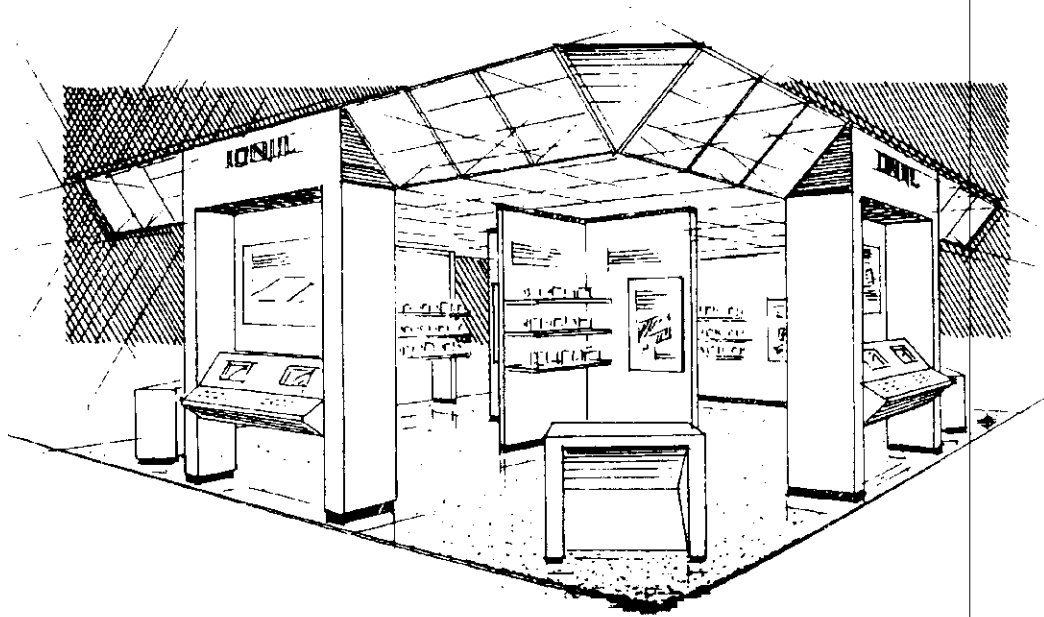


17

นิทรรศการ

และงานแสดงสินค้า



นิทรรศการ มีความหมายที่ใกล้เคียงกับการจัดแสดงสินค้ามาก หมายถึง การ
จัดแสดงสิ่งของ สินค้า หรือความคิด เพื่อกระตุ้นความสนใจ มีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูล ให้
การศึกษา หรือโฆษณาและประชาสัมพันธ์ งานจัดแสดงสินค้าถือเป็นประเภทหนึ่งของ
นิทรรศการ แต่นิทรรศการบางประเภทมีแนวคิดที่ไม่ตรงกับการจัดแสดงสินค้า เนื่องจาก

การจัดนิทรรศการมีเรื่องของการออกแบบทางศิลปะเกี่ยวข้องด้วย และนิทรรศการจำนวนมากถูกนำมาใช้ในเชิงการค้า การโฆษณา จึงนำมากล่าวถึงเพื่อให้นักศึกษามีมุมมองที่กว้างขวางขึ้น

ประเภทของนิทรรศการ

1. นิทรรศการถาวร (permanent exhibit) เป็นการจัดนิทรรศการที่เมื่อจัดแล้ว แทบจะไม่เปลี่ยนแปลงเลย เช่น พิพิธภัณฑ์ ซึ่งแนวคิดของ “ความถาวร” นี้ เป็นแนวคิดที่ขัดแย้งกับการจัดแสดงสินค้า เนื่องจากการจัดแสดงสินค้าจะต้องเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอตามสินค้าที่เข้ามาใหม่ และการเปลี่ยนแปลงความสนใจของลูกค้า

2. นิทรรศการชั่วคราว (temporary exhibit) เป็นการจัดแสดงที่มีช่วงระยะเวลา เช่น งานแสดงรถยนต์ประจำปี จัดเพียง 15 วัน นิทรรศการวิชาการ เป็นต้น

3. งานแสดงสินค้า (trade show) เป็นนิทรรศการเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า เป็นการรวมตัวของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย เพื่อจัดแนะนำสินค้า เปิดตัวสินค้า หรือเพื่อรักษาชื่อเสียงที่ดีของสินค้า เช่น การแนะนำคุณสมบัติของสินค้า ขั้นตอนการผลิต ประวัติความเป็นมาของสินค้า มากกว่าที่จะเน้นการขาย โดยทั่วไป จะเป็นการรวมของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายที่มีแนวสินค้าเดียวกัน และเป็นการจัดชั่วคราว มีกำหนดเวลา ในประเทศไทย งานแสดงสินค้าจำนวนไม่น้อยเน้นการขายสินค้ามากกว่าการแนะนำ

4. นิทรรศการเคลื่อนที่ (traveling exhibit) ชื่อก็บอกชัดเจนอยู่แล้ว เป็นการจัดนิทรรศการที่เคลื่อนย้ายไปยังพื้นที่ต่างๆ เช่น ตามจังหวัดต่างๆ เช่น การใช้รถบัส เรือที่จัดตกแต่งหรือพร้อมนำเสนอ ง่ายต่อการเคลื่อนย้าย เช่น รถนิทรรศการเคลื่อนที่ เพื่อให้ความรู้ของกรมการศึกษานอกโรงเรียน รถขายยาก็เป็นตัวอย่างหนึ่งมีการนำพยาธิสารพัดชนิดออกมาวางเรียง เพื่อให้ความรู้กับลูกค้า นิทรรศการเคลื่อนที่ในระดับโลกก็มีปรากฏให้เห็น เช่น เรือแพทย์ เป็นเรือขนาดใหญ่จากต่างประเทศ เคยมาเทียบท่าที่ประเทศไทย เสนอ นิทรรศการทางการแพทย์ให้กับผู้ที่ขึ้นไปเยี่ยมชมบนตัวเรือขนาดใหญ่

5. นิทรรศการกลางแจ้ง (outdoor exhibit) เป็นการจัดนิทรรศการตามสวนสาธารณะ ที่จอดรถ กลางสนามโรงเรียน เป็นต้น เราจะพบเห็นประจำทุกครั้งที่มีการกาชาดระดับจังหวัด จะมีหน่วยราชการมากางเต็นท์จัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานของหน่วยงาน ถือเป็นการจัดแสดงที่ทำหาย เนื่องจากต้องเผชิญกับสภาพดินฟ้าอากาศที่ควบคุมไม่ได้ แต่ก็อาจได้รับความสนใจมาก หากบรรยากาศโดยรวมเหมาะสม เช่น ในช่วงเย็น ผู้คนสามารถยืนชมได้โดยรอบ ไม่ต้องห่วงกับความร้อนจากแสงอาทิตย์

การวางแผนการจัดนิทรรศการ

ในการจัดนิทรรศการ ต้องมีการวางแผนก่อน เช่นเดียวกับการจัดแสดงสินค้า เพื่อให้นิทรรศการนั้นมีโอกาสประสบความสำเร็จ สิ่งที่คุณวางแผนการจัดนิทรรศการจะต้องพิจารณาในการเตรียมการ ได้แก่ กลุ่มผู้เข้าชมนิทรรศการ หัวข้อที่ใช้ในการจัด พื้นที่สำหรับจัด การออกแบบวางเลย์เอาต์ ภาพและข้อความ การจัดแสง การใช้เทคนิคพิเศษ และการสร้างความประทับใจกับผู้ชม

กลุ่มผู้ชม ในการจัดนิทรรศการ ผู้จัดจะต้องให้ความสำคัญที่สุดกับกลุ่มผู้ชม โดยจะต้องพิจารณาก่อนเสมอว่า กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่เป็นกลุ่มใด พิจารณาจากอายุ เพศ ระดับการศึกษา หรือปัจจัยอื่นที่เห็นว่าจำเป็นและเป็นลักษณะสำคัญของกลุ่มผู้ชม เพื่อจะได้ทำการจัดนิทรรศการ ให้ดึงดูดความสนใจและเหมาะสมกับกลุ่มนั้นๆ นอกจากนี้ ต้องพิจารณาว่า กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่มาชมเพราะสนใจในเรื่องที่จัดนิทรรศการมาก่อน หรือไม่ เคยสนใจมาก่อน มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จัดนิทรรศการมากน้อยเพียงใด ผู้จัดนิทรรศการจะต้องใช้ความพยายามให้บรรลุเป้าหมายสำคัญ 2 ประการ

1. ทำอย่างไรผู้ชมจึงจะหยุดแวะที่บูธของเรา โดยต้องทำให้บูธของเราน่าสนใจ น่าแวะชม

2. เมื่อเขาหยุดแวะที่บูธของเราแล้ว ทำอย่างไรเขาจึงจะใช้เวลาที่บูธของเรา ได้นาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นงานแสดงสินค้า การหยุดแวะนาน เป็นการส่งสัญญาณโอกาสในการซื้อที่สูง

หัวข้อในการจัดแสดง การเลือกหัวข้อเพียงหัวข้อเดียวในการจัดนิทรรศการ จะทำให้ผู้ชมเข้าใจง่าย และสามารถสร้างการยอมรับได้ง่ายกว่าการบรรจุหลายหัวข้อไว้ในนิทรรศการเดียวกัน เช่น นิทรรศการสมุนไพรรไทย เช่นเดียวกับการจัดงานแสดงสินค้า หรือ trade show การจัดงานแสดงสินค้าเพียงสินค้าแนวเดียว หรือที่เกี่ยวข้องกัน จะได้ผลกว่าการนำสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกันมาจัดปะปนกัน หัวข้องานจัดแสดงสินค้าที่ดี เช่น งานแสดงสินค้าของขวัญ งานแสดงสินค้าเฟอร์นิเจอร์ส่งออก เป็นต้น การตั้งชื่อหัวข้อก็มีความสำคัญ ควรเลือกหัวข้อที่ดึงดูดผู้ชม ฟังแล้วน่ามาชม เช่น งานแสดงสินค้าของขวัญนานาชาติ เป็นต้น

พื้นที่ในการจัด ผู้จัดต้องรู้ขนาดของพื้นที่หรือบูธ เพื่อนำไปจัดเลย์เอาต์ อีกทั้งต้องพิจารณาเส้นทางเดินในงาน พื้นที่อยู่ห่างจากทางเข้าออกอย่างไร อยู่ในทำเลที่ผู้คนหนาแน่นหรือไม่ นอกจากนี้ ต้องสำรวจบริการที่ได้รับจากผู้จัดสรรพื้นที่

เช่น มีต้นที่ให้หรือไม่ มีการเดินสายไฟอย่างไร มีผนังกันไฟหรือไม่ เป็นต้น ข้อมูลทั้งหมดเกี่ยวกับพื้นที่จะมีผลต่อการจัดวางเลย์เอาท์

การออกแบบเลย์เอาท์ เมื่อเห็นพื้นที่ในการจัดแล้ว ผู้จัดต้องวางเลย์เอาท์หรือการใช้พื้นที่ จะจัดวางอะไรบ้างในพื้นที่นั้น เริ่มจากด้านหน้า จะตั้งดูผู้ชมอย่างไร จะใช้ป้าย การแจกโบรชัวร์ การสาธิต ฯลฯ และเมื่อผู้ชมแะมาที่ด้านหน้าแล้ว จะตั้งดูเขาไปข้างในอย่างไร มีเส้นทางการเดินภายในงานอย่างไร ทำอย่างไรผู้ชมจะเดินชมงานอย่างเป็นขั้นเป็นตอน เช่น ตามลำดับเนื้อหาที่น่าเสนอ ถ้าพื้นที่ในการจัดมีมาก ผู้จัดต้องใช้เทคนิคที่จะทำให้ผู้ชมเดินชมอย่างทั่วถึง และไม่เบื่อ เช่น ทำตรซี้ให้เดินตามทิศทางที่กำหนด การวางเลย์เอาท์แบบซิกแซ็ก การเล่นระดับพื้นที่ บางแห่งใช้เทคนิคการจัดงานแบบเขาวงกตคือ ผู้ชมต้องเข้าไปเดินในเส้นทางที่สลับซับซ้อน แล้วต้องหาทางออกให้เจอ คล้ายกับการผจญภัย

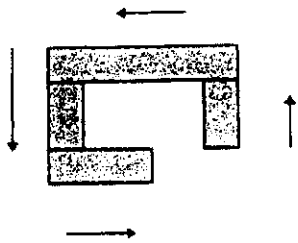
โลโก้หรือสัญลักษณ์ การใช้กราฟิกในนิทรรศการ มักออกแบบโลโก้ให้สื่อความหมายของหัวข้อการจัดงาน หรือใช้โลโก้ของบริษัทที่มีอยู่แล้ว โดยใช้ร่วมกับทั้งงาน โลโก้หรือสัญลักษณ์จะปรากฏตามที่ต่าง ๆ ภายในงาน เช่น ทางเข้า โบรชัวร์ เสื้อที่ระลึก บนโปสเตอร์ นอกจากนี้ บางแห่งทำโลโก้ให้มีชีวิตในลักษณะตัวนำโชค (mascot) โดยออกแบบชุดเป็นรูปร่างที่สื่อความหมายหรือสัญลักษณ์ของงาน และให้มีคนใส่ชุดนั้นเดินไปรอบ ๆ งาน

ข้อความและรูปภาพ ข้อความที่ปรากฏในนิทรรศการ มีทั้งข้อความที่เป็นหัวเรื่อง มักทำเป็นอักษรที่เด่น เช่น ตัวใหญ่ มีสีส้ม ทำเป็นตัวหนาโดยมีลักษณะตัวอักษร (font) ที่เหมือนกันตลอดงาน ตัวอักษรแบบ 3 มิติจะทำให้เกิดเงา และน่าสนใจกว่า ส่วนข้อความที่เป็นรายละเอียดหรืออธิบาย ไม่ควรให้มีขนาดเล็ก ต้องขยายให้ใหญ่กว่าปกติ เพื่อที่ผู้ชมที่อยู่ด้านหลังสามารถอ่านเห็น

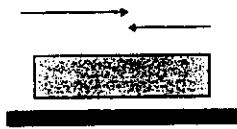
ที่จริง การจัดนิทรรศการควรใช้รูปภาพให้มากกว่าข้อความ เนื่องจากผู้ชมมักไม่ใช้เวลาอ่านข้อความที่มากมาย นอกจากจะสนใจจริงๆ รูปภาพจะเป็นภาพสีหรือขาวดำ ควรขยายใหญ่ และหากเสริมฐานให้กับภาพ เช่น ติดภาพลงบนโฟมก่อนติดไปบนบอร์ด จะแลดูน่าสนใจขึ้น

ความสูงของการติดรูปภาพและข้อความ ควรอยู่สูงกว่าระดับสายตาเล็กน้อย เพื่อให้ผู้ชมด้านหลังมองเห็นได้บ้าง การติดรูปภาพแบบสลัสูงต่ำ ก็ทำให้น่าสนใจได้ระดับความสูงปกติ ชั้นต่ำควรสูงประมาณ 1 เมตรจากพื้น และไม่เกิน 2 เมตร ถ้าเป็นนิทรรศการที่จัดสำหรับเด็ก ควรลดระดับการติดให้ต่ำลงมา

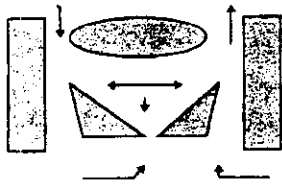
ตัวอย่างรูปแบบการวางเลย์เอาต์ในพื้นที่โล่ง



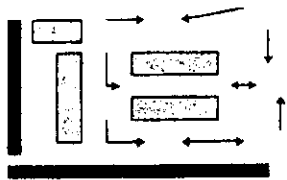
การจัดแบบนี้ ผู้ชมสามารถเดินชมได้โดยรอบ เหมือนเกาะ เหมาะกับพื้นที่ไม่มากนัก



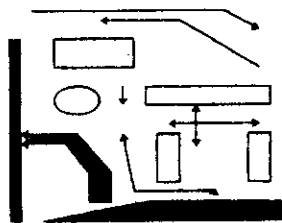
จัดให้ผู้ชมเดินผ่านด้านหน้า มองได้เพียงด้านเดียว อาจดึงความสนใจด้วยป้าย ฉากหลัง



หากมีพื้นที่มาก อาจจัดแบบนี้ ให้ผู้ชมเดินเข้ามาชมภายในได้ ทำให้เกิดความเป็นกันเองมากขึ้น

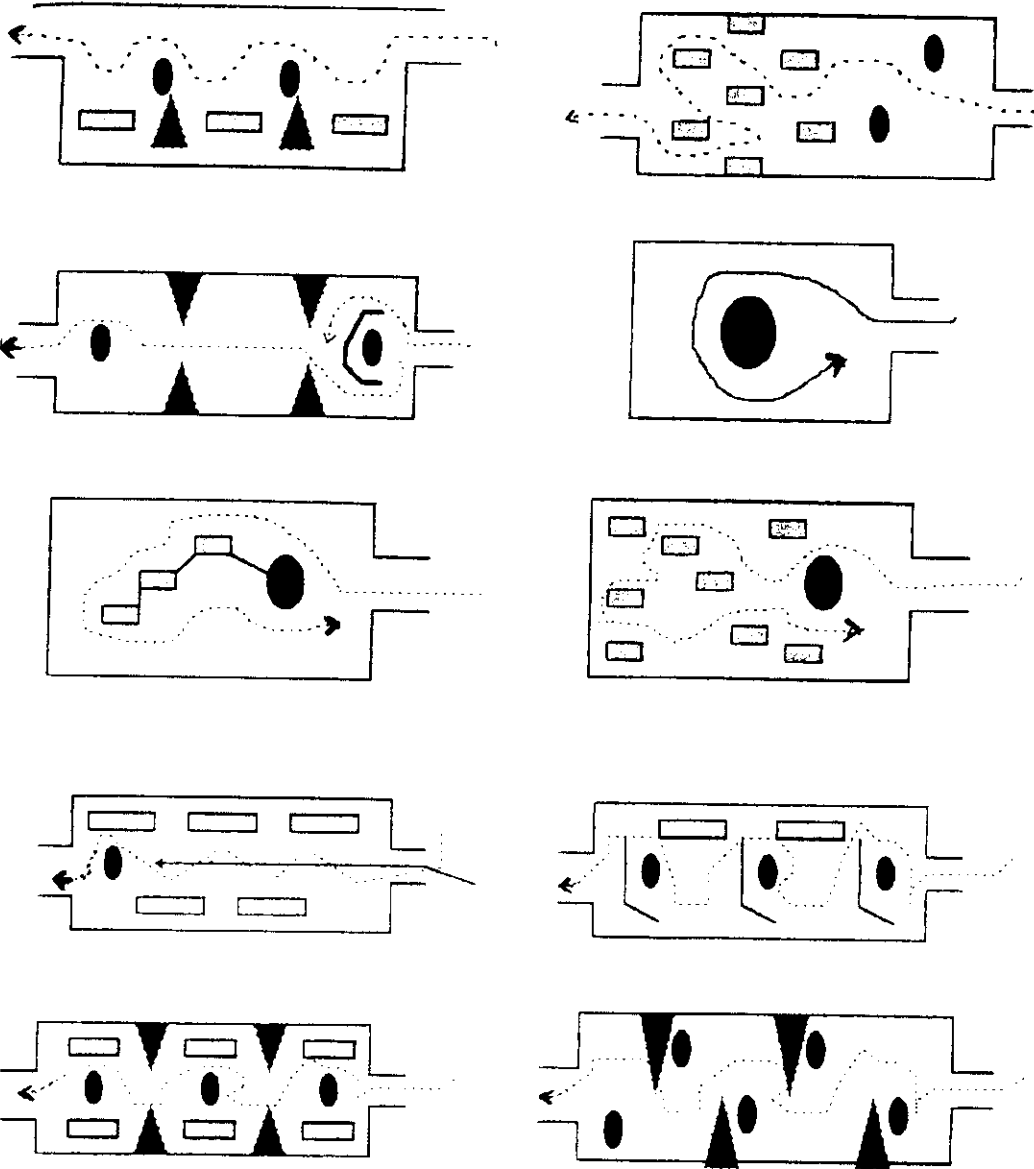


การจัดให้ผู้ชมเดินเข้ามาภายในได้ โดยมีผนังกันทางด้าน สำหรับติดข้อความ โปสเตอร์ ป้าย



การจัดแบบนี้ต้องใช้เนื้อที่มากยิ่งขึ้น เนื่องจากกันส่วนหนึ่งเป็นคานเตอร์ให้ผู้ชมสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้

ตัวอย่างรูปแบบการวางเลย์เอาต์ในพื้นที่ล้อมกรอบ เช่น ภายในอาคาร
 (เส้นประและลูกศร แสดงถึง เส้นทางเดินของผู้เข้าชมงาน)



เทคนิคพิเศษ การจัดนิทรรศการนั้น นอกจากจะติดภาพและข้อความแล้ว ยังสามารถสร้างสีสันเพิ่มเติมด้วยเทคนิคพิเศษ เช่น

* **การเคลื่อนไหว** เช่น การใช้สายพาน มอเตอร์ หุ่นจำลอง ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวภายในงาน

* **เครื่องโสตทัศนอุปกรณ์** เช่น ไซท์วีมอเนเตอร์ 5-6 จอพร้อมกัน สไลด์โชว์ มัลติมีเดีย จอสัมผัสที่สามารถตอบโต้กับผู้ใช้ได้ทันที

* **การใช้ผู้แสดง** ได้แก่ การจัดการแสดงภายในงาน ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมได้ อย่างไรก็ดี ต้องจัดด้วยความระมัดระวังเนื่องจากอาจให้ทั้งผลดีและผลเสีย การจัดแสดงควรจัดเป็นรอบๆจะดีกว่าการจัดแสดงตลอดเวลา จะทำให้ควบคุมการจราจรได้ โดยวางแผนการทำงานในช่วงที่มีผู้คนเดินเข้าเดินออกจากการแสดง สามารถขายของได้หรือเผยแพร่ความคิดในช่วงที่ผู้ชมรอเข้าชมการแสดง การจัดแสดงต้องน่าสนใจด้วย หากเป็นการจัดแสดงที่ไม่ดี จะทำให้ความประทับใจต่องานโดยรวมลดน้อยลง อนึ่ง การจัดแสดงยังรวมถึงการสาธิตด้วย

* **การให้ผู้ชมมีส่วนร่วม** จะค่อนข้างได้ผลมากและสร้างความสนใจได้ดี การจัดส่วนต่างๆของงานให้ผู้ชมมีส่วนร่วม ทำได้หลายลักษณะ เช่น การทายปัญหา การหมุนวงล้อ การทดลอง ปัจจุบัน มีการใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์มาใช้ในการควบคุมการมีส่วนร่วม เช่น การตอบปัญหาเกี่ยวกับเครื่องคอมพิวเตอร์ การฝึกขับเครื่องบินในห้องจำลองที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

การจัดแสง ผู้จัดนิทรรศการนิยมการจัดภายในอาคาร เนื่องจากสามารถควบคุมแสงได้ดีกว่า ห้องที่มีหน้าต่างจะถูกปิดชั่วคราวเพื่อกันไม่ให้แสงจากภายนอกลอดเข้ามา ทำให้จัดแสงภายในได้ง่าย แสงอาทิตย์หรือแสงธรรมชาติเป็นแสงที่ควบคุมได้ยาก นิทรรศการบางอย่างอาจใช้ประโยชน์จากแสงอาทิตย์ เช่น งานแสดงดอกไม้ต้นไม้ การใช้แสงเพื่อสร้างอารมณ์ (ambient lighting) เป็นการใช้แสงเฉพาะจุด เพื่อดึงดูดความสนใจ อาจแต่งแสงให้เป็นสีตามต้องการ ส่วนแสงที่ให้แสงสว่างภายในงานโดยรอบ เรียกว่า task lighting ควบคุมระดับความสว่างแล้วแต่บริเวณ การให้แสงสว่างมากกว่าระดับแสงปกติตามบ้าน จะทำให้งานเด่น แลดูสดใส

การสร้างความประทับใจ ผู้ชมนิทรรศการจะรู้สึกประทับใจ หากผู้จัดสอดแทรกสิ่งละอันพันละน้อย ที่แสดงถึงความใส่ใจในผู้ชม เช่น

* การวางต้นไม้และดอกไม้ เป็นการค้นสายตาที่ใช้มาแต่ดั้งเดิม และยังคงได้ผลดีเสมอ เลือกวางดอกไม้หรือต้นไม้สด มีความสวยงาม ใบไม้เขียว หากจัดหาไม่ได้ อาจใช้ต้นไม้ประดิษฐ์ ซึ่งปัจจุบันมีการประดิษฐ์ได้เหมือนจริงมาก

* การค้นสายตาด้วยวิธีอื่น นอกจากการใช้ต้นไม้และดอกไม้แล้วยังสามารถค้นสายตาด้วยการสลับสีพื้นฉากหลัง การปรับระดับพื้น หรือการใช้รูปทรงต่าง ๆ วางตามบริเวณงาน

* การจัดวางที่นั่ง คงเป็นการดีไม่น้อย ที่ในงานมีที่นั่งให้กับผู้เดินเที่ยวชมงาน อาจวางเก้าอี้หรือสิ่งที่แทนเก้าอี้ เช่น ม้านั่ง หลังจากจากผู้ชมเดินไปในงาน อาจรู้สึกเมื่อยล้า และหาที่นั่งไม่ได้ หากมีที่นั่งจัดไว้ จะสร้างความรู้สึกที่ดีต่อผู้ชมงานได้ไม่น้อย

* เครื่องดื่มของว่าง หากทำได้ อาจจัดบริการให้กับผู้ชม น้ำเปล่าเย็น าก็ถือว่า เป็นน้ำใจจากผู้จัดงาน หรืออาจจำหน่ายในราคาถูก

* ของที่ระลึก เช่น แด่ดตาล็อก ตัวอย่างสินค้า ของที่ระลึกพิมพ์ข้อความโฆษณา เช่น ปากกา การจัดทำของที่ระลึกนั้น ควรเป็นสิ่งของที่มิขนาดเบา ใช้ได้บ่อยและนาน ราคาถูก และที่สำคัญต้องปรากฏชื่อของผู้จัดงาน หรือข้อความโฆษณานั้น

สรุป

นิทรรศการ เป็นการจัดแสดงสิ่งของ สินค้า หรือความคิด เพื่อกระตุ้นความสนใจ มีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูล ให้การศึกษา แนะนำ หรือประชาสัมพันธ์ งานจัดแสดงสินค้าถือเป็นประเภทหนึ่งของนิทรรศการ

นิทรรศการแบ่งได้หลายประเภท เช่น นิทรรศการถาวร นิทรรศการชั่วคราว งานแสดงสินค้า นิทรรศการเคลื่อนที่ นิทรรศการกลางแจ้ง สำหรับนิทรรศการถาวร มีแนวคิดที่ขัดแย้งกับการจัดแสดงสินค้า เนื่องจากการจัดแสดงสินค้าจะต้องเปลี่ยนการจัดอยู่เสมอ จะจัดแบบถาวรไม่ได้

การวางแผนการจัดนิทรรศการ ต้องพิจารณาถึงส่วนสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้ชม หัวข้อในการจัด พื้นที่ในการจัด การออกแบบเลย์เอาต์ โลโก้หรือสัญลักษณ์ ข้อความและรูปภาพที่จะใช้ เทคนิคพิเศษ การจัดแสง และการสร้างความประทับใจ

กิจกรรมท้ายบท

- ให้นักศึกษาหาโอกาสเข้าชมนิทรรศการต่าง ๆ พร้อมสังเกตว่า ในแต่ละนิทรรศการนั้น มีการจัดในสิ่งต่อไปนี้ อย่างไร
 - มีการจัดพื้นที่และวางเลย์เอาต์อย่างไร วิเคราะห์ข้อดีข้อเสีย
 - มีการติดข้อความและรูปภาพอย่างเหมาะสมหรือไม่
 - มีการใช้เทคนิคพิเศษหรือไม่
 - สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้หรือไม่ ด้วยวิธีการใด
- นักศึกษาคิดว่า การจัดสินค้าภายในร้าน กับการจัดแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้ามีข้อเหมือนหรือข้อแตกต่างกันหรือไม่ ให้แสดงความคิดเห็น

