

5



พื้นที่จัดแสดงสินค้า

องค์ประกอบสำคัญของการจัดแสดงสินค้าอีกประการหนึ่ง ที่จำเป็นมาก ได้แก่ พื้นที่จัดวางสินค้า ทำหน้าที่เป็นที่วาง ตั้ง แสดง ยึด แขนง ตัวสินค้า เช่น ตู้โชว์ ชั้นวาง หุ่นโชว์ ราวแขวน เป็นต้น

ในบทนี้ จะกล่าวถึงพื้นที่จัดแสดงสินค้า เป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นพื้นที่จัดวาง หรือพื้นที่โล่ง ที่ผู้จัดจะต้องออกแบบหรือวางผังการใช้พื้นที่ และส่วนที่สอง เป็นเรื่องของตู้ และชั้นวางสินค้า

พื้นที่จัดวาง

ได้แก่ พื้นที่ทุกส่วนของร้าน ซึ่งจะพิจารณาถึงมิติของพื้นที่ การวางแปลน และการใช้ประโยชน์จากพื้นที่เฉพาะจุด

มิติของพื้นที่

ผู้ออกแบบการใช้พื้นที่จัดแสดง สามารถใช้พื้นที่ทั้งที่สัมผัสได้ และพื้นที่ว่างในอากาศ โดยอาจใช้เทคนิคการจัดแสดงสินค้าของยุโรป เป็นแนวทางในการทำความเข้าใจมิติของพื้นที่ แบ่งกว้าง ๆ ได้ 3 เทคนิค ได้แก่

* *Lay-down technique* แปลตรงตัวหมายถึง “เทคนิคการวางลงไป” เป็นการจัดสินค้า โดยวางบนพื้น หรือชั้นวาง พาดไปบนวัตถุ เช่น ราวเหล็ก ขอนไม้ เฟอ์นิเจอร์ การจัดวางบนพื้น สามารถกำหนดระดับได้ตามที่ต้องการ สินค้าเด่นควรวางอยู่ในระดับสายตา

* *Pin-up technique* แปลตรงตัวหมายถึง “เทคนิคการดึงขึงไว้” เป็นการจัดวางสินค้าไปบนผนัง เสา โดยใช้วัสดุที่ติดยึดสินค้าได้ เช่น เข็มหมุด เป็นต้น

* *Flying technique* แปลตรงตัวหมายถึง “เทคนิคการลอย” เป็นการจัดวางสินค้าโดยใช้เส้นเอ็น หรือโครงลวดตัดเป็นรูปร่างต่างๆ หรือการห้อยมาจากเพดาน แล้วแขวนตัวสินค้าให้แลดูเหมือนลอย

จากเทคนิคทั้งสามข้างต้น ทำให้เราเห็นมิติของพื้นที่จัดแสดง ได้แก่ การใช้พื้นที่ ชั้นวาง การใช้ประโยชน์จากฝาผนัง เสา และการใช้พื้นที่โล่งเหนือพื้นที่

แปลนการใช้พื้นที่

ผู้ออกแบบการจัดวาง จะต้องทำแปลนการใช้พื้นที่ โดยย่อสัดส่วนของพื้นที่จริงลงบนกระดาษร่างแปลน เช่น พื้นที่จัดแสดงจริงมีขนาดกว้าง 20 เมตร ยาว 15 เมตร ผู้ออกแบบจะย่อพื้นที่จริงด้วยสัดส่วนเดียวกันลงไปในกระดาษร่างแปลน เช่น ย่อส่วนเป็น 20 x 15 ซม. จากนั้นจึงย่อส่วนอุปกรณ์ต่างๆ ที่จะจัดวางต่อไป ดังเป็นไปไม่ได้หรือไม่สะดวกที่จะใช้กระดาษทำพื้นที่จริง ในการร่างแปลนการใช้พื้นที่ การร่างแปลนกระทำในลักษณะเดียวกับที่สถาปนิกออกแบบพื้นที่

บนแปลนของผู้ออกแบบ จะประกอบด้วยส่วนต่างๆที่จะให้ปรากฏจริง เช่น ตู้ ชั้นวาง เส้นทางเดินของลูกค้า และในบางกรณีที่มีการยกพื้นให้สูงกว่าระดับปกติ ก็จะต้องแปลนด้วย

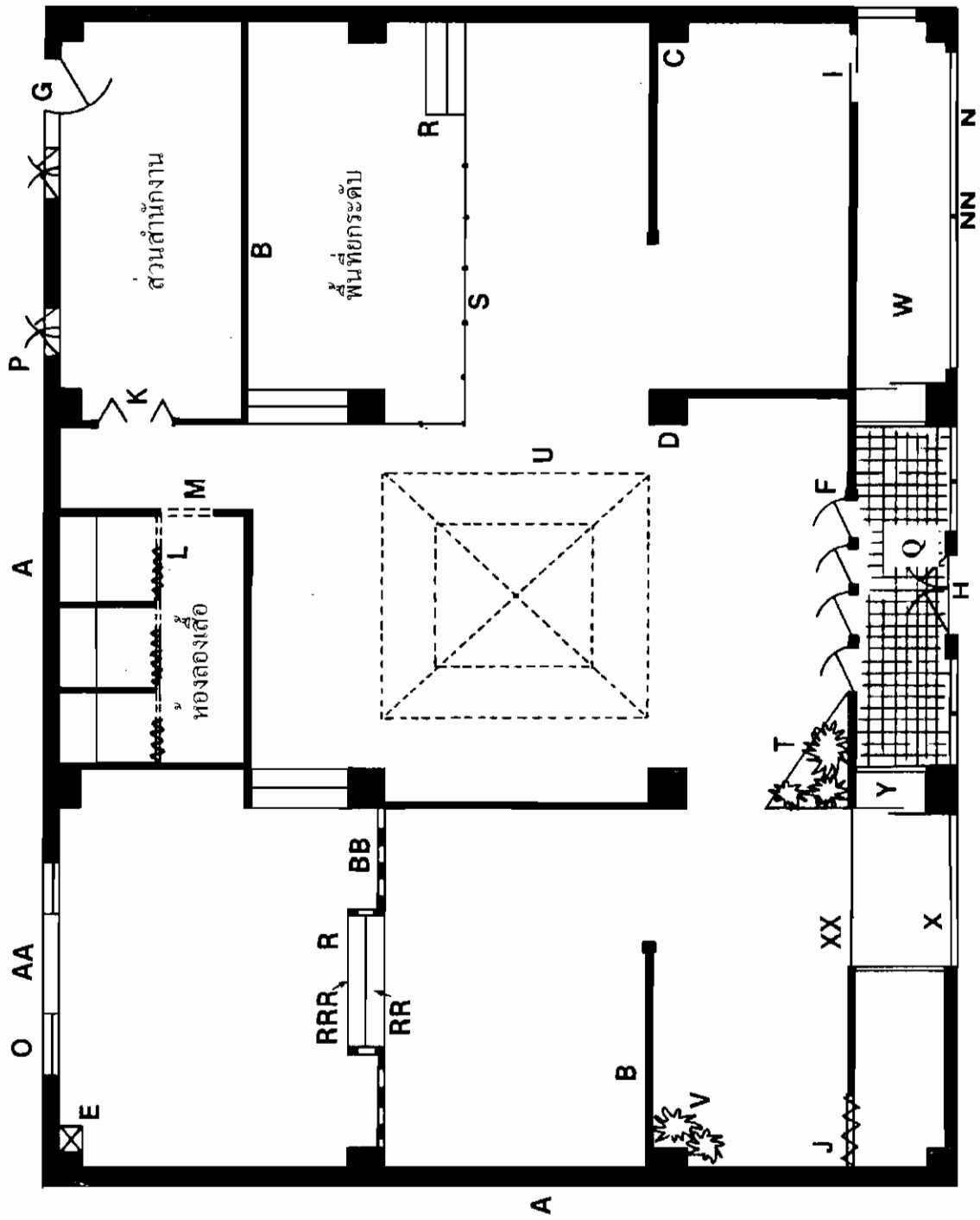
การเขียนแปลนการใช้พื้นที่ ใช้สัญลักษณ์การเขียน 2 แบบ ได้แก่ สัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม ใช้สำหรับเขียนแสดงความหมายในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมของพื้นที่ และสัญลักษณ์การวางผังร้าน ใช้สำหรับการออกแบบพื้นที่ภายในร้าน

สัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม (ดูรูปหน้าถัดไปประกอบ)

* เส้นทึบหนา (A ในรูป) หรือเส้นทึบที่เว้นที่ว่างไว้ตรงกลาง (AA) เขียนไว้เพื่อแสดงว่า เป็นโครงสร้างถาวรของอาคาร เช่น ผนังอิฐ

* เส้นทึบบางกว่า A (หรือ B ในรูป) ใช้แสดงถึงการกั้น หรือฉากกั้นชั่วคราว ซึ่งรับน้ำหนักด้วยขาตั้ง หรืออาจใช้เสา (C) รับน้ำหนัก ใช้แบ่งระหว่างแพבק หรือพื้นที่ เป็นการกั้นพื้นที่ไปจนถึงเพดาน หากการกั้นเพียงบังตา หรือสูงไม่ถึงเพดาน จะใช้เส้นสลับขาวดำ (BB)

* เสา (D) จะเขียนเป็นสี่เหลี่ยมมากกว่า C แสดงถึงเสา ปรากฏกลางพื้นที่



แปลนพื้นที่-ใช้สัญลักษณ์เชิงสถาปัตยกรรม

ห้อง เป็นเสาหลัก ต่างจาก C ซึ่งเป็นเสาที่ขยายออกมาจากผนัง

* ส่วนที่ใช้ประโยชน์ไม่ได้ (E) จะเป็นสี่เหลี่ยมที่มีฉากบาทภายใน เป็นส่วนที่มีความสำคัญต่อโครงสร้างของอาคาร จึงไม่ต้องไปเกี่ยวข้องด้วย

* F แสดงถึงประตู หรือหน้าต่าง พร้อมการแสดงเส้นคล้ายการเปิดออก

* G เป็นประตูที่มีอยู่เดิม ติดกับตัวอาคาร ปรากฏเส้นโค้งแสดงทิศทางการสวิงของประตู

* H เป็นประตูคู่ที่สวิงได้

* I เป็นสัญลักษณ์ประตูเลื่อน

* J เป็นประตูพับ

* K เป็นประตูพับแบบคู่

* L แสดงถึงฝ้าม่าน เช่น ใช้นับห้องลงเรือ เส้นประหมายถึงราวแขวนม่าน

* M เป็นทางเดินเข้า ที่มีกรอบวงกบประตู แต่ไม่มีบานประตู

* N หรือเส้นคู่ เป็นแผ่นกระจกใส เช่น ด้านหน้าของร้าน ติดตาย ไม่สามารถ

เปิดปิดไม่ได้

* NN เป็นโครงไม้ เหล็ก หรืออลูมิเนียมสำหรับแผ่นกระจก

* O คือ หน้าต่างที่สามารถเปิดปิดได้

* P เป็นหน้าต่างแบบสวิง คล้ายกับ H

* Q เป็นพื้นที่ปูด้วยกระเบื้อง กระเบื้องยาง หินอ่อน

* R หมายถึง บันได หากเป็น RR หรือ RRR หมายความว่า แต่ละขั้นจะยกสูงขึ้น แต่ละ R ที่เพิ่มขึ้นมักยกขึ้นอีก 8 นิ้ว

* S เป็นราวกับก้านดก สำหรับพื้นที่ยกสูงขึ้น

* T กระจกปลุกต้นไม้

* U เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงเพดานที่เป็นกระจก แสงสามารถส่องลงมาจากด้านบน วาดเป็นเส้นประเพื่อแสดงว่า อยู่สูงกว่าระดับพื้น

* V ต้นไม้

* W พื้นที่โชว์สินค้าที่มีฉากหลังทึบ และประตูเลื่อน

* X พื้นที่โชว์สินค้าที่มีฉากหลังโปร่ง สามารถมองเห็นเข้าไปภายในร้าน XX แสดงถึงจุดสิ้นสุดพื้นที่ที่ยกขึ้น หากไม่มีเส้น XX อาจหมายความว่า พื้นที่ X อยู่ระดับเดียวกับพื้นที่อื่นของร้าน

* Y พื้นที่โชว์สินค้าแบบกล่อง มีกระจกใสด้านหน้า และประตูเลื่อนด้านหลัง

สัญลักษณ์การวางผังร้าน (ดูรูปหน้าถัดไปประกอบ)

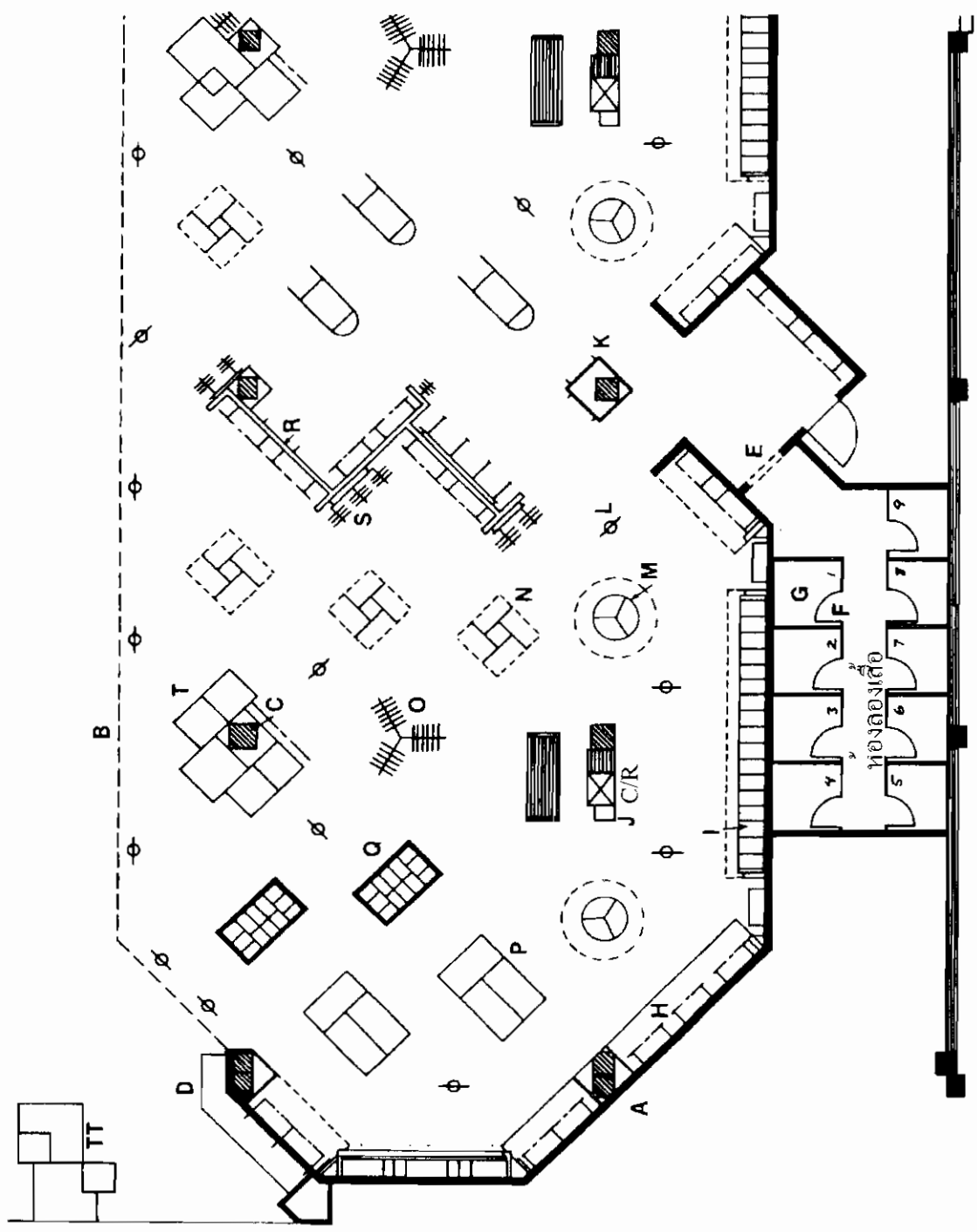
ก่อนอื่นในรูปที่ให้ดูประกอบมีสัญลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมปรากฏอยู่ด้วย

ได้แก่

- * A หรือเส้นทึบ แสดงถึงผนังของอาคาร
- * B หรือเส้นประ แสดงขอบเขตของแผนก นอกจากนี้ ยังหมายถึง เส้นที่แบ่งพื้นที่ต่างกับออกจากกัน เช่น แบ่งส่วนที่เป็นพื้นที่ปูพรมออกจากพื้นที่ปูกระเบื้อง เป็นต้น
- * C หรือบริเวณที่แรเงา หมายถึงเสา หรือบริเวณที่จำเป็นต่อโครงสร้างของอาคาร
- * D เป็นบริเวณยกพื้น เพื่อจัดแสดงสินค้าพิเศษ หุ่นโชว์ เป็นต้น
- * E เส้นประคู่ เป็นทางเดินเข้า แบบโค้งด้านบน หรือเป็นกรอบวงกลม ในรูปเป็นทางเดินเข้าไปห้องลองเสื้อ
- * F หมายถึงประตู
- * G การกันผนังชั่วคราวเป็นห้องลองเสื้อ

ส่วนที่เป็นสัญลักษณ์การวางผังร้าน ได้แก่

- * H ชั้นวางของแขวนกับกำแพง เส้นประเปิดที่แขวนอยู่ในระดับที่สูงกว่าพื้น
- * I ชั้นวางสินค้าเป็นช่อง ๆ วางพียงผนัง เส้นประที่เห็นเป็นส่วนที่ข้อมหลอดไฟ
- * J บริเวณชำระเงิน บรรจूसินค้าใส่ถุง หรือบริเวณ C/R (cash/wrap)
- * K เป็นการซ่อนเสา โดยอาจทำเป็นที่แขวนสินค้า หรือติดกระจกให้ลูกค้าได้ส่องมองเทียบกับตัวสินค้า
- * L ขาดังรูปตัว T แขนงสินค้าที่ตั้งดูเพื่อความสบาย หรือติดป้ายเชิญชวน ทั้งทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดเส้นทางเดินของลูกค้าด้วย มักปรากฏอยู่หลาย ๆ จุดภายในร้าน
- * M ที่แขวนราวกลม (round rack) เส้นประรอบนอกแสดงถึงบริเวณที่ยื่นออกมาอันเกิดจากการแขวนเสื้อ
- * N ที่แขวนราวสี่เหลี่ยม (quad rack) เช่บกัน เส้นประรอบนอกแสดงถึงบริเวณที่ยื่นออกมาอันเกิดจากการแขวนเสื้อ
- * O ที่แขวนรูปตัว Y กินพื้นที่มากกว่าชั้นแขวนแบบอื่น แต่ก็ทำให้ดูแปลกตา
- * P โตะวางสินค้าสามตัววางประกบกับ บางทีด้านล่างอาจเป็นลิ้นชักเก็บสต็อกสินค้า



แปลนพื้นที่-ใช้สัญลักษณ์การวางผังร้าน

- * Q ชั้นวางสินค้าแบบหลายช่อง
- * R จากกันเตี้ย ๆ ไม่สูงถึงเพดาน มีราวแขวนยื่นออกมา (เส้นประ)
- * S ที่แขวนสินค้าอีกแบบหนึ่ง
- * T และ TT อาจเป็นการยกพื้น หรือ วางแท่นสี่เหลี่ยม เพื่อวางหุ่นโชว์

พื้นที่เฉพาะจุด

1. ส่วนหน้าของร้าน มักเป็นทำเลที่ดีที่สุด คนเข้าออกมากที่สุด ต้องเรียกร้องความสนใจของลูกค้า ด้วยการนำสินค้าที่สะดุดความสนใจมาวาง เช่น สินค้าโอกาสพิเศษ สินค้าตำหนิล่าสุด สินค้าลดราคาพิเศษ เป็นต้น

2. ส่วนไกลออกไปภายในร้าน วางสินค้าที่มีผู้ต้องการมาก หรือมีคุณค่าพิเศษในส่วนที่ไกลออกไป เพื่อจูงใจให้เดินผ่านเข้าไปในร้าน เช่น แผนกอาหาร ของใช้ประจำวัน

3. บริเวณที่มีคนแออัดกับมาก เช่น โต๊ะเก็บเงิน ใหวางสินค้าที่กระตุ้นความอยากซื้อที่ไม่ได้วางแผนมาก่อน หรือซื้อเพราะนึกขึ้นได้ (impulse buying) มักเป็นของชิ้นเล็ก เช่น ลูกอม กุญแจอนามัย มีดโกนหนวด เป็นต้น

4. บริเวณที่คนเดินน้อย เช่น ชั้นที่อยู่สูงขึ้นไป ใหวางสินค้าที่ขายได้ช้า แต่กำไรมาก เพื่อให้คุ้มค่าต่อการใช้พื้นที่ เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องออกกำลังกาย เป็นต้น

5. จุดที่เห็นได้ชัด ได้แก่ พื้นที่ที่กำมุกกับทางเดินของลูกค้า ควรวางสินค้าในระดับสายตา เพื่อดึงดูดความสนใจ

คำแนะนำในการใช้พื้นที่ภายในร้าน

- * จัดทางเดินให้เพียงพอ เพื่อให้ลูกค้าเบียดกับมากจนเกินไป
- * จัดทำป้ายบอกทาง หรือที่ตั้งของสินค้าต่าง ๆ
- * ไม่ควรวางสินค้าที่มีขนาดสูงไว้ด้านหน้าหรือตรงกลางร้าน เพราะจะบังส่วนอื่นภายในร้าน
- * ควรวางสินค้าที่กระตุ้นความอยากซื้อ (impulse) ไว้ตามจุดต่างๆ ที่ตรงทางสัญจรของลูกค้า
- * จัดแผนกที่มีความสัมพันธ์กันไว้ใกล้กัน

พื้นที่ภายนอกบ้าน

พื้นที่ภายนอกบ้านมีความสำคัญต่อตัวบ้านไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าภายในบ้าน เป็นหน้าตาของบ้าน และสร้างบรรยากาศให้เข้าบ้าน ภายนอกบ้านจึงต้องดูดี การใช้พื้นที่ ภายนอกบ้าน สามารถทำได้หลายลักษณะ ได้แก่

* *ป้ายร้าน* เป็นเหมือนป้ายชื่อ สิ่งที่สร้างความประทับใจแรกกับลูกค้า จึงต้องพิจารณาดำเน่งวางป้ายร้านในจุดที่มองเห็นได้ชัด พิจารณาถึงการใช้ลักษณะตัวอักษร ขนาด สี วัสดุที่ใช้ทำ ให้เหมาะสมกับความเป็นกิจการที่สุด ป้ายต้องมีขนาดที่เป็นสัดส่วนกับตัวอาคาร และป้ายอื่นๆที่อยู่ในบริเวณนั้น หากเป็นป้ายที่ใช้แสงไฟ ต้องคอยตรวจตรา หลอดไฟให้ส่องสว่างทุกหลอด คงจะดูแปลกตาไม่น้อย หากร้านถ่ายรูป มีหลอดไฟตรงตัว “ป” ขาด

* *หุ่นหรือสัญลักษณ์* กิจการที่มีรูปสัญลักษณ์ อาจต้องการแสดงสัญลักษณ์นั้นไว้หน้าร้าน เพื่อให้ง่ายต่อการสังเกตของลูกค้า ตัวสัญลักษณ์ยังสามารถดึงดูดความสนใจได้ เช่น กิจการโก่ทอดจากต่างประเทศแห่งหนึ่ง มีหุ่นรูปคนแก่อ้วน ๆ คนหนึ่งยืน เป็นสัญลักษณ์อยู่หน้าร้านทุกสาขา เพื่อยืนยันว่า เขาเป็นเจ้าของสูตรโก่ทอด

* *ต้นไม้* กล่าวได้ว่า ต้นไม้และดอกไม้ ถูกนำมาใช้จัดวางบริเวณภายนอกบ้านอย่างแพร่หลาย และดั้งเดิมที่สุด นอกจากให้ความสวยงามตามธรรมชาติแล้ว ยังสร้างบรรยากาศสดชื่นและชวนเชิญให้กับผู้มาเยือนด้วย อนึ่ง การปล่อยให้หญ้ารก ไม้ก็ถือเป็นธรรมชาติที่เชิญชวนคนเข้าร้าน ควรดูแลต้นไม้ให้อยู่ในสภาพดี การปล่อยต้นไม้รกร้าง กิ่งก้านไม้ได้รับการตกแต่ง เทียวเฉา จะสร้างผลตรงข้ามได้มากเช่นกัน ต้นไม้และดอกไม้เทียม สามารถใช้ทดแทนได้ แต่ก็ต้องคอยดูแลพุ่มที่มาเกาะและสภาพการใช้งาน

* *การจัดแสง* ใช้กับการสร้างความน่าสนใจภายนอกบ้านในยามค่ำดิน การจัดแสงที่ดีสามารถดึงดูดสายตาของผู้ผ่านไปมา บางแห่งส่องไฟด้านหน้าร้านสว่างไสว บางแห่งใช้ลำแสงเลเซอร์ตัดกันไปมา โดยเฉพาะในช่วงเทศกาล การประดับประดาด้วยแสงระยิบระยับดวงเล็ก ๆ ทำให้เกิดบรรยากาศของเทศกาลที่มาเยือน อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ต้องระวังในการจัดแสง ได้แก่ เรื่องของค่าไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้น

* *ป้ายผ้า* มีข้อดีหลายประการ ได้แก่ ราคาถูก และสามารถแจ้งข้อความส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา การเฉลิมฉลอง แต่ต้องเปลี่ยนหรือถอดลงเมื่อถึงเวลา ควรมีสิ่งตรงป้ายไว้ให้ดี ในกรณีที่ลมพัดแรง ข้อความบนป้ายผ้าไม่ควรมีมากนัก

* **ชายคา** เป็นสิ่งที่อาจสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ กรณีที่หลบฝน หลบแดด นอกจากนี้ ยังช่วยบังเงาลดแสงสะท้อนให้กับกระจกตู้โชว์หน้าร้าน

* **กั้นขยะและการรักษาความสะอาด** ถือเป็นสิ่งสำคัญมากที่ไม่ควรมองข้าม สำหรับทุกกิจการ ดงดูไม้ตีเลยหากรอบ ๆร้านมีขยะเกลื่อนกลาด การจัดกั้นขยะไว้ด้านนอกร้าน จะช่วยลดขยะและแสดงถึงความห่วงใยในความสะอาด ร้านค้าบางแห่งจัดทำกั้นขยะอย่างสวยงาม นำทิ้งขยะลงไป

* **หน่วยบริการ** กิจการบางแห่งมีหน่วยบริการด้านนอกร้าน เช่น หน่วยรักษาความปลอดภัย พนักงานรับรถ การจัดพื้นที่ให้กับหน่วยบริการอย่างเป็นสัดส่วน จะช่วยเสริมความเป็นระเบียบของพื้นที่

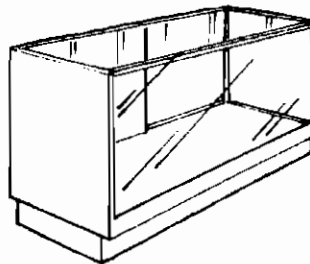
* **การตกแต่งอื่น** เช่น น้ำพุ น้ำตก ฯลฯ

การใช้พื้นที่ภายนอกหน้าร้าน จะต้องเป็นลักษณะเชิญชวนให้เข้าไปเยือนภายในร้าน เป็นเหมือนหน้าตาของร้าน จึงไม่ควรละเลย และควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ

ตู้และชั้นวางสินค้า (Counter หรือ Showcase) มีปรากฏให้เห็นในหลายลักษณะ

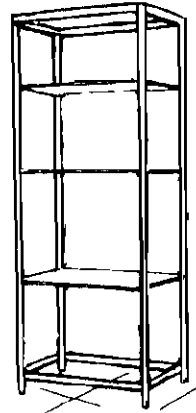
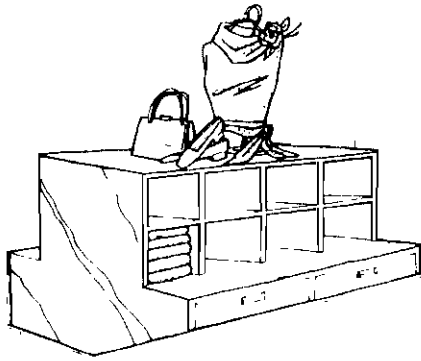
ตู้วางสินค้าแบบปิด

- * มีกระจกใสด้านเดียว ด้านอื่นทึบ หรือมีกระจกใสรอบด้าน
- * มักวางกับพื้น บางที แขนงไว้กับผนัง
- * ควรมีน้ำหนักเบา เพื่อง่ายต่อการเคลื่อนย้าย
- * มักตกแต่งไฟไว้ภายใน โดยซ่อนหลอด



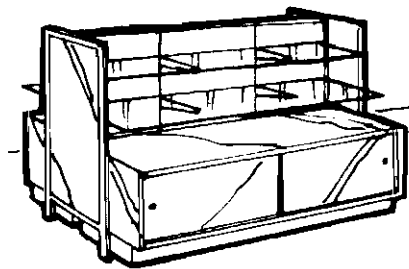
ตู้วางสินค้าแบบเปิด

- * ไม่มีกระจกตัน วางสินค้าลงไปเลย
- * บางทีแบ่งเป็นช่อง ๆ หนึ่งช่องต่อสินค้าหนึ่งอย่าง
- * ตู้หรือชั้นวางสินค้าแบบนี้ จะทำให้มีฝุ่นเกาะสินค้าได้ง่าย ต้องดูแลความสะอาดอยู่เสมอ



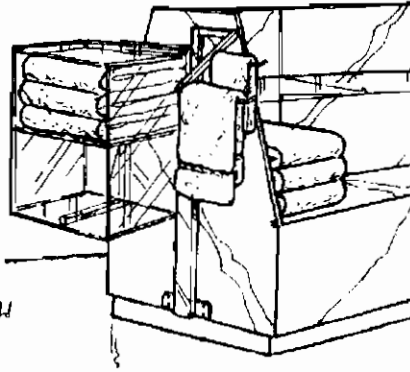
ชั้นวางสินค้าปรับระดับได้ (Gondola หรือ etagere)

- * เป็นชั้นวางสินค้าแบบเปิด ปรับระดับสูงต่ำได้ เพื่อวางสินค้าที่มีความสูงต่างกัน
- * เหมาะกับการวางสินค้าที่มีหีบห่อสำเร็จรูป เช่น อาหารกระป๋อง แชมพู
- * ด้านข้างหัวท้ายของชั้นวาง ยังเป็นพื้นที่วางสินค้าได้ โดยทั่วไปจะวางสินค้าโปรโมชัน
- * บางครั้งออกแบบให้มีลิ้นชักใส่ของด้านล่างสุด
- * ตัวอย่างของชั้นวางแบบนี้ มักพบตามซูเปอร์มาร์เก็ต ห้างสะดวกซื้อ



กอนโดลา

ด้านหัวท้ายของคอนโดลา
มักใช้จัดแสดงสินค้าโปรโมชัน

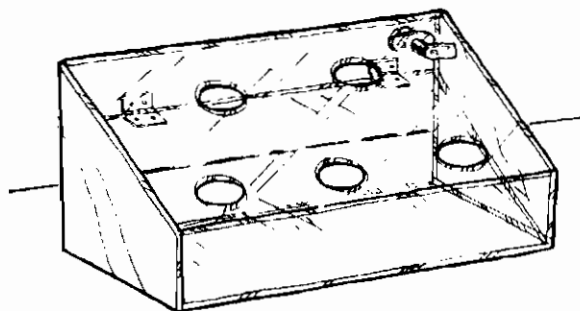


ชั้นวางสินค้าปรับระดับได้แบบกระจกใส (Vitrine)

- * เป็นชั้นวางสินค้าปรับระดับได้ ที่พื้นที่วางสินค้าเป็นกระจกใสทั้งหมด
- * แลดูหรูหรา มักใช้วางสินค้าชิ้นเล็ก หรือราคาแพง
- * ตัวอย่างสินค้าที่มักนำมาวาง เช่น เครื่องลายคราม กล้องถ่ายรูป

ตู้วางสินค้าแบบกึ่งเปิดกึ่งปิด (pilfer-proof)

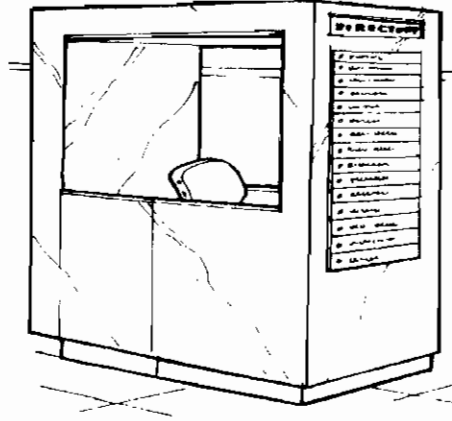
- * เป็นตู้วางสินค้าที่มีส่วนที่ลูกค้าสามารถหยิบสินค้าได้เอง เช่น ตัวอย่างสินค้า และส่วนที่ต้องเรียกพนักงานขายมาช่วยหยิบ เช่น ตู้สินค้าที่จำหน่าย
- * ยังหมายรวมถึงตู้สินค้าประเภทปรับอุณหภูมิ ที่ลูกค้าเปิดตู้ด้วยตนเอง และปิดตู้เมื่อหยิบสินค้าแล้ว เช่น ตู้แช่เครื่องดื่ม



อีกรูปแบบหนึ่งของตู้วาง
สินค้ากึ่งเปิดกึ่งปิด

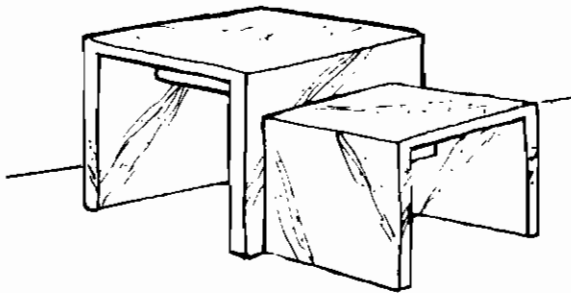
Kiosk

- * มีลักษณะคล้ายตู้ยาม หรือซุ้ม สำหรับจำหน่ายสินค้า
- * ผู้จำหน่ายนั่งอยู่ภายในตู้ และมีสินค้าจัดวางอยู่รอบๆ ตู้



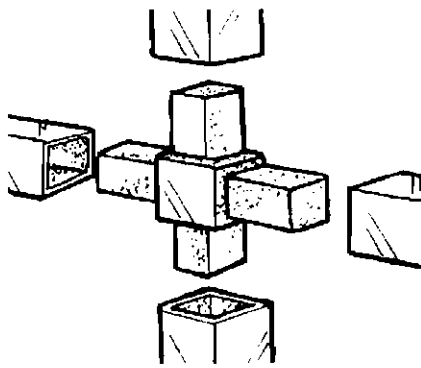
ยกพื้น (Platform หรือ elevation)

- * เป็นแท่นสี่เหลี่ยม วงกลม หรือรูปร่างอื่น วางบนพื้น หรือเดาน์เตอร์
- * ใช้วางสินค้าเพื่อทำให้ดูโดดเด่นจากสินค้าอื่น หรือบริเวณโดยรอบ

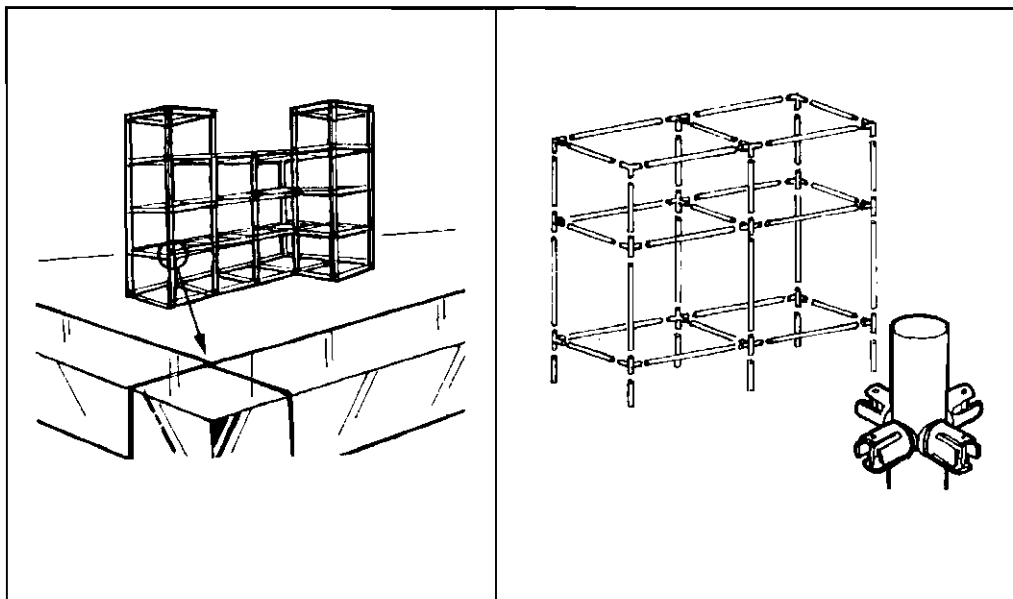


ระบบของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดง

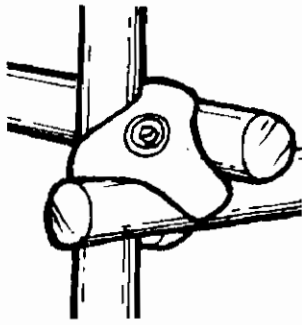
ได้มีการประดิษฐ์คิดค้น ระบบของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดง ไว้หลายระบบ เช่น ระบบยึดด้วยตัวหนีต ตัวเสียบ-ช่องเสียบ โดยที่แต่ละระบบจะมีวิธีการติดตั้งของตนเอง มีการเสนอขายระบบต่างๆ ให้กับธุรกิจนำไปใช้งาน ตัวอย่างระบบของอุปกรณ์ที่พบเห็นบ่อยครั้ง ได้แก่



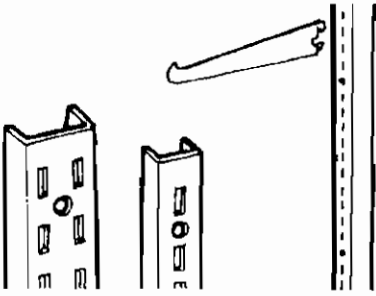
1. ระบบตัวเสียบ-ช่องเสียบ (Hollow tubes with finger fittings) เป็นระบบอุปกรณ์ที่แต่ละชิ้นส่วนได้รับการออกแบบหัวท้าย ให้เป็นช่องเสียบและตัวเสียบ (ตุรูปซ้าย) อาจทำด้วยพลาสติก หรือโลหะ ตัวเสียบและช่องเสียบอาจเป็นสี่เหลี่ยม วงกลม หรือรูปร่างอื่น การประกอบใช้งาน ก็โดยนำแต่ละชิ้นส่วนมาต่อกัน ใส่หัวเสียบให้ตรงช่องเสียบพอดี พร้อมล็อกการต่อเชื่อมตามที่ระบบออกแบบมา เมื่อประกอบเสร็จแล้วจะมีลักษณะเป็นชั้นวางที่พร้อมนำไปใช้งาน



ตัวอย่างชั้นวางที่ใช้ระบบตัวเสียบช่องเสียบ



2. ระบบตัวหนีบ (Clamps) ระบบนี้จะใช้อุปกรณ์หนีบหรือยึดข้อต่อไว้ด้วยกัน (ดูรูปซ้าย) ตัวยึดได้รับการออกแบบให้พอดีกับสิ่งที่ถูกยึด สามารถใช้ได้ กับอุปกรณ์ที่ทำด้วยวัสดุชนิดต่าง ๆ เช่น พลาสติก แก้ว ไม้ ปรับมุมมองเสาได้หลายลักษณะตามการออกแบบ (ไม่จำเป็นต้องตั้งฉากแต่เพียงอย่างเดียว)



3. ระบบหลายช่องเสียบ (Slotted) เป็นระบบที่ตัวโครงประกอบมีช่องเสียบหลายช่อง เพื่อให้ตัวเสียบเกี่ยวได้ตามระดับที่ต้องการ (ดูรูปซ้าย) ช่องเสียบอาจมีหลายช่อง แล้วแต่การออกแบบ ตัวเสียบอาจมีลักษณะเป็นตะขอเกี่ยว หรือตัวเสียบแบบล็อก เป็นระบบที่ง่ายต่อการปรับ และง่ายต่อการประกอบ

4. ระบบตัวน๊อต เป็นระบบที่ใช้มือและสกรูในการติดตั้งอุปกรณ์ไว้ด้วยกัน ระบบนี้ เป็นระบบที่ค่อนข้างถาวร เมื่อขันน๊อตแล้วจะมีความแน่นอน และค่อนข้างยากต่อการปรับเปลี่ยน

5. ยึดด้วยตะปู การใช้ระบบนี้ เป็นการติดตั้งอุปกรณ์แบบถาวร ใช้ได้กับวัสดุบางอย่างเช่น ไม้ เป็นต้น

6. ระบบอื่น แล้วแต่การตัดสินใจของบริษัทผลิตอุปกรณ์จัดแสดงต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียง เช่น Allied Trend System, Ultima, Cardinal Shoplifting System ผู้ผลิตแต่ละรายจะมีแคตตาล็อกของตนเอง เพื่อแนะนำระบบ หรือแม้แต่ระบบที่ใช้ในการสร้างบ้านทรงไทยสมัยก่อน ซึ่งใช้โครงไม้ต่อเข้าหากันทั้งหมด โดยไม่มีตะปูเข้าไปเกี่ยวข้องเลย

แนวทางในการเลือกอุปกรณ์การจัดแสดง

โดยทั่วไป ระบบอุปกรณ์การจัดวางที่ดีนั้น ควรจะมีลักษณะสำคัญ คือ มีความมั่นคง รับน้ำหนักได้ดี สามารถตอบสนองความต้องการใช้งาน อีกทั้งประกอบง่าย กอดแยกชิ้นส่วนได้ง่าย ซึ่งพอจำแนกเกณฑ์ที่ควรพิจารณาในการจัดหาระบบอุปกรณ์ที่จะนำมา

ใช้ในงานจัดแสดง ดังนี้

1. ภาพที่ต้องการให้ปรากฏออกมา (Appearance) ระบบอุปกรณ์ที่จะเลือกใช้ ต้องเข้ากันได้กับภาพรวมที่ต้องการให้ปรากฏ เช่น เลือกใช้ระบบอุปกรณ์ที่ทำด้วยโลหะ มันวาวทั้งหมด เพื่อให้ออกมาเป็นภาพของความทันสมัย หรือเลือกใช้ระบบอุปกรณ์ที่ทำด้วยไม้เคลือบเงาทั้งหมด เพื่อให้ปรากฏภาพของการจัดแสดงสินค้าที่ทำด้วยไม้ เป็นต้น

2. การใช้งาน (End use) พิจารณาว่า ต้องการระบบอุปกรณ์เพื่อตอบสนอง การใช้งานแบบใด เช่น ต้องการวางสินค้าจำนวนมาก ให้แลดูสวยงาม ใช้งานถาวร ชั่วคราว ตัวอย่างเช่น เลือกใช้ระบบอุปกรณ์ที่มีโครงสร้างแข็งแรง ทนแดดทนน้ำด้วยตัวน็อค เพื่อรับน้ำหนักการวางสินค้าจำนวนมาก เป็นต้น

3. โครงสร้างของอุปกรณ์ (Construction) จะมีความสำคัญมากในเรื่องของการรับน้ำหนักสินค้าที่จัดวาง ต้องพิจารณาว่าระบบที่เลือกใช้มีความมั่นคงเพียงพอสามารถรับน้ำหนักได้มากน้อยแค่ไหน ต้องวางพียงกับผนังเพื่อให้ช่วยรับน้ำหนักหรือไม่ นอกจากนี้ตัวโครงสร้างที่ต้องการต้องมีความยืดหยุ่นเพียงพอ เช่น สามารถปรับระดับตามต้องการได้โดยง่ายหรือไม่ หรือไม่จำเป็นต้องมีความยืดหยุ่น ในกรณีที่ธุรกิจต้องจัดแสดงสินค้าแบบเคลื่อนที่ เช่น จัดแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้าในที่ต่าง ๆ อุปกรณ์จัดวางควรมีความยืดหยุ่นต่อการถอดและประกอบสูง

4. การดูแลรักษา เป็นเรื่องของความทนทาน และความยากง่ายในการดูแลรักษา หากอุปกรณ์ชำรุด จะหาอะไหล่ในการซ่อมแซมได้ง่ายไหม วัสดุมีความทนทานเพียงพอ ต้องใช้อะไรในการทำความสะอาด

5. ราคา โดยพิจารณาจากการเสนอของผู้ผลิตจำหน่ายระบบอุปกรณ์จัดแสดง เปรียบเทียบกัน จากเกณฑ์ที่กล่าวถึงทั้งหมด ดูว่ามีความเหมาะสมกับงบประมาณที่อยู่ด้วยหรือไม่

สรุป

ทุกส่วนของร้านใช้จัดแสดงสินค้าได้ ไม่ว่าจะพื้น เสา ผนัง เพดาน วิธีการกำหนดการใช้พื้นที่ จะเริ่มจากการเขียนแปลนของพื้นที่ สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเขียนแปลน แบ่งได้ 2 ประเภท คือ สัญลักษณ์เชิงสถาปัตยกรรม ใช้แทนโครงสร้างของอาคารและการกันห้อง กับสัญลักษณ์การวางผังร้านใช้สำหรับ

การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อการจัดแสดงสินค้า โดยแสดงถึงการจัดวางตู้ ราว ที่แขวน ชั้นวาง เป็นต้น

ในการวางแผนการใช้พื้นที่ ผู้ออกแบบจะคำนึงถึงพื้นที่เฉพาะจุด เช่น ทางเดิน บริเวณเก็บเงิน บริเวณที่มีคนเดินน้อย ส่วนที่ไกลออกไปภายในร้าน เพื่อจัดการใช้พื้นที่ให้เหมาะสม

พื้นที่ภายนอกร้าน เป็นอีกบริเวณหนึ่งที่ผู้จัดให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นส่วนที่สะท้อนถึงภาพพจน์ของร้าน เครื่องมือที่ใช้ในการจัดพื้นที่ภายนอก มีหลายอย่าง เช่น ป้ายร้าน ต้นไม้ การดูแลความสะอาด หุ่นสัญลักษณ์ การจัดแสง เป็นต้น

สำหรับตู้และชั้นวางสินค้านั้น มีหลายรูปแบบที่ใช้กัน เช่น ตู้วางสินค้าแบบปิด ที่มีกระจกกันสินค้าไว้ ตู้วางสินค้าแบบเปิด ที่ลูกค้าสามารถหยิบสินค้าได้เอง โดยเฉพาะกอนโดล่า เป็นชั้นวางที่ปรับระดับได้ และมักจะวางสินค้าโปรโมชันไว้ หัวท้ายของกอนโดล่า

ระบบอุปกรณ์ชั้นวาง มีหลายระบบ ที่มักเห็นกับ ได้แก่ ระบบตัวเสียบ ช่องเสียบ ระบบตัวหนีบ ระบบหลายช่องเสียบ ระบบตะปู การเลือกใช้ระบบให้พิจารณาถึงภาพที่ต้องการให้ปรากฏออกมา การใช้งาน โครงสร้างของอุปกรณ์ การดูแลรักษา และราคา

คำถามท้ายบท

1. การเขียนแปลนในการใช้พื้นที่จัดแสดงสินค้า มีประโยชน์อย่างไร
2. จงยกตัวอย่างสัญลักษณ์ที่ใช้ในการเขียนแปลนใช้พื้นที่จัดแสดงสินค้า
3. มีวิธีการใดบ้างที่จะทำให้การใช้พื้นที่ภายนอกร้านแลดูน่าสนใจ
4. ตู้วางสินค้าแบบเปิด ตู้วางสินค้าแบบปิด และตู้วางสินค้ากึ่งเปิดกึ่งปิด ต่างกันอย่างไร
5. กอนโดล่าคืออะไร มีวิธีการใช้งานอย่างไร
6. ระบบอุปกรณ์การจัดวางสินค้ามีหลายระบบ จงยกตัวอย่าง
7. วิธีการเลือกระบบอุปกรณ์จัดวางสินค้า พิจารณาจากอะไรบ้าง