

# บทที่ 6 การใช้สีและแสง

(Using Colors and Lights in Displays)

## สี

### ความสำคัญของสี

สีมีความสำคัญสำหรับการตกแต่งร้านค้ามาก เริ่มจากภายนอกร้าน นับตั้งแต่ป้ายชื่อและการตกแต่งหน้าร้าน การใช้สีช่วยในการตกแต่งจะทำให้ร้านค้าเป็นที่สะดุดตา สามารถเรียกร้องความสนใจให้คนที่เดินผ่านมาผ่านไป ( shoppers ) หยุดเดินเพื่อชื่นชมความสวยงามที่บริเวณหน้าร้านได้ นอกจากหน้าร้านแล้ว สียังมีความสำคัญต่อการตกแต่งภายในร้านซึ่งจะรวมถึงการใช้สีแก่ผนังร้านค้า เพดานและส่วนประกอบอื่น ๆ ตลอดจนถึงการใช้สีตกแต่งแต่ละแผนกเพื่อให้ประสานกันกับสินค้าที่จะแสดงในแผนกนั้น การเลือกสีที่ถูกต้องในการตกแต่งร้านค้าจะเป็นการแสดงออกถึงภาพพจน์ของร้านค้า ( store image ) ด้วย สีอาจจะทำให้ร้านค้าดูหรูหราหรือมีรสนิยมดี หรือ สีที่ไม่ถูกต้องอาจจะทำให้ร้านค้าดูขี้เหร่ดูเก่าไปได้ ฉะนั้นการศึกษาเรื่องสีจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการตกแต่งและจัดแสดงสินค้า

### การสร้างความปลอดภัยแก่ลูกค้าด้วยสี

สีที่ใช้ในการตกแต่งร้านค้าและแสดงสินค้าในแต่ละคราว และแต่ละสิ่งอาจจะไม่สามารถสร้างความพอใจแก่ผู้พบเห็นได้ทั้งหมด แต่ในแง่ของผู้ชาย จะพยายามจัดด้วยสีที่คิดว่าอย่างน้อยจะเป็นที่พอใจแก่ผู้พบเห็นกลุ่มหนึ่ง และเป็นกลุ่มสำคัญนั่นก็คือกลุ่มเป้าหมายในการขาย อันได้แก่ ลูกค้านั่นเอง

การเลือกสีก็ควรเลือกโดยมีความเข้าใจเรื่องพื้นฐานของสีเพื่อใช้สีซึ่งจะดึงดูดความสนใจของลูกค้าและสามารถจะชักจูงให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้

สีมีผลต่อการยอมรับอันแสดงออกถึงความรู้สึกทางอารมณ์และความรู้สึกทางอารมณ์ ( emotion ) เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เช่น สีเหลือง สีชมพู ซึ่งเป็น

สีที่จัดอยู่ในประเภทร้อน ( warm colors ) สีเหล่านี้จะให้ความรู้สึกที่ล้ำออกมาด้านหน้า เรียกว่า advancing colors ผู้จัดแสดงสินค้าไม่ควรจะใช้สีประเภทนี้ในปริมาณมาก ๆ ในการจัดพื้นหลัง ( background ) ของการตกแต่ง ยกตัวอย่างเช่น การวางเก้าอี้สีน้ำเงิน โดยมีฉากสีแดงเป็นพื้นหลัง จะทำให้เห็นเก้าอี้สีน้ำเงินไม่เด่นเท่าที่ควร แต่กลับเห็นสีแดงซึ่งเป็นพื้นหลังเด่นชัดกว่า สีร้อนนี้จะทำให้วัตถุนั้นดูใกล้เข้ามาและดูใหญ่กว่าของจริง เช่น เก้าอี้รับแขกที่โซ่กำมะหยี่สีแดงเข้มเมาะ จะทำให้เก้าอี้สีน้ำเงินเห็นได้เด่นชัดและดูใกล้กว่าเก้าอี้ชนิดเดียวกันแต่หุ้มด้วยผ้าสีเขียว

ในทางตรงกันข้าม สีอีกประเภทหนึ่ง คือ สีประเภทเย็น ( cool colors ) ได้แก่ สีน้ำเงิน เขียว และม่วง สีประเภทเย็นนี้จะให้ความรู้สึกสบายและเป็นสีที่ทำให้ถูดอยไปด้านหลัง ( receding colors ) ซึ่งทำให้เกิดภาพลวงตาเหมือนกับว่าสีนั้นมีขนาดเล็กและดูไกลออกไปกว่าที่เป็นอยู่จริง เช่น รองเท้าสีน้ำเงินเข้มจะดูขนาดเล็กกว่ารองเท้าสีขาว ทั้ง ๆ ที่มีขนาดเท่ากัน

### ความหมายและความรู้สึกจากสี

สีแต่ละสีจะให้ความรู้สึกและความหมายแก่ผู้ชมต่างกัน อย่างไรก็ตามไม่ได้หมายความว่าผู้ชมทุกคนจะมีความรู้สึกอย่างเดียวกันต่อสีแต่ละสี ความรู้สึกและความหมายของสีในที่นี้จะหมายถึงความรู้สึกที่เกิดจากผู้ชมส่วนใหญ่และปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นคล้ายคลึงกัน และการที่ต้องทำความเข้าใจเรื่องปฏิกิริยาการยอมรับโดยทั่วไปของสีนี้ก็เนื่องจากจะเป็นประโยชน์ในการใช้สีเพื่อตกแต่งอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อได้

สีแดง ( Red ) เป็นสีที่สะดุดตาและให้ความรู้สึกที่รุนแรง เป็นสีที่จะใช้นั้นในการจัดแสดงสินค้าให้สะดุดตาได้ก็ โดยทั่วไปถ้าต้องการจะใช้เป็นสีที่ดูดึงดูดสายตา ควรจะใช้ในปริมาณที่น้อย เพื่อเป็นการนำสายตาสู่ส่วนสำคัญของการจัดแสดงสินค้านั้น แต่ถ้าเป็นการจัดในวาระพิเศษที่ต้องการแสดงความหมายด้วยสีแดง ก็จะใช้สีแดงเป็นจำนวนมากได้ เช่น การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์หรือภายในบริเวณเนื่องในโอกาสวันคริสต์มาสหรือวันวาเลนไทน์ (วันแห่งความรัก)

สีน้ำเงิน ( Blue ) ให้ความหมายของ อากาศ น้ำ ระยะทางที่ห่างไกล และบรรยากาศแห่งความสงบเย็น เมื่อใช้สีน้ำเงินในการตกแต่งการจัดแสดงสินค้าจะทำให้ผู้ชมมีความรู้สึกสบายใจ แต่ถ้าทำให้เป็นสีน้ำเงินที่เข้มมากก็จะก่อให้เกิดความรู้สึกเศร้าโศกและสลบใจได้

สีเหลือง ( Yellow ) เป็นสีที่สดใสให้ความรู้สึกของแสงสว่างและความมีชีวิตจิตใจ เมื่อใช้ตกแต่งคู่กันกับพื้นหลังสีเข้ม หรือสีเทา จะทำให้สีเหลืองนั้นเห็นได้เด่นชัดเจิดจ้า และเนื่องจากเป็นสีที่สดใสนี้เอง จึงไม่ควรใช้ในปริมาณที่มากเกินไปเพราะจะทำให้พื้นที่บริเวณนั้นเจือจางมากและระคายสายตา สีเหลืองนี้จะใช้ได้ดีที่สุดในการจัดแสดงสินค้าในบริเวณที่มีแสงไฟน้อย

สีส้ม ( Orange ) ให้ความรู้สึกที่อบอุ่นและกระปรี้กระเปร่า สีส้มเป็นสีที่อยู่ในจำพวกเดียวกับสีแดง ซึ่งจะให้ผลที่ดีเมื่อใช้ในปริมาณน้อยเป็นการเสริมแต่งให้การจัดแสดงสินค้านั้นสวยงามขึ้น และแสดงความหมายของการจัดแสดง

สีเขียว ( Green ) แสดงความหมายของความสวยงามและความสดชื่นของธรรมชาติ เป็นสีที่ทำให้สายตาได้รับการพักผ่อนที่ดีที่สุด สีเขียวเป็นสีที่จัดอยู่ในประเภทสีเขียวซึ่งจะมีผลให้บริเวณที่ได้รับการตกแต่งดูใหญ่โตกว่าความจริง ถ้าใช้สีเขียวออกเหลือง ( Yellow - green ) ตกแต่งประกอบกับสีเหลืองซึ่งเข้ากันได้ก็จะทำให้บรรยากาศสดชื่นรื่นเริง แต่ถ้าเป็นสีเขียวออกน้ำเงิน ( Bluish green ) จะให้ความหมายของการพักผ่อนได้ดีกว่า

สีม่วง ( Purple ) เป็นสีที่เข้ม และให้ความรู้สึกลึกซึ้งและความเอาใจจริงเอาใจ เนื่องจากความหมายดังกล่าว โอกาสที่จะใช้สีม่วงในการตกแต่งจึงน้อยมาก ในบางครั้งจะใช้ในการจัดแสดงสินค้าที่คาดหวังผลสูงส่ง

สีขาวและเทา เป็นสีที่จัดอยู่ในประเภทเป็นกลาง ( Neutral colors ) เมื่อใช้ในการตกแต่งการจัดแสดงสินค้าที่มีสีสดใสจะทำให้สีสดใสเหล่านั้นดูนุ่มนวลขึ้น ในกรณีดังกล่าวจะใช้สีน้ำตาลแดงประกอบด้วยก็ได้

สีต่าง ๆ ดังกล่าวนั้นมีศัพท์ทางวิชาการ ( technical term ) เรียกว่า Hue

คำว่า Hue มีความหมายเหมือนกับ Color สามารถจะใช้ทดแทนกันได้ เพราะฉะนั้น Hue หมายถึง การบอกสีแต่ละสี

การใช้สีเพื่อการจัดแสดงสินค้านั้นต้องคำนึงถึงน้ำหนักของสี และความเข้มของสีด้วย

น้ำหนักของสี ( Value ) คือ ความอ่อนและความแก่ของสีอันเกิดจากการผสมกับสีขาว หรือสีค่า ในกรณีที่ต้องการให้สีอ่อน หรือสีจางลงจะผสมด้วยสีขาว สีที่ไ้จากการทำให้จางลงนี้เรียกว่า tint แต่ถ้าต้องการจะให้สีเข้มขึ้นจะผสมด้วยสีค่า ก็จะได้เป็นสีใหม่เรียกว่า shade

ความเข้มของสี ( Intensity ) หมายถึง ความแน่นอน ความอึดตัวหรือความบริสุทธิ์ของสี เช่น สีแดงบริสุทธิ์ ที่มีความเข้มเต็มที่ จะให้ความรู้สึกทางสายตาวว่าแดงกว่าสีแดงที่ผสมด้วยสีอื่น ๆ

### วงล้อของสี ( The Color Wheel )

วงล้อของสีประกอบด้วยสีสามกลุ่มคือ สีกลุ่มแรก กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3

สีกลุ่มแรก ( Primary colors ) คือ กลุ่มแม่สีได้แก่ สีแดง สีน้ำเงิน และสีเหลือง

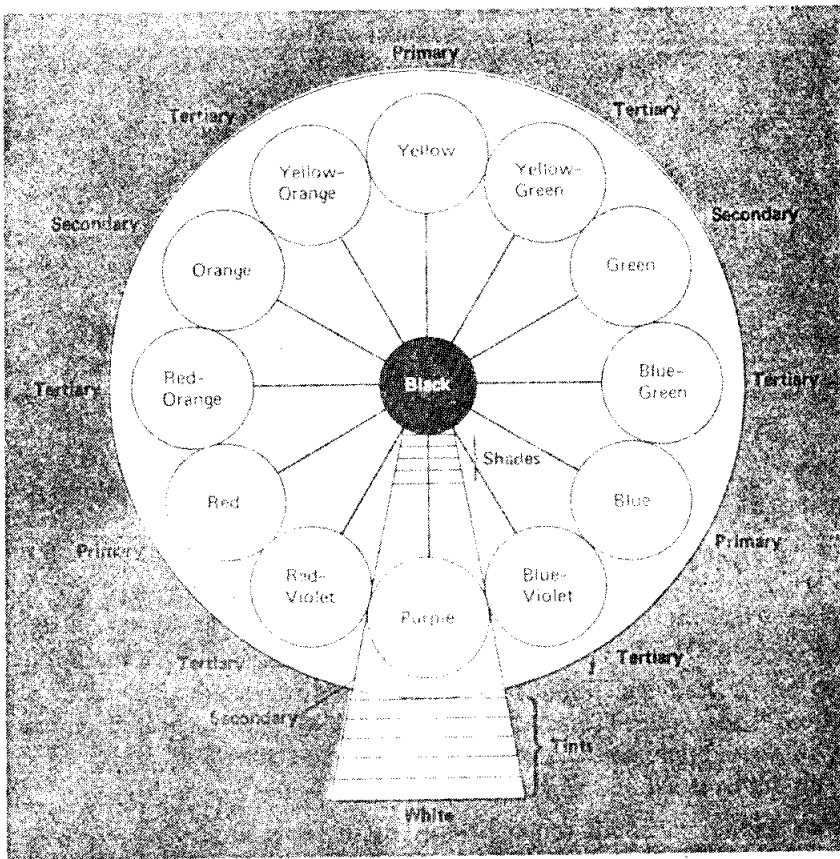
สีกลุ่มที่ 2 ( Secondary colors ) เป็นสีที่เกิดจากการผสมกันระหว่างสีกลุ่มแรก 2 สี ได้แก่

แดง	เหลือง	=	ส้ม
เหลือง	น้ำเงิน	=	เขียว
น้ำเงิน	แดง	=	ม่วง

สีกลุ่มที่ 3 ( Tertiary colors ) มีอยู่ด้วยกัน 6 สี อันเกิดจากการผสมระหว่างสีกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 ที่อยู่ถัดไป ได้แก่

เหลือง ส้ม = เหลืองอมส้ม  
 ส้ม แดง = แดงอมส้ม  
 แดง ม่วง = ม่วงอมแดง  
 ม่วง น้ำเงิน = น้ำเงินอมม่วง  
 น้ำเงิน เขียว = น้ำเงินอมเขียว  
 เขียว เหลือง = เหลืองอมเขียว

ฉะนั้นสีที่อยู่ในวงล้อสีทั้งหมดนี้ด้วยกัน 12 สี เมื่อจัดเรียงเป็นวงกลม เรียกว่า วงล้อสี ดังภาพตัวอย่าง ภาพที่ 6.1



ที่มา : Richert, Meyer, Maines and Harris, p. 317

ผู้จัดแสดงสินค้าจะใช้ประโยชน์จากวงล้อสีได้เป็นอย่างดีในการตัดสินใจเลือกใช้สีของพื้นหลังให้เหมาะสมกับตัวสินค้า หรือเลือกใช้สีเพื่อเสริมให้การตกแต่งแสดงสินค้าน่าสนใจขึ้น การเลือกใช้สีในการแสดงสินค้าหลาย ๆ สี ให้เหมาะสมกัน เรียกว่า การใช้สีเป็นชุด ( color scheme )

การใช้สีเป็นชุด จะเลือกใช้ได้จากชุดสีต่อไปนี้

1. สีพื้นฐานสีเดียว ( monochromatic arrangement ) ชุดสีแบบนี้จะประกอบด้วยสีพื้นฐาน 1 สี และสีอื่น ๆ ที่มีน้ำหนักต่าง ๆ กัน เช่น สีน้ำเงินเข้ม สีน้ำเงินและสีฟ้า สีชุดนี้เป็นชุดเรียบ ๆ ใช้ได้ทั่ว ๆ ไป

2. สีที่คล้ายกันหลายสี ( analogous color combination ) การจัดด้วยชุดสีแบบนี้ คือ การจัดด้วยสีหลาย ๆ สีที่อยู่ติดกันในวงล้อสี เช่น สีม่วง ม่วงคราม น้ำเงิน และน้ำเงินอมเขียว โดยทั่วไปควรจัดด้วยสีเพียง 3 สี ไม่ควรใช้เกิน 5 สี

3. สีเป็นคู่กัน ( complementary colors ) ชุดของสีที่เป็นคู่กันนี้หมายถึงสีที่อยู่ตรงกันข้ามกันในวงล้อสี สีคู่นี้เป็นสีที่แตกต่างกันมากที่สุด เช่น สีแดงคู่กับสีเขียว สีคู่นี้อาจจะเรียกอีกอย่างหนึ่งได้ว่า สีที่ตัดกัน ( Contrasting Colors ) ผู้จัดแสดงสินค้าอาจเลือกใช้สีที่มีน้ำหนักแตกต่างกัน ( tint และ shade ต่าง ๆ ) เพื่อสร้างความกลมกลืนได้อีก

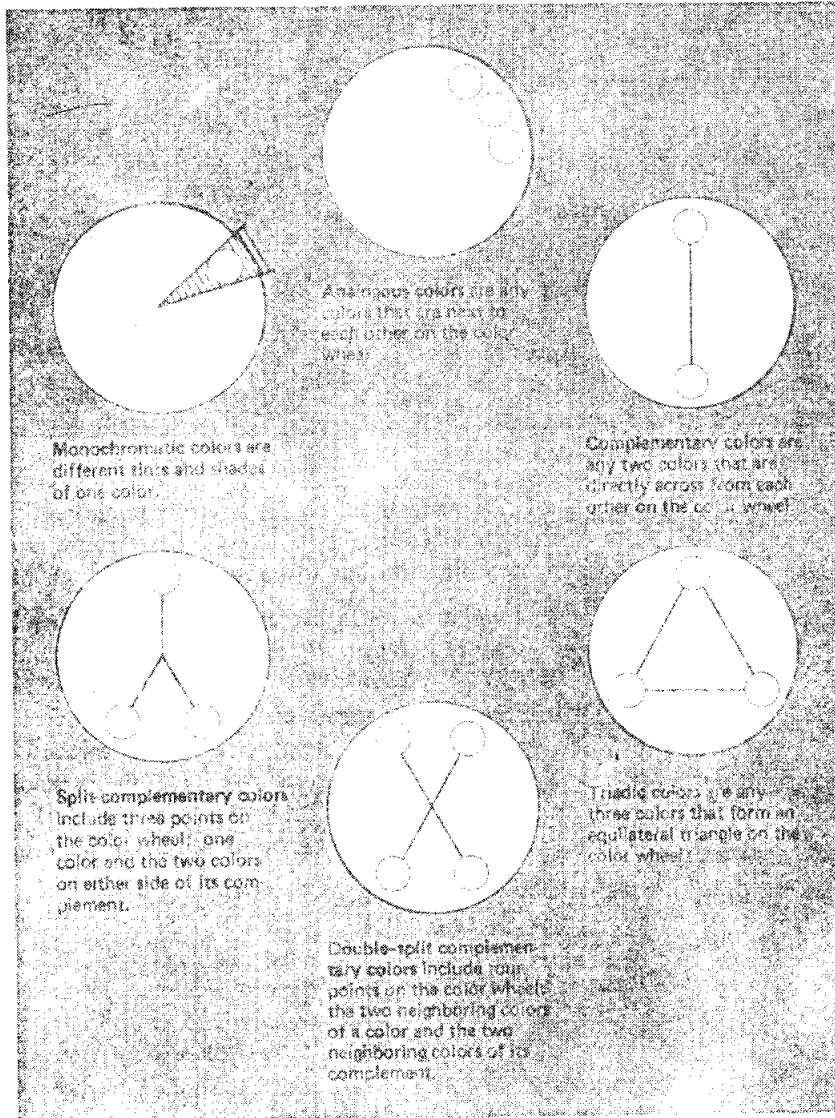
4. ชุดสีเป็นคู่ที่แยกกัน ( split - complementary colors ) ชุดของสีเป็นคู่ที่แยกกันนี้คล้ายกับแบบของสีที่เป็นคู่กัน แต่แทนที่จะเป็นคู่กันเพียง 2 สีก็จะเพิ่มเป็น 3 สี โดยมีสีหนึ่งเป็นหลัก และอีก 2 สีที่คู่กันนี้เป็นสีที่อยู่ 2 ด้านของสีที่เป็นคู่กันโดยตรง แต่ละด้านจะต้องอยู่ห่างจากคู่โดยตรงเป็นระยะเท่า ๆ กัน เช่น ถ้าจะใช้สีเหลืองเป็นสีหลัก สีคู่ของสีเหลือง ( Complementary color ) จะได้แก่ สีม่วง ฉะนั้นอีก 2 สีที่จะเป็นคู่ของสีเหลือง คือ สีแดงอมม่วง และสีม่วงอมน้ำเงิน หรือสีเหลืองอาจเป็นคู่กับสีแดงและสีน้ำเงิน เป็นต้น

การใช้สีเป็นชุดโดยมีคู่แยกกัน ทำให้ผู้จัดแสดงสินค้ามีโอกาสตกแต่งการจัดแสดงด้วยสีต่าง ๆ มากขึ้นกว่าการใช้สีแบบเป็นคู่กันโดยตรง

5. สีเป็นคู่กัน 2 คู่ (double - complementary colors) ชุดของสีเป็นคู่กัน 2 คู่นี้ประกอบด้วยสี 4 สี ที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสีเป็นคู่ ๆ เช่น สีส้ม และสีเหลืองอมเขียว เป็นคู่กันสีม่วงอมแดงและสีน้ำเงินอมม่วง

6. สีเป็นชุด 3 สี (triadic - color scheme) ประกอบด้วยสี 3 สี ซึ่งจะมีระยะห่างระหว่างแต่ละสีเท่า ๆ กัน เช่น สีแดง เหลือง และน้ำเงิน

ภาพ 6.2



## การใช้สีในการแสดงสินค้า

นอกจากการทำความเข้าใจเรื่องทั่วไปของสีดังกล่าวแล้ว ผู้จัดแสดงสินค้ายังควรทราบวิธีที่ควรปฏิบัติเกี่ยวกับการใช้สีในการตกแต่งการจัดแสดงสินค้าด้วย

### ข้อควรปฏิบัติ

1. เพิ่มความระมัดระวังเมื่อต้องการใช้สีเข้มตัดกัน
  - 1.1 ถึงแม้ว่าสีที่สทสีนั้นจะถึงยุคสายตาได้อย่างรวดเร็ว แต่หลังจากนั้นผู้ชมก็จะเบื่อและลดความสนใจได้เร็วเช่นกัน
  - 1.2 สีที่มีความเข้มมากจะทำให้เนื้อที่นั้นดูเล็กลง
  - 1.3 ถ้าในการจัดแสดงสินค้านั้นมีสีเข้มอยู่แล้วสีหนึ่ง สีอื่น ๆ ควรอยู่ในลักษณะที่อ่อนกว่า ไม่ควรตกแต่งด้วยสีเข้มทั้ง 2 สี หรือมากกว่านั้น ถ้าจะใช้ควรใช้สีที่มีการปรับน้ำหนัก หรือความเข้มของสีแล้ว
  - 1.4 ไม่ควรใช้สีสททุกภาคทั่วบริเวณกว้าง
2. เลือกสีเป็นชุดให้เข้ากันกับสินค้าที่ใช้ในการจัดแสดง
  - 2.1 บริเวณพื้น ( floor ) ผนัง ( wall ) และพื้นหลัง ( background ) ของการจัดแสดงควรใช้สีเกี่ยวกับสีหนึ่งสีใดของสินค้า หรือมีขณะนั้นควรใช้สีที่จัดเป็นสีกลาง ( neutral shade )
  - 2.2 โดยทั่วไปแล้ว ควรจะเลือกใช้สีอ่อนมากกว่าสีสุกมาก
3. ประเภทของสินค้าที่จัดแสดงจะแสดงออกได้โดยการเลือกใช้สี
  - 3.1 สินค้าราคาถูกจะตกแต่งด้วยสีสุกสุกมาก
  - 3.2 สินค้าราคาแพงจะตกแต่งด้วยชุดสีที่ประณีต หรือสีที่กำลังอยู่ในความนิยม
4. สีอ่อนมักจะเป็นสีที่ให้ความรู้สึกทางสายตาที่ดี



- 4.1 จะทำให้เนื้อที่ของตู้จัดแสดงสินค้ามีความลึกมากขึ้น
- 4.2 สีอ่อนจะช่วยทำให้ขนาดของตู้จัดแสดงสินค้ามองดูกว้างขึ้น
5. สีเข้มจะให้ความรู้สึกทางตรงกันข้าม คือ
  - 5.1 ทำให้เห็นพื้นหลังใกล้เข้ามา
  - 5.2 ทำให้บริเวณตู้จัดแสดงสินค้ามองดูเล็กลง
6. สีต่าง ๆ จะถูกจัดให้เป็นประเภทสีร้อน และสีเย็นดังนี้
  - 6.1 สีร้อน ได้แก่ สีเหลือง ส้ม แดง และสีเหล่านี้อาจจะใช้กับสีขาว หรือสีน้ำตาล สีประเภทร้อนนี้จะทำให้เห็นตัวสินค้าเด่นชัดขึ้น และทำให้ดูเหมือนกับว่าสินค้านั้นลำออกมาด้านหน้าของการจัดแสดง
  - 6.2 สีเย็นได้แก่ สีน้ำเงิน และสีเขียว ซึ่งเป็นสีที่ให้ความรู้สึกสงบ สบายตา และทำให้มองตู้จัดแสดงสินค้ามีขนาดกว้างใหญ่ขึ้น
7. การใช้สีตัดกัน ฟังระวัง
  - 7.1 ความไม่เหมาะสม
  - 7.2 สำหรับส่วนประกอบชิ้นเล็ก ๆ ไม่ควรใช้สีตัดกันให้เห็นชัดเจน
  - 7.3 ถ้าจะใช้สีเข้มตัดกันต้องใช้ด้วยความมั่นใจ
8. ถ้าจะใช้สีตกแต่งหลายสี ควรคำนึงถึงสัดส่วนของการจัดแสดง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความกลมกลืนในภาพ
  - 8.1 สีพื้นอ่อน ๆ ส่วนใหญ่จะไปช่วยกันได้ดี
9. ควรเลือกใช้ชุดสีที่เรียบง่าย การจัดแสดงสินค้าส่วนใหญ่ที่เห็นสวยงามมักจะเป็นการใช้ชุดสีที่เรียบง่าย
  - 9.1 ควรเลือกชุดสีที่มีสีหลักเพียงสีเดียว ( one - color scheme )  
เช่น สีน้ำเงิน น้ำเงินอมม่วง และน้ำเงินอมเขียว

9.2 การใช้สีแตกต่างกันหลาย ๆ สี จะทำให้ยุ่งเหยิง และผู้ชมเกิดความเบื่อหน่าย

10. การเลือกใช้สีประกอบกันหรือตัดกันต้องคำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้น เนื่องจากสีทุกสีจะดูแตกต่างกันไป เมื่ออยู่ใกล้กับพื้นหลังที่มีสีแตกต่างกัน จึงตัวอย่างที่ปรากฏในตารางต่อไปนี้ จะแสดงให้เห็นว่าสีของพื้นหลังมีอิทธิพลต่อสีของสินค้าอย่างไร

ตารางแสดงผลของสีของพื้นหลังที่มีต่อสีของตัวสินค้า

สีของตัวสินค้า	พื้นหลังสีดำ	พื้นหลังสีขาว	พื้นหลังสีเทาอ่อน	พื้นหลังสีเข้ม
เหลือง	เข้มขึ้น	หมองลง เล็กน้อย	ร้อนขึ้น	สคิใส
แดง	ระยิบระยับขึ้น	เข้มขึ้นและ เคนขึ้น	สคิใสแต่ความเข้มลดลง	สคิใสกว่าแต่ความเข้มลดลง
น้ำเงิน	สดสว่างขึ้น	เข้มขึ้น	สดสว่างขึ้นอีกเล็กน้อย	สคิใสกว่า
เขียว	ซีดลง	น้ำหนักมากขึ้น	สีออกเหลือง	สคิใสขึ้น สีเทาจะออกแดง
ส้ม	สดสว่างขึ้น	เข้มขึ้นและแดงขึ้น	สีอ่อนลง และออกเหลือง	ระยิบระยับขึ้น
ม่วง	ความแข็งแกร่งและความระยิบระยับน้อยลง	ดำขึ้น	สดสว่างขึ้น สีเทาจะเป็นเทาอมเขียว	สีเทาจะกลายเป็นเทาอมเขียว

## แสง ( Light )

แสงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดแสดงสินค้ามาก นอกจากจะทำให้บริเวณที่มีการจัดแสดงสินค้าสว่างไสวแล้ว ผู้จัดแสดงสินค้ายังสามารถใช้แสงช่วยสร้างความสวยงามและเน้นการแสดงผลสินค้าที่ต้องการจุดเด่นได้ในแต่ละคราวทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าสนใจในสินค้าที่จัดแสดง อันจะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้ชมได้

### การจัดแสดงไฟในบ้านค้า

ร้านค้า ควรให้ความสำคัญเรื่องการจัดแสงไฟ โดยการพิจารณาจากต่าง ๆ ที่จะต้องติดตั้งหลอดไฟตั้งแต่เริ่มลงมือตกแต่งร้าน

โดยทั่วไปแสงไฟในบ้านมีด้วยกัน 3 ประเภท คือ

1. แสงไฟทั่วไป ( Primary Lighting ) เป็นแสงจากหลอดไฟที่ติดตั้งไว้เพื่อให้ความสว่างโดยทั่วไปทั้งภายในและภายนอกบ้าน แสงสว่างบริเวณภายนอกของร้านค้าได้แก่ แสงสว่างสำหรับตู้จัดแสดงสินค้า และแสงสว่างบริเวณหน้าร้านตรงทางเดินเท้า ส่วนแสงสว่างภายในร้านนั้นได้แก่ การให้ความสว่างโดยทั่วไป รวมทั้งแสงไฟตามบริเวณทางขึ้นลง บรรโศก แสงไฟนอกสัญญาณต่าง ๆ เช่น ประตูทางออกฉุกเฉิน เมื่อเกิดอัคคีภัยและแสงไฟนอกตำแหน่งระหว่างชั้นต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในลิฟท์ เป็นต้น

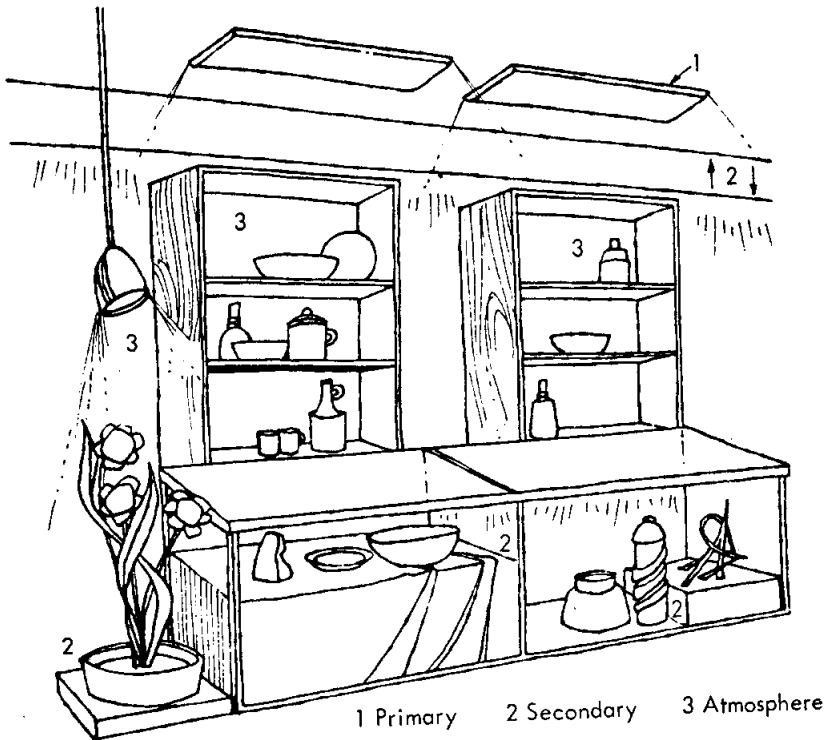
2. แสงไฟเฉพาะตำแหน่ง ( Secondary Lighting ) เนื่องจากแสงไฟทั่วไป ไม่อาจจะทำให้ผู้ชมเห็นสินค้าที่ต้องการแสดง เป็นพิเศษได้ชัดเจนเพียงพอ จึงจำเป็นต้องเพิ่มความสว่างในบริเวณที่ต้องการแสดงสินค้าเพิ่มเติมจากแสงไฟที่มีไว้เป็นพื้นฐานโดยอาจใช้หลอดไฟที่มีแสงส่องจ้า ( floodlights ) หรือหลอดไฟที่สามารถบังคับลำแสงให้พุ่งตรงเฉพาะจุด ( spotlights ) เพื่อช่วยให้ผู้ชมมองเห็นสินค้าที่จัดไว้ในตู้โชว์หน้าร้าน หรือบนชั้นในร้าน หรือในเคาน์เตอร์ได้ชัดขึ้น

สำหรับแสงไฟเฉพาะตำแหน่งตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ ทำหน้าที่เหมือนพนักงานขาย กล่าวคือ ให้ความชัดเจนแก่สินค้าที่อยู่ในบริเวณนั้น และทำให้ลูกค้าได้ทราบว่าร้านค้านั้นจำหน่ายสินค้าอะไรบ้าง

### 3. แสงไฟเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศ ( Atmosphere Lighting )

แสงไฟลักษณะนี้เป็นลักษณะที่ผู้จัดแสดงสินค้าใช้กันมาก เนื่องจากสามารถจะใช้แสงไฟสีต่าง ๆ ช่วยเสริมสร้างการจัดแสดงสินค้าให้เหมาะสมกับบรรยากาศที่ต้องการได้ทั้งการจัดตู้โชว์ และการจัดแสดงสินค้าที่เด่น ๆ ภายในร้าน

ภาพ 6.3 เป็นตัวอย่างของแสงไฟภายในร้านทั้ง 3 ประเภท



ที่มา: Mills and Paul, Applied Visual Merchandising, p. 77

## หลอดไฟที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า 2 ประเภท ได้แก่

1. หลอดไฟฟ้าเรืองแสง ( Fluorescent Lamps ) หลอดไฟฟ้านชนิดนี้มีกำลังแสงและขนาดต่าง ๆ กัน ใช้สำหรับให้แสงสว่างทั่วไปในบ้าน และบริเวณการจัดแสดงสินค้าทั้งบริเวณกว้าง ๆ และบริเวณที่ต้องการความสว่างเฉพาะแห่ง เช่น ชั้น สำหรับวางสินค้า หลอดไฟฟ้าเรืองแสงหรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่าคือหลอดนีออนสีมีหลายสี ฉะนั้นผู้จัดแสดงสินค้าจึงมีโอกาสเลือกสีให้เหมาะกับสินค้าและบรรยากาศของร้านได้ เช่น

หลอดสีขาว ให้บรรยากาศของความอบอุ่น เป็นธรรมชาติ

หลอดสีต่าง ๆ ทำให้ผู้ชมเกิดอารมณ์คล้อยตามภาพที่จัดไว้

ข้อควรระวังสำหรับผู้จัดแสดงสินค้าในการใช้หลอดไฟฟ้าเรืองแสงแต่เพียงอย่างเดียวก็คือ แสงจากหลอดไฟฟ้าประเภทนี้จะทำให้บรรยากาศไม่สดใสและมองดูซ้ำซากน่าเบื่อหน่าย ฉะนั้นจึงควรแก้ไขโดยการใส่แสงไฟจากหลอดไฟฟ้าแบบจุกใส่เข้าช่วย

2. หลอดไฟฟ้าแบบจุกใส่ ( Incandescent Lamps ) หลอดไฟฟ้าแบบนี้มีลำแสงตรงที่สามารถบังคับให้พุ่งตรงไปยังสินค้าที่ต้องการ เน้น หรือต้องการให้เด่นเป็นพิเศษได้ และในทำนองเดียวกันกับหลอดไฟฟ้าแบบเรืองแสงคือ หลอดไฟฟ้าแบบจุกใส่มีขนาด กำลังแสง และสีต่าง ๆ ซึ่งผู้จัดแสดงสินค้าจะเลือกใช้ตามความต้องการ

ข้อแนะนำในการใช้แสงไฟสำหรับสินค้าบางชนิด

1. การจัดแสดงสินค้าประเภทเครื่องเรือน และเครื่องใช้ประจำบ้านชิ้นใหญ่ ๆ ควรใช้หลอดไฟให้ความสว่างทั่วบริเวณพร้อมด้วยหลอดไฟฟ้าแบบจุกใส่ที่มีลำแสงพุ่งตรงยังบริเวณเบื้องล่าง ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงภาพเงาต่าง ๆ

2. ใช้แสงที่ให้ความสว่างทั่วไปเพิ่มเติมด้วยแสงจากไฟที่ส่องเฉพาะตำแหน่ง ( spotlights ) เพื่อเป็นการช่วยให้เห็นความสวยงามชัดเจนขึ้นสำหรับการแสดงสินค้าประเภทถ้วยชามกระเบื้อง แก้ว เครื่องเงิน หรือของเล่นสำหรับเด็ก

3. ใช้หลอดไฟฟ้าแบบจุกใส่ที่มีความสว่างมากเพื่อเพิ่มประกายให้แก่สินค้าประเภทเครื่องประดับอัญมณี ทองและเงิน ตลอดจนเครื่องแก้วเจียรไน

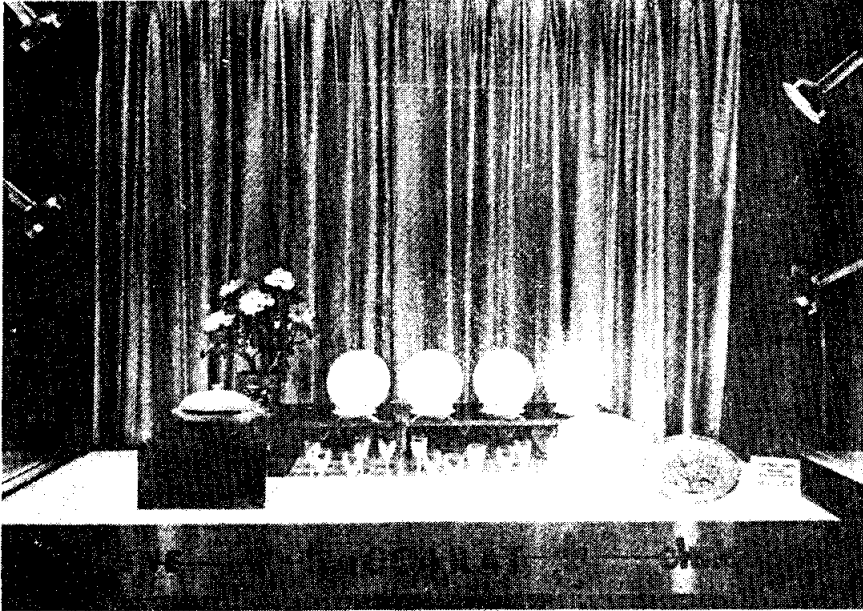
4. เพื่อให้ผู้ชมได้เห็นแบบและสี ตลอดจนพื้นผิวสัมผัสของสินค้าประเภทพรม ผ้า หรือหนังสำหรับหุ้มเบาะเก้าอี้ ฝั่ม่านตกแต่งบ้าน และผ้าคลุมเตียง ผู้จัดแสดงสินค้าควรให้ความสว่างบริเวณนี้โดยแสงไฟทั่วไปที่ติดไว้เหนือศีรษะ และแสงไฟสำหรับเน้นที่ตัวสินค้าเป็นพิเศษโดยการส่องทแยงมาจากด้านหนึ่ง

5. ไข่แสงจากหลอดไฟฟ้าแบบเรืองแสงเป็นหลักผสมด้วยแสงจากหลอดไฟฟ้าแบบจุดได้เพียงเล็กน้อยเพื่อให้เกิดความเยือกตา สำหรับการจัดแสดงเสื้อผ้าสำหรับผู้ชาย

6. สำหรับเสื้อผ้าผู้หญิง โดยเฉพาะประเภทที่มีสีสดสีและแบบสวย ๆ ควรใช้แสงสีขาวนวลจากหลอดไฟฟ้าแบบเรืองแสง

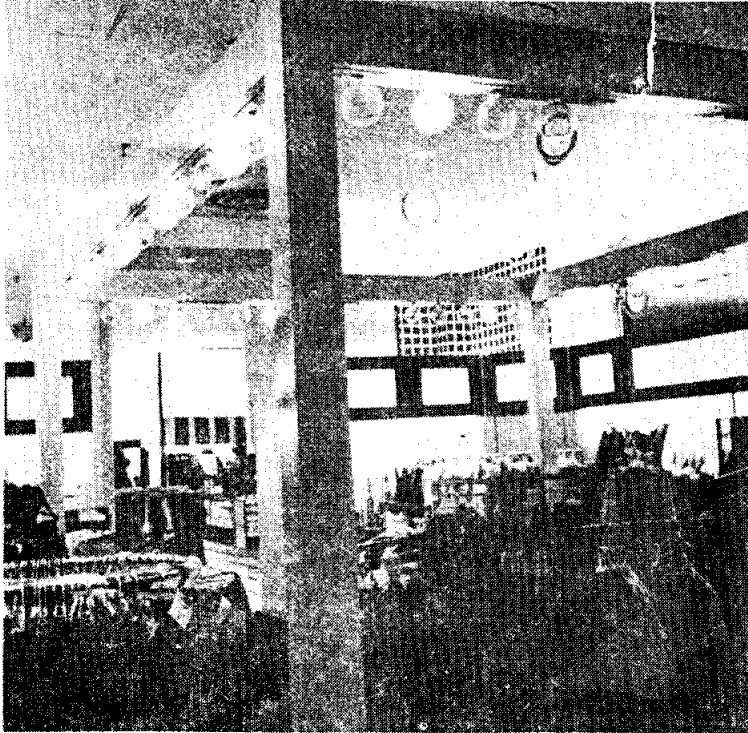
7. ไข่หลอดไฟฟ้าแบบเรืองแสงสีขาวใส จะทำให้สินค้าประเภทพืชผักผลไม้และเนื้อต่าง ๆ มีสีที่นำรับประทานมากขึ้น

ภาพ 6.4 และ 6.5 เป็นตัวอย่างของการใช้แสงไฟ สำหรับสินค้าชนิดต่าง ๆ



---

ภาพ : Vorndran and Litchfield, General Merchandise  
Retailing, p. 153



---

ที่มา : James, Walker and Etzel, *Retailing Today*, (New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc., 1975) p. 105



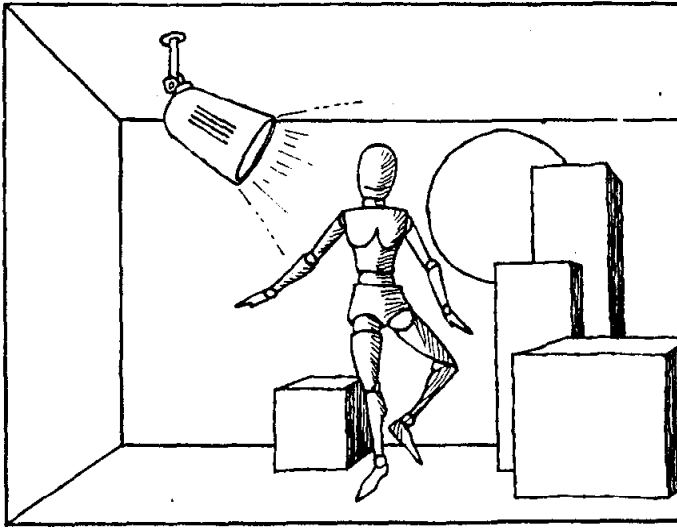
## การจัดแสดงสินค้าเป็นพิเศษภายในร้าน

ร้านค้าอาจต้องการจัดแสดงสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจเป็นพิเศษสำหรับสินค้าที่เพิ่งนำออกจำหน่าย หรือสินค้าที่กำลังเป็นที่นิยมหรือเมื่อต้องการจำหน่ายสินค้ารายการหนึ่งรายการใดให้หมดไปโดยเร็ว การจัดเป็นพิเศษนี้อาจจะจัดโดยยังใช้อุปกรณ์ในการตกแต่งที่ติดตั้งอยู่กับที่ซึ่งเป็นของเดิมหรืออาจจะเพิ่มเติมอุปกรณ์บางส่วน ซึ่งเคลื่อนย้ายมาจากที่อื่นเพื่อการใช้เฉพาะคราว ที่สำคัญคือ ควรให้แสงในบริเวณนี้สว่างกว่าบริเวณทั่วไป ซึ่งอาจสว่างกว่าเป็น 2 เท่าก็ได้

การใช้แสงไฟที่เน้นเฉพาะตำแหน่งจะสามารถทำให้การจัดแสดงสินค้านั้นมีจุดเด่นได้ เช่น การโชว์เสื้อผ้าในตู้ติดกับผนัง หรือตู้ซึ่งสร้างไว้ลึกเข้าไปในผนัง ผู้จัดแสดงสินค้าจะเรียกความสนใจจากผู้ชมได้โดยการติดตั้งหลอดไฟไว้ภายในตู้โชว์นั้น แทนที่จะใช้แสงไฟจากภายนอกเพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่อาจจะทำให้เห็นความเด่นของสินค้าโดยชัดเจน การส่องไฟไปยังตัวสินค้าอาจจะส่องตรงลงมาจากเพดานเบื้องบน หรืออาจจะส่องทแยงจากด้านบนลงมาในบางกรณี ซึ่งจะขึ้นอยู่กับตัวสินค้าและลักษณะการจัดวางสินค้านั้น

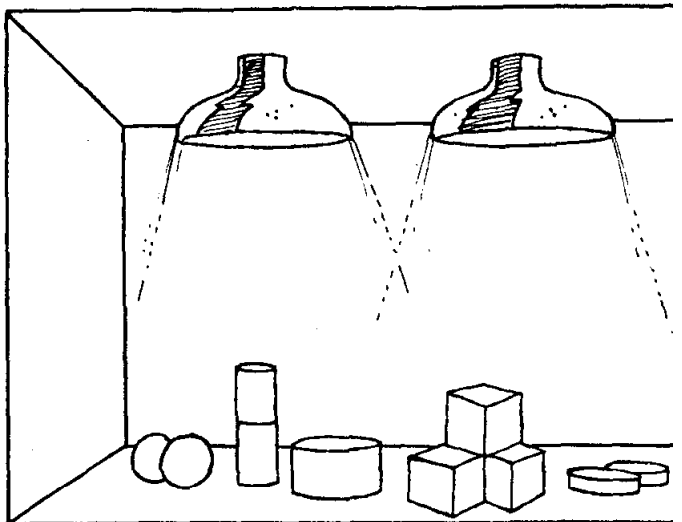
ตัวอย่างในภาพ 6.6 และ 6.7 จะแสดงให้เห็นทิศทางของการให้แสงไฟสำหรับสินค้าและการจัดวางที่แตกต่างกัน

תמונה 6.6



VERTICAL DISPLAY All items are covered with lighting from one side or the other.

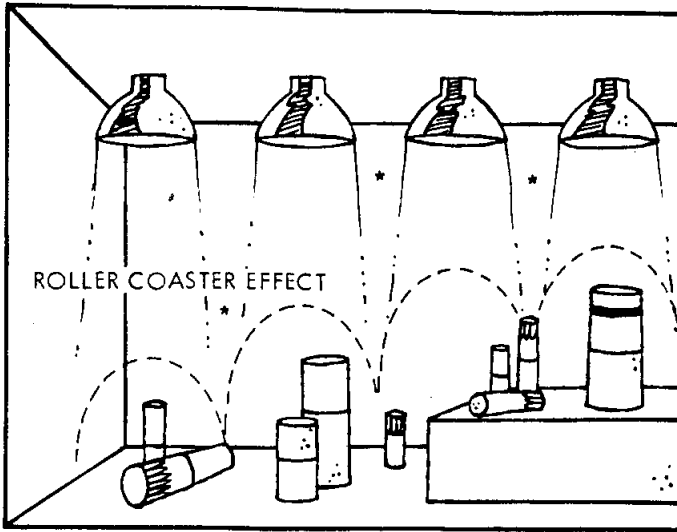
תמונה 6.7



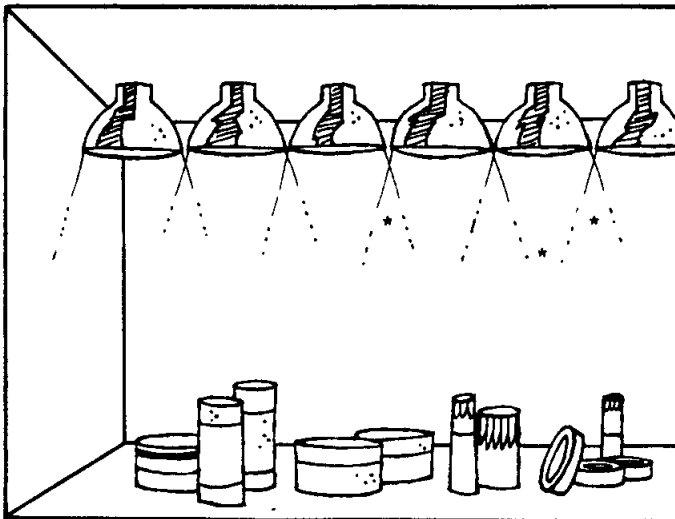
HORIZONTAL DISPLAY All items are covered with lighting from the top view,

## แสงไฟสำหรับตู้โชว์

แสงไฟสำหรับตู้โชว์ต้องสว่างเพียงพอที่จะทำให้บุคคลที่เดินไปมาจากร้านเห็นภาพในตู้โชว์ได้ชัดเจน ในกรณีที่มีสินค้าที่แสดงเพียงน้อยชิ้น ผู้จัดอาจจะให้แสงเน้นที่ตัวสินค้าโดยไม่มีปัญหามากนัก เช่น การให้แสงไฟจับที่ตัวหุ่น (mannequin) ซึ่งควรคำนึงถึงความเป็นธรรมชาติให้มากที่สุด ทิศทางของแสงไฟควรจะต้องมาจากเบื้องบน และควรจะมีระยะห่างพอสมควร ใช้แสงไฟสีขาวสำหรับตัวหุ่นและอาจจะใช้แสงไฟส่องเฉพาะตำแหน่งสินค้าที่โดดเด่น นอกจากนี้ควรมีไฟส่องตรงไปยังป้ายบัตรบอกข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า (showcard) ด้วย ส่วนในกรณีที่มีสินค้าหลาย ๆ ชิ้นในตู้โชว์ การให้แสงไฟนั้นต้องสว่างมากพอที่จะทำให้ผู้ชมเห็นสินค้าทุกชิ้น และควรให้ความสวยงามด้วย ซึ่งจะใช้ไฟเฉพาะตำแหน่ง (spotlight) ได้ไม่ทั่วถึง ต้องใช้ไฟให้ความสว่างได้ทั่วบริเวณกว้าง (floodlight) แต่ถ้าต้องใช้หลอดไฟมากกว่า 1 หลอด ต้องระมัดระวังเรื่องเงาที่จะเกิดขึ้น เนื่องจากการติดตั้งหลอดไฟในระยะที่ห่างกันเกินไป และเพื่อมิให้เกิดเงาที่กล้าวต้องแก้ไขโดยการกระระยะของหลอดไฟเสียใหม่ ดังตัวอย่างในภาพ 6:8 และ 6.9



\*Incorrect: Shadow gaps not covered by lighting beams.



\*Correct: No shadow gaps.

จะเห็นได้ว่าแสงไฟมีความสำคัญสำหรับการจัดแสดงสินค้ามาก สามารถจะสร้างคุณค่า หรือเน้นตำแหน่งที่ต้องการให้ปรากฏชัดเจนเป็นพิเศษได้ ผู้จัดแสดงสินค้าจึงควรจะรู้จักชนิดของแสงไฟเพื่อประโยชน์ในการจัดแสดงสินค้าแต่ละคราว ควรจะทราบว่าแสงจากหลอดไฟเรืองแสงนั้น ถึงแม้ว่าจะมีความสว่างจ้า แต่บางครั้งก็ไม่อาจจะบอกสีที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์ได้ และไม่อาจจะเน้นจุดเด่นที่ใดที่หนึ่งได้ชัด จากข้อจำกัดดังกล่าวแสงจากหลอดไฟเรืองแสงจึงมักจะใช้เป็นแสงไฟทั่วไป เมื่อต้องการเน้นคุณค่าของการจัดแสดงสินค้าต้องใช้แสงไฟจากหลอดไฟฟ้าแบบจุดใส่ เช่น spotlight ส่วนเทคนิคการติดตั้งเพื่อเล่นแสงไฟในโอกาสพิเศษต่าง ๆ นั้นควรจะปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญด้านไฟฟ้าโดยเฉพาะ

---