกหน้าต่างโชว์หน้าร้านเลย เพราะถ้าหากมีการจัดหน้าต่างโชว์ที่สามารถดึงดูดความสนใจผู้ที่ผ่านไปมาจนสามารถทำให้บุคคลเหล่านั้นเดินเข้ามาในร้านได้แล้ว แต่ถ้าเข้ามาในร้านแล้วพบกับสินค้าที่วางระเกะระกะ ไม่เป็นหมวดหมู่ ทางเดินคับแคบจนลูกค้าเกิดความอึดอัด พวกเขาเหล่านั้นอาจเดินออกจากร้านไปโดยไม่ซื้อสินค้าเลยแม้แต่ชิ้นเดียว ดังนั้น ร้านค้าจึงต้องมีการจัดแสดงสินค้าภายในร้านควบคู่กันไปด้วย การจัดแสดงสินค้าภายในร้านแบ่งออกได้ ดังนี้

❶ การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ (Top of Counter Display) เป็นการนำสินค้าขึ้นมาจัดวางไว้บนเคาน์เตอร์ มีพนักงานขายคอยอำนวยความสะดวกในการขายสินค้า สินค้าที่นำมาจัดวางบนเคาน์เตอร์ควรมีน้ำหนักเบา เช่น เครื่องสำอาง เครื่องประดับ โดยส่วนใหญ่ผู้ชายมักนำสินค้าที่อยู่ในช่วงของการส่งเสริมการขายและสินค้าที่กำลังอยู่ในความนิยมมาจัดวางไว้บนเคาน์เตอร์ จะช่วยสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น



การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์

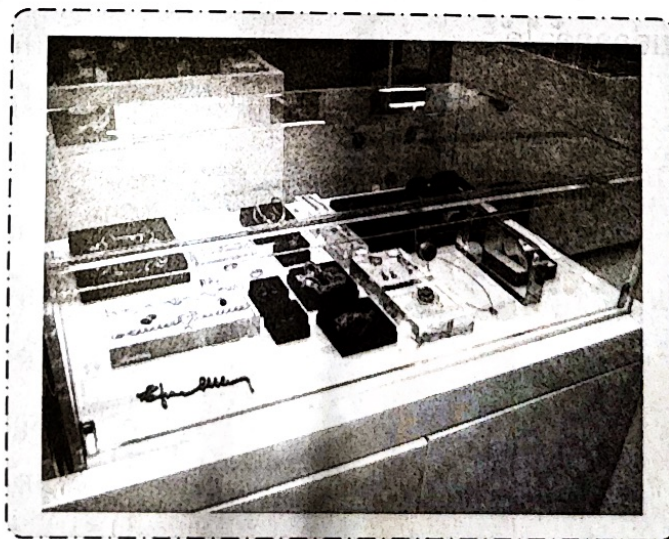
❷ การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด (Open Display) เป็นการนำสินค้ามาจัดวางไว้บนโต๊ะบนชั้นวางของ บนหิ้ง หรือตามราวแขวน ลูกค้าสามารถหยิบชมสินค้านั้นได้ ปัจจุบันร้านค้าปลีก

ขนาดใหญ่ เช่น บิ๊กซี คาร์ฟูร์ เทสโก้โลตัส หรือร้านค้าแบบบริการตนเอง นิยมใช้การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดกันมาก เพราะสามารถอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า สามารถหยิบสินค้าได้สะดวกรวดเร็ว และเป็น การลดค่าใช้จ่ายในการจ้างพนักงานขายด้วย



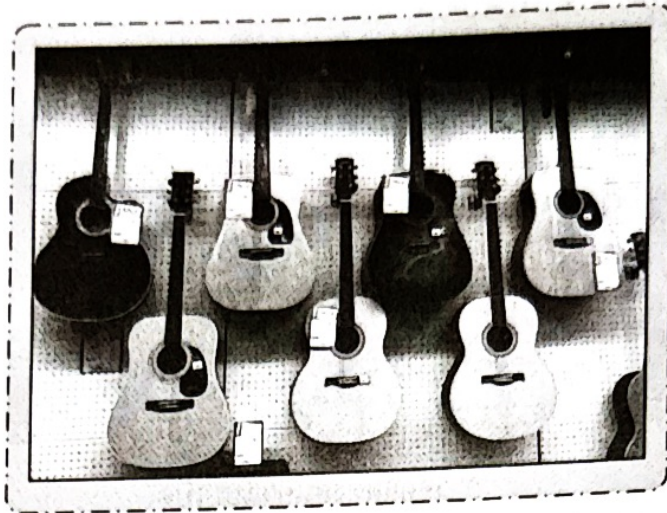
การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด

③ การจัดแสดงสินค้าแบบปิด (Closed Display) เป็นการนำสินค้าจัดวางไว้ในตู้กระจกใส อาจตั้งไว้บนพื้นหรือติดไว้กับผนังของร้านค้าที่ลูกค้าสามารถมองเห็นตัวสินค้าได้ มีพนักงานขายคอยอำนวยความสะดวกในการขายและนำสินค้าออกมาให้ชม เหมาะกับการจัดแสดงสินค้าขนาดเล็ก คุณภาพดี ราคาสูง ที่อาจจะถูกลักขโมยได้ง่าย การจัดแสดงสินค้าแบบปิดนี้มีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด แต่ก็สามารถทำให้สินค้าดูมีคุณค่าด้วยการใช้แสงไฟเข้าไปช่วยเน้นให้สินค้าดูเด่นขึ้น



การจัดแสดงสินค้าแบบปิด

④ การจัดแสดงสินค้าบนผนัง (Wall Display) ผนังร้านค้าที่ว่างเปล่า หากปล่อยให้ว่างไว้พื้นที่ตรงนั้นก็จะไม่เกิดประโยชน์แต่อย่างใด เจ้าของร้านค้าจึงควรนำสินค้าขึ้นไปจัดแสดงเพื่อเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภค การจัดแสดงสินค้าอาจติดตั้งอุปกรณ์ที่สามารถวางหรือแขวนสินค้าได้ติดเข้ากับผนังของร้านเพื่อนำสินค้าขึ้นไปจัดวาง สินค้าที่เหมาะสมกับการจัดแสดงสินค้าแบบนี้ควรมีน้ำหนักเบา เช่น เครื่องหนัง นาฬิกา เสื้อผ้าสำเร็จรูป หมวก เป็นต้น



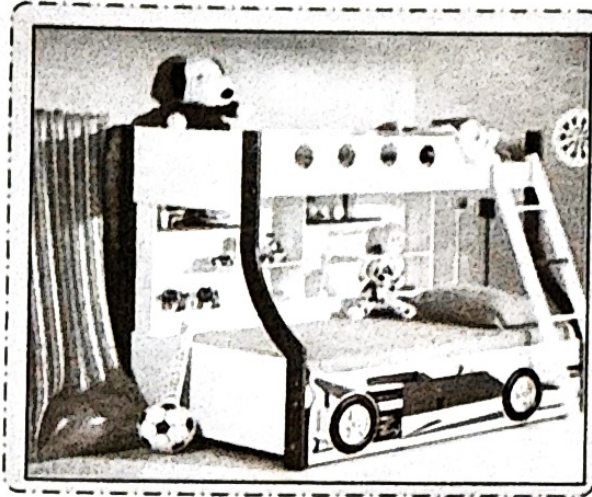
การจัดแสดงสินค้าบนผนัง

⑤ การจัดแสดงสินค้าแบบแขวน (Hanging Display) เป็นการใช้พื้นที่ส่วนเพดานให้เกิดประโยชน์ และยังสามารถเพิ่มความสวยงามให้แก่ร้านค้าอีกด้วย สินค้าที่เหมาะสมสำหรับจัดแสดงแบบแขวน เช่น โคมไฟ โคมบาย การจัดแสดงสินค้าแบบแขวนนอกจากจะมีผลด้านการส่งเสริมการขายแล้วยังแสดงถึงการใช้งานของสินค้าอีกด้วย การจัดแสดงสินค้าแบบนี้มีข้อเสียคือ สินค้าไม่ได้อยู่ในระดับสายตา เปลี่ยนแปลงการจัดได้ยาก และหากยึดติดไม่แน่นหนาพอสินค้าอาจหล่นลงมาเสียหายหรือเป็นอันตรายต่อลูกค้าได้



การจัดแสดงสินค้าแบบแขวน

⑥ การจัดแสดงสินค้าแบบสถาปัตยกรรม (Architectural Display) เป็นการนำสินค้ามาจัดแสดงในลักษณะสภาพแวดล้อมที่เหมือนจริงทุกประการ เช่น การจัดห้องนอน ห้องครัว ห้องรับแขก ซึ่งสามารถเรียกร้องความสนใจจากผู้บริโภคได้มาก เพราะลูกค้าสามารถจินตนาการและสร้างความรู้สึกล้อยตาม และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น



การจัดแสดงสินค้าแบบสถาปัตยกรรม

หลักเบื้องต้นในการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน

① การจัดแสดงสินค้าทั่วทั้งร้าน

ร้านค้าที่มีการจัดแสดงสินค้าทั่วทั้งร้านจะมีรูปแบบการจัดที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของร้านค้า เช่น ร้านค้าที่ให้บริการแบบเต็มที่มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำปรึกษา อาจใช้วิธีการจัดแสดงสินค้าแบบปิด หรือร้านค้าแบบลูกค้าบริการตนเอง อาจใช้วิธีการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด เพื่อลูกค้าจะได้หยิบ จับ และทดลองใช้สินค้าได้อย่างเต็มที่ ไม่ว่าจะเป็ร้านค้าชนิดใดก็ตาม สิ่งที่ควรคำนึงถึงในการจัดแสดงสินค้าทั่วทั้งร้านคือ สภาพการจราจรภายในร้าน จึงควรที่จะปฏิบัติดังต่อไปนี้

1.1 ทางเดินควรมีความกว้างเพียงพอสำหรับลูกค้าเดินสวนกันได้ หรือกรณีร้านค้าแบบบริการตนเอง จะต้องคำนึงถึงรถเข็นที่ลูกค้าใช้สำหรับใส่สินค้าด้วย

1.2 ควรจัดทำป้ายบอกทาง หรือป้ายบอกหมวดหมู่ของสินค้า เพื่อความสะดวกของลูกค้าโดยเฉพาะร้านค้าขนาดใหญ่ หรือร้านค้าที่มีสินค้าจำนวนมาก เช่น ห้างสรรพสินค้าป้ายเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญมาก

1.3 การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด ทำให้ลูกค้าสนใจมากกว่า เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์ชอบที่จะเลือกหยิบชมสินค้าด้วยตัวเอง

1.4 ควรแยกสินค้าออกเป็นหมวดหมู่ โดยจัดวางสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กัน หรือบริเวณเดียวกัน

1.5 การจัดแสดงสินค้าทั่วทั้งร้าน จะต้องให้ความสำคัญกับจุดที่มีการจัดแสดงทุกจุด ไม่เน้นเฉพาะจุดใดจุดหนึ่ง

1.6 วัสดุอุปกรณ์ประกอบหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการตกแต่งควรมีจำนวน ขนาด รูปร่าง รูปทรง ที่เหมาะสมกับสินค้าและรูปแบบของการจัดแสดง



การจัดแสดงสินค้าทั่วทั้งร้านต้องมีทางเดินกว้างและแยกสินค้าเป็นหมวดหมู่

② การจัดแสดงสินค้าเฉพาะจุด

พื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าเฉพาะจุด มีดังต่อไปนี้

2.1 หน้าร้าน เป็นจุดที่สามารถเรียกร้องความสนใจได้มาก เพราะเป็นจุดที่ลูกค้าต้องเดินผ่านเมื่อเข้า-ออกร้านค้า

2.2 หลังร้าน เหมาะสำหรับจัดแสดงสินค้าที่ลูกค้ามีความต้องการ หรือสินค้าที่จำเป็นต้องใช้ จึงไม่ต้องการจัดแสดงสินค้าเรียกร้องความสนใจมากนัก

2.3 จุดที่ใกล้กับจุดจ่ายเงิน ควรจัดแสดงสินค้าที่ซื้อด้วยแรงดลใจ โดยการจัดแสดงนั้นต้องทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าที่ไม่ได้ตั้งใจซื้อมาก่อนได้

2.4 บริเวณที่มีการจราจรหนาแน่น เช่น บันได ทางเข้า-ออกลิฟต์ ควรจัดแสดงสินค้าที่ขายได้ช้า หรือสินค้าที่มีกำไรต่อหน่วยสูง



การจัดแสดงสินค้าภายนอกร้านค้า (Exterior Display)

การจัดแสดงสินค้าภายนอกร้านค้าเป็นการจัดแสดงบนพื้นที่ที่นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าได้วิธีหนึ่ง พื้นที่ภายนอกร้านค้าที่สามารถจัดแสดงสินค้าได้ ได้แก่

❶ บริเวณอาเขต (The Arcade Fronts)

ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่จะมีบริเวณด้านหน้าร้านกว้างสำหรับเป็นที่จอดรถของลูกค้า สามารถใช้พื้นที่บริเวณนี้สำหรับจัดแสดงได้ โดยโอกาสในการจัดแสดงอาจเป็นในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่ วันแห่งความรัก วันแม่ หรือวาระพิเศษ เช่น ครบรอบปีของร้านค้า เป็นต้น

❷ บริเวณพื้นที่หน้าร้าน (The Store Fronts)

การจัดแสดงสินค้าบริเวณพื้นที่หน้าร้าน สามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้เป็นอย่างดี หากบริเวณทางเดินเข้าร้านมีการนำสินค้ามาจัดวาง เพื่อให้ลูกค้าแวะเข้ามาชม ลูกค้าอาจเดินชมสินค้าเรื่อยๆ ทำให้เดินเข้ามาในร้านโดยไม่รู้ตัว



การจัดแสดงสินค้าบริเวณหน้าร้าน
อาจทำให้ลูกค้าเดินเข้าร้านโดยไม่รู้ตัว



การจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการ (Exhibition) หรืองานแสดงสินค้า

นิทรรศการเป็นงานจัดแสดงสินค้าที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายได้นำผลิตภัณฑ์ของตนมาแสดงให้ประชาชนได้เห็น หรือได้รับทราบข้อมูล โดยวัตถุประสงค์ของงานนิทรรศการสามารถสรุปได้ดังนี้

❶ เพื่อกระตุ้นความสนใจของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายของการจัดนิทรรศการ โดยการนำความรู้มาแสดงเพื่อประโยชน์ด้านการศึกษา นำเทคโนโลยีมาแสดงเพื่อบอกถึงความเจริญก้าวหน้าของกิจการ และนำผลิตภัณฑ์มาแสดงเพื่อประโยชน์ด้านการค้า

❷ เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือผลิตภัณฑ์เดิมที่ได้รับการปรับปรุง ซึ่งในงานนิทรรศการจะนำผลิตภัณฑ์นั้นมาสาธิตถึงคุณภาพ หรือให้ประชาชนได้ทดลองใช้ ลองชิม ซึ่งถือเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของผลิตภัณฑ์ได้

❸ เพื่อให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายได้พบกับผู้ซื้อโดยตรง

❹ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดแก่กลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ ผู้บริโภคมักพึงพอใจที่ได้ชมนิทรรศการหรือการแสดงสินค้าที่ตนเองมีความสนใจ

- ๕ เพื่อสนับสนุนกิจการหรือธุรกิจที่มาจัดนิทรรศการ ให้เป็นที่รู้จักของประชาชนมากยิ่งขึ้น
- ๖ เพื่อเชิญชวนให้ประชาชนมาเที่ยวชมงาน และซื้อสินค้าราคาถูกลงจากผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย

โดยตรง



การจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้า

สรุป

การจัดแสดงสินค้าแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของผู้จัดแสดง และนโยบายของกิจการ การจัดแสดงสินค้าในหน้าต่างโชว์หน้าร้านมีจุดเด่นคือ สามารถสร้างความสะดุดตาแก่ผู้ผ่านไปมาเป็นอย่างดี ผู้จัดแสดงสามารถนำสินค้ามาแสดงในหน้าต่างโชว์ได้หลายลักษณะ ทั้งแสดงสินค้าอย่างเดี่ยว หลายอย่าง แสดงความสัมพันธ์กันของสินค้า และสร้างความทันสมัยให้แก่ร้านค้าด้วยการจัดแสดงสินค้าตามเทศกาล การจัดแสดงสินค้าอีกประเภทหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมและสามารถสร้างความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้ไม่แพ้กัน คือ การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน ซึ่งมีทั้งการจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด การจัดแสดงสินค้าแบบปิด การจัดแสดงสินค้าบนผนัง การจัดแสดงสินค้าแบบแขวน และการจัดแสดงสินค้าแบบสถาปัตยกรรม

นอกจากการจัดแสดงสินค้าที่กล่าวมาแล้ว ยังมีการจัดแสดงสินค้าที่ออกมานอกบริเวณร้านค้า ได้แก่ การจัดแสดงสินค้าภายนอกหน้าร้าน เช่น บริเวณหน้าร้าน บริเวณที่จอดรถ เป็นต้น และการจัดแสดงสินค้าในงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า ซึ่งเป็นการแนะนำสินค้าให้ผู้ที่มาเที่ยวงานได้รู้จักเป็นอย่างดี