

ส่วนที่ 3

การออกแบบการจัดแสดง

การออกแบบ เป็นเรื่องของการนำ "ศิลปะ" มาใช้ในการจัดแสดงสินค้า ซึ่งประกอบด้วยส่วนสำคัญ ได้แก่

- * ความรู้ในการออกแบบ
- * องค์ประกอบในการออกแบบ (Elements)
- * หลักการออกแบบ (Principles) หรือการจัดองค์ประกอบ

โดยสูตรในการจัดแสดงสินค้า มีดังนี้

การออกแบบ = องค์ประกอบในการออกแบบ + หลักการออกแบบ

8

ป้าย

ป้าย เป็นองค์ประกอบของการจัดแสดงสินค้า ที่มีความสำคัญในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า เป็นข้อความและรูปภาพ ขนาดของป้ายอาจจะเล็กเพียงแค่บอกราคาบนตัวสินค้า ไปจนถึงขนาดใหญ่ติดตั้งอยู่ด้านนอกร้าน รูปแบบของป้ายได้พัฒนาไปจากป้ายที่เขียนด้วยมือ ปัจจุบันมีรูปแบบของป้ายอิเล็กทรอนิกส์ ป้ายที่ผลิตด้วยคอมพิวเตอร์ โดยการใช้ประโยชน์จากป้าย อาจใช้เป็นสื่อเพื่อการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข่าว แต่หากนำมาใช้ร่วมกับการจัดแสดงสินค้า ก็นับเป็นองค์ประกอบหนึ่ง

ขนาดของป้าย จะเล็กหรือใหญ่ก็ตาม สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาในการทำป้าย ได้แก่ *ความอ่านง่าย* และ*ความเข้าใจในข้อความ*

ความอ่านง่าย ป้ายที่ดีจะต้องอ่านง่าย หมายความว่า ผู้ชมสามารถเห็นตัวข้อความได้อย่างชัดเจนและง่ายตาย ไม่ต้องเพ่ง ดูแล้วไม่ปวดตา ปัจจัยที่ทำให้ข้อความอ่านง่าย ได้แก่

1. *ขนาดตัวอักษร* สายตาของคนปกติจะอ่านตัวอักษรขนาด 14 จุด (point

หรือ pt) ขึ้นไป ได้อย่างสบายตา ตัวอักษรที่ใช้กำลังอ่านอยู่นี้ มีขนาด 16 pt. หากใช้ตัวอักษรที่มีขนาดเล็กมาก ผู้อ่านจะต้องเพ่งมาก โดยเฉพาะผู้อ่านที่สายตายาว หากเป็นป้ายที่ต้องการให้มองเห็นจากระยะไกล ตัวอักษรต้องมีขนาดใหญ่ขึ้น ความหนาของตัวอักษร สามารถช่วยให้เห็นชัดเจนขึ้น

2. *สีของตัวอักษรและพื้นหลัง* การใช้สีกับป้ายนั้น จะต้องมือน้อย 2 สี เข้ามาเกี่ยวข้อง สีหนึ่งเป็นสีของตัวอักษร อีกสีหนึ่งเป็นสีของพื้นหลัง ทั้งนี้รวมถึงการไม่ใช้ สี หรือสีใส ยิ่งสีของตัวอักษรกับสีของพื้นหลังตัดกันมากเท่าใด ยิ่งทำให้อ่านง่ายมากขึ้นเท่านั้น เช่น อักษรดำบนพื้นขาว อักษรแดงบนพื้นขาว อักษรเหลืองบนพื้นน้ำเงิน เป็นต้น การใช้สีที่ใกล้เคียงกันทั้งตัวอักษรและพื้นหลัง จะทำให้ข้อความกลืนไปกับพื้นหลัง ทำให้อ่านยาก หรือที่เราเรียกว่า “สีจม” เช่น ตัวอักษรฟ้าบนพื้นเขียวอ่อน

3. *ประเภทของวัสดุที่ใช้ทำ* วัสดุที่ใช้ทำป้ายบางอย่างมีความแวววาว ใต้อการสะท้อนแสง อาจทำให้แสงที่สะท้อนออกมาทำให้อ่านข้อความยาก ในขณะที่วัสดุบางอย่างไม่มีแวววาว ซึ่งประเภทหลังนี้ มักไม่มีปัญหาเรื่องแสงสะท้อน นอกจากนี้ การทาสีโปบนวัสดุ ต้องเข้าใจถึงการซึมของสีบนวัสดุนั้น ๆ สีบางอย่างเมื่อทาลงไปบนวัสดุแล้ว อาจซึม หรือ “จมหาย” ลงไปบนเนื้อวัสดุ ทำให้อ่านต่อการมองเห็น

4. *รูปแบบตัวอักษร* หรือที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า font ในปัจจุบันมีการประดิษฐ์รูปแบบของตัวอักษรออกมามากมาย การเลือกใช้รูปแบบของตัวอักษร จะมีผลต่อความง่ายในการอ่านบ้าง โดยเฉพาะรูปแบบตัวอักษรที่ผู้คนไม่คุ้นเคย ดูตัวอย่างของรูปแบบตัวอักษรในหน้าถัดไป

ความเข้าใจในข้อความ หมายถึง ป้ายที่ใช้ข้อความที่อ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย และเข้าใจตรงกับที่ผู้จัดแสดงต้องการสื่อ โดยการใช้ข้อความกับป้ายนั้น มีข้อจำกัดบางประการ กล่าวคือ ไม่สามารถใส่ข้อความได้มาก ซึ่งไม่ได้หมายความว่า ขนาดของป้ายจะบรรจุข้อความจำนวนจำกัด แต่หมายความว่า ธรรมชาติของมนุษย์จะไม่อ่านข้อความจำนวนมาก บนป้าย ผู้จัดทำป้ายจะต้องใช้ข้อความบนป้ายให้น้อยที่สุด แต่สามารถสื่อความหมายได้ตามต้องการ หลีกเลี่ยงการพยายามบรรจุข้อความจำนวนมากลงบนป้าย ผู้จัดแสดงบางรายอาจเกรงว่า จะบอกข้อความได้ไม่ครบถ้วน จึงพยายามเขียนทุกสิ่งทุกอย่างลงไป ซึ่งเป็นข้อผิดพลาด ทำให้ป้ายนั้นไม่ได้รับความสนใจจากผู้อ่าน ทั้งนี้ ความเข้าใจในข้อความ ยังรวมถึงโลโก้ สัญลักษณ์ต่าง ๆ รูปภาพ ลายเส้นประกอบข้อความ บนป้ายที่ทำให้ผู้คนจดจำได้ง่าย

ตัวอย่าง Font

ชื่อรูปแบบตัวอักษร	ลักษณะของตัวอักษร
Angsana UPC	การจัดแสดงสินค้า
Kodchiang UPC	การจัดแสดงสินค้า
Jasmine UPC	การจัดแสดงสินค้า
DB Erawanas	การจัดแสดงสินค้า
DB Fongnamas	การจัดแสดงสินค้า
DB Patpongas	การจัดแสดงสินค้า
DB Silomas	การจัดแสดงสินค้า
DS Adirekas	การจัดแสดงสินค้า
DS Arlukas	การจัดแสดงสินค้า
DS Orchidas	การจัดแสดงสินค้า
DS Ribbonas	การจัดแสดงสินค้า
DS Cologne Condas	การจัดแสดงสินค้า
JS Likhitas	การจัดแสดงสินค้า
JS Neenoas	การจัดแสดงสินค้า
JS Praneas	การจัดแสดงสินค้า

ขนาดของป้าย

ป้ายที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าอาจใช้วัสดุทำป้าย เช่น กระดาษแข็ง ไม้ โฟม แผ่นโลหะ กระดาษโปสเตอร์ มีขนาดต่าง ๆ กันหลายขนาด ขึ้นอยู่กับ

1. ลักษณะการใช้งาน
2. พื้นที่จัดแสดง
3. จำนวนข้อความที่ปรากฏ

ใบกิจกรรมที่ใช้ป้ายเป็นจำนวนมาก จะจัดมาตรฐานของขนาดป้ายไว้ เพื่ออำนวยความสะดวก และการผลิต โดยทั่วไป จำแนกขนาดของป้ายที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า และลักษณะการใช้งาน ไว้ดังนี้

ขนาดเต็มแผ่นมาตรฐาน หรือโปสเตอร์ (Standard full sheet)

- * บางแห่งเรียกว่าขนาด railroad board
- * มีขนาดเท่ากับมาตรฐานกระดาษบอร์ดทั่วไป คือ 22 x 28 นิ้ว
- * ไม่บางและไม่หนาจนเกินไป
- * มักใช้กับการจัดแสดงหน้าร้าน และติดทั่วไปภายในร้าน
- * ใช้แจ้งถึงการส่งเสริมการขาย เช่น ลดราคา เทศกาลพิเศษ
- * ป้ายขนาดนี้ มักใช้เทคนิคซิลด์สกรีนในการผลิต
- * ป้ายขนาดใหญ่กว่านี้ ได้แก่ 28 x 44 นิ้ว (showcard board) และ 40 x 60 นิ้ว (theatrical board)

ขนาดครึ่งแผ่น (Half sheet)

- * ขนาด 14 x 22 นิ้ว หรือครึ่งหนึ่งของขนาดเต็มแผ่น
- * ใช้กับการจัดแสดงสินค้าหน้าร้าน หรือภายในร้าน
- * บ่งบอกถึงตัวสินค้าภายในร้าน

ขนาด 1/4 แผ่น (Quarter sheet)

- * ขนาด 11 x 14 นิ้ว หรือ ครึ่งหนึ่งของขนาดครึ่งแผ่น
- * ใช้ติดที่สินค้าขนาดใหญ่ เช่น เฟอร์นิเจอร์ ดินในลิฟท์ ห้องลงเสื้อ
- * บอกถึงนโยบายของร้าน เทศกาล หรือกิจกรรมพิเศษ เช่น แฟชั่นโชว์

Copy card (การ์ดขนาดเล็ก)

- * เป็นป้ายขนาดเล็ก มีหลายขนาด ได้แก่ 7 x 11 นิ้ว 5 1/2 x 7 นิ้ว 3 1/2 x 5 1/2 นิ้ว
- * ใช้บอกถึงตัวสินค้าภายในร้าน และที่ตู้โชว์
- * ขนาดที่เล็กกว่า ใช้กับสินค้าที่มีขนาดเล็กลงมา เช่น เครื่องสำอาง
- * มักมีช่องเสียบการ์ด เพื่อความสะดวก

Card toppers

- * เป็นการ์ดที่มีขนาดยาวและแคบ เช่น 11 x 3 1/2 นิ้ว 7 x 3 1/2 นิ้ว

- * ใช้ในลักษณะสัมพันธ์กับการโปรโมชั่นของร้าน โอกาสพิเศษ
- * มักให้มีสีเดียวกัน หรือกราฟิคเดียวกัน กับโปสเตอร์โปรโมชั่นขนาดเต็มแผ่น
- * ใช้เน้นในลักษณะ “สินค้ามีจำนวนจำกัด” หรือ “โปรโมชั่นมีช่วงเวลาจำกัด”
- * เป็นป้ายที่มีอายุการใช้งานสั้น เมื่อหมดโปรโมชั่นให้ถอดออก

คำแนะนำการจัดการป้ายภายในร้าน

1. ทำขนาดของป้ายให้เป็นมาตรฐาน เพื่อความสะดวกในการใช้งาน
2. ป้ายขนาดต่าง ๆ ควรตัดไว้ก่อน และเก็บไว้รอใช้งาน
3. การใช้ป้ายขนาดมาตรฐาน จะทำให้ภาพรวมของป้ายภายในร้าน ดูเป็นระเบียบ
4. อาจจัดทำมาตรฐานของขนาดป้ายขึ้นเองได้ แต่เพื่อความสะดวก ควรยึดตามวัสดุทำป้ายที่ใช้ประจำ

ประเภทของป้ายและการ์ด (แบ่งตามข้อมูลที่ปรากฏ)

1. ป้ายขาย (Selling sign)

- * บอกถึงประโยชน์ของสินค้า คุณลักษณะ ข้อดี ราคา ฯลฯ
- * ควรใช้คำให้น้อยที่สุด และเข้าใจง่ายที่สุด ในแต่ละบรรทัด
- * มีความถูกต้องของข้อมูล ไม่ใช่ข้อความหลอกล่อ เพื่อเร้าการตัดสินใจซื้อ
- * ถ้ามีข้อความหลายบรรทัด ให้เว้นช่องไฟให้อ่านง่าย สบายตา
- * ป้ายขายที่อยู่บนแผนกเดียวกัน ควรมีสี ขนาด และการจัดเลย์เอาต์เดียวกัน เพื่อไม่ให้ผู้ซื้อสับสนกับป้ายมากมายภายในร้าน
- * ป้ายขายทั้งหมดต้องสอดคล้องกับสินค้าและภาพพจน์ของร้าน

2. ป้ายบอกประเภทสินค้า (Category card)

- * บอกถึงประเภทของสินค้า การแบ่งหมวดหมู่ เช่น เสื้อผ้าชาย รองเท้า
- * ทำให้ลูกค้าค้นหาประเภทสินค้าของสินค้าที่ต้องการได้ง่าย
- * ต้องดูดี มีระเบียบ ข้อความเข้าใจง่าย สั้น ๆ มีความถูกต้อง

3. ป้ายร้าน (Institutional card)

- * บอกรายละเอียดของร้าน เช่น เวลาเปิดปิด การเปลี่ยนดินสอสินค้า การส่งสินค้า
- * ควรมีสี หรือเลย์เอาต์ที่ต่างจากป้ายประเภทอื่น เพื่อให้ง่ายต่อการแยกแยะ
- * ไม่ควรมีมากเกินไป แต่ต้องเพียงพอที่จะตอบคำถามที่ลูกค้าสงสัย

4. ป้ายราคา (Price card)

- * ควรมีรูปแบบเดียวกันทั้งร้าน
- * สินค้าที่มีขนาดใหญ่ เช่น เฟอ์นิเจอร์ อาจทำป้ายให้มีขนาดใหญ่ขึ้น

การออกแบบป้าย

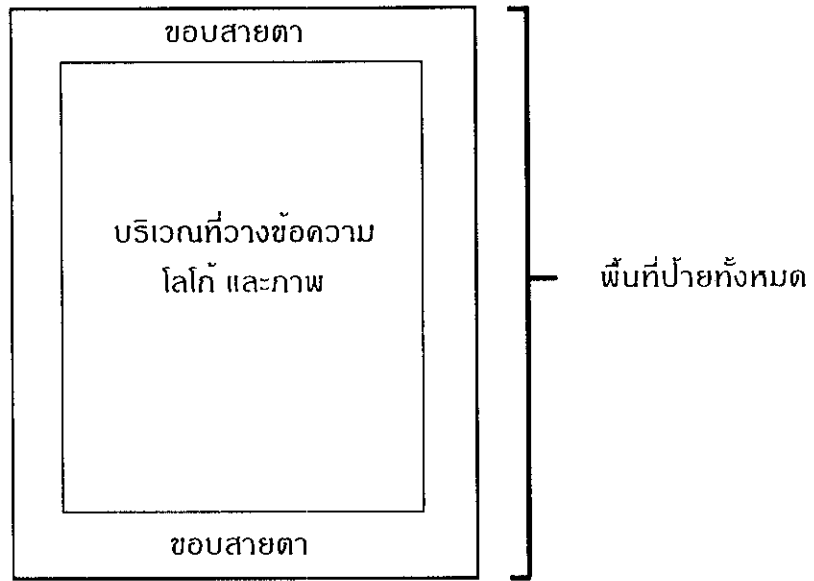
การทำป้ายให้เกิดประโยชน์สูงสุดนั้น จะต้องมีการออกแบบ ไม่ว่าจะให้ป้ายออกมาเรียบง่าย ตระการตา หรือแฟนซี จะมีหลักการในการออกแบบเดียวกัน ที่เรียกว่า การออกแบบเลย์เอาต์ (layout) หมายถึง การจัดวางข้อความ รูปภาพ โลโก้ ให้อยู่บนป้าย ทุกสิ่งทุกอย่างที่วางบนป้าย จะต้องมีความกลมกลืน จุดดึงดูดความสนใจ และความสมดุล ความสมดุลของป้าย ได้แก่ ความสมดุลของข้อความ รูป โลโก้ บนป้าย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ ความสมดุลอย่างเป็นทางการ หมายถึง เมื่อแบ่งป้ายออกเป็นสองส่วนเท่ากัน น้ำหนักของการจัดวาง จะเท่ากันทั้งซ้ายและขวา และความสมดุลอย่างไม่เป็นทางการ หมายถึง การ “แลดู” เท่ากันทั้งสองข้าง ถึงแม้ว่า การจัดวางสองข้างจะไม่เหมือนกัน ส่วนประกอบสำคัญที่ต้องพิจารณาในการออกแบบเลย์เอาต์ของป้าย มีดังนี้

1. ขอบสายตา (Margin) หมายถึง บริเวณที่เป็นขอบโดยรอบของป้าย (ดูรูปหน้าถัดไป) เป็นบริเวณที่จะเว้นไว้ ไม่ใส่ข้อความสำคัญหรือรูป เพราะเป็นบริเวณที่สายตาจะไม่สนใจ

บริเวณที่เป็นขอบสายตาอาจหาสได้ ไม่จำเป็นต้องปล่อยโล่งว่างเสมอไป รูปที่จัดวางในบริเวณที่วางข้อความ อาจมีขอบของรูปที่ล้นมาถึงบริเวณขอบของสายตาได้ หรือไปจนถึงขอบของพื้นที่ป้ายทั้งหมด ซึ่งเราเรียกว่า การวางรูปแบบตกขอบ

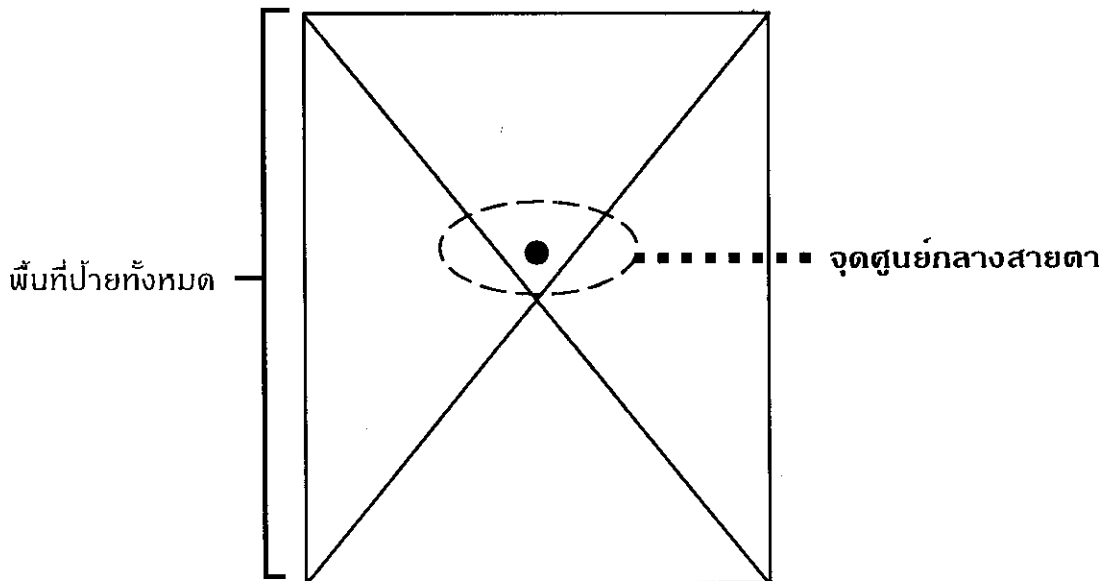
แนวทางในการเว้นขอบสายตา มีดังนี้

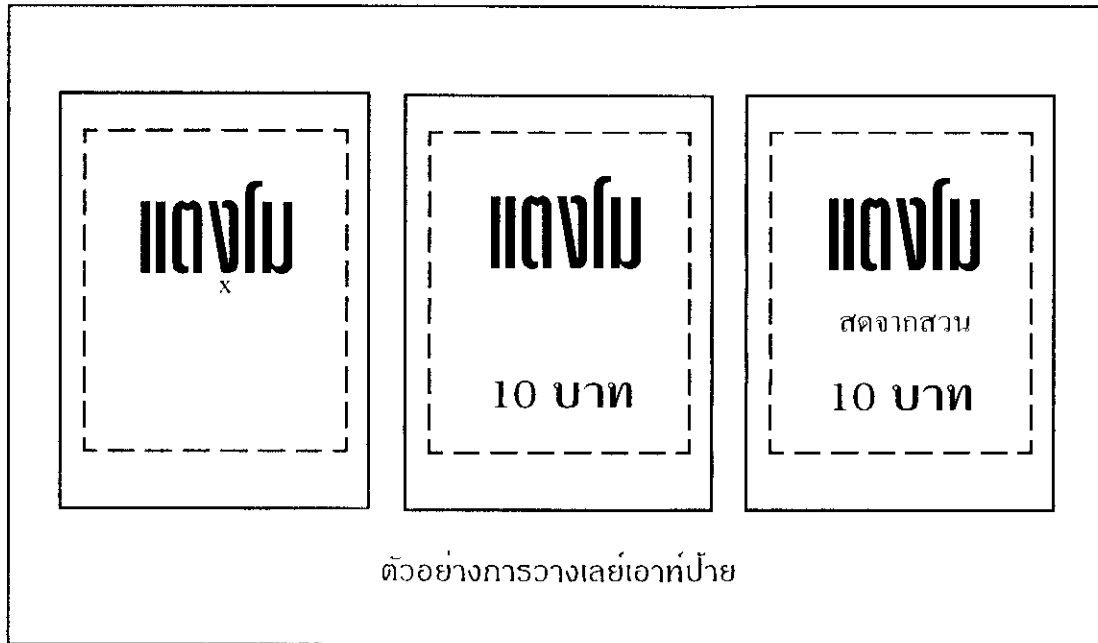
- * ขอบซ้ายและขอบขวา ควรจะเท่ากัน โดยทั่วไป ไม่เกิน 2- 3 นิ้ว
- * ขอบบน ควรจะมีขนาด 1- 1 1/2 เท่าของขอบด้านข้าง



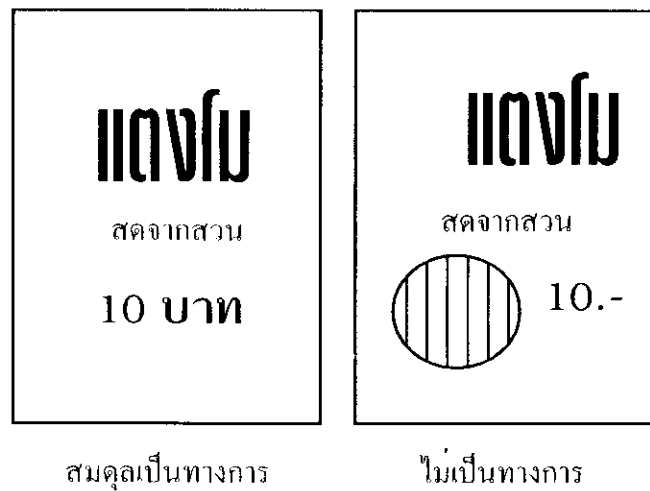
* ขอบล่าง ควรมีความสูงที่สุด ประมาณ 2 เท่าของขอบด้านข้าง หรือ 1 1/2 เท่าของขอบบน

2. จุดศูนย์กลางสายตา (Optical center) เป็นจุดที่สายตาปะทะเป็นจุดแรกเมื่อมองป้าย และควรเป็นจุดที่วางข้อความสำคัญที่สุด ได้แก่ จุดที่อยู่เหนือจุดตัดของเส้นทแยงมุมของป้ายเล็กน้อย ตรงกลางระหว่างขอบขวาและซ้าย (ดูรูป)





การจัดเลย์เอาต์ของป้าย อาจพลิกแพลงได้ ด้วยหลักการออกแบบเพื่อความยืดหยุ่นของการออกแบบไว้ ตัวอย่างต่อไปนี้ เป็นการพลิกแพลงหลักความสมดุลในการวางเลย์เอาต์ป้าย (ความสมดุลอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ กล่าวถึงในบทที่เกี่ยวกับหลักการออกแบบ)



3. อารมณ์ของป้าย ควรมีแนวทางเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้าโดยรวม เช่น ร้านค้าแนวอนุรักษ์ธรรมชาติ จัดแต่งส่วนต่างๆของร้านเป็นไปในแนวธรรมชาติ ตัวป้ายก็จัดทำให้เกิดภาพของการอนุรักษ์ธรรมชาติเช่นกัน เป็นต้น

เทคนิคการทำป้าย

ซิลด์สกรีน เป็นหนึ่งของเทคนิคในการทำป้ายที่เก่าแก่ที่สุด และเชื่อถือได้ในการผลิตจำนวนมาก ด้วยกระบวนการอัดภาพหรือข้อความต้นแบบ ลงบนผ้าไหมเนื้อละเอียด หรือใยสังเคราะห์ แล้วปล่อยสีผ่านผ้าหรือใยสังเคราะห์นั้นไปกระทบกระดาษ ผ้า หรือวัตถุที่ต้องการประทับภาพหรือข้อความ การใช้เทคนิคซิลด์สกรีนจะคุ้มค่าใช้จ่าย หากทำในปริมาณที่มากพอ เพราะจะมีค่าใช้จ่ายในการอัดภาพทำต้นแบบในครั้งแรก อย่างไรก็ตาม ป้ายที่ผลิต มีจำนวนมากพอที่จะสั่งพิมพ์ด้วยแทนพิมพ์ จะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหน่วยต่ำกว่าการใช้เทคนิคซิลด์สกรีน

เครื่องทำป้าย ในร้านค้าที่ต้องผลิตป้ายเป็นจำนวนมาก มีการเปลี่ยนป้ายบ่อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านค้าขนาดใหญ่ที่มีสินค้าจำนวนมาก อาจจัดหาเครื่องทำป้ายมาใช้งาน ซึ่งมีผู้นำเข้ามาจำหน่ายหลายราย ด้วยการขอแคตตาล็อกมาศึกษา และเปรียบเทียบคุณสมบัติและราคา ก่อนการจัดหามาใช้งาน

เขียนด้วยมือ (Calligraphy) เป็นเทคนิคดั้งเดิมจริงๆ แต่ใช้เวลาผลิตนานที่สุด ต้องใช้ฝีมือเป็นอย่างมาก มือต้องนิ่งในการลงแปรง มีความสม่ำเสมอของน้ำหนักมือ และผู้เขียนต้องอดทน การเขียนด้วยมือยังให้ความรู้สึกดั้งเดิม (original) ได้ด้วย

เทคนิคอื่น เช่น ใช้เครื่องพิมพ์ดีด คอมพิวเตอร์กับพรินเตอร์ การแกะสลัก (ป้ายไม้) การหล่อตัวอักษร เป็นต้น.

สรุป

ป้ายเป็นส่วนประกอบสำคัญอีกอันหนึ่งของการจัดแสดง สิ่งที่ต้องระลึกไว้ในการทำป้าย คือ ความอ่านง่ายและเข้าใจได้ของข้อความ ความอ่านง่ายเกี่ยวข้องกับขนาดตัวอักษร สีที่ใช้ทำตัวอักษรกับพื้นหลัง วัสดุที่ใช้ทำป้ายและรูปแบบตัวอักษร ส่วนความเข้าใจได้ของข้อความ ได้แก่ การสื่อความหมายของข้อความ รูปภาพ หรือโลโก้ ให้เห็นแล้วเกิดความเข้าใจ

ขนาดของป้าย ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งาน พื้นที่จัดแสดง และจำนวนข้อความที่ปรากฏ กิจกรรมที่ต้องใช้ป้ายจำนวนมาก ควรจัดระเบียบของวัสดุทำป้าย เพื่ออำนวยความสะดวกใช้งาน เช่น ขนาดของกระดาษแข็ง อาจจัดเป็นขนาดเต็มแผ่นมาตรฐาน (โปสเตอร์) เครื่องแผ่น 1/4 แผ่น ขนาดการ์ด เป็นต้น

ประเภทของป้ายภายในร้าน อาจแบ่งได้เป็น ป้ายขาย ที่บอกถึงรายละเอียดบางประการที่น่าสนใจ ป้ายบอกประเภทสินค้า สำหรับบอกว่า สินค้าประเภทใดอยู่บริเวณใด ป้ายร้าน สำหรับบอกถึงนโยบายต่าง ๆ เช่น เวลาทำการ การเปลี่ยนสินค้า เป็นต้น และป้ายราคา

การออกแบบป้ายที่น่าสนใจ จะต้องคำนึงถึงความสมดุลของป้าย เป็นอันดับแรก และต้องพิจารณาถึงเลย์เอาท์ ได้แก่ 1) ขอบของสายตา (margin) ได้แก่ บริเวณขอบของป้ายทั้ง 4 ด้าน (บน ล่าง ด้านข้าง 2 ด้าน) ที่ต้องเว้นว่างไว้ เนื่องจากไม่เป็นบริเวณที่สายตาปกติของมนุษย์จะให้ความสนใจ 2) จุดกึ่งกลางสายตา หรือ optical center คือ บริเวณที่สายตาจะมองเป็นจุดแรก โดยหาได้จากการลากเส้นทแยงมุมจากทั้งสองด้านของป้ายมาตัดกับจุดที่อยู่เหนือจุดตัดกันขึ้นไปเล็กน้อย เป็นจุดกึ่งกลางสายตา ซึ่งเราควรวางข้อความสำคัญบริเวณนั้น อย่างไรก็ตาม อาจดัดแปลงจุดนี้ได้ โดยการใช้หลักการสมดุลอย่างไม่เป็นทางการ และ 3) อารมณ์ของป้าย จะต้องสอดคล้องกับป้ายอื่น และแนวการจัดภายในร้าน

เทคนิคการทำป้ายมีหลายวิธี หากผลิตป้ายจำนวนมาก นิยมการซิลด์สกรีน หรือถ้ามีจำนวนมากพอที่จะนำเข้าโรงพิมพ์ ก็จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยถูกลง การใช้เครื่องทำป้าย ก็ให้ความสะดวกได้ดี หรือหากใช้การเขียนด้วยมือ ต้องมีฝีมือ มีความคงที่ของการเขียนตัวอักษร

คำถามท้ายบท

1. สิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาให้ความสำคัญในการทำป้าย ได้แก่อะไร จงอธิบาย
2. ป้ายที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า มีกี่ประเภท อะไรบ้าง
3. จงอธิบายถึงแนวทางในการออกแบบป้าย