

บทที่ 2

หลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

บทนำ

การจัดแสดงสินค้าถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการที่จะเพิ่มยอดขายให้กับกิจการค้าปลีกได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะการค้าปลีกเป็นการติดต่อซื้อขายโดยตรงระหว่างผู้บริโภคกับผู้ค้าปลีก ดังนั้น การที่ผู้ค้าปลีกสามารถมีความดึงดูดใจจากการเห็นของผู้บริโภคได้นับว่าเป็นประโยชน์อย่างมาก อย่างไรก็ตาม การจัดแสดงสินค้าของผู้ค้าปลีกจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ “หลักการออกแบบ” เพื่อที่ว่าตนเองจะได้ทำการออกแบบได้หรือถ้าจ้างผู้เชี่ยวชาญออกแบบก็สามารถที่จะมีส่วนร่วมในการวิจารณ์และติชมเพื่อปรับปรุงการออกแบบต่อไปได้

วัตถุประสงค์

หลังจากศึกษาบทนี้แล้วนักศึกษาสามารถ

1. อธิบายลักษณะการออกแบบการจัดแสดงสินค้าได้
2. อธิบายวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้าได้

บทที่ 2

หลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

หลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าเป็นเรื่องของหลักของศิลปะ (principal of art) ที่สามารถจะเรียนรู้และเพิ่มความชำนาญในการออกแบบได้ เมื่อเข้าใจถึงหลักของศิลปะแล้ว ก็สามารถจะออกแบบการจัดแสดงสินค้าให้เข้ากับสินค้าแต่ละประเภทได้ โดยมีภูมิหลังอยู่ที่ ความพอใจของผู้บริโภคเป็นหลัก ซึ่งความพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการจัดแสดงสินค้าเป็นเรื่องของการตัดสินใจด้วยสามัญสำนึก (common sense) ว่าการจัดแสดงสินค้าแต่ละครั้งมีความสวยงามดึงดูดความสนใจได้มากน้อยเพียงไร

ในกรณีของผู้ค้าปลีกขนาดเล็กมีโอกาสที่จะออกแบบการจัดแสดงสินค้าได้ด้วยตนเองมากกว่าร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่ต้องใช้ฝ่ายศิลป์เป็นผู้ออกแบบ ผู้ค้าปลีกขนาดเล็กสามารถจะศึกษาหลักการออกแบบและใช้วัสดุที่ไม่แพงจนเกินไปในการจัดแสดงสินค้า ซึ่งหลักการออกแบบที่ดีไม่ได้หมายความว่าต้องใช้วัสดุที่มีราคาแพงมาจัดแสดงสินค้า แต่อยู่ที่ว่าจะใช้วัสดุในลักษณะใดจึงจะเข้ากับบรรยากาศของการจัดแสดงสินค้า

1. ลักษณะการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้าสามารถจะนำเอาส่วนประกอบของสินค้าหรือวัสดุมาใช้ประกอบเพื่อให้ออกมาในรูปของการจัดแสดงสินค้าที่จะดึงดูดหรือกระตุ้นความสนใจของผู้บริโภค ดังนั้นผู้ค้าปลีกจึงควรที่จะต้องศึกษาลักษณะของการออกแบบการจัดแสดงสินค้าต่าง ๆ เพื่อจะได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้

ลักษณะของการออกแบบการจัดแสดงสินค้าโดยอาศัยหลักของศิลปะสามารถจะแบ่งได้ดังนี้

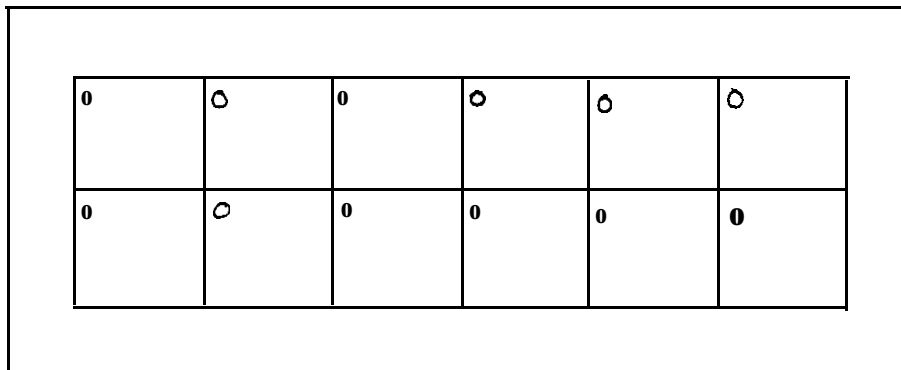
1. การซ้ำกัน (repetition)
2. ความกลมกลืน (harmony)
3. การเปรียบเทียบ (contrast)
4. การเน้น (dominance or emphasis)
5. ความสมดุลย์ (balance)
6. ความมีสัดส่วน (proportion)

1.1 การซ้ำกัน ลักษณะของการออกแบบที่ซ้ำกันนี้เป็นการนำเอาสินค้าและหรือวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ มาจัดวางให้ออกมาในลักษณะที่เหมือนกันหมดหรือซ้ำกัน ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกของผู้พบเห็นว่า **ไม่มีการจัดจังหวะของสายตาและรู้สึกราบรื่น** แต่อย่างไรก็ตาม การออกแบบลักษณะจะส่งผลถึงตัวสินค้าว่า **ขาดความเด่นไม่สะดุดสายตา** ทั้งนี้เพราะว่า มีความเหมือนกันตลอด ในการออกแบบซ้ำกันนี้เหมาะสำหรับสินค้าที่มีรูปร่างลักษณะที่จะวางซ้อนกันได้ เช่น เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมอย่างผงซักฟอก ส่วนสินค้าที่มีรูปร่างลักษณะที่ยากแก่การวางซ้อนกัน อย่างเช่น สินค้าที่มีรูปร่างลักษณะเป็นขวดก็ไม่สามารถจะวางซ้อนกันได้ แต่จะกระทำได้เพียงแต่การวางเรียงกันไปในแนวราบเท่านั้น การออกแบบซ้ำกันสามารถจะกระทำได้ใน 2 ลักษณะ คือ

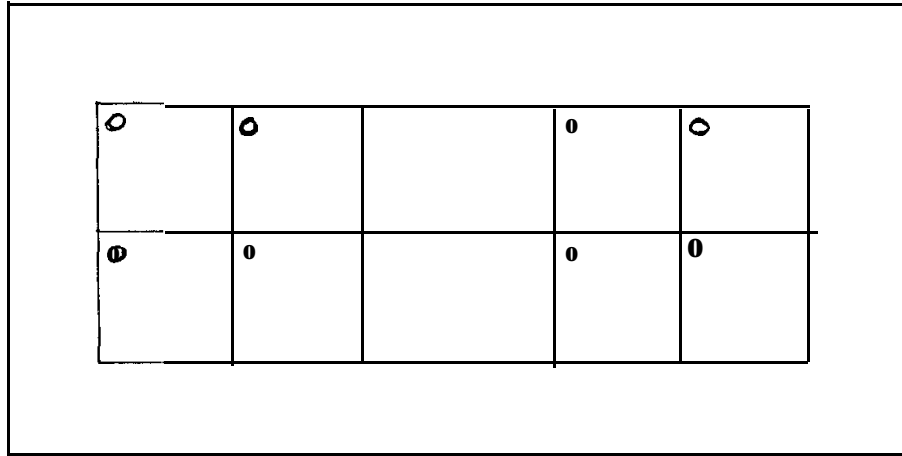
1. การซ้ำกันโดยแท้ (exact repetition)
2. การซ้ำกันบางส่วน (alternation)

การซ้ำกันโดยแท้เป็นการซ้ำกันตลอดในการจัดแสดงสินค้า ซึ่งการซ้ำกันตลอดนี้เป็นการซ้ำของขนาด รูปร่าง สี หรืออื่น ๆ หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เป็นการเหมือนกันตลอดนั่นเอง

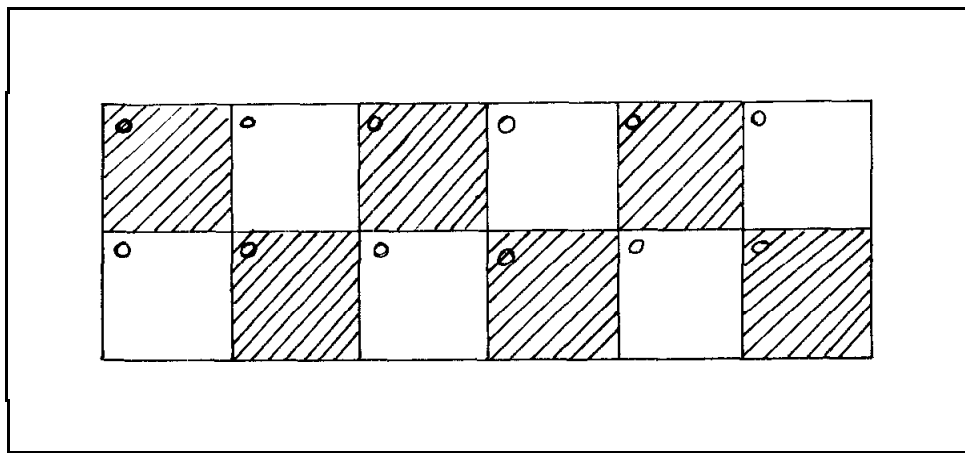
ส่วนการซ้ำกันบางส่วนจะมีการซ้ำที่ไม่เหมือนกันตลอด จะมีการแตกต่างกันไป ก็จะมีขนาด รูปร่าง สี หรืออื่น ๆ ต่างกัน



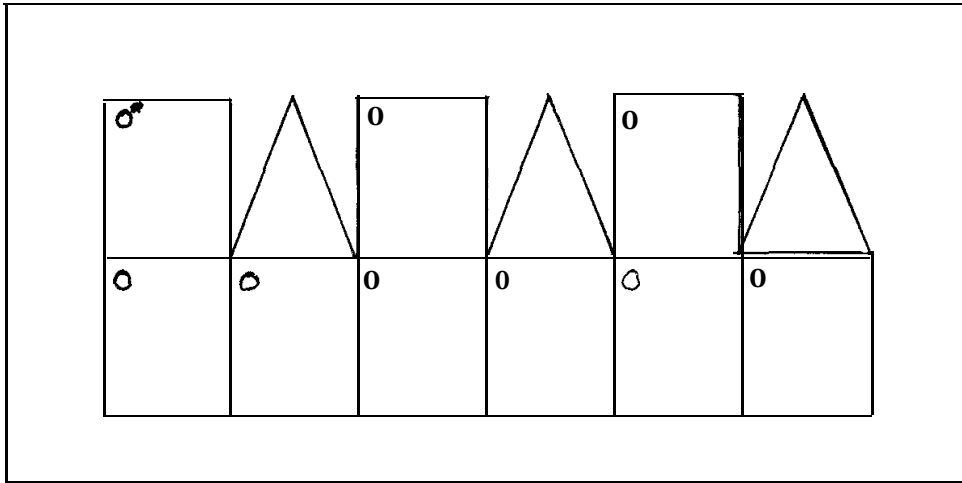
ภาพที่ 2.1 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะของการซ้ำกันโดยแท้



ภาพที่ 2.2 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะของการซ้ำกันบางส่วนโดยมีขนาดที่แตกต่างกัน

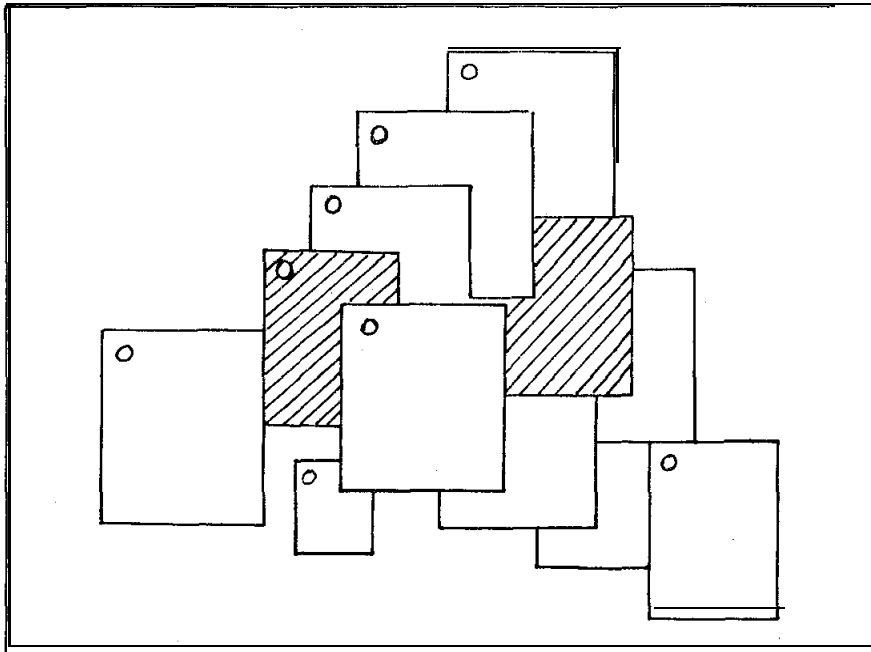


ภาพที่ 2.3 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะของการซ้ำกันบางส่วนโดยมีสีที่แตกต่างกัน



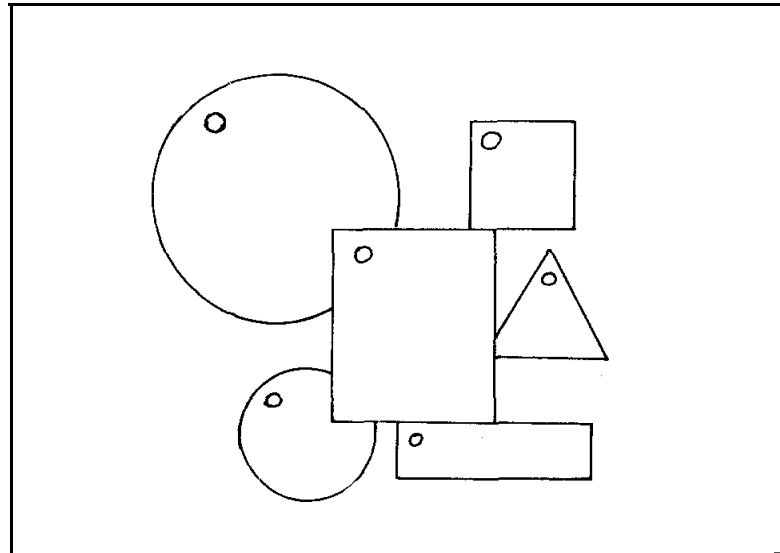
ภาพที่ 2.4 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะของการซ้ำกันบางส่วนโดยมีรูปร่างที่แตกต่างกัน

1.2 ความกลมกลืน หลักการออกแบบโดยเน้นความกลมกลืนเป็นการนำเอาส่วนประกอบต่าง ๆ มาผสมให้กลมกลืนกัน โดยมีทั้งความเหมือนกันหรือแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของขนาด รูปร่าง สีหรืออื่น ๆ ของตัวสินค้า หรือวัสดุอื่น ๆ



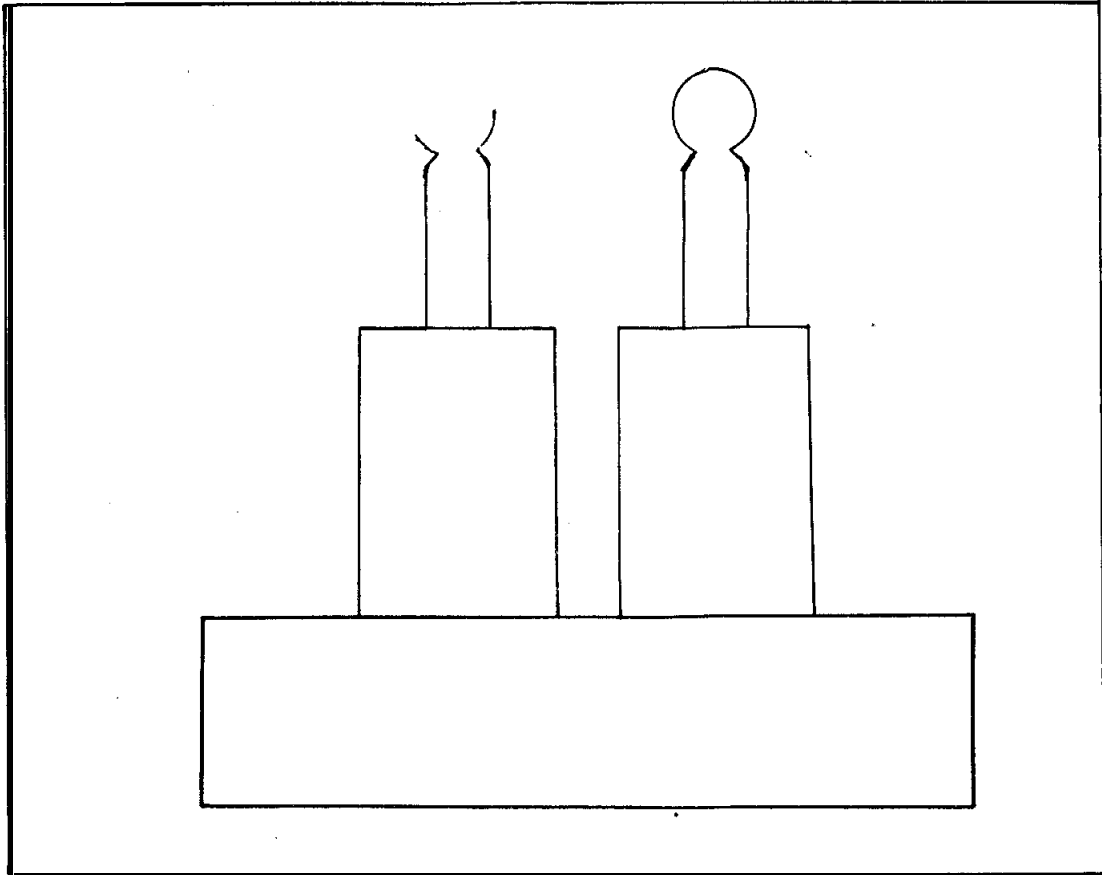
ภาพที่ 2.5 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะความกลมกลืน

1.3 การเปรียบเทียบ หลักการออกแบบในลักษณะของการเปรียบเทียบจะเน้นถึงความแตกต่างของสินค้าหรือวัสดุต่าง ๆ เพื่อให้เห็นถึงความสะดุดตาของสินค้าที่เราต้องการจะจัดแสดงให้ผู้บริโภคได้เห็น



ภาพที่ 2.6 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะการเปรียบเทียบ

1.4 การเน้น หลักการออกแบบโดยใช้การเน้นเป็นการมุ่งไปที่ตัวสินค้าเพื่อเป็นการสร้างจุดสนใจให้เกิดขึ้นในสายตาของผู้บริโภค ซึ่งผู้ค้าปลีกสามารถจะกระทำได้โดยวางตำแหน่งของสินค้าให้อยู่ในระดับที่ผู้บริโภคสะดุดตา เช่น การจัดแสดงสินค้าในระดับสายตาของผู้บริโภคที่จะมอง อย่างไรก็ตาม การจัดแสดงสินค้าไม่ควรจะมีจุดเน้นหลายจุดนักเพราะจะทำให้เกิดความเดินหลายจุดจนกลายเป็นว่าไม่มีจุดเด่นเลย



*

ภาพที่ 2.7 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะการเน้น

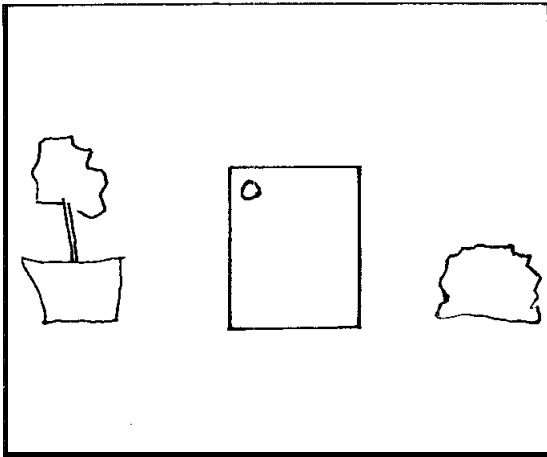
1.5 ความสมดุล ความสมดุลในการออกแบบการจัดแสดงสินค้านี้เป็นการเน้นความสมดุลของน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นจากสายตา (optical weight) ซึ่งผู้ค้าปลีกจะต้องมีความเข้าใจถึงอิทธิพลต่างๆ ที่มีผลต่อน้ำหนักทางสายตา อิทธิพลเหล่านี้ประกอบไปด้วย ขนาด รูปร่าง สี และอื่น ๆ นอกจากนี้ผู้ค้าปลีกจะต้องเข้าใจว่าการที่จะมีความสมดุลได้นั้นจะต้องมีจุดศูนย์กลาง เมื่อเข้าใจว่าจะต้องมีจุดศูนย์กลางก็จะทำให้เข้าใจว่าจะต้องจัดแสดงสินค้าหรือวางสินค้าและวัสดุอย่างไรจึงจะทำให้เกิดความสมดุลได้

ความสมดุลสามารถจะจัดแบ่งออกได้เป็นประเภทดังนี้

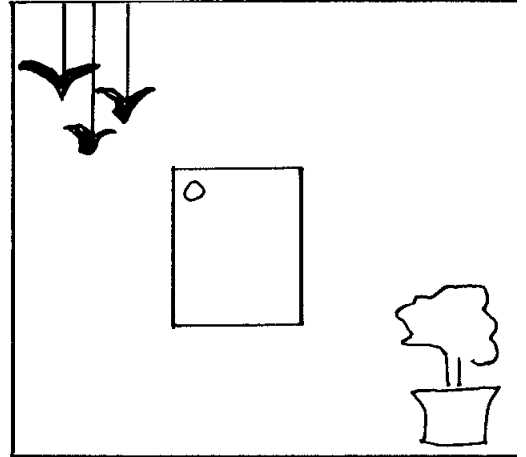
1. ความสมดุลตามทิศทาง
2. ความสมดุลตามลักษณะวัตถุ

ความสมดุขยัตามทศททางเป็นการจัดแสดงสินค้ำที่ตองการให้เกิดความสมดุขยัในทศททางตาง ๆ เช่น ความสมดุขยัในแนวนอน ความสมดุขยัในแนวเจียง

สวนความสมดุขยัตามลัษณะวัตถุเป็นการจัดแสดงสินค้ำโดยใช้สินค้ำหรือวัสดุที่มี ความเหมือนกันหรือตางกันมาจัดแสดง

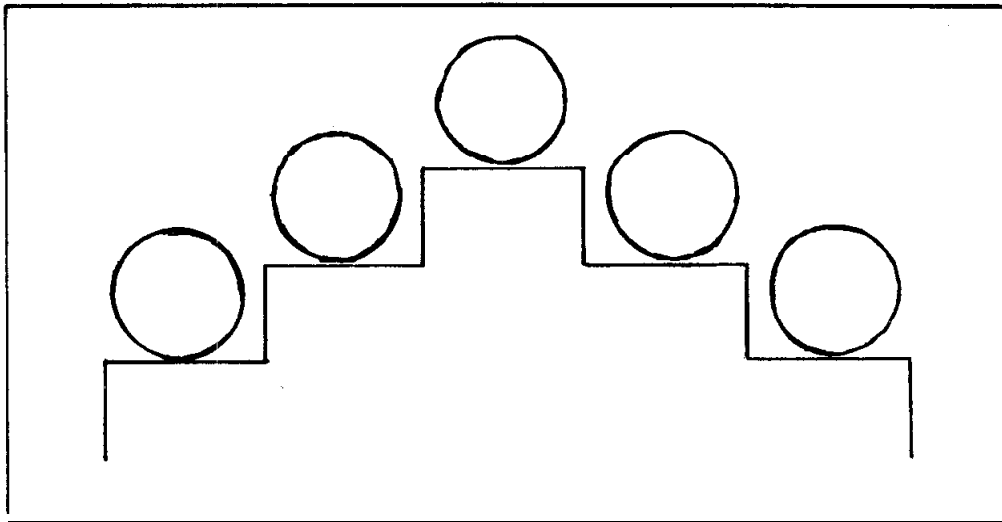


ความสมดุขยัในแนวนอน



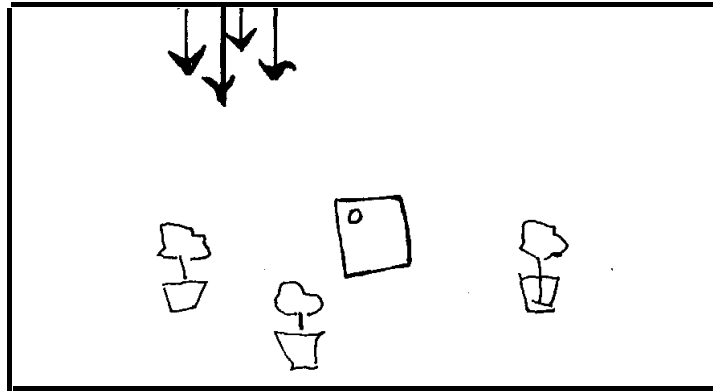
ความสมดุขยัในแนวเจียง

ภาพที่ 2.8 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้ำในลัษณะความสมดุขยัตามทศททาง

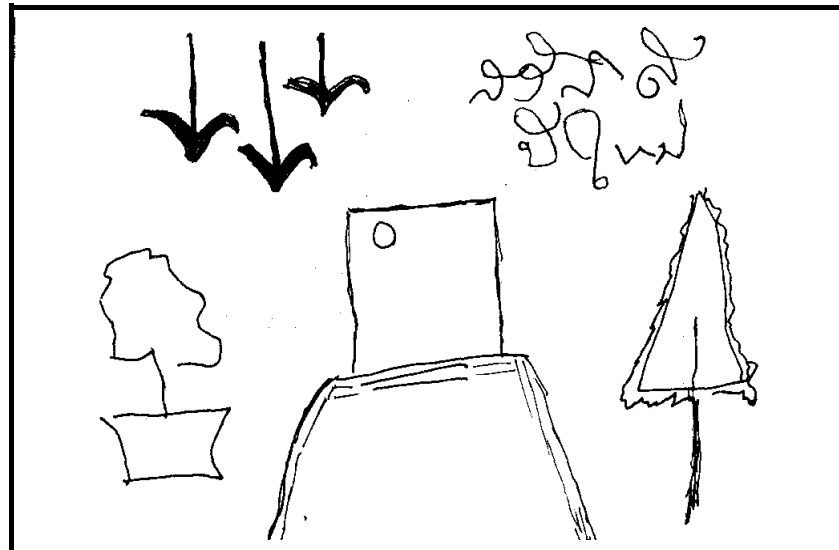


ภาพที่ 2.9 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้ำในลัษณะความสมดุขยัตามลัษณะวัตถุ

1.6 ความมีส่วนร่วม ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้าควรคำนึงถึงความมีส่วนร่วม กล่าวคือ เนื้อที่ของการจัดแสดงสินค้าควรได้สัดส่วนกับสินค้าและวัสดุอุปกรณ์ นอกจากนี้ จะต้องคำนึงถึงเนื้อที่ว่างในการจัดแสดงด้วย เนื้อที่ว่างที่มากเกินไปอาจจะส่งผลให้ผู้บริโภค รู้สึกว่าแวกว้าง เนื้อที่ว่างที่น้อยไปอาจจะส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกอึดอัดหรือคับแคบ



ภาพที่ 2.10 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะความไม่มีส่วนร่วมเพราะมีเนื้อที่ว่างมากเกินไป



ภาพที่ 2.11 แสดงถึงหลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้าในลักษณะความมีส่วนร่วม

2. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้าจำเป็นต้องใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อจะก่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการจัดแสดงสินค้า วัสดุอุปกรณ์เหล่านี้ประกอบด้วย

1. พื้นหลังหรือฉาก (background)
2. อุปกรณ์ (fixtures)
3. วัสดุตกแต่ง (props)
4. ตัวสินค้า (merchandise units)
5. สินค้าประกอบ (merchandise accessories)
6. วัสดุพื้นล่าง (floor covering)
7. ป้ายสินค้าและบัตรราคา (show cards and price tickets)
8. หลอดไฟ (lights)

2.1 พื้นหลังหรือฉาก พื้นหลังหรือฉากที่นำมาใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้าจะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับตัวสินค้า โดยเฉพาะในเรื่องของสีของพื้นหลังหรือฉาก เพราะว่ามีผลต่อสีของตัวสินค้า การที่จะใช้สีอย่างไรจึงจะเหมาะสม ผู้ค้าปลีกก็ต้องทดสอบดูในทางปฏิบัติว่าจะมีผลทำให้ตัวสินค้าเด่นชัดหรือไม่ หรือจะใช้วิธีการสอบถามความคิดเห็นของบุคคลอื่นเป็นแนวทางก่อนก็ได้

2.2 อุปกรณ์ อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าก็เป็นลักษณะเดียวกับที่ได้ศึกษาถึงเครื่องมือและอุปกรณ์ในกิจการค้าปลีก เพียงแต่นำมาใช้ในการจัดแสดงสินค้าเพื่อให้เกิดความสะดุดตาและชวนให้ซื้อ

2.3 วัสดุตกแต่ง วัสดุตกแต่งนี้มีส่วนช่วยเสริมอุปกรณ์เพื่อให้การจัดแสดงสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น วัสดุตกแต่งได้แก่ ต้นไม้ ดอกไม้ประดิษฐ์ กระดาษ ริบบิ้น ก้อนหิน สำลี ภาพประกอบ และอื่น ๆ การใช้วัสดุตกแต่งสามารถใช้ผสมประสานกันได้อย่างหลากหลาย และเป็นไปตามจินตนาการของผู้ค้าปลีกได้

2.4 ตัวสินค้า ตัวสินค้าถือว่าเป็นหลักในการจัดแสดงสินค้า อย่างไรก็ตาม ผู้ค้าปลีกก็ควรจะพิจารณาถึงสินค้าที่มีความเหมาะสม และดึงดูดใจผู้บริโภค ปกติแล้วสินค้าที่นำมาจัดแสดงควรมีราคาอยู่บ้าง ถ้าใช้สินค้าที่ไม่มีราคาหรือราคาต่ำก็จะไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายทั้งตัวเงินและเวลา

2.5 สินค้าประกอบ สินค้าที่นำมาใช้ประกอบการจัดแสดงสินค้านั้นเป็นสินค้าที่ผู้ค้าปลีกต้องการให้เข้ากับตัวสินค้าที่ใช้แสดงจริง ทั้งนี้ก็เพื่อให้เกิดความครบถ้วนและสมบูรณ์

มากขึ้น เช่น ต้องการจัดแสดงสินค้า “ชุดเสื้อและกางเกง” ก็ใช้สินค้าประกอบที่เป็นรองเท้าหรือเนทไท

2.6 วัสดุพื้นล่าง ในการจัดแสดงสินค้าต้องคำนึงถึงวัสดุพื้นล่างด้วย โดยเฉพาะในกรณีที่การจัดแสดงสินค้าอยู่ในระดับสายตาของผู้บริโภค วัสดุพื้นล่าง ได้แก่ พรม ผ้าม กระจาด โฟม หิน อิฐ กระเบื้อง ทราช หญ้าปลอม และอื่น ๆ

2.7 ป้ายสินค้าและบัตรราคา ป้ายสินค้าจะบรรจุเนื้อหาสาระสำคัญที่จะดึงดูดใจผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อในที่สุด เนื้อหาที่บรรจุอยู่ในป้ายสินค้า ได้แก่ ส่วนประกอบของสินค้า สรรพคุณของสินค้า สถานที่ผลิต และอื่น ๆ ส่วนบัตรราคานั้นผู้ค้าปลีกก็สามารถจะระบุลงไปป้ายสินค้าก็ได้หรือว่าจะทำแยกต่างหากก็ได้ และผู้ค้าปลีกอาจจะไม่ใช้บัตรราคาหรือบอกราคาไว้ก็ได้ถ้าคิดว่าไม่ต้องการจะให้ผู้บริโภคทราบราคา

2.8 หลอดไฟ การจัดแสดงสินค้าสิ่งหนึ่งที่เป็นก็คือ หลอดไฟที่ใช้ประกอบซึ่งผู้ค้าปลีกสามารถจะให้ผู้บริโภคเห็นหลอดไฟหรือโคมไฟก็ได้ และถ้าไม่ต้องการจะให้ผู้บริโภคเห็นก็อาจจะซ่อนตัวหลอดไฟหรือโคมไฟก็ได้ แต่ให้แสงสว่างผ่านออกมายังจุดจัดแสดงสินค้าก็ได้

บทสรุป

ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้าผู้ค้าปลีกจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องของลักษณะการออกแบบการจัดแสดงสินค้า และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้า ในเรื่องลักษณะการออกแบบการจัดแสดงสินค้าสามารถจะแบ่งออกเป็น 1) การซ้ำกัน 2) ความกลมกลืน 3) การเปรียบเทียบ 4) การเน้น 5) ความสมดุลย์ และ 6) ความมีสัดส่วน ซึ่งผู้ค้าปลีกจะต้องรู้จักการใช้ลักษณะดังกล่าวทั้งหมดในการออกแบบ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมว่าจะใช้ลักษณะใดบ้าง ในทำนองเดียวกันในเรื่องของวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้า ผู้ค้าปลีกจะต้องเข้าใจในเรื่องวัสดุอุปกรณ์ดังนี้ 1) พื้นหลังหรือฉาก 2) อุปกรณ์ 3) วัสดุตกแต่ง 4) ตัวสินค้า 5) สินค้าประกอบ 6) วัสดุพื้นล่าง 7) ป้ายสินค้าและบัตรราคา และ 8) หลอดไฟ

คำถามท้ายบท

อัตรณ์

ให้ตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้อธิบายลักษณะของการออกแบบการจัดแสดงสินค้า
2. ให้อธิบายวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

ปรณั

จงเลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การที่นำสินค้ามาจัดวางให้มีลักษณะที่เหมือนกันเป็นการออกแบบในลักษณะใด
 1. การซ้ำกัน
 2. ความกลมกลืน
 3. การเปรียบเทียบ
 4. การเน้น
 5. ความสมดุลย์
2. การจัดวางสินค้าหรือวัสดุที่มีความเหมือนกันหรือต่างกันแต่สามารถเข้ากันได้เป็นการออกแบบลักษณะใด
 1. การซ้ำกัน
 2. ความกลมกลืน
 3. การเปรียบเทียบ
 4. ความสมดุลย์
 5. การเน้น
3. การจัดวางสินค้าที่สามารถจะมองเห็นได้ง่ายเป็นการออกแบบลักษณะใด
 1. การซ้ำกัน
 2. การเน้น
 3. การเปรียบเทียบ
 4. ความกลมกลืน
 5. ความสมดุลย์

4. การเน้นถึงความแตกต่างของสินค้าหรือวัสดุต่าง ๆ เป็นการออกแบบในลักษณะใด
 1. ความมีสัดส่วน
 2. การเน้น
 3. การเปรียบเทียบ
 4. ความกลมกลืน
 5. ความสมดุลย์
5. น้ำหนักที่เกิดจากสายตาจะเกิดขึ้นจากข้อใด
 1. น้ำหนักจริงของวัตถุ
 2. น้ำหนักของสีทาบาน
 3. สีที่มีความเข้ม
 4. สายตาที่ได้รับแสงจ้า
 5. ลูกตาที่ใหญ่ผิดปกติ
6. การออกแบบการจัดแสดงสินค้า โดยคำนึงถึงเนื้อที่ว่างเป็นลักษณะข้อใด
 1. ความมีสัดส่วน
 2. ความสมดุลย์
 3. ความกลมกลืน
 4. การเน้น
 5. การซ้ำกัน
7. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้านี้อะไรบ้าง
 1. สินค้า
 2. พื้น
 3. อุปกรณ์
 4. หลอดไฟ
 5. ถูกทุกข้อ

เฉลยคำตอบปรนัย

ข้อ 1 (1) ข้อ 2 (2) ข้อ 3 (2) ข้อ 4 (3) ข้อ 5 (3) ข้อ 6 (1) ข้อ 7 (5)