

## บทที่ 4

### การจัดแสดงสินค้าภายในร้าน

(Interior Displays)

ในปัจจุบันการจัดสินค้าภายในร้านนับเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่ง เช่น เกี่ยวกับการโฆษณา การโฆษณาสินค้าเป็นการนำลูกค้ามาที่ร้านและสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าก็คือการจัดแสดงสินค้า โดยเฉพาะการจัดแสดงสินค้าภายในจะทำให้ร้านค้าขายสินค้านายการอื่น ๆ นอกเหนือจากที่โฆษณาไว้ก่อนได้เพิ่มขึ้นด้วย

การจัดสินค้าภายในร้านต้องจัดอย่างมีศิลปะ พร้อมทั้งจะอำนวยความสะดวกทั่วไปได้ การรู้จักจัดอย่างมีศิลปะจะทำให้ร้านค้ามันอยู่ในลักษณะของห้องแสดงสินค้า (showroom) แทนที่จะดูเหมือนห้องเก็บสินค้า (stockroom) และโดยทั่วไปการจัดแสดงสินค้าภายในร้านตามทางเดิน (aisles) จะมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้าในตัวโชว์คือเพื่อให้คนที่เดินไปมาหยุดเดินและพิจารณาสินค้าของร้าน เพราะฉะนั้นสิ่งสำคัญของการจัดแสดงสินค้าภายในร้านก็คือต้องจัดให้สามารถดึงดูดสายตาคนที่เดินไปมา ซึ่งต้องอาศัยการตกแต่งให้ดูสวยงาม (decorative) ในทำนองเกี่ยวกับการแต่งหน้าขนม cake กล้วยครีม และลวดลายต่าง ๆ เพื่อให้ดูน่ารับประทาน

ร้านค้าปลีกที่ขาดการจัดสินค้าภายในร้านให้ดูงดงามมักจะสูญเสียโอกาสในการขาย ยอดขายของร้าน จากการสำรวจโดยสมาคมพ่อค้าปลีกแห่งชาติ (The National Retail Merchants Association) ของประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า ร้านค้าปลีกประเภทจำหน่ายสรรพสินค้า มีจำนวนถึง 1 ใน 4 ที่สามารถเพิ่มยอดขายได้จากการผลของการจัดแสดงสินค้าในร้าน<sup>1</sup>

การจัดแสดงสินค้าในร้านให้ดูงดงามและให้ผลดีต่อการขายนั้นจัดได้หลายวิธี ร้านค้าต่าง ๆ จะจัดอย่างไรมันจะขึ้นอยู่กับ

1. ชนิดของสินค้า
2. บริเวณเนื้อที่ในบ้าน
3. งบประมาณ
4. ความพร้อมของฝ่ายบุคคลในการจัดแสดงสินค้า

### การจำแนกประเภทการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน

การจัดแสดงสินค้าภายในร้านของร้านค้าต่าง ๆ โดยทั่ว ๆ ไป จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน วิธีที่ใช้กันส่วนใหญ่มีดังต่อไปนี้. -

1. การจัดแสดงแบบเปิด ( Open displays )
2. การจัดแสดงสินค้าแบบปิด ( Closed displays )
3. การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ ( Top of - Counter displays )
4. การจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรม ( Architectural displays )
5. การจัดแสดงสินค้าวิธีอื่น ๆ ( Miscellaneous displays )

สิ่งที่ยูจัดแสดงสินค้าต้องคำนึงถึงก็คือวิธีที่ใช้ได้ผลดีในการจัดสินค้าประเภทหนึ่งไม่จำเป็นจะต้องใช้ได้ผลดีกับสินค้าประเภทอื่น ๆ ด้วย แผนกต่าง ๆ ในร้านค้าจะต้องศึกษาลักษณะของสินค้าในแผนกของตนเพื่อจะได้ทำความเข้าใจกับสินค้าแต่ละอย่างจะสามารถให้ความประทับใจได้อย่างไร เพราะฉะนั้นลักษณะของสินค้าแต่ละชนิดเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้จัดแสดงสินค้าต้องพิจารณาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดสินค้าในร้าน

#### 1. การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด ( Open displays )

เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากในการจัดสินค้าภายในของร้านค้าปลีกต่าง ๆ วิธีนี้เป็นการนำสินค้าออกวางบนภาชนะ โต๊ะ หรือตู้ ที่ลูกค้าจะสามารถเลือกซื้อสินค้าได้อย่างใกล้ชิด สามารถหยิบมาพิจารณาได้ ร้านค้าที่นิยมจัดแสดงสินค้าแบบนี้ได้แก่ ร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด (variety stores)

# ร้านอาหาร รวมทั้งร้านจำหน่ายสรรพสินค้าขนาดใหญ่

## ประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด

1.1) ทำให้จำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นโดยเฉพาะร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าชิ้นเล็กและราคาถูก ที่สหรัฐอเมริกาได้มีการทดสอบผลของการจัดวางสินค้าแบบเปิดนี้ ปรากฏว่า ยอดขายของสินค้าประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้นดังนี้<sup>2</sup>

ลูกกวาด	เพิ่มขึ้น	440 %
เครื่องสำอางค์	"	140 %
เครื่องเขียน	"	201 %
สมุด	"	165 %
กระดาษเช็ดหน้า	"	270 %
ฟิล์มถ่ายรูป	"	165 %

### 1.2) เพิ่มความสะดวกแก่ลูกค้า

เรื่องความสะดวกของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญที่ร้านค้าควรพิจารณาตั้งแต่การจัดทำแผนผังของร้านโดยผู้ออกแบบการตกแต่งภายในควรจะทำงานร่วมกันกับฝ่ายจัดแสดงสินค้า ทั้งนี้เพื่อให้การจัดแผนผังของร้านกับแผนการจัดแสดงสินค้าภายในร้านมีความกลมกลืนกัน การจัดแสดงสินค้าแบบเปิดนี้ให้โอกาสลูกค้าที่จะบริการตนเอง เลือกหยิบสินค้าชั้นที่มีความพอใจได้ ใช้เวลาพิจารณาตามใจชอบ

1.3) มีความยืดหยุ่น เหมาะสำหรับร้านค้าปลีกที่มีสินค้ามากมายหลายชนิดและมีการเปลี่ยนแปลงสินค้ารายการใหม่ ๆ อยู่บ่อย ๆ

1.4) ค่าใช้จ่ายในการติดตั้งสำหรับแสดงสินค้าแบบเปิดจะถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการติดตั้งตู้กระจกแบบปิด

1.5) ดัดแปลงแก้ไขได้ง่าย เพราะฉะนั้นการจัดแสดงสินค้าแบบนี้จึงอาจใช้เนื้อที่ส่วนอื่น ๆ ของร้านมาเป็นเนื้อที่ในการขายได้บ้างในบางโอกาส

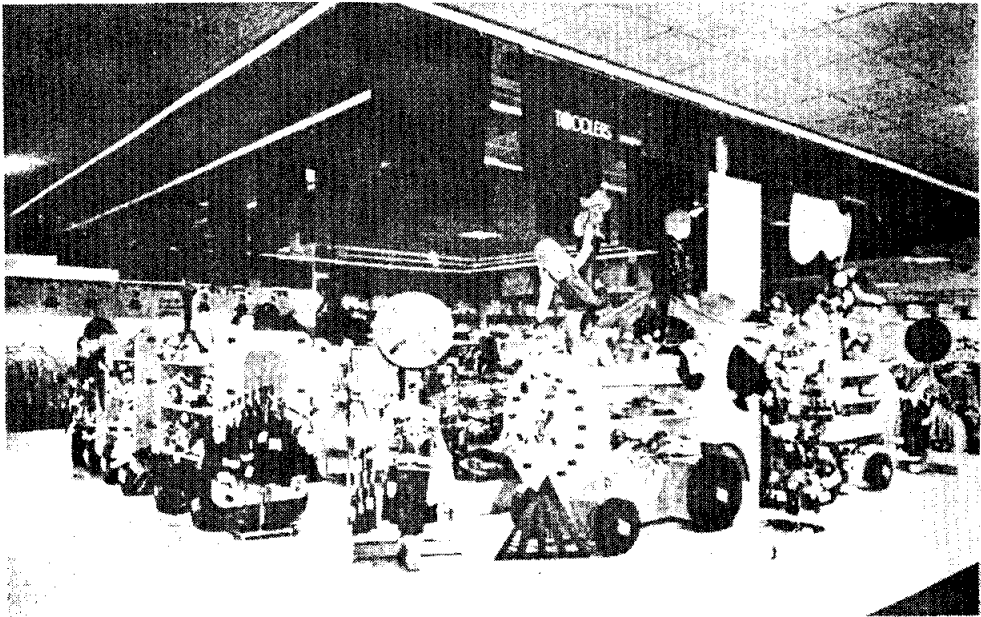
ภาพ 4.1 และ 4.2

การจัดแสดงสินค้าแบบเปิด ถูกคว้ามองโอกาสเลือกได้เต็มที่

4.1



4.2



ที่มา: Edwards and Lebowitz. p. 454

2. การแสดงผลสินค้าแบบปิด (Closed displays) แบ่งออกเป็น 2 ชนิดคือ

ก) การจัดสินค้าในตู้กระจกของเคาน์เตอร์สำหรับขาย ซึ่งลูกค้าสามารถจะมองผ่านกระจกเข้าไปเห็นสินค้าภายในตู้ได้

ข) การจัดสินค้าภายในตู้กระจกสำหรับเก็บของ

ประโยชน์ของการจัดแสดงผลสินค้าแบบปิด

2.1) เป็นที่พึงพอใจของลูกค้าอีกประเภทหนึ่งที่ไม่พึงพอใจกับสินค้าที่ผู้อื่นหยิบจับมาแล้ว

2.2) การจัดแสดงผลสินค้าแบบปิดทำให้สามารถจัดสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกันได้ เพื่อจะได้ขายสินคารายการอื่น ๆ ซึ่งลูกค้าอาจจะซื้อเมื่อมีสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ เช่น ในเคาน์เตอร์สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์มักจะแสดงผลสินค้าเป็นชุด เช่น ครีมล้างหน้า ครีมรองพื้น แป้งแป้งคลับ แป้งฝุ่น แป้งเสริมแต่ง (Brush-on) แป้งฝุ่นทาลาลิพสติก จนกระทั่งน้ำหอมกลิ่นต่าง ๆ เป็นต้น

2.3) รักษาสินค้าไว้ในสภาพดี

2.4) ป้องกันสินค้าสูญหาย

ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ มักจะใช้วิธีจัดแสดงผลสินค้าแบบปิด สำหรับสินค้าชั้นเล็กและมีราคาแพง เพราะเชื่อว่าสินค้าที่มีคุณภาพสูงควรจะจัดไว้ในตู้เพื่อป้องกันการถูกหยิบจับบ่อย ๆ



Closed showcases, top-of-counter displays, wall racks, and aisle tables create an interesting cosmetic department. (Courtesy G. Fox & Co., Trumbull, Ct.)

ที่มา :

Edwards and Lebowitz p.457

3. การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ (Top-of - Counter displays)

เป็นวิธีจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่ผู้จัดต้องให้ความระมัดระวังมาก แม้ลักษณะการจัดจะดูเหมือนกับการจัดแสดงสินค้าแบบเปิดก็ตาม แต่การจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์นี้มีข้อจำกัดกว่าการจัดแสดงสินค้าแบบเปิด กล่าวคือ สินค้าที่จะนำมาแสดงบนเคาน์เตอร์นั้นต้องมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป และไม่ควรมีจำนวนมากมายัก เพราะจะทำให้ลูกค้าไม่สามารถจะมองเห็นสินค้าภายในเคาน์เตอร์ได้อย่างชัดเจน

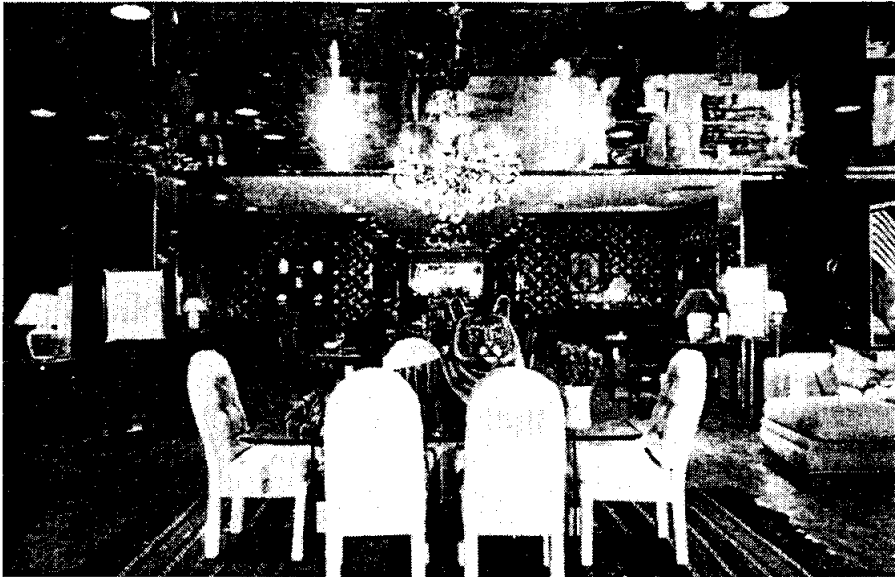
ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่มักจะจัดสินค้าที่โฆษณาไว้แล้วบนเคาน์เตอร์เพื่อให้เห็นชัดเจน เป็นการส่งเสริมการขายซึ่งกันและกัน ซึ่งปกติลูกค้าก็มักจะมองหาสินค้าที่มีป้าย "พิเศษ" บนเคาน์เตอร์อยู่แล้ว นอกจากนี้จะเป็นการส่งเสริมการขายสินค้าที่โฆษณาไว้แล้ว การจัดแสดงสินค้าวิธีนี้ยังทำให้ร้านค้าขายสินคารายการอื่น ๆ เฝ้าจับตาดูโดยพนักงานขายไม่ต้องใช้ความพยายามมากนักอีกทั้งไม่เป็นการเสียเวลาของลูกค้ามากจนเกินไปด้วย

สินค้าที่จัดแสดงบนเคาน์เตอร์โดยผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น สินค้าประเภทที่ถูกค้าซื้อด้วยแรง  
กล้าใจ ( Impulse merchandise) ซึ่งปกติจะเป็นสินค้าขนาดเล็ก ๆ ราคาไม่แพง และอยู่ใน  
ความนิยม

ผู้ผลิตหลาย ๆ ราย ซึ่งทำการโฆษณาสินค้าของตนในระดับชาตินิยมให้ร้านค้าปลีก  
จัดแสดงสินค้าที่โฆษณาที่บนเคาน์เตอร์ เนื่องจากการจัดแสดงสินค้าบนเคาน์เตอร์ ณ จุดซื้อ เป็น  
วิธีเพิ่มยอดขายที่มีประสิทธิภาพที่สุด

#### 4. การจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรม ( Architectural displays)

การจัดแสดงสินค้าแบบนี้เป็นการจัดสินค้าใหญ่เหมือนสภาพที่นำไปใช้จริง ๆ ทั่วทั้งการตกแต่งสถานที่  
และการจัดวางสินค้าให้ดึงดูดสายตาผู้ชม ตัวอย่างของการจัดแสดงสินค้าเชิงสถาปัตยกรรมที่พบ  
เห็นกันตามร้านค้าใหญ่ ๆ จะได้แก่ การจัดแสดงเครื่องใช้และเครื่องตกแต่งสำหรับห้องน้ำ ห้อง  
ครัว ห้องรับแขก ห้องนั่งเล่น เป็นต้น ลักษณะการจัดเป็นการนำสินค้า แต่ละชั้นมาจัดให้เข้าชุดกัน  
รวมทั้งสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันก็จะนำมาจัดด้วยกัน ซึ่งทำให้ลูกค้าเห็นได้ชัดเจนกว่าการที่สินค้าแต่ละ  
ชั้นเหล่านั้นจะถูกวางไว้รวม ๆ กัน เช่น แก้วอย่างเดียวกันวางไว้ด้วยกันเป็นจำนวนสิบจำนวน  
ร้อย บ่อมทำให้ขาดความเด่น และการดึงดูดสายตา แต่ถ้าเราจะนำแก้วตัวเดียวกันนั้นมาจัดให้เข้า  
ชุดกับเครื่องใช้เครื่องเรือนชั้นอื่น ๆ ก็จะทำให้เห็นเด่นชัดและน่าสนใจขึ้น



Furniture in a series of room settings (architectural displays) that show merchandise in its proper environment and promote suggestion selling. (Courtesy Bloomingdale's, White Flint, N. Bethesda, Md.)

ที่มา: **Edwards and Lebowitz. p. 458**

5. การจัดแสดงสินค้าภายในตู้ยววิธอื่น ๆ ร้านค้าบางแห่งมีเนื้อที่ภายในกว้างขวางอาจจัดแสดงสินค้าภายในร้านตู้ยววิธอื่น ๆ อีก เช่น (1) แทนที่จะปล่อยให้เนื้อที่บางส่วนให้ว่างโดยเปล่าประโยชน์ ร้านค้าก็อาจจะสร้างแท่นที่สูงกว่าพื้นเล็กน้อยไว้สำหรับแสดงสินค้าที่ต้องการความเด่นสะดุดตา (ดูภาพ 4.5) เช่น สินค้าตามแฟชั่นใหม่ ๆ หรือ สินค้าสำหรับต้อนรับเทศกาลที่สำคัญ ๆ เพราะจะเป็นเนื้อที่ที่สามารถจะตกแต่งบริเวณเฉพาะจุดได้ และการจัดแสดงสินค้าวิธีนี้ยังสามารถจะใช้เป็นการแบ่งกั้นบริเวณระหว่างแผนกสินค้าต่าง ๆ ได้ด้วย





ที่มา : Edwards and Lebewitz, p. 459

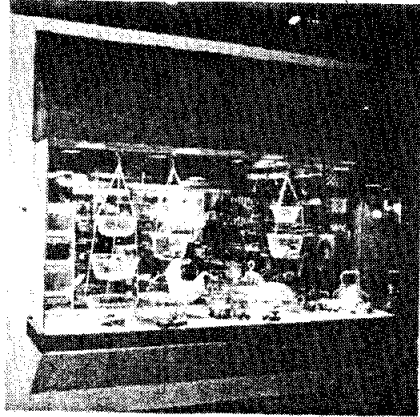
(2) นอกจากนี้ร้านค้ายังอาจจัดแสดงสินค้าภายในร้านได้โดยจัดวางสินค้าบนชั้น หรือหิ้งที่ติดไว้ข้างฝาเบื้องหลังเคาน์เตอร์ขายก็ได้

(3) ตู้โชว์สินค้าภายในร้าน (Interior windows) เป็นอีกประเภทหนึ่งของการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน โดยร้านค้ามักจะสร้างตู้โชว์สินค้าแบบนี้ในบริเวณที่มีลูกค้าเดินผ่านมาก ๆ เช่น ใกล้ประตูทางเข้า ใกล้ลิฟท์ ใกล้บรรพททางขึ้นและลง และสินค้าที่ร้านค้านำมาจัดแสดงในตู้โชว์ประเภทนี้เป็นสินค้าที่จะวางขายในบริเวณที่อยู่ใกล้เคียงกัน หรือจัดออกไปซึ่งจะทำให้ลูกค้าซื้อสินค้านั้นได้โดยง่าย

(4) การจัดแสดงสินค้าบนฝาผนัง (wall space) ผู้จัดแสดงสินค้าควรใช้เนื้อที่ภายในร้านให้มีประสิทธิภาพที่สุด ฝาผนังของร้านค้าก็นับเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สามารถจะใช้ประโยชน์ได้ อาจจะตกแต่งด้วยสินค้าภายในแผนก หรือถ้าจะทำให้ซาดความสวยงาม เช่น สินค้าอาจจะมีความใหญ่ ก็อาจจะตกแต่งด้วยภาพวาดหรือภาพถ่ายหรือสิ่งตกแต่งอื่น ๆ ได้

# ตู้โชว์ภายในร้าน

ภาพ 4.6



ภาพ 4.7



ที่มา :

Edwards and Lebowitz, P.460

ภาพ 4.8

การตกแต่งร้านค้าภายใน



ที่มา :

Edwards and Lebowitz, P.461

## วิธีการจัดสินค้าภายในร้าน

การจัดสินค้าภายในร้านไม่ว่าจะเป็นแบบเปิด แบบปิด หรือบนเคาน์เตอร์ หรือแบบอื่น ๆ ก็ตามจะมีวิธีการจัดอยู่ 3 วิธีด้วยกัน คือ

1. จัดด้วยสินค้าเพียงอย่างเดียว
2. จัดด้วยสินค้าหลาย ๆ อย่าง
3. จัดด้วยสินค้าหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน

1. สินค้าเพียงอย่างเดียว (Single - item displays) หมายถึง การนำสินค้าออกมาจัดแสดงเพียงชิ้นเดียว หรือบางครั้งอาจจะหมายถึงสินค้าประเภทเดียวแต่อาจจะมีมากกว่า 1 ชิ้น การจัดวิธีนี้เป็น การเสนอขายสินค้าในเชิงชักชวน เช่น การนำเสนอเครื่องปรับอากาศเพียงเครื่องเดียว พร้อมกับมีเครื่องหมายและป้ายอื่น ๆ อธิบายให้ลูกค้าเห็นวิวัฒนาการใหม่ ๆ เป็นการชักชวนให้ลูกค้ามีความสนใจ หรือถ้าจะจัดด้วยสินค้าประเภทเดียวกันหลาย ๆ ชิ้น ก็อาจแสดงสินค้าเหล่านั้นในลักษณะต่าง ๆ กัน เช่น รมันหนึ่งใบในลักษณะที่พับเก็บไว้เรียบร้อยกับรมันอีกคันหนึ่งในลักษณะที่กางออกแล้ว เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นทั้งสองลักษณะ ซึ่งทำให้ตัดสินใจได้เร็วขึ้น

ภาพ 4.9

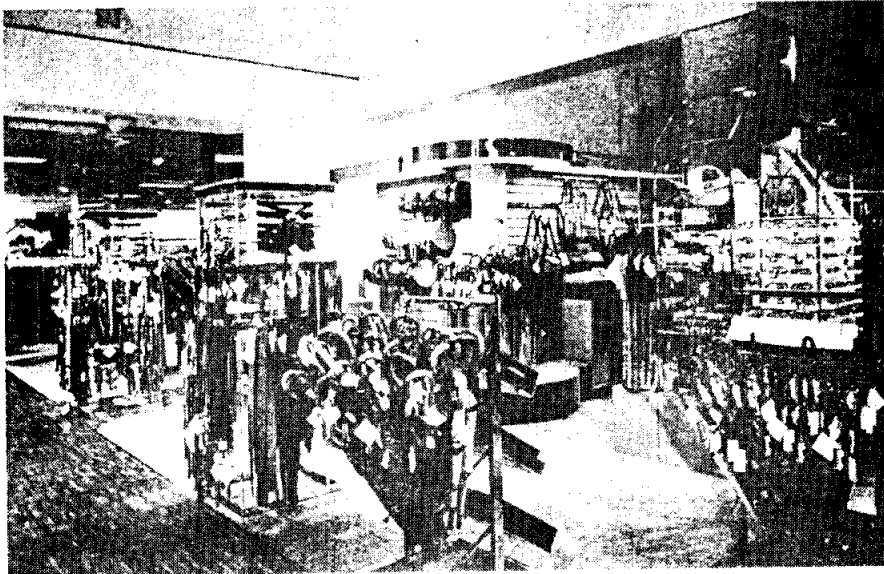


Single item of merchandise, a robe, displayed in an interior setting.

ที่มา: Edwards and Lebwitz, p. 461

2. สินค้าหลายอย่าง ( Assortment displays ) หมายถึง การจัดแสดงสินค้าที่มีความแตกต่างกันหลาย ๆ รายการไว้ด้วยกัน ความแตกต่างนี้อาจจะแตกต่างกันในเรื่อง สี แบบ วัสดุผิว ที่ใช้ผลิตสินค้า และราคา ร้านค้าต่าง ๆ ที่ใช้วิธีจัดแสดงสินค้าด้วยสินค้าหลาย ๆ อย่างนี้ถือว่าเป็นวิธีที่ให้มีผลแก่ร้านค้าหลายประการ เช่น ให้ผลทางด้านตกแต่ง ด้านความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อร้านค้าในแง่ของแหล่งสินค้าที่มีความสมบูรณ์ ซึ่งทำให้ลูกค้าเลือกหาซื้อสินค้าได้เร็ว โดยไม่ต้องเสียเวลาของพนักงานขายมากนัก

ภาพ 4.10



Assortment displays of the many and varied categories of fashion accessories. Here, the merchandise gets all the attention. (Courtesy John Wanamaker, Lehigh Valley Mall, Whitehall, Pa.)

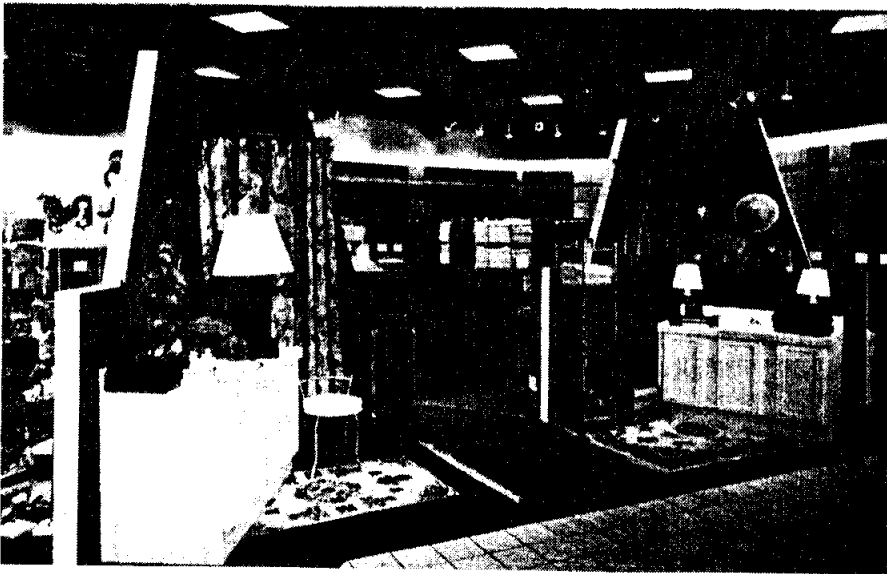
---

ที่มา: Edwards and Lebowitz, p. 462

### 3. สินค้าหลายอย่างที่มีความสัมพันธ์กัน ( Ensemble displays )

หมายถึง การจัดแสดงสินค้าภายในร้านโดยการนำสินค้าหลาย ๆ ชิ้นที่มีความสัมพันธ์กันมาไว้ด้วยกัน ซึ่งสิ่งที่มีผู้จัดต้องระมัดระวังก็คือการรักษาความเด่นของสินค้าที่ต้องการเน้น เช่น การจัดแสดงชุดแต่งกายสุภาพสตรี โดยมีสินค้าประกอบอย่างอื่น เช่น กระเป๋าถือ รองเท้า และเครื่องประดับจำพวก ต่างหู เข็มกลัดเข็มเสื้อ สร้อยคอ นาฬิกา เป็นต้น ตามตัวอย่างนี้สิ่งที่ต้องการเน้นคือ เสื้อผ้า

ภาพ 4.11



Ensemble displays. Special display fixtures provide elegant bathroom settings for related merchandise. (Courtesy Diamonds, Paradise Valley Mall, Phoenix, Az.)

---

ที่มา : Edwards and Lebowitz, p. 463

## การเลือกทำเลที่เหมาะสมสำหรับสินค้าต่าง ๆ

1. ชั้นที่อยู่ระดับเดียวกับถนน (Street floor) เหมาะสำหรับสินค้าประเภทที่ขายได้ง่าย (Impulse merchandise) ได้แก่ 1) สินค้าสำหรับสุภาพสตรี เช่น เสื้อผ้า กระเป๋าถือ ผ้าพันคอ ผ้าเช็ดหน้า รองเท้า เครื่องประดับ ร่ม 2) สินค้าสำหรับสุภาพบุรุษ เช่น เสื้อ กางเกง เนคไท ชุดชั้นใน ชุดนอน รองเท้า ร่ม 3) สินค้าประเภทเครื่องสำอางค์และสิ่งเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นต้น บางครั้งร้านค้ายังอาจจัดแสดงสินค้าที่ลดราคาพิเศษ ณ มุมใดมุมหนึ่งของชั้นนี้ สินค้าที่ลดราคานี้อาจจะเป็นสินค้าของแผนกหนึ่งแผนกใด หรือเป็นสินค้าจากหลาย ๆ แผนกในร้านก็ได้

2. ชั้นที่อยู่เหนือขึ้นไป มักจะใช้สำหรับจำหน่ายสินค้าที่ลูกค้ามักจะต้องใช้ความคิดพิจารณาเป็นเวลานานกว่าสินค้าที่อยู่ชั้นถนน เช่น สินค้าประเภทเครื่องเงิน เครื่องแก้ว เครื่องดนตรี เครื่องกีฬา เป็นต้น

อย่างไรก็ตามร้านค้าแต่ละร้านอาจจะจัดในลักษณะอื่น ๆ ตามนโยบายและสภาพกิจการค้าของตนเอง แต่มีอยู่สิ่งหนึ่งที่ควรยึดถือปฏิบัติเป็นหลักสากลก็คือ การคำนึงถึงความสะดวกของลูกค้าซึ่งร้านค้าต้องเอาใจใส่ให้ความสนใจตั้งแต่การจัดทำแผนผังสำหรับแผนกต่าง ๆ

### ข้อควรพิจารณาในการวางผังร้าน (Store layout)

1. แผนกตรงทางเข้า (Entrance departments) ร้านค้าต้องระมัดระวังมิให้แผนกนี้ดูแออัดยัดเยียดจนเกินไป เนื่องจากเป็นแผนกที่อยู่ติดกับทางเดินเข้าร้าน หรือใกล้กับลิฟท์ ซึ่งมีลูกค้าเดินเข้าเดินออกอยู่ตลอดเวลา ฉะนั้นการจัดร้านจึงต้องดูมิให้แน่นจนเกินไป จะทำให้ลูกค้าไม่อยากจะเดินเข้าไปในร้าน ซึ่งร้านค้าจะเสียโอกาสขายไป เพราะแผนกนี้เป็นจุดขายที่สำคัญมากของร้านค้า และสินค้าสำหรับแผนกนี้ควรจะเป็นสินค้าที่อยู่ในความนิยม

2. แผนกที่มีการสัญจรไปมา (Traffic departments) หมายถึง แผนกที่มีลูกค้าเดินเข้าออกเป็นจำนวนมากในแต่ละวัน ควรได้รับการขยาย หรือจัดให้กว้างขวางขึ้น เช่น ชั้นระดับถนน การจัดโต๊ะหรือตู้สินค้าควรจะวางกระจายให้ครอบคลุมทั่วบริเวณ โดยเฉพาะจุดที่มีการขายสินค้าในราคาลดพิเศษ ควรจะจัดไว้หลาย ๆ จุด เพื่อเป็นการกระจายลูกค้าไป

ตามจุดต่าง ๆ มิให้ร้านค้ามีสภาพแออัดไม่น่าดู

3. ทางเดิน ( Aisles ) ทางเดินควรกว้างขวางและไม่มีสิ่งกีดขวาง เพื่อลูกค้าจะไ้เดินทั่วร้านได้โดยสะดวก

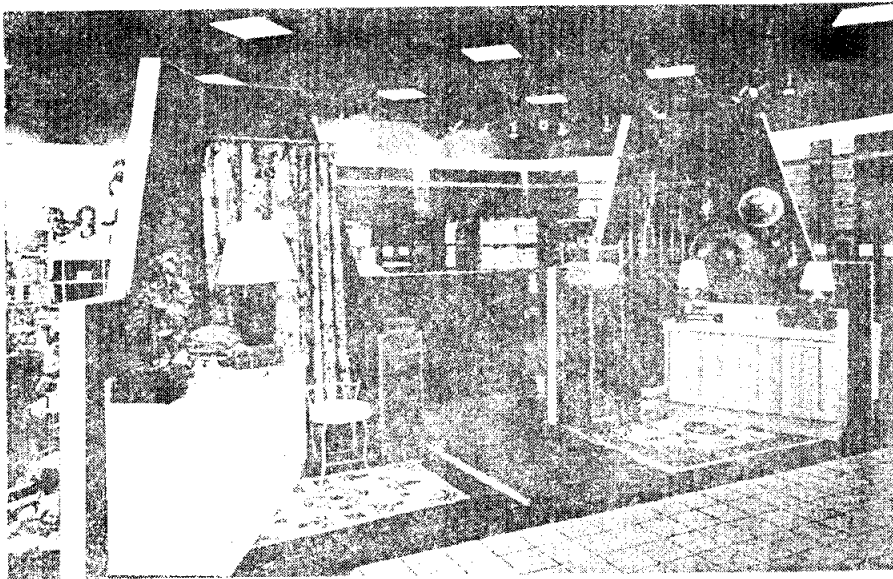
4. แผนกสินค้าทั่วไป ( Universal need departments )  
ได้แก่ แผนกซึ่งมีสินค้าที่เป็นที่ต้องการทั่ว ๆ ไปและลูกค้ามักจะกลับมาซื้ออีก เช่น เสื้อผ้า หรือ  
ชุดชั้นใน ควรจะจัดไว้ในทำเลที่มองเห็นได้ง่าย ส่วนของใช้ไม่จำเป็นมากอย่างอื่น เช่น หนังสืออ่าน  
เล่น ไม่จำเป็นต้องจัดไว้ในทำเลที่เด่นมาก

5. แผนกที่สัมพันธ์กัน ในการวางผังร้านค้าควรพิจารณาเรื่องความสัมพันธ์ของ  
สินค้าแต่ละชนิดก่อนที่จะจัดทำเลขที่จัดแสดงสินค้า เพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้าที่ต้องการสินค้าที่มี  
ความสัมพันธ์กัน เช่น แผนกเสื้อผ้าใกล้กับแผนกรองเท้า หรือแผนกเครื่องประดับเสื้อผ้า เป็นต้น  
การจัดทำเลสำหรับการแสดงสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กัน หรือติดต่อกันเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้  
ยอดขายเพิ่มขึ้น

เนื่องจากการจัดแสดงสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กันให้ผลดีทั้งกล่าว  
ร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าแตกต่างกันต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า เครื่องประดับ จึงนิยมจัดแสดงสินค้าเหล่านี้ไว้  
ด้วยกันเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการจัดสินค้าเป็นชุด ฉะนั้นการจัดแสดงแบบที่จึงดูเหมือนการนำ  
เสนอสินค้าของร้านค้าเล็ก ๆ ที่จำหน่ายสินค้าที่มีความสัมพันธ์กันและมีความสมบูรณ์ในร้านนั้น ๆ  
กล่าวคือ ลูกค้าจะเลือกหาสินค้าที่เข้าชุดกันได้ ซึ่งจะหาทุกอย่างได้ตามร้าน Boutique  
ต่าง ๆ

6. ความยืดหยุ่นในการจัดแสดงสินค้า ( Flexible arrangement ) เนื่องจาก  
บางร้านมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนสินค้าที่จัดแสดงบ่อย ๆ สินค้าเหล่านี้อาจจะแตกต่างกันทั้งขนาด  
และลักษณะ ทำให้มีความยากลำบากในการใช้อุปกรณ์ชนิดเดียวกันในการจัดแสดงสินค้า ถ้าหาก  
อุปกรณ์ต่าง ๆ ( presentation fixtures ) เป็นสิ่งที่สร้างติดกับตัวอาคาร หรือเป็นส่วนที่  
ติดตั้งไม่ไ้ก็มักจะก่อให้เกิดปัญหาในการจัดแสดงสินค้า เพราะฉะนั้นร้านค้าจึงควรคำนึงถึงเรื่องนี้  
และเตรียมการป้องกันโดยการใช้อุปกรณ์ที่เปลี่ยนแปลงได้ หรือเคลื่อนย้ายได้โดยสะดวก





ที่มา: Richert, Meyer, Haines and Harris, Retailing, p. 297

### ผลดีของการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน

1. ช่วยให้ลูกค้ามองหาสินค้าที่โฆษณาไว้ได้ง่ายขึ้น ลูกค้าจำนวนหนึ่งที่เดินเข้ามาในร้านเป็นลูกค้าที่ต้องการหาซื้อสินค้าที่เห็น หรือได้ยินจากการโฆษณา ลูกค้าเหล่านี้มีความสนใจในสินค้าดังกล่าวอยู่แล้ว แต่ความสนใจนั้นอาจลดลงเมื่อไม่ได้รับความสะดวกในการหาซื้อสินค้า ฉะนั้น ร้านค้าที่มีความเข้าใจในข้อเท็จจริงนี้ จึงให้ความสนใจในการจัดแสดงสินค้าที่โฆษณาไว้แล้วอย่างเด่นชัด พร้อมกับมีป้ายบอกให้ทราบ
2. ช่วยให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น สินค้าที่ผู้จัดจัดไว้ไว้อย่างดีจะทำให้ลูกค้าเลือกสินค้าได้ง่ายขึ้น การจัดท้องค่านึงถึงการให้ความสะดวกแก่ลูกค้าในการเลือกหาขนาด สี วัสดุ และแบบต่าง ๆ ด้วย เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่สนองตอบต่อการโฆษณามีจำนวนมากทำให้พนักงานขายไม่อาจจะให้บริการหรือคำแนะนำแก่ลูกค้าเป็นรายบุคคลได้โดยทั่วถึง เพราะฉะนั้นการจัดแสดงสินค้าจึงมีส่วนช่วยให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าและบริการตนเองได้สะดวกขึ้น โดยเฉพาะสำหรับ

ร้านค้าประเภทที่ลูกค้าต้องบริการตัวเอง ( self - service store )

3. ช่วยให้ขายสินค้ารายการอื่น ๆ ได้ การจัดแสดงสินค้าภายในร้านที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถให้ร้านค้าขายสินค้ารายการอื่น ๆ เพิ่มเงินจากรายการที่โฆษณาไว้แล้ว เช่น ลูกค้าเข้ามาในร้านเพื่อซื้อเสื้อผ้าที่ทางร้านโฆษณาไว้ แต่จากการจัดแสดงสินค้าด้วยวิธี แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าแต่ละชนิดก็ทำให้ร้านค้าขายเนคไทที่แสดงไว้ใกล้ ๆ กับเสื้อผ้า เป็นรายการเพิ่มไปด้วย

4. ช่วยให้ร้านค้า สดใสและน่าดู การจัดแสดงสินค้าภายในร้านซึ่งควรจะต้องร่วมมือกันฝ่ายวางผังร้านจะทำให้ร้านค้าน่าดูขึ้นกว่าการจัดแบบดั้งเดิมด้วย เคาน์เตอร์วางเรียง เป็นแถว การจัดแสดงสินค้าสมัยใหม่ ใช้โต๊ะสำหรับวางสินค้า หิ้ง ฉากและชั้นวางของที่มีลักษณะ สี และขนาดต่าง ๆ กัน อีกทั้งการใช้แสงสว่างที่ทำให้ร้านค้าสว่างไสว

5. ให้โอกาสแต่ละแผนกในการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้เห็นจุดเด่นของสินค้า โดยเฉพาะสำหรับร้านค้าที่มีนโยบายในการจัดแสดงสินค้า เพื่อส่งเสริมการขายในการนี้ผู้จัดจะต้องศึกษาลักษณะของสินค้าในแผนกต่าง ๆ เพื่อให้รู้จักลักษณะเด่นที่สามารถจะดึงดูดความสนใจได้ การนำจุดเด่นของสินค้าออกแสดงให้ปรากฏจะช่วยในการจำหน่ายได้ดีกว่าเมื่อสินค้านั้นถูกเก็บอยู่ในกล่อง

6. ช่วยให้มีการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศภายในร้าน โดยการเปลี่ยนสินค้าและวิธีการจัดแสดง ในสมัยก่อน การจัดแสดงสินค้าไม่ค่อยมีเทคนิคในการจัดแสดงมากนัก การอัปเดตเปลี่ยน การแสดงสินค้าก็จะเป็นการ เปลี่ยนเฉพาะตัวสินค้าเป็นสำคัญ ไม่ได้ให้ความสำคัญแก่วัสดุตกแต่งอื่น ๆ เนื่องจากส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งก่อสร้างที่สร้างติดกับตัวอาคารยากแก่การดัดแปลง จึงทำให้ไม่มีความแปลกใหม่มากนัก ส่วนปัจจุบันมีการวางแผนล่วงหน้า การจัดแสดงสินค้าภายในร้านจึงสามารถเปลี่ยนแปลงรูปแบบได้ตามโอกาสที่ผู้จัดต้องการ โดยไม่ทำให้สิ้นเปลืองมาก เนื่องจากวัสดุต่าง ๆ สามารถดัดแปลงแก้ไขได้โดยไม่ทำให้เกิดการสิ้นเปลืองเกินไป

7. การจัดแสดงสินค้าภายในที่ที่สามารถจะทำให้ลูกค้าเป็นลูกค้าประจำของร้านได้ เนื่องจากมีความประทับใจเช่น ความสะดวกที่ไ้รับ หรือความสมบูรณ์ของสินค้า เป็นต้น

8. การจัดแสดงสินค้าภายในของแต่ละแผนกเป็นส่วนที่ช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงแก่ร้านค้าทั้งร้านได้

อ้างอิง :

1. Kenneth H. Mills and Judith E. Paul, Applied Visual Merchandising, (New Jersey : Prentice-Hall Inc., 1982),p.7
2. Charles M. Edwards, Jr. and Carl F. Lebowitz, Retail Advertising and Sales Promotion (4th.ed. : New Jersey: Prentice-Hall Inc., 1981) p. 454