

บทที่ 5

การออกแบบและการวางแผนผังร้านค้าปลีก

บทนำ

หลังจากที่ผู้ค้าปลีกได้เลือกทำเลที่ตั้งแล้ว ผู้ค้าปลีกจะต้องมาพิจารณาถึงการออกแบบและการวางแผนผังของร้านค้าปลีก ซึ่งการออกแบบและการวางแผนผังเป็นเรื่องของความละเอียดอ่อน ซึ่งในจุดนี้ผู้ค้าปลีกสามารถที่จะปรึกษาผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการวางแผนผัง ในการออกแบบร้านค้าปลีกเป็นการเน้นที่ตัวอาคาร อุปกรณ์ภายในต่าง ๆ ในการวางแผนผังของกิจการร้านค้าปลีกเป็นการเน้นที่การวางแผนผัง โดยพิจารณารวมถึงอุปกรณ์ภายในต่าง ๆ ทางเดิน เนื้อที่ว่างภายในร้าน และอื่น ๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ตัวกิจการและผู้บริโภค

ในบทนี้จะศึกษาถึงเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การออกแบบร้านค้าปลีก
2. การวางแผนผังของร้านค้าปลีก

วัตถุประสงค์ทางพฤติกรรม

หลังจากศึกษาบทที่ 5 แล้ว นักศึกษาสามารถ

1. อธิบายการออกแบบร้านค้าปลีกได้
2. อธิบายการวางแผนผังของร้านค้าปลีกได้

บทที่ 5

การออกแบบและการวางแผนผังร้านค้าปลีก

1. การออกแบบร้านค้าปลีก

หลังจากที่เราได้เลือกตัวเมืองหรือตลาดการค้า, เลือกทำเลที่ตั้งเฉพาะลงไปแล้ว ขั้นตอนต่อมาเราจะต้องพิจารณาถึงตัวตึกอาคารที่จะใช้เป็นสถานที่ที่จะดำเนินธุรกิจ ซึ่งในการเตรียมทางด้านนี้จะต้องประกอบไปด้วย

- 1) การก่อสร้างตัวอาคารใหม่หรือทำการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของตัวตึกอาคารเดิมให้มีช่องว่าง และสามารถให้ความสะดวกตามที่ต้องการ
- 2) จัดอุปกรณ์ทางด้านแสง ตลอดจนสิ่งที่ใช้ตามฝาผนัง, เพดาน, และพื้นอย่างเหมาะสม
- 3) จัดหาอุปกรณ์ติดตั้ง (Fixtures) และเครื่องมือ (Equipment) ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ
- 4) จัดวางและกำหนดตำแหน่งของตัวสินค้า, อุปกรณ์ติดตั้ง, และเครื่องมือต่าง ๆ อย่างเหมาะสม เพื่อจะตอบสนองผู้บริโภคได้ทันที และอยู่ในระดับที่เสียต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่ำที่สุด*

1.1 การออกแบบตัวอาคาร

การออกแบบตัวอาคารไม่ว่าจะเป็นภายนอกหรือภายในนับว่ามีความสำคัญต่อการชักจูงผู้บริโภคให้เข้ามายังร้าน ร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพฯ หรือตามตัวเมืองต่างจังหวัดได้แข่งขันกัน ในด้านการออกแบบ ทั้งนี้เพราะผู้ค้าปลีกได้ตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบ ได้มีการนำวัสดุที่มีความสวยงามเข้ามาใช้เป็นส่วนประกอบของการออกแบบ (เช่น มีการปูพื้นด้วยกระเบื้องยางไม้ปาเก้, และบางแห่งก็ปูพื้นด้วยพรม) ตามฝาผนัง, เพดาน, ตลอดจนด้านหน้าของร้านจะใช้วัสดุที่ทำจากไม้ที่มีด้านนอกเป็นมันเงา เป็นต้น ซึ่งดูแล้วมีความสะอาดและสว่าง การจัดแสดงที่หน้าร้าน (Window Display) ตลอดจนตู้แสดงสินค้าจะใช้กระจกบานใหญ่เป็นวัสดุและให้สีแสงสดุดตา

เราจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการออกแบบตัวอาคารดังกล่าวมีอัตราสูง นอกจากนี้ยังจะต้องพิจารณาถึงต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากที่ดิน, ค่าก่อสร้างตัวอาคาร, อุปกรณ์ติดตั้ง

*Delbert J; Duncan, Charles F. Phillips, Stanley C. Hollander; "Modern Retailing Management: Basic Concept and Practice"; Eight Edition 1972; Richard D. Irwin Inc., P. 104

และเครื่องมือต่าง ๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนดังกล่าวผู้ค้าปลีกพยายามที่จะลดให้ได้มากที่สุด
ยังเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยที่ดินมากและตัวอาคารใหญ่โตมากก็ยังมีต้นทุนมากขึ้นเท่านั้น

1.2 ด้านหน้าและสภาพภายนอกของร้าน

นอกจากด้านหน้าและสภาพภายนอกของร้านจะเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละกิจการ
แล้ว ยังเป็นที่กำบังแดดที่จะส่องเข้าไปภายในร้าน อันจะทำให้ตัวสินค้าด้วยคุณภาพลงไปซึ่ง
เท่ากับว่ามีส่วนช่วยเหลือในการรักษาต้นทุนที่จะเกิดจากความเสียหายของแสงแดด

1.2.1 ทางเข้าร้าน (Customer Entrances)

ทางเข้าร้านนับว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจผู้ซื้อได้อย่างมาก ความกว้างของทางเข้าร้านจะช่วยให้
การเดินทางไปมาได้อย่างคล่องตัว สำหรับร้านที่อยู่ตรงมุมของตัวถนนยิ่งจำเป็นที่จะต้องมียาง
เข้าร้านทั้ง 2 ด้านของร้าน ในกรณีที่มีประตูทางเข้าร้านก็ควรที่จะสะดวกที่เข้าออกได้ง่าย

1.2.2 หน้าต่างแสดงสินค้าที่หน้าร้าน (Show Window)

การจัดแสดงสินค้าที่หน้าร้านนับว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจผู้ที่เดินผ่านไปมา การจัดแสดงให้เห็นถึง
การจัดวางสินค้าอย่างเหมาะสม, เห็นรูปร่างลักษณะสินค้าอย่างเด่นชัด ย่อมจะมีโอกาสขาย
สินค้าได้มากกว่าการไม่ได้จัดวางสินค้าอย่างเหมาะสม การจัดแสดงสินค้าที่หน้าร้านนี้นับว่ามีความ
สำคัญต่อการที่ผู้เดินผ่านไปมาจะเข้ามาในร้านของเรา อาจกล่าวได้ว่าการจัดแสดงสินค้าที่
หน้าร้านเปรียบเสมือนกับพนักงานเงียบที่ชักชวนลูกค้าด้วยการจัดวางสินค้าอย่างเหมาะสม
ธุรกิจแต่ละประเภทก็มีความต้องการการแสดงผลสินค้าที่หน้าร้านแตกต่างกันไป ร้านค้าปลีก
ทั่ว ๆ ไปที่เราเห็นอยู่ตามข้างถนน (ไม่ว่าจะเป็น 1 คูหา, 2 คูหาหรือมากกว่านั้น) การจัดแสดง
หน้าร้านจะเป็นลักษณะตู้แสดงสินค้าที่ไม่ใหญ่โตมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับห้างสรรพสินค้า
ขนาดใหญ่ทั่วไปที่เปิดกิจการขึ้นมากันอย่างมากมาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาดตัวอาคารของ
ธุรกิจ จำนวนของสินค้าที่มาก ขนาดของสินค้าที่มีตั้งแต่ขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ ซึ่งจำเป็น
ที่จะต้องใช้เนื้อที่แสดงสินค้าการใช้รูปหุ่นจำลองที่มีขนาดเท่าคนเพื่อจะแสดงสินค้าประเภทเสื้อผ้า
ก็ย่อมจะกินเนื้อที่มาก ยิ่งถ้าใช้จำนวนหุ่นมากก็ยิ่งต้องใช้เนื้อที่มาก

1.2.2.1 ฉากด้านหลัง (Background) ในการจัดแสดงสินค้าที่หน้าร้านหรือใช้ตู้โชว์จะมี
ฉากด้านหลังประกอบอยู่ด้วย ซึ่งฉากด้านหลังดังกล่าวเราสามารถที่จะแยกพิจารณาได้ดังนี้

1) ฉากด้านหลังแบบเปิด (Open Background) มีลักษณะที่ผู้เดินผ่านไปมาสามารถที่จะมอง
ผ่านเข้าไปในร้านได้ ซึ่งฉากด้านหลังนี้จะใช้แผ่นกระจกใสทำเป็นฉากด้านหลังทำให้สามารถมอง
ผ่านทะลุได้ หรืออาจจะไม่ใช้กระจกแต่ทว่าปล่อยให้ฉากด้านหลังโล่ง ๆ ร้านค้าประเภทนี้ได้แก่
ร้านขายอาหารกระป๋อง ซูเปอร์มาเก็ต

2) ฉากด้านหลังกึ่งปิดกึ่งเปิด (Semiclosed Background) ผู้เดินผ่านไปมาสามารถจะมองเห็นทะลุได้เป็นเพียงบางส่วน ซึ่งฉากด้านหลังดังกล่าวอาจจะมีลักษณะด้านบนของระดับสายตาสามารถมองเห็นทะลุได้ ส่วนด้านล่างระดับสายตาจะมีฉากทึบแสงที่ไม่สามารถมองเห็นทะลุได้ หรืออาจจะมีลักษณะที่มีลวดลายสลักที่สามารถมองเห็นทะลุได้เป็นบางส่วน

3) ฉากด้านหลังแบบปิด (Closed Background) มีลักษณะเป็นฉากกั้นด้านหลังทึบ ไม่สามารถมองเห็นทะลุไปยังด้านในของร้านได้ ร้านค้าประเภทส่วนใหญ่จะเป็นพวกร้านขายเสื้อผ้า แต่อย่างไรก็ตามการใช้ฉากหลังแบบปิดจะดึงดูดใจผู้เดินไปมาได้มาก

1.2.2.2 ไม่ฉากด้านหลัง (Visual Fronts) เป็นลักษณะของการจัดแสดงสินค้าที่หน้าร้านโดยไม่ต้องใช้ตู้โชว์ แต่เป็นการจัดแสดงสินค้าอย่างง่าย ๆ โดยจัดวางสินค้าตามความเหมาะสม ซึ่งเราจะเห็นการจัดแสดงสินค้าดังกล่าวได้ทั่ว ๆ ไป

1.3) สภาพภายในร้าน (The Store Interior)

หลังจากผู้เดินผ่านไปมาที่มีความสนใจต่อการจัดแสดงสินค้าและสภาพภายนอกของร้านแล้ว เขาย่อมจะเดินเข้ามาภายในร้านของเรา สิ่งที่คุณค้าปลีกจะต้องตระหนักต่อมาก็คือ สภาพต่าง ๆ ภายในของร้านจะต้องเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้เดินเข้ามา สภาพต่าง ๆ ภายในของร้าน ได้แก่ ทางเดินภายในกว้างเพียงพอ, มีแสงสว่าง, ความสูงของเพดานอยู่ในระดับไม่ต่ำจนเกินไปหรือสูงจนเกินไป เป็นต้น

1.3.1) โครงสร้างภายในของตัวอาคาร

ภายในตัวของอาคารจะประกอบไปด้วย พื้น, ฝ้าผนังและเพดาน สำหรับพื้นจะมีการปูด้วยกระเบื้องยาง, ปาเก้, พรม หรืออาจจะใช้การเทพื้นด้วยหินอ่อน ในห้างสรรพสินค้าพื้นมักจะปูด้วยกระเบื้องยาง ร้านที่ขายสินค้าเฉพาะอย่าง (Specialties Shop) มักจะปูพื้นด้วยพรม ทั้งนี้ก็เพื่อจะสร้างความเด่นและหรูหราเหมาะกับร้าน สำหรับฝ้าผนังก็มีการตกแต่งอย่างสวยงามและใช้ประโยชน์สำหรับการแสดงสินค้าตามฝ้าผนัง เพดานก็มีการออกแบบให้ติดหลอดไฟฟ้าอย่างสว่าง ทั้งเพดานและฝ้าผนังต่างก็ใช้วัสดุสวยงามประดับ เช่น กระดาษปิดฝ้าผนัง (Wall paper) พลาสติกที่ใช้ปิดตามฝ้าผนังและเพดาน, แผ่นไม้, อิฐ เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้สีทาเพื่อจะเป็นดึงดูดใจและช่วยเพิ่มความสว่างให้แก่ร้านซึ่งเป็นการช่วยลดต้นทุนทางด้านอุปกรณ์หลอดไฟฟ้า

1.3.2) อุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือในร้าน (Store Fixtures and Equipment)

ลักษณะภายในร้านนับว่ามีอิทธิพลต่ออุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือในร้าน คำว่า “อุปกรณ์ติดตั้ง (Store Fixtures) “และ” เครื่องมือในร้าน (Store Equipment) มีความหมายที่คล้ายคลึงจนทำให้เกิดการใช้ที่สับสน แต่อย่างไรก็ตามเพื่อจะป้องกันการใช้คำที่สับสนทั้งสอง จึงได้ใช้อุปกรณ์

ติดตั้ง (Store Fixtures) กับพวกสินค้าใช้ทนทาน (Durable Goods) ซึ่งผู้ค้าปลีกใช้โดยตรงกับการขาย, การจัดแสดงสินค้า, การเก็บสินค้า, และการป้องกันสินค้า ตัวอย่างของอุปกรณ์ติดตั้ง ได้แก่ ชั้นวางสินค้า, โต๊ะเคาเตอร์, และโต๊ะวางสินค้า ส่วนเครื่องมือในร้าน (Equipment) หมายถึง สินค้าใช้ทนทาน เช่น ลิฟท์, บันไดเลื่อน, เครื่องปรับอากาศ, เครื่องลงบัญชีขาย (Sales Registers) และรถส่งของ ซึ่งใช้อำนวยความสะดวกในด้านการขายและที่ไม่ใช่ด้านการขายของร้านค้าปลีกโดยตรง*

ในการที่จะพิจารณาใช้อุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือในร้าน ก็ควรที่จะพิจารณาถึงต้นทุนที่จะเกิดขึ้นกับความเหมาะสมต่าง ๆ อันได้แก่

1) ประเภทของร้านค้า ร้านค้าปลีกประเภทร้านสรรพสินค้าและร้านขายสินค้าเฉพาะเจาะจงย่อมจะมีการตกแต่งภายในมากกว่าร้านค้าปลีกทั่ว ๆ ไป

2) ชนิดของสินค้า สินค้าที่มีมูลค่าสูง, สินค้าที่แตกเสียหายได้ง่ายย่อมจะต้องมีการป้องกันการถูกลักขโมยและการแตกเสียมากกว่าสินค้าที่มีมูลค่าต่ำและสินค้าที่ทนทานต่อการกระทบกระเทือน จึงจำเป็นจะต้องอาศัยอุปกรณ์ติดตั้ง (Store Fixture) ในการป้องกันสินค้า

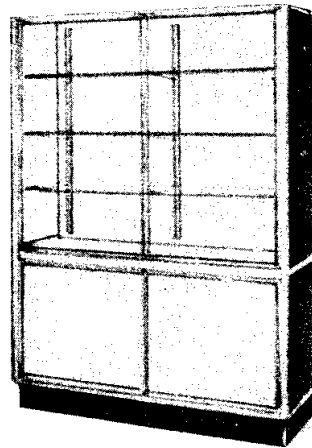
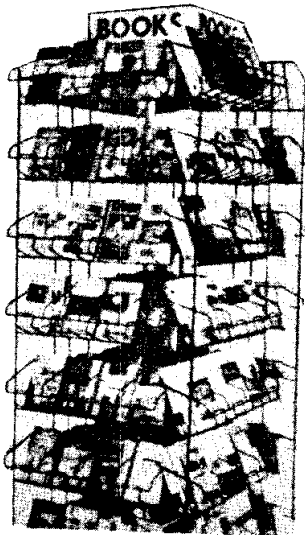
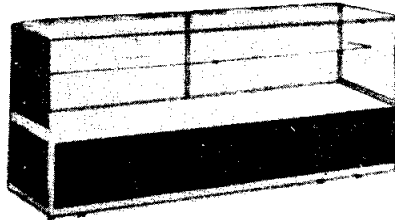
3) การเน้นจุดสนใจของผู้ซื้อ ในกรณีที่ผู้ขายต้องการจะแสดงสินค้าให้เด่นเพื่อที่จะเรียกร้องความสนใจของผู้เดินผ่านไปมา ก็จะต้องใช้อุปกรณ์ติดตั้งช่วย เช่น การใช้โต๊ะวางสินค้าจะดึงดูดใจมากกว่าการวางสินค้ากับพื้น แต่การใช้โต๊ะดังกล่าวก็ไม่ควรที่จะสูงจนเกินไป เช่น เกินระดับ หรือเท่ากับระดับศีรษะ และในการใช้โต๊ะก็ควรที่จะพิจารณาถึงตัวสินค้าที่จะวางด้วย เช่น ใช้โต๊ะสำหรับวางเสื้อผ้าหรือสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ สบู่ แชมพูสระผม ครีมนิ้วนุ่ม เป็นต้น ย่อมจะเหมาะสมกว่าใช้โต๊ะวางกระเป๋าเดินทางขนาดใหญ่ เพราะนอกจากจะดูเกะกะแล้วยังจะเป็นการปิดบังสินค้าที่อยู่ด้านหลังและยังเป็นการเพิ่มภาระที่จะต้องยกขึ้นและลงอีก ซึ่งปกติแล้วกระเป๋าเดินทางขนาดใหญ่เหมาะที่จะวางกับพื้นหรือวางกับพื้นที่เรียวระดับสูงขึ้นมาเล็กน้อยก็เพียงพอแล้ว

4) ชนิดของการให้บริการ ร้านค้าที่ต้องการให้ผู้บริโภคบริการตัวเอง (Self-Service) อุปกรณ์ติดตั้งที่จะใช้จะออกแบบสำหรับการหยิบสินค้าได้สะดวก ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ตู้กระจก เช่น ร้านพวกซูเปอร์มาร์เก็ต ส่วนร้านค้าที่ต้องใช้พนักงานคอยให้บริการ ก็สามารถที่จะใช้ตู้กระจกได้

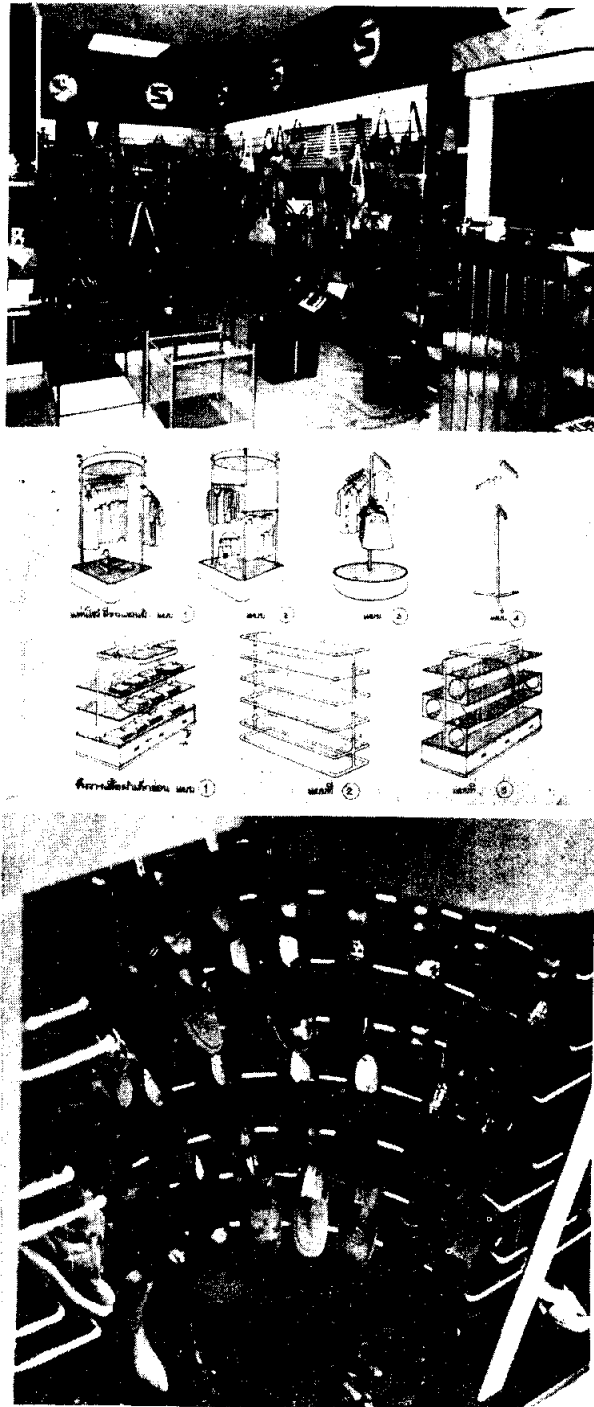
5) นโยบายของร้าน ร้านค้าที่มีนโยบายจะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อเพื่อจะดึงดูดใจ

*Debert J. Duncan, Charles F. Phillips, Stanley C. Hollander, "Modern Retailing Management: Basic Concept and Practices", Eighth Edition 1972 Richard D. Irwin, Inc. p.113.

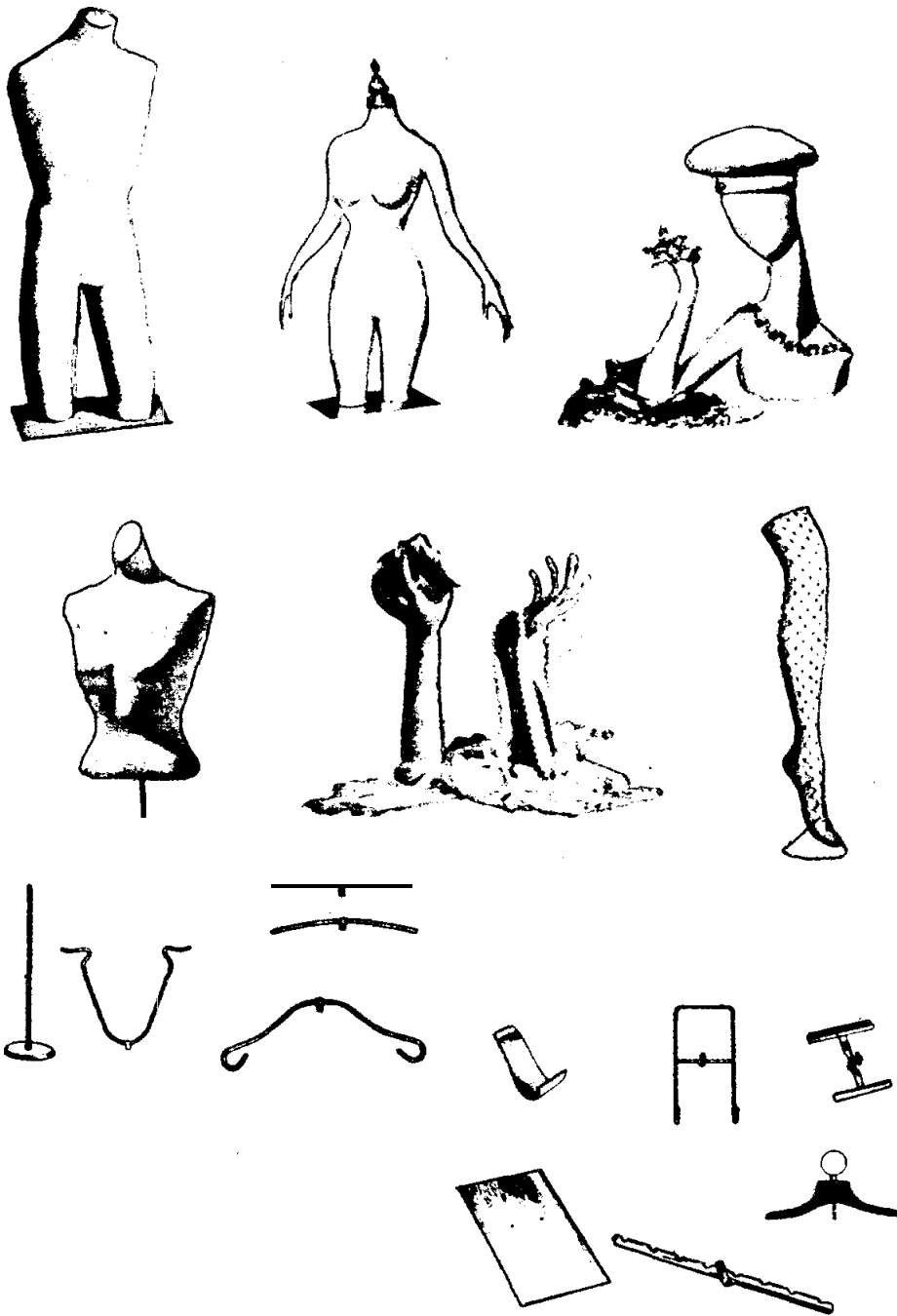
ภาพที่ 5.1 แสดงให้เห็นอุปกรณ์ติดตั้งของกิจการที่ให้ผู้บริโภคช่วยตัวเอง



ภาพที่ 5.2 แสดงให้เห็นอุปกรณ์ติดตั้งของสินค้ารองเท้าและกระเป๋า



ภาพที่ 5.3 แสดงให้เห็นถึงหุ่นและอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้แสดงสินค้า



ผู้ซื้อให้มาซื้อสินค้าที่ร้านประจำ (Patronage Motive) ก็จะติดตั้งบันไดเลื่อนเพื่ออำนวยความสะดวกในการขึ้นลงระหว่างชั้น ติดตั้งเครื่องปรับอากาศเพื่อความเย็นสบาย

6) คู่แข่งขัน ในกรณีที่มีคู่แข่งและต้องการที่จะดึงดูดลูกค้าให้เข้าร้านของตน ก็ได้มีการแข่งขันทางการตลาดตกแต่งร้านภายใน เพื่อที่จะได้ไม่เป็นข้อเสียเปรียบแก่คู่แข่ง เช่น ห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งใช้บันไดเลื่อน คู่แข่งขันก็ต้องพยายามที่จะใช้บันไดเลื่อนด้วย เพราะถ้าไม่มีบันไดเลื่อนแล้วย่อมจะเป็นการเสียเปรียบ

1.3.3) แสงสว่างภายในร้าน

ถ้าร้านค้าใดไม่มีแสงสว่างภายในร้าน ก็พูดได้เลยว่าร้านค้านั้นไม่สามารถที่จะดำรงธุรกิจอยู่ได้ แม้แต่กิจการประเภทบาร์, ไนท์คลับ, และคอฟฟี่ชอป ที่ไม่จำเป็นจะต้องใช้แสงไฟเท่าใดนัก แต่ก็ต้องมีแสงไฟประเภทแสงไฟสลัว ๆ อยู่ดี ทั้งนี้ก็เพื่อจะสร้างบรรยากาศให้เข้ากับกิจการของตน ในการที่จะติดตั้งหลอดไฟภายในร้านก็ควรจะคำนึงถึงต้นทุนที่จะเกิดขึ้นโดยพิจารณาเปรียบเทียบกับกำลังความสว่างของแสง นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงว่า แสงสว่างที่เราติดตั้งนี้จะช่วยให้ผู้ซื้อเห็นสภาพภายในร้านดีมากน้อยแค่ไหน แสงสว่างนั้นจะช่วยเน้นถึงตัวสินค้าที่เราต้องการจะเน้นหรือไม่ แสงสว่างมีอย่างทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นที่รับจ่ายเงิน, ทางเดินเข้าและออก การติดตั้งหลอดไฟรวมทั้งแบบของหลอดไฟ ควรที่จะง่ายต่อการทำความสะอาดและเปลี่ยนหรือซ่อมแซม ประเภทสีของแสงสว่างก็มีส่วนดึงดูดใจและสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อ แสงสว่างไม่ควรจะสว่างจนทำให้เกิดความระคายเคืองตา หรือไว้ตำแหน่งของหลอดไฟที่จะทำให้แสงเข้าตาผู้ซื้อโดยตรง ตำแหน่งของหลอดไฟไม่ควรที่จะก่อให้เกิดแสงสะท้อนจากตัวสินค้าหรือวัตถุที่จะสะท้อนแสงเข้าตาผู้ซื้อได้ เช่น กระจกหรือวัตถุที่มีพื้นหน้าสะท้อนแสง

2. การวางแผนผังของร้านค้าปลีก

ในหัวข้อก่อนที่พูดถึงตัวดีกายอาคาร, อุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือในร้าน เป็นแต่เพียงการเตรียมไว้สำหรับการวางแผนผังภายในร้าน ในบทนี้จึงเป็นการกล่าวถึงการจัดการในด้านการวางแผนผังภายในร้าน โดยจะพิจารณาถึงการจัดวางตัวสินค้าควบคู่ไปกับอุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือต่าง ๆ และจะต้องคำนึงถึงมาตรฐานที่จะให้บริการแก่ลูกค้าควบคู่ไปกับต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นด้วย

2.1) ขอบเขตของการวางแผนผังร้านค้า

การวางแผนผังของร้านค้าจะรวมถึงการจัดวางอุปกรณ์ติดตั้ง, เครื่องมือภายในร้าน, สินค้า, แผนกขาย, การจัดแสดงสินค้า, ช่องทางเดินภายในร้าน, ที่สำหรับการสนับสนุนการขาย เช่น แผนกรับจ่ายเงิน, แผนกประชาสัมพันธ์, แผนกสินค้าคงคลัง, แผนกหีบห่อสินค้า เป็นต้น

โดยที่เราจะต้องทำการจัดปัจจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวให้มีความเหมาะสม เพื่อจะได้จูงใจผู้ซื้อและมีการสัญจรภายในร้านได้อย่างสะดวก

2.2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนผัง

ในการที่เราจะวางแผนผังได้นั้นจำเป็นจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เนื้อที่ที่มีอยู่ภายในร้าน ถ้าเนื้อที่ภายในร้านมีน้อยการจัดวางแผนผังยิ่งจะต้องมีความพิถีพิถันมากกว่าเนื้อที่มาก เพราะจะต้องใช้เนื้อที่ที่มีอยู่น้อยนั้นให้มีประโยชน์มากที่สุด

2. รูปร่างลักษณะของเนื้อที่ภายใน ในกรณีที่เนื้อที่ภายในเท่ากัน แต่ทว่ารูปร่างลักษณะของเนื้อที่ต่างกัน ก็ย่อมจะมีผลต่อการวางแผนผัง เช่น ลักษณะของเนื้อที่เป็นรูปสี่เหลี่ยมกับรูปสามเหลี่ยมจะมีการออกแบบแผนผังภายในแตกต่างกัน

3. ชนิดของสินค้า สินค้าบางชนิดจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์บางอย่างเข้ามาช่วยสนับสนุนในการแสดง เช่น พวกเสื้อจำเป็นจะต้องใช้ไม้แขวนเสื้อผ้าและขาตั้งสำหรับที่จะแขวนพวกเสื้อ สินค้าประเภทเครื่องสำอางที่มีราคาแพงและมีขนาดเล็กจำเป็นจะต้องมีตู้กระจกสำหรับที่จะวางสินค้า โดยมีพนักงานคอยให้บริการในด้านการให้คำแนะนำและชักจูงลูกค้า

4. ชนิดของการให้บริการ ร้านค้าประเภทที่ให้ผู้ซื้อบริการตนเอง การตกแต่งหรือการออกแบบภายในร้านไม่จำเป็นจะต้องใช้ตู้กระจกแสดงสินค้า เพียงแต่ใช้ชั้นวางสินค้าหรือโต๊ะวางสินค้าก็เพียงพอ

5. ปัจจัยอื่น ๆ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพอใจของเจ้าของกิจการ อุปนิสัยในการซื้อสินค้าของผู้ซื้อ ลักษณะของอุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือภายในร้าน

จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้ค้าปลีกจะต้องนำมาพิจารณาเพื่อจะออกแบบแผนผังภายในร้าน ทั้งนี้จะได้เป็นการดึงดูดใจและเป็นการเชิญชวนไปในตัวให้กับผู้ซื้อ นอกจากนี้ยังจะต้องคำนึงถึงการใช้นเนื้อที่ว่างให้เป็นประโยชน์มากที่สุด โดยคำนึงถึงต้นทุนที่ต่ำที่สุด

ในปัจจุบัน เราจะเห็นว่าร้านค้าประเภทสรรพสินค้าหรือร้านค้าที่มีขนาดใหญ่ขึ้นมาได้มองเห็นถึงความสำคัญของการออกแบบวางแผนผัง โดยพยายามที่จะทำให้สินค้าได้เข้าถึงผู้ซื้อให้มากที่สุด โดยเฉพาะกิจการค้าที่ต้องการจะให้ผู้ซื้อบริการตนเอง นอกจากนี้ยังให้โอกาสแก่ผู้ซื้อที่จะทำการเปรียบเทียบสินค้าในด้านราคาและตราหือ

2.3) ขั้นตอนของการวางแผนผัง

ในการวางแผนผังให้ได้ดีจำเป็นจะต้องมีขั้นตอนของการปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อจะก่อให้เกิดความสมบูรณ์ในการจะวางแผนผังให้ได้ดีนั้นยังจำเป็นที่จะต้องอาศัยนักสถาปนิก เพราะบุคคลดังกล่าวมีความชำนาญในด้านการออกแบบ ร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า จะ

มีพวกสถาปนิกทำงานประจำ เพราะร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ดังกล่าวมีการปรับปรุงการออกแบบภายในร้านอยู่บ่อย ๆ ส่วนร้านค้าปลีกขนาดเล็กทั่ว ๆ ไปไม่กล้าที่จะมีสถาปนิกหรือว่าจ้างสถาปนิก เพราะจะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามสถาปนิกที่มีความสามารถในการออกแบบจะช่วยลดค่าใช้จ่ายหรือประหยัดค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการออกแบบ ซึ่งส่วนประหยัดนี้อาจจะชดเชยกับค่าจ้างของสถาปนิกได้ ขั้นตอนของการวางแผนผังเราสามารถจะพิจารณาได้ดังนี้

2.3.1) เนื้อที่ในการแสดงสินค้า

เป็นการพิจารณาถึงเนื้อที่ที่เราจะดำเนินธุรกิจ โดยคำนึงถึงความสัมพันธ์กับการคาดคะเนยอดขาย ถ้าการคาดคะเนยอดขายสูงย่อมจะนำไปสู่ความต้องการที่จะขยายเนื้อที่ในการแสดงสินค้ามากขึ้น อาจจะโดยการขยายเนื้อที่ออกทางด้านข้าง (ในกรณีที่เป็นร้านค้าแบบมีเนื้อที่รอบบริเวณตัวอาคาร) ขณะเดียวกันเราจะต้องคำนึงถึงต้นทุนที่จะเกิดขึ้นด้วย

ในการศึกษาถึงเนื้อที่ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้านั้น จำจะต้องพิจารณาถึงทุก ๆ สิ่งที่อยู่ภายในอาณาบริเวณของร้าน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้า, หน้าที่ต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในร้าน ตลอดจนถึงจำนวนและชนิดของสินค้าที่จะเก็บสต็อกเอาไว้, การให้บริการต่าง ๆ (ตามประเภทของร้าน) รายละเอียดต่าง ๆ ที่เราจะต้องพิจารณาประกอบนั้นมีดังนี้

1. แผนกสินค้าต่าง ๆ ที่รวมถึงการมีที่เก็บสินค้า, การแสดงสินค้า, การขายสินค้าตามความเหมาะสมกับอุปกรณ์ติดตั้งต่าง ๆ
2. แผนกที่สนับสนุนการขาย (Sales-Supporting Department) ได้แก่ การรับและทำเครื่องหมายสินค้า, การส่งสินค้า, สำรองเนื้อที่สำหรับสต็อกสินค้า, การเก็บวัสดุที่ใช้ภายในร้าน เช่น อุปกรณ์ทำความสะอาด
3. การให้ความสะดวกสบายแก่ผู้ซื้อและพนักงานของร้าน
4. ที่ที่สำหรับติดตั้ง เครื่องมือต่าง ๆ เช่น ชั้นวางสินค้า, โต๊ะวางสินค้า, เครื่องปรับอากาศ, บันไดเลื่อน, ลิฟท์ เป็นต้น
5. ทางเดินหรือเนื้อที่สำหรับผู้ซื้อ

2.3.2) คำนึงถึงลักษณะของการวางแผนผังที่ดี

ในการคำนึงถึงลักษณะของการวางแผนผังที่ดีนั้น จะต้องพิจารณาจากตัวผู้ซื้อและผู้ค้าปลีกประกอบกัน

(ก) พิจารณาจากตัวผู้ซื้อ สิ่งที่นักการตลาดจะต้องตระหนักอยู่เสมอก็คือ การสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อ เรายังสามารถจะกล่าวได้อีกว่า ไม่มีปัจจัยอื่นที่จะทำให้ให้นักการตลาด

สนใจเท่ากับความต้องการของผู้ซื้อ เมื่อเราได้ตระหนักถึงการสร้างความพอใจให้กับผู้ซื้อแล้ว เราจะต้องรู้ถึงว่าความพอใจของผู้ซื้อคืออะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนผังภายในร้าน ซึ่งเราสามารถที่จะพิจารณาได้จากสถานที่ที่ดึงดูดใจให้ผู้ซื้อเพิ่มความสนใจ, ทางเข้าร้านที่สะดวกในการจะเข้ามาดูตัวสินค้า, ทางเดินมีความกว้างเพียงพอที่จะรับผู้ซื้อ, การติดตั้งแสงไฟได้สว่างทั่วถึงและเน้นจุดที่ต้องการให้มีแสงสว่างเป็นพิเศษ เป็นต้น

(ข) พิจารณาจากตัวผู้ค้าปลีก นอกจากตัวผู้ซื้อจะมีความสำคัญแล้ว ตัวผู้ค้าปลีกเองก็มีความสำคัญต่อการวางแผนผังภายในร้าน เนื่องจากการเพิ่มเวลาเปิดร้านในเวลากลางคืนและในวันอาทิตย์, เวลาทำงานที่ลดลงและอัตราค่าแรงงานที่จ่ายให้กับพนักงานสูงขึ้นจึงทำให้ผู้ค้าปลีกต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโดยใช้การวางแผนผังภายในร้านเป็นตัวช่วย เพราะฉะนั้นจึงต้องมีการวางแผนภายในร้านเพื่อที่จะลดเวลาในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายและลดจำนวนเส้นทางเดินของผู้ซื้อและพนักงาน ด้วยเหตุนี้เองร้านค้าปลีกจึงได้วางแผนผังที่จะเอื้ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายหรือการสัญจรไปมาภายในร้านให้มีระยะสั้นขึ้น เช่น การออกแบบทางเดินภายในร้านให้เป็นสั้นโค้งแทนเส้นตรง ทั้งนี้ก็เพื่อให้ผู้ซื้อได้มองเห็นสินค้าได้ง่ายขึ้น ไม่ต้องเสียเวลาที่จะเดินไปตามทางเดินตรง ๆ เพื่อจะไปดูสินค้า ซึ่งการออกแบบดังกล่าวจะมีผลทำให้อุปกรณ์ติดตั้งต่าง ๆ เช่น เคาเตอร์, โต๊ะ, ตู้กระจก มีลักษณะโค้งไปตามทางเดินหรือจะจัดเคาเตอร์, โต๊ะ, ตู้กระจกที่มีลักษณะเป็นเส้นตรง (หรือรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า) ให้อยู่ในลักษณะของส่วนโค้ง ผู้ค้าปลีกสามารถที่จะจัดวางสินค้าที่มีกำไรดีไว้ตามที่ผู้ซื้อผ่านไปมาอย่างหนาแน่น เช่น ที่ทางเข้าและออกของร้าน เพราะสถานที่ดังกล่าวนี้มีการสัญจรไปมาของผู้ซื้อเป็นอย่างมากโอกาสที่ผู้ซื้อจะซื้อก็ย่อมจะมีมากไปด้วย (แต่อย่างไรก็ตามก็ขึ้นอยู่กับชนิดของสินค้าว่าเป็นที่ต้องการของผู้ซื้อหรือไม่) สินค้าที่ไม่มีผู้ต้องการแต่ไปวางขายตรงทางเข้าและออกของร้านก็อาจจะขายไม่ได้หรือขายได้ก็ขายได้เป็นปริมาณน้อย

2.3.3) ดูจากร้านค้าประเภทเดียวกัน

การที่เราไปหาดูการวางแผนผังของร้านค้าประเภทเดียวกับเรา จะช่วยทำให้ได้รับรู้การออกแบบใหม่ ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบของเรา นอกจากนี้ยังจะก่อให้เกิดความคิดแปลก ๆ ใหม่ ๆ ที่สืบเนื่องมาจากการออกแบบของร้านค้าที่เราไปดู การที่เราไปดูการออกแบบดังกล่าวย่อมจะเป็นแง่ดีที่ว่า การได้รับข้อมูลหรือความคิดในการออกแบบใหม่ ๆ ย่อมจะเป็นประโยชน์กว่าการทำงานของเรานี้แต่ลำพังคนเดียว

*Delbert J. Duncan, Charles F. Phillips Stanley C. Hollander "Modern Retailing Management : Basic Concepts and Practices", Eighth Edition 1972, Richard D. Irwin, Inc., P. 129

2.3.4) แหล่งข้อมูลจากภายนอก

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการแผนผังดังกล่าวเราสามารถที่จะได้จากผู้ผลิตที่ผลิตอุปกรณ์ติดตั้ง, เครื่องมือต่าง ๆ, วัสดุและตัวสินค้า ที่จะให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ค้าปลีก ทั้งนี้ เพราะว่าผู้ผลิตดังกล่าวมีประสบการณ์ในด้านที่ติดต่อกับผู้ค้าปลีกรายอื่น ๆ นอกจากนี้อาจจะได้จากพ่อค้าคนกลางที่ติดต่อทำธุรกิจกับผู้ค้าปลีก

2.4) การจัดแสดง (Display)

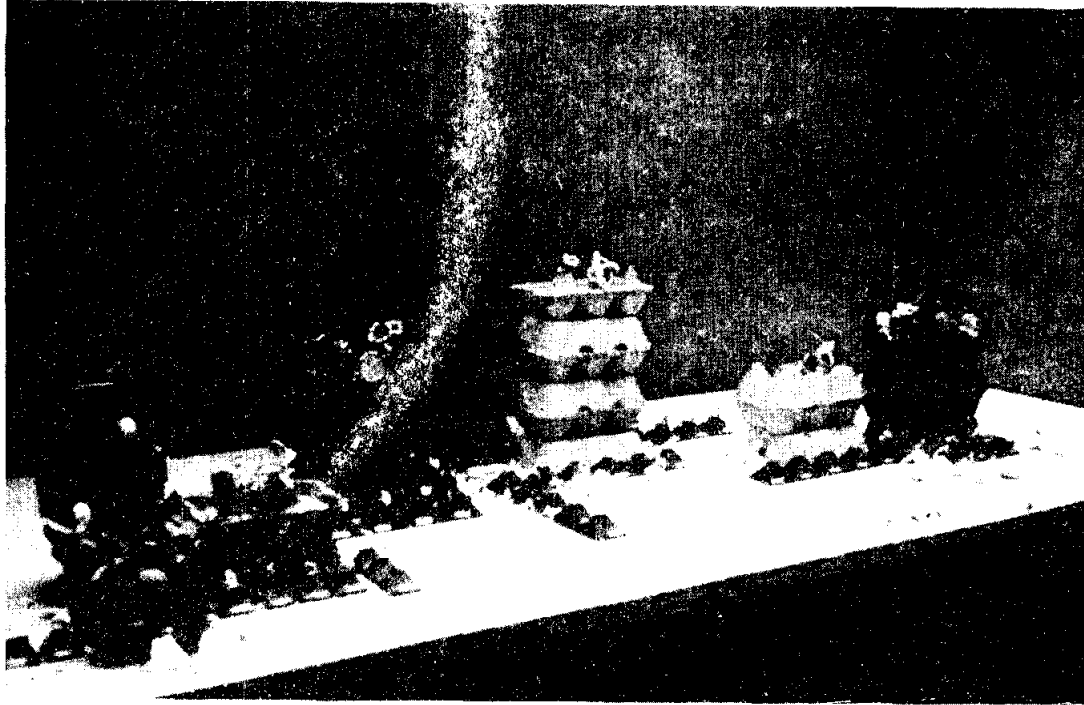
การจัดแสดงสินค้านับว่ามีความสำคัญต่อการวางแผนผังอย่างมาก ทั้งนี้เพราะการออกแบบแผนผังภายในร้านก็เพื่อที่จะจัดแสดงสินค้าให้เป็นจุดเด่นสะดุดตาแก่ผู้ซื้อและถือได้ว่าเป็นการส่งเสริมการขายที่สำคัญ การจัดแสดงสินค้าจะเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคที่จะสังเกตเห็นตัวสินค้า, ตรวจสอบดูสินค้าและสามารถจะเลือกสินค้าได้ตามอัธยาศัย แต่เนื่องจากร้านค้าปลีกจะมีสินค้ามากมายหลายชนิดหรือแม้แต่จะเป็นสินค้าประเภทเดียวกันก็จะมีหลายขนาด, หลายสี, หลายแบบ จึงเป็นปัญหาสำหรับการจัดแสดงสินค้า ซึ่งปัญหาดังกล่าวไม่ใช่ง่ายนักที่จะทำการแก้ไข ทั้งนี้เพราะว่าสินค้ามีมากมายหลายชนิดอาจจะทำให้ผู้ซื้อมีความลังเลใจหรือความสับสนในการซื้อ นอกจากนี้ผู้ค้าปลีกจะต้องคำนึงถึงช่วงเวลาที่เหมาะสมที่จะจัดแสดงสินค้าและระยะเวลาที่ยาวนานมากน้อยแค่ไหนที่จะทำการจัดแสดงสินค้าประเภทนั้น ๆ

2.4.1) การจัดแสดงภายในร้าน (Interior Display)

จุดประสงค์ของการจัดแสดงสินค้าภายในร้านก็เพื่อที่จะเพิ่มยอดขายและกำไร แต่การจัดแสดงสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับลักษณะต่าง ๆ เช่น ขนาด, ความแตกหักง่าย, มูลค่าของสินค้า, แฟชั่น, ความน่าเบื่อได้, ยกตัวอย่างที่เห็นได้ เช่น เนื้อสดที่จะแสดงให้เห็นให้ผู้ซื้อได้เห็นจำเป็นที่จะต้องอาศัยตู้เย็น ส่วนเนื้อแห้งไม่จำเป็นจะต้องอาศัยตู้เย็น สินค้าที่มีขนาดใหญ่โตได้แก่ ยางรถยนต์ ไม่จำเป็นที่จะต้องอาศัยตู้กระจก ส่วนสินค้าที่มีขนาดเล็ก (โดยเฉพาะที่มีราคาแพง) จำเป็นจะต้องใช้ตู้กระจก สินค้าที่กำลังอยู่ในความนิยมตามแฟชั่นก็ควรจะนำออกแสดงตามส่วนต่าง ๆ ของร้านที่จะเห็นได้ชัดและสะดุดตา

การจัดแสดงสินค้ายังแตกต่างออกไปตามประเภทของร้าน ร้านค้าประเภทต่าง ๆ จะมีการวางแผนการจัดแสดงภายในร้านแตกต่างกันไป ตลอดจนความถี่ของการส่งเสริมการขายสินค้าชนิดต่าง ๆ ก็แตกต่างกันไป อุปกรณ์ติดตั้งและเครื่องมือต่าง ๆ ภายในร้านค้าประเภทต่าง ๆ ก็แตกต่างกันไป ร้านค้าที่ขายพวกอาหารหรือซูเปอร์มาร์เก็ตพยายามที่จะแสดงสินค้าให้ใกล้มือผู้ซื้อ ร้านค้าเพชรพลอยหรือสินค้าที่มีมูลค่าสูง การแสดงสินค้าจะต้องอาศัยวัสดุปกปิด เช่น กระจก

ภาพที่ 5.4 แสดงให้เห็นถึงการจัดแสดงสินค้าที่มีราคาสูงโดยต้องใช้ตู้กระจก



4.2) การจัดแสดงภายนอกร้าน (Exterior Displays)

การจัดแสดงภายนอกร้านไม่ใช่เป็นการจัดแสดงสินค้าโดยตรง แต่เป็นการตกแต่งบริเวณรอบ ๆ ร้านให้ดูสวยงาม โดยมีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน เช่น การปลูกสวนดอกไม้ขนาดเล็ก การประดับต้นคริสต์มาสในเทศกาลคริสต์มาส แต่อย่างไรก็ตาม การจัดแสดงภายนอกร้านก็มีการนำตัวสินค้าออกมาแสดงด้วย นอกจากนี้ยังจะสร้างที่จอดรถสำหรับลูกค้า

ในการจัดแสดงภายนอกร้านควรที่จะตระหนักถึง ความเด่นที่จะเห็นได้อย่างชัดเจน, การจัดแสดงอย่างธรรมชาติ, และไม่ใช้ค่าใช้จ่ายสูงมากนัก

บทสรุป

การออกแบบและการวางแผนผังร้านค้าปลีกเปรียบเสมือนกับการแต่งตัวของร้านค้าปลีก ซึ่งจะส่งผลทำให้ร้านค้าปลีกชวนมองและชวนให้เข้าร้านได้อย่างมาก ๆ การออกแบบร้านค้าจะเริ่มตั้งแต่ลักษณะของตัวอาคาร ทางเข้าร้าน การจัดแสดงสินค้าที่อยู่ภายนอกและภายในร้านค้า ซึ่งการออกแบบดังกล่าวจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคและความเหมาะสมกับลักษณะของร้านค้าเพื่อก่อให้เกิดการใช้เงินอย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากจะออกแบบร้านค้าปลีกแล้วผู้ค้าปลีกยังจะต้องคำนึงถึงการวางแผนผังของแผนกต่าง ๆ ที่อยู่ภายในร้านค้าปลีก ซึ่งการวางแผนผังจะต้องคำนึงถึงความพอใจของผู้บริโภคและความเหมาะสมของกิจการด้วยเช่นกัน โดยคำนึงถึงการใช้น้ำที่ภายในร้านอย่างมีประสิทธิภาพ

คำถามท้ายบท

อัตนัย จงตอบคำถามต่อไปนี้

1. ให้ทำนอธิบายการออกแบบร้านค้าปลีก
2. ให้ทำนอธิบายการวางแผนผังของร้านค้าปลีก

ปรนัย จงเลือกคำตอบที่ดีที่สุดเพียง 1 คำตอบ

1. การออกแบบร้านค้าหมายถึงข้อใด
 1. การออกแบบตัวอาคาร
 2. การออกแบบทางเข้าร้าน
 3. การออกแบบการจัดแสดงสินค้า
 4. การออกแบบโครงสร้างภายใน
 5. ถูกทุกข้อ
2. ปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการวางแผนผัง
 1. ลักษณะของสินค้า
 2. ลักษณะของผู้บริโภค
 3. ลักษณะของเจ้าของ
 4. ลักษณะของการแข่งขัน
 5. ยังสรุปไม่ได้
3. การวางแผนผังที่ดีควรคำนึงถึงจุดใด
 1. จากผู้ขาย
 2. จากคู่แข่ง
 3. จากผู้บริโภค
 4. จากพนักงานขาย
 5. จากสถาบัน
4. การออกแบบและวางแผนผังรวมถึงข้อใด
 1. การโฆษณา
 2. การส่งเสริมการขาย
 3. การประชาสัมพันธ์

4. การจัดแสดงสินค้า

5. การจัดซื้อสินค้า

*