



การจัดแสดงสินค้า

ตรงตามจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชาของหลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556



2202-2007

ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ



การจัดแสดงสินค้า



หมวดวิชาทักษะวิชาชีพ

กลุ่มทักษะวิชาชีพพื้นฐาน

หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556

ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ

บรรณาธิการ : ดร.เกศลิณี ปันธุระ

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ.

การจัดแสดงสินค้า.-- กรุงเทพฯ : แม็คเอดูเคชั่น, 2557.

200 หน้า.

1. การจัดแสดงสินค้า. I. ชื่อเรื่อง.

659.15

ISBN 978-616-274-409-9

จัดพิมพ์และจำหน่ายโดย

MAC EDUCATION

ผู้เขียน : ศุภางค์ศรี อ่ำสุดใจ

การสั่งซื้อ : ส่งรณานิติสง่าจ่าย ไปรษณีย์ลาดพร้าว ในนาม บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด

เลขที่ 9/99 อาคารแม็ค ซอยลาดพร้าว 38 ถนนลาดพร้าว แขวงจันทระเกษม

เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900

☎ : 0-2938-2022-7 FAX : 0-2938-2028

www.MACeducation.com

ราคาจำหน่าย : 125 บาท

สงวนลิขสิทธิ์ : กุมภาพันธ์ 2557

พิมพ์ที่ : บริษัท แพลนพรินท์ติ้ง จำกัด

(สงวนลิขสิทธิ์ตามกฎหมาย ห้ามลอกเลียน ไม่ว่าจะเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้นอกจากจะได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษร)

คำนำ

ตามที่กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) แผนการศึกษาแห่งชาติ ฉบับปรับปรุง (พ.ศ. 2552-2559) และแผนปฏิบัติการการเตรียมความพร้อมเมืองเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้หลักสูตรดังกล่าวมุ่งผลิตและพัฒนากำลังคนระดับฝีมือให้มีสมรรถนะ มีคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ สามารถประกอบอาชีพอิสระเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ หรือประกอบอาชีพอื่นๆ ได้ตรงตามความต้องการของสถานประกอบการทั้งในประเทศและในภูมิภาคอาเซียน

บริษัท แม็คเอ็ดดูเคชั่น จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือเรียน สื่อการเรียนรู้ และวารสารทางการศึกษา ทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ระดับอาชีวศึกษา ตระหนักถึงภารกิจสำคัญในการมีส่วนร่วมในการสนับสนุนส่งเสริมการศึกษาระดับอาชีวศึกษาให้บรรลุผลสัมฤทธิ์ตามแผนที่ตั้งไว้ จึงได้แต่งตั้งคณะทำงานซึ่งประกอบด้วยนักวิชาการ และผู้สอนทั้งในระดับอาชีวศึกษาและระดับอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ดำเนินการวิเคราะห์หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 ในแต่ละสาขาวิชาเพื่อจัดทำสื่อการเรียนรู้ อันประกอบด้วย

1. หนังสือเรียนที่จัดทำให้ตรงกับจุดประสงค์รายวิชา สมรรถนะรายวิชา และคำอธิบายรายวิชา ทั้งนี้โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ด้านสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไป และด้านสมรรถนะวิชาชีพ

2. แผนการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของผู้เรียนผ่านกิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สอนนำไปปรับให้เหมาะสมกับธรรมชาติของผู้เรียนและจุดเน้นของสถานศึกษา

3. คู่มือครูสำหรับผู้สอนใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์ให้แก่ผู้เรียนให้สอดคล้องกับหลักสูตร

จุดเด่นของหนังสือเรียนชุดใหม่มีดังนี้

1. นำเสนอในรูปแบบหน่วยการเรียนรู้ ที่มีเนื้อหาง่ายต่อการเรียนรู้ แต่ยังคงไว้ซึ่งความเข้มข้นและทันสมัย ทั้งนี้เนื้อหาในหนังสือเรียนมุ่งเน้นให้สัมพันธ์กับจุดประสงค์การเรียนรู้ หลักการเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning) และการประเมินผลตามสภาพจริง (Authentic Assessment)

2. แทรกกิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ กิจกรรมการฝึกกระบวนการคิด (Thinking Skills) และกิจกรรมเตรียมพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนให้แก่ผู้เรียน

3. พัฒนาสมรรถนะหลักและสมรรถนะวิชาชีพผ่านกระบวนการปฏิบัติงาน โดยใช้ใบช่วยสอน เป็นสื่อสำหรับการฝึกกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ เช่น การเรียนรู้จากโครงการ (Project-Based Learning) การพัฒนาเทคโนโลยีให้เป็นเทคโนโลยีสะอาด (Green Technology) และการสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นต้น

4. มีแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน โดยจัดทำแบบทดสอบให้สอดคล้องกับ จุดประสงค์การเรียนรู้ประจำหน่วยการเรียนนั้นๆ ท้ายหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย

บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด ขอกราบขอบพระคุณสถานศึกษา ผู้สอน ผู้เรียน และผู้ที่สนใจทุกท่านที่ให้ความไว้วางใจในสื่อการเรียนรู้ของบริษัท บริษัทหวังเป็นอย่างยิ่งว่าสื่อการเรียนรู้ชุดนี้จะมี ส่วนช่วยให้การจัดการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพทัดเทียมระดับสากลต่อไป

บริษัท แม็คเอดูเคชั่น จำกัด

รหัส 2202-2007

วิชาการจัดแสดงสินค้า

ทฤษฎี 1 ชั่วโมง ปฏิบัติ 4 ชั่วโมง 3 หน่วยกิต

จุดประสงค์รายวิชา

1. เพื่อให้เข้าใจหลักการและกระบวนการจัดแสดงสินค้า
2. เพื่อให้มีทักษะในการออกแบบและจัดแสดงสินค้า
3. เพื่อให้กำหนดงบประมาณและประมาณการค่าใช้จ่ายการจัดแสดงสินค้า
4. เพื่อให้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการจัดแสดงสินค้า
5. เพื่อให้มีเจตคติและกิจนิสัยที่ดีในการทำงานด้วยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม ความอุตสาหพยายาม ความกระตือรือร้น และความประหยัด

สมรรถนะรายวิชา

1. แสดงความรู้เกี่ยวกับหลักการและกระบวนการจัดแสดงสินค้า
2. วางแผนและออกแบบจัดแสดงสินค้าตามหลักการ
3. กำหนดงบประมาณและประมาณการค่าใช้จ่ายการจัดแสดงสินค้าตามหลักการ
4. เตรียมวัสดุอุปกรณ์และจัดแสดงสินค้าตามหลักการ
5. ติดตามและประเมินผลการจัดแสดงสินค้าตามหลักการ
6. ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในการจัดแสดงสินค้า

คำอธิบายรายวิชา

ศึกษาและปฏิบัติเกี่ยวกับหลักการจัดแสดงสินค้า ประเภทของการจัดแสดงสินค้า การวางแผนการจัดแสดงสินค้า การออกแบบผังร้านค้า การออกแบบจัดแสดงสินค้า งบประมาณการจัดแสดงสินค้า การจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์และจัดแสดงสินค้า การติดตามและการประเมินผล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารการจัดแสดงสินค้า

ตารางวิเคราะห์สมรรถนะประจำหน่วย

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
1	ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า	สามารถนำความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน
2	การจัดแสดงสินค้ากับธุรกิจค้าปลีก	สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้ามาปรับใช้กับธุรกิจค้าปลีกแต่ละขนาดได้อย่างเหมาะสมกับกลยุทธ์การค้าปลีก
3	การวางแผนการจัดแสดงสินค้า	สามารถเลือกใช้บริการจากหน่วยงานที่ให้บริการด้านการจัดแสดงสินค้า และวางแผนในการจัดแสดงสินค้าตามสถานการณ์
4	หลักของศิลปะกับการจัดแสดงสินค้า	สามารถนำหลักและองค์ประกอบศิลป์มาใช้ในการจัดแสดงสินค้าอย่างถูกต้องและสวยงาม
5	ทฤษฎีสีและแสงกับการจัดแสดงสินค้า	สามารถนำความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีสีและแสงมาใช้ในการสร้างสรรค์แนวคิดในการจัดแสดงสินค้าอย่างกลมกลืน

หน่วยการเรียนรู้ที่	ชื่อหน่วยการเรียนรู้	สมรรถนะประจำหน่วย
6	หลักการออกแบบการจัดแสดงสินค้า	สามารถนำหลักการออกแบบมาใช้ในการจัดแสดงสินค้าเพื่อสร้างอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
7	วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า	สามารถเลือกใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า
8	วิธีปฏิบัติในการจัดแสดงสินค้า	สามารถจัดแสดงสินค้าตามหลักปฏิบัติงานที่กำหนดไว้
9	งบประมาณที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า	สามารถจัดสรรงบประมาณในการจัดแสดงสินค้าด้วยการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ
10	การประเมินผลการจัดแสดงสินค้า	สามารถนำแผนประเมินผลมาประยุกต์ใช้กับวิธีประเมินผลแต่ละวิธี และนำผลที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ต่อไป

สารบัญ

หน้า

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า

1

1. ความหมายของการจัดแสดงสินค้า 2
2. ประวัติความเป็นมาของการจัดแสดงสินค้า 3
3. วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้า 3
4. ความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าต่อร้านค้า 5
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 9

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 การจัดแสดงสินค้ากับธุรกิจค้าปลีก

12

1. ลักษณะของร้านค้ากับการจัดแสดงสินค้า 13
2. ประเภทของการจัดแสดงสินค้า 21
3. การดำเนินธุรกิจค้าปลีกกับการจัดแสดงสินค้า 41
4. ความสัมพันธ์ของการจัดแสดงสินค้ากับแผนกอื่นๆ ในร้านค้าปลีก 42
5. ลักษณะของการจัดแสดงสินค้าในร้านค้าปลีก 42
6. จรรยาบรรณของผู้จัดแสดงสินค้า 45
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 49

หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 การวางแผนการจัดแสดงสินค้า

52

1. หน่วยงานที่ให้บริการด้านการจัดแสดงสินค้า 53
2. องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการจัดแสดงสินค้า 54
3. การวางแผนการจัดแสดงสินค้า 54
4. ข้อควรคำนึงถึงในการวางแผนการจัดแสดงสินค้า 55
- แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 58

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 หลักของศิลปะกับการจัดแสดงสินค้า

61

1. เส้น 62
2. รูปร่าง 64
3. รูปทรง 65
4. พื้นผิว 69
5. น้ำหนัก 71
6. ที่ว่าง 71
7. สี 72
8. แสงและเงา 72

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 75

หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ทฤษฎีสีและแสงกับการจัดแสดงสินค้า

77

1. ทฤษฎีสี 78
2. คุณลักษณะของสีและวิธีการใช้สี 81
3. จิตวิทยาของการใช้สี 86
4. การใช้สีในการตกแต่ง 87
5. การใช้แสงเพื่อการจัดแสดงสินค้า 88

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 94

หน่วยการเรียนรู้ที่ 6 หลักของการออกแบบการจัดแสดงสินค้า

96

1. หลักของศิลปะที่นำมาใช้ในการออกแบบการจัดแสดงสินค้า 97
2. แบบของการจัดวางสินค้า 104
3. ข้อพิจารณาในการจัดแสดงสินค้า 111

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้ 115

หน่วยการเรียนรู้ที่ 7 วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า

118

1. วัสดุที่นำมาใช้ตกแต่งในการจัดแสดงสินค้า 119
2. คุณสมบัติและคุณลักษณะของวัสดุที่นำมาใช้ในการจัดแสดงสินค้า 120

3. อุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า	121
4. เครื่องมือที่ใช้ในการตกแต่งออกแบบการจัดแสดงสินค้า	127
5. สินค้าใช้ประกอบ	128
6. ป้ายสินค้าและบัตรราคา	128
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	132

หน่วยการเรียนรู้ที่ 8 วิธีปฏิบัติในการจัดแสดงสินค้า 135

1. วิธีปฏิบัติในการจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์	136
2. วิธีปฏิบัติในการจัดแสดงสินค้าภายในร้าน	146
3. การจัดนิทรรศการทางการตลาด	159
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	167

หน่วยการเรียนรู้ที่ 9 งบประมาณที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้า 170

1. ความจำเป็นที่ต้องจัดทำงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า	171
2. ประเภทของค่าใช้จ่ายในงบประมาณการจัดแสดงสินค้า	171
3. ปัจจัยที่นำมากำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า	172
4. วิธีการกำหนดค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงสินค้า	172
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	175

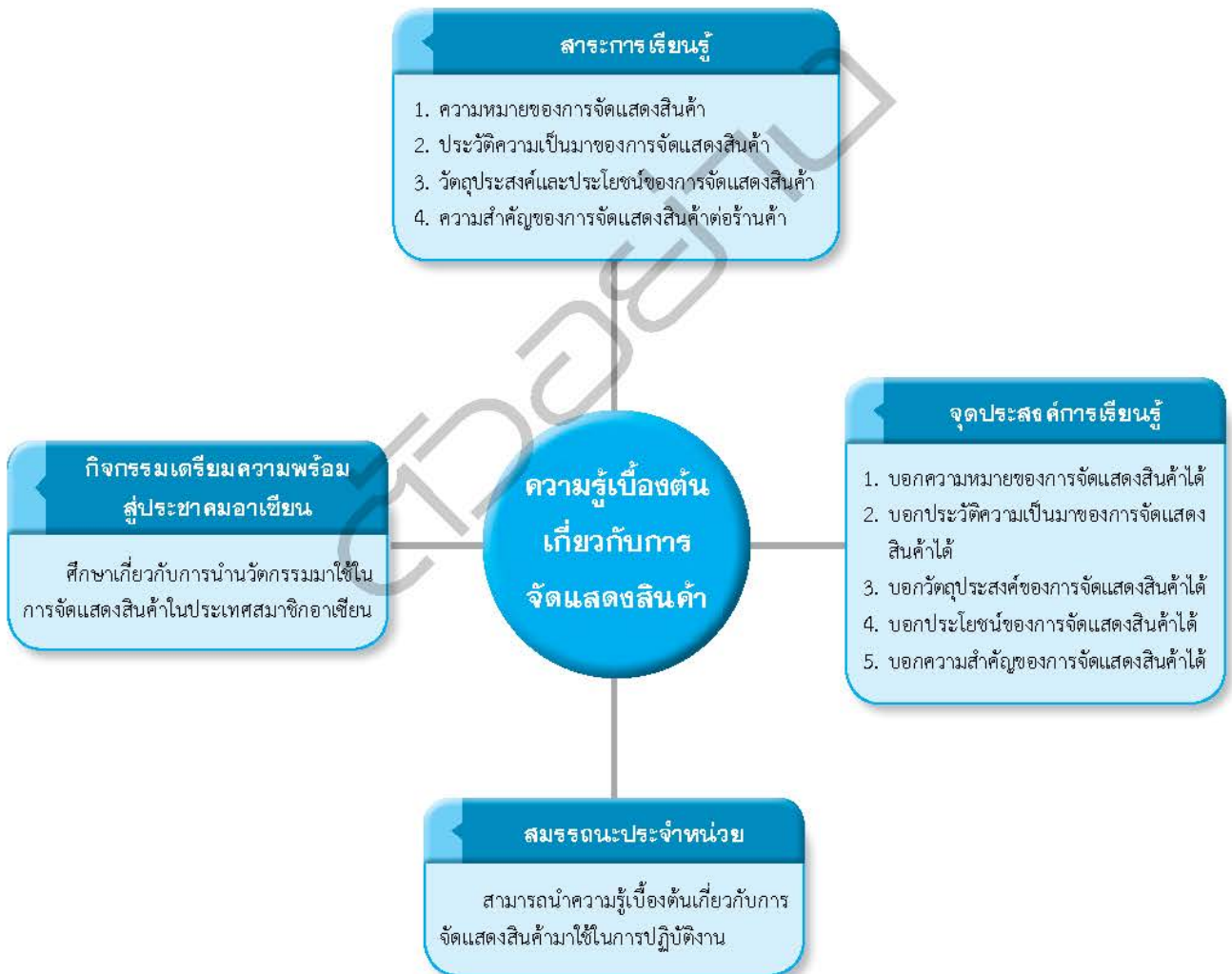
หน่วยการเรียนรู้ที่ 10 การประเมินผลการจัดแสดงสินค้า 178

1. ความสำคัญของการติดตามผลการจัดแสดงสินค้า	179
2. การติดตามผลการจัดแสดงสินค้า	179
3. การประเมินผลงานการจัดแสดงสินค้า	181
แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้	185

บรรณานุกรม 188

ดัชนี 189

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า



ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า

1. ความหมายของการจัดแสดงสินค้า

การจัดแสดงสินค้า (Display) หมายถึง การนำเสนอสินค้าหรือความคิดอันมีจุดประสงค์เพื่อการโฆษณาให้ลูกค้าซื้อสินค้า การจัดแสดงสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนส่งเสริมการขาย (Vorndran, Barbara Sethney, Litchfield, Caroly G., 1979 : 152)

การจัดแสดงสินค้า (Display) คือ วิธีการเสนอสินค้าหรือความคิดซึ่งทำให้เกิดความประทับใจทางสายตาแก่กลุ่มชนที่สนับสนุนหรือส่งเสริมการขายที่ทำให้กิจการร้านขายปลีกบรรลุถึงจุดมุ่งหมายสำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก เพื่อให้ขายสินค้าได้ ถือเป็นการส่งเสริมการขาย (Promotion Display) ประการที่สอง เพื่อปลูกฝังค่านิยมให้แก่ร้าน เป็นการส่งเสริมชื่อเสียงแก่กิจการ (Institutional Display) (ไพโรจน์ ทิพมาตร, 2516 : 9)

อาจกล่าวได้ว่า การจัดแสดงสินค้า คือ วิธีการนำเสนอสินค้าสู่สายตาลูกค้าด้วยแนวความคิด โดยการจัดตกแต่งภายในร้าน (Interior Display) และภายนอกร้าน (Exterior Display) หรือจัดแสดงสินค้าให้มีจุดเด่นสะดุดตา สามารถเรียกร้องความสนใจให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้าภายในร้านให้ได้มากที่สุด ดังนั้นการจัดแสดงสินค้าจึงมีบทบาทสำคัญมาก



ภาพที่ 1.1 แสดงการแข่งขันกันในตลาดค้าปลีก

(ที่มา : <http://www.tea.or.th>)

2. ประวัติความเป็นมาของการจัดแสดงสินค้า

การจัดแสดงสินค้านี้มีวิวัฒนาการมาจากตลาดสินค้าพื้นเมือง และเกิดมาพร้อมกับการที่มนุษย์รู้จักการซื้อขายแลกเปลี่ยน งานแสดงสินค้าได้มีความสำคัญมากขึ้น ในปี ค.ศ. 1629 ได้มีการขออนุญาตให้มีกรรมสิทธิ์ในการจัดแสดงสินค้า จากประวัติของการจัดแสดงสินค้า ทำให้เราได้ทราบว่ามีการจัดแสดงสินค้าที่สำคัญๆ ดังนี้

- ชาวโรมันจัดแสดงสินค้าในตอนเหนือของยุโรป เพื่อส่งเสริมการค้ากับเมืองที่มีชัยชนะในการรบ และมีการโฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองด้วย

- งานแสดงสินค้าที่เซนต์เดนิส (St. Denis) กรุงปารีส
- งานแสดงสินค้าในเทศกาลอีสเตอร์ (Easter) ที่เมืองโคโลญ (Cologne)
- งานออกร้านที่เซนต์เดเมตรีอุส (St. Demetrius) ในเรสซาโลนิค (Thessalonica)
- การจัดงานออกร้านที่ฟลานเดอร์ (Flanders) เป็นงานใหญ่ และเปิดการค้าทางทะเลในศตวรรษ

ที่ 14

- ในศตวรรษที่ 15 กษัตริย์ออตโตมัน (Ottoman's Turkis) ได้จัดงานออกร้านที่ไบแซนไทน์
- งานออกร้านจัดแสดงสินค้าที่เมืองแชมเปญ (Champagne) ได้รับความนิยมสูงสุด
- ประเทศอังกฤษได้จัดงานแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุดขึ้นที่เมืองสตูบริดจ์ (Stourbridge)
- งานออกร้านค้าที่เมืองกินโซ แมนชา ประเทศจีน
- งานออกร้านค้าที่แอซเตก (Aztec) เมืองเม็กซิโกซิตี (Mexico City) ประเทศเม็กซิโก
- งาน Nijni-Nogorod ที่ประเทศรัสเซีย

ต่อมางานออกร้านค้าได้ถูกลดความสำคัญลงเหลือเพียงการจัดงานออกร้านในงานเทศกาลหรือบางโอกาส และเพิ่มความบันเทิงเข้าไปเพื่อจูงใจให้คนมาเที่ยวงาน การจัดแสดงสินค้าได้พัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับ มีการนำหลักศิลปะเข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดแสดงสินค้า จากการจัดงานออกร้านในยุคต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นนับได้ว่าเป็นการวางรากฐานของการจัดแสดงสินค้าในยุคต่อๆ มาจนถึงปัจจุบัน

3. วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้า

ก่อนที่จะจัดแสดงสินค้า ควรจะทราบถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้าให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อน กล่าวคือเพื่อต้องการให้ขายสินค้าได้ ดังนั้นการจัดแสดงสินค้าที่ดีจะสามารถดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจสินค้าหรือบริการที่เสนอขายเพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้านี้มีดังนี้

3.1 ด้านการตลาด

3.1.1 เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย

3.1.2 เพื่อขายสินค้า เป็นการเพิ่มพูนความสนใจต่อการซื้อ โดยนำลักษณะเด่นของสินค้ามาจัดแสดงไว้ หรือให้ลูกค้าสามารถจับต้องสัมผัสสินค้าได้



ภาพที่ 1.2 แสดงตลาดมีความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ยุทธวิธีหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การจัดงานแสดงสินค้า

3.1.3 เพื่อเพิ่มการขายสินค้าที่ซื้อโดยการตัดสินใจแบบฉับพลัน การจัดแสดงสินค้าสามารถสร้างความสนใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดนั้นโดยทันทีที่เห็น ซึ่งในการซื้อแบบนี้ลูกค้าจะมีเหตุผลแตกต่างกันไป ร้านค้าจึงควรนำสินค้าที่ซื้อโดยการตัดสินใจแบบฉับพลันนี้ไปจัดวางตามทางเดินภายในร้านหรือเคาน์เตอร์ทางออก

3.1.4 เพื่อแสดงสินค้าที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นการนำเอาสินค้าหลายๆ ชนิดที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน หรือสามารถใช้ด้วยกันได้มาจัดวางอยู่ด้วยกัน

3.1.5 เพื่อจำแนกสินค้าแต่ละชนิดไว้เป็นส่วนๆ เป็นการนำเอาสินค้าแต่ละชนิดมาจัดวางเป็นหมวดหมู่ เพื่อความสะดวกในการขายและการเลือกซื้อของลูกค้า

3.1.6 เพื่อช่วยในการตัดสินใจของลูกค้า เนื่องจากได้เห็นส่วนประกอบ ประโยชน์ใช้สอย และราคาของสินค้าจากการสัมผัส ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ

3.1.7 เพื่อแสดงสินค้าในโอกาสพิเศษ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลต่างๆ โอกาสพิเศษเหล่านี้เป็นช่วงเวลาที่ร้านค้าปลีกควรจัดแสดงสินค้าของตนได้อย่างดีที่สุด

3.2 ด้านการโฆษณา เป็นการชักชวนใ้มนั้่นำวจิตใจให้เกิดความชอบในผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงมุ่งในเรื่องต่อไปนี้

3.2.1 เพื่อแสดงสินค้าในเทศกาลต่างๆ การจัดแสดงสินค้าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งสำหรับสินค้าที่ผลิตออกมาใหม่ล่าสุด สินค้าที่กำลังขายดี และสินค้าตามฤดูกาลที่จะมาถึง ร้านค้าต่างๆ พยายามบอกให้ลูกค้าทราบว่าสินค้าที่จัดแสดงอยู่นั้นมีจำหน่ายอยู่ในร้านของตน

3.2.2 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของร้านค้า การจัดแสดงสินค้าเท่ากับเป็นการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของกิจการต่อลูกค้า ดังนั้นร้านค้าจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดแสดงสินค้า เนื่องจากเป็นผลสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ได้หลายลักษณะ เช่น คุณภาพ ชื่อเสียงของร้านค้า ลูกค้าได้รับความสะดวกสบายจากการเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย สินค้าถูกจัดวางตามประเภทได้อย่างเหมาะสม สินค้าทุกชนิดทุกประเภทมีความสัมพันธ์กัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างค่านิยมที่ดี (Goodwill) ให้กับร้านค้า

3.2.3 เพื่อให้ลูกค้ามีสินค้าและบริการมาสนองความต้องการของตน มีการริเริ่มผลิตสินค้าใหม่ๆ แปลกๆ มีคุณภาพดีขึ้น มาสนองความต้องการของลูกค้า ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกใช้ได้มากขึ้น

4. ความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าต่อร้านค้า

การจัดแสดงสินค้ามีความสำคัญต่อร้านค้าดังนี้

4.1 การจัดแสดงสินค้าเป็นการนำลักษณะเด่นของสินค้ามาจัดแสดง เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าชนิดนั้น

4.2 การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ก่อให้เกิดความสนใจแก่ผู้ผ่านไปมา และที่สำคัญเป็นการเชิญชวนให้แวะชมสินค้าภายในร้าน

4.3 ทำให้ผู้ที่เดินชมสินค้าเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้าชนิดนั้นโดยทันทีทันใด

4.4 การนำลักษณะเด่นของสินค้าแต่ละชนิดมาจัดแสดงความสัมพันธ์กัน เป็นอีกวิธีหนึ่งในการเพิ่มจำนวนการซื้อของลูกค้าแต่ละคนได้

4.5 การจัดแสดงสินค้าในเชิงสร้างสรรค์จะทำให้ลูกค้าเกิดจินตนาการกับสินค้านั้นได้ และแปรเปลี่ยนความคิดนั้นเป็นการซื้อในที่สุด

• ความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าต่อการขาย

1) ช่วยเพิ่มยอดขายให้กับร้านค้า

2) เป็นกิจกรรมส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย (Point of Sales) โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) ดึงดูดสายตาของผู้ที่เดินผ่านไปมา (Attract Attention) การจัดแสดงสินค้าที่ดีต้องดึงดูดสายตาของผู้ที่เดินผ่านไปมา ทำให้ผู้ที่พบเห็นสนใจ วิธีทำให้การจัดแสดงสินค้าเป็นที่ดึงดูดสายตานั้นมีมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการใช้รูปทรง สี สัน และการจัดแสงการเคลื่อนไหว สะดุดตา การใช้รูปแบบหรือสีสันที่ตัดกัน (Contrast) อย่างพอเหมาะก็เป็นวิธีหนึ่งที่สามารถดึงดูดสายตาของผู้คนได้ดี สร้างความเข้าใจ

(2) เร้าความสนใจของผู้พบเห็น (Arouse Interest) ความสนใจจะไม่เกิดขึ้นจนกว่าจะได้พบกับบางสิ่งที่ทำให้ความรู้สึกที่ดี และมีจุดสนใจที่เรียกว่า จุดโฟกัส (Focus) หรือจุดรวมสายตา จุดโฟกัสนี้สามารถสร้างขึ้นได้โดยการจัดแสง การให้สีสันทัน และการจัดวางสินค้า ในลักษณะที่นำสายตาของผู้ดูให้เคลื่อนไปในทิศทางที่ต้องการสู่สินค้าที่จะขายถึงป้ายโฆษณาและป้ายราคา พยายามสร้างปฏิกิริยาในทางนิยมชมชอบขึ้นในใจของลูกค้าเป้าหมาย

(3) ก่อให้เกิดความปรารถนาที่จะเป็นเจ้าของ (Stimulate Desire) สามารถทำได้ด้วยวิธีดังต่อไปนี้

- ทำการสาธิตให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้าและผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ
- ทำการเสนอด้วยวิธีต่างๆ ที่ช่วยสร้างความเข้าใจให้สินค้าดูน่าซื้อ
- ขายความคิดที่ว่าสินค้านั้นๆ เป็นสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้ชม และจะนำมา

ซึ่งความพอใจ

(4) โนมน้าวให้เกิดความเชื่อมั่นในสินค้าและร้านค้า (Conviction) วิธีโนมน้าวที่ดีที่สุดได้แก่ การบอกความจริงเกี่ยวกับสินค้า โดยเอาคุณสมบัติต่างๆ ในด้านความปลอดภัยและความประหยัดของสินค้ามาเน้นให้เห็นอย่างชัดเจน

(5) กระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อ (Cause Action) ถ้าผู้จัดแสดงสินค้าสามารถสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าเป้าหมายได้สำเร็จ การขายจะเกิดตามมาโดยอัตโนมัติ

(6) ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือประทับใจ (Ensure Satisfaction) การจัดแสดงสินค้าที่ดีและต่อเนื่องสม่ำเสมอทำให้ผู้พบเห็นเกิดภาพประทับใจ มีความพึงพอใจในศิลปะการจัดตกแต่งแสดงสินค้านั้นๆ จนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นในใจของลูกค้า ทุกครั้งที่ลูกค้านึกถึงร้านย่อมเกิดความรู้สึกที่ดี

3) มีส่วนช่วยแนะนำสินค้าที่วางจำหน่าย

4) สามารถใช้การจัดแสดงเป็นเครื่องมือในการติดตามผลและตรวจสอบยอดขายได้

5) การจัดแสดงที่มีการสาธิตจะทำให้เห็นคุณสมบัติและการใช้งานของสินค้าซึ่งมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

6) การจัดแสดงที่ทันสมัย เข้าได้กับแฟชั่นในระดับท้องถิ่นและระดับสากล ทันท่วงทีเหตุการณ์ก่อให้เกิดการโนมน้าวในการตัดสินใจซื้อในที่สุด

กิจกรรมตรวจสอบความเข้าใจ

จงตอบคำถามต่อไปนี้ให้ถูกต้อง

1. จงอธิบายความหมายของการจัดแสดงสินค้า

.....

.....

.....

.....

2. การเรียนวิชาการจัดแสดงสินค้ามีความจำเป็นหรือไม่ จงแสดงความคิดเห็น

.....

.....

.....

.....

3. การเสนอขายสินค้าแบบการส่งเสริมชื่อเสียงแก่กิจการเป็นการขายสินค้าโดยการจัดแสดงใช่หรือไม่
จงอธิบาย

.....

.....

.....

.....

4. วัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้าข้อใดสำคัญที่สุด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

.....

5. จงอธิบายความเป็นมาหรือวิวัฒนาการของการจัดแสดงสินค้ามาพอสังเขป

.....

.....

.....

.....

กิจกรรมเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียน

ให้ผู้เรียนศึกษาเกี่ยวกับการนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดแสดงสินค้าในประเทศสมาชิกอาเซียน
แล้วนำเสนอหน้าชั้นเรียน

สรุป

การจัดแสดงสินค้า (Display) ในอดีตเป็นการนำสินค้าออกวางหรือตั้งบนโต๊ะภายในร้าน บริเวณช่องทาง เพื่อให้ผู้คนที่เดินผ่านไปมาได้เห็นว่ามีสินค้าอะไรขายบ้าง ในปัจจุบันการจัดแสดงสินค้าเป็นกิจกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งในการส่งเสริมการขาย มีการวางแผนการใช้เทคนิคในการจัดเป็นพิเศษ ผู้ขายพยายามคิดหาวิธีการที่จะเอาชนะใจลูกค้าเพื่อให้ยอดขายเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในปัจจุบันลูกค้ามีโอกาสนในการเลือกซื้อสินค้า มีการตรวจสอบและเปรียบเทียบสินค้าหลายแบบหลายชนิด เพื่อตัดสินใจซื้อในสิ่งที่ตนเองพอใจและสนองความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด

การจัดแสดงสินค้าจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะดึงดูดและมีพลังในการชักจูงใจลูกค้าให้เข้าร้านของตน ร้านค้าใดที่ให้ความสนใจในเรื่องการจัดแสดงสินค้าและสามารถจัดแสดงสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เท่ากับว่าร้านค้านั้นได้ให้บริการพิเศษแก่ลูกค้าของตน ทั้งยังเพิ่มความสนใจในรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าให้แก่ลูกค้าด้วย

แบบทดสอบเพื่อประเมินผลหลังการเรียนรู้

ตอนที่ 1 จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องเพียงข้อเดียว

จุดประสงค์การเรียนรู้ที่ 1 บอกความหมายของการจัดแสดงสินค้าได้

1. ข้อใดให้คำนิยามของการจัดแสดงสินค้าได้ดีที่สุด
 1. เป็นวิธีการหนึ่งของการส่งเสริมการขาย
 2. เป็นวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ร้านค้า
 3. เป็นวิธีการขายสินค้าวิธีการหนึ่ง
 4. เป็นกิจกรรมหรือวิธีการนำเสนอสินค้าทั้งภายในและภายนอกร้านเพื่อเรียกร้องความสนใจจากลูกค้าได้มากที่สุด
2. จากความหมายของการจัดแสดงสินค้ามีส่วนสัมพันธ์ทางธุรกิจกับข้อใดมากที่สุด
 1. การโฆษณา
 2. การขายส่ง
 3. ความเป็นมาของสินค้า
 4. การประชาสัมพันธ์

จุดประสงค์การเรียนรู้ที่ 2 บอกประวัติความเป็นมาของการจัดแสดงสินค้าได้

3. งานการจัดแสดงสินค้าในยุคแรกเกี่ยวข้องกับชนชาติใด
 1. โรมัน
 2. ฝรั่งเศส
 3. เยอรมนี
 4. สหรัฐอเมริกา
4. จากประวัติการจัดแสดงสินค้าประเทศใดที่จัดงานได้ใหญ่ที่สุด
 1. ฝรั่งเศส
 2. เยอรมนี
 3. อังกฤษ
 4. ออสเตรเลีย

จุดประสงค์การเรียนรู้ที่ 3 บอกวัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้าได้

5. ข้อใดเป็นวัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้าด้านการโฆษณา
 1. เพื่อส่งเสริมการขาย
 2. เพื่อแสดงสินค้าในโอกาสต่างๆ
 3. เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจได้ง่าย
 4. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า

จุดประสงค์การเรียนรู้ที่ 4 บอกประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้าได้

6. ข้อใดเป็นประโยชน์ของการจัดแสดงสินค้าด้านการตลาดที่เข้าไปเสริมด้านการบริการให้กับลูกค้า
 1. แสดงสินค้าที่ใหม่ล่าสุดของร้าน
 2. แสดงสินค้าที่ขายดีที่สุดของร้าน
 3. แสดงสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน
 4. แสดงสินค้าเป็นหมวดหมู่เพื่อการเลือกง่ายขึ้น
7. ประโยชน์ของการจัดแสดงด้านการโฆษณา มีจุดประสงค์เพื่อสร้างข้อใดให้เกิดต่อร้านค้ามากที่สุด
 1. ค่านิยมที่ดีต่อร้านค้า
 2. สร้างความพอใจแก่ลูกค้า
 3. สร้างความต้องการแก่ลูกค้า
 4. สร้างทัศนคติที่ดีต่อร้านค้า

จุดประสงค์การเรียนรู้ที่ 5 บอกความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าได้

8. ข้อใดที่สามารถทำให้ลูกค้าเปลี่ยนจากความคิดเป็นการซื้อสินค้าได้จากการได้ดูการจัดแสดงสินค้าของร้านค้า
 1. ความต้องการ
 2. ความคิดสร้างสรรค์
 3. ความสะดวกสบาย
 4. การเห็นรูปของสินค้า
9. ข้อใดเป็นความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าต่อการขายสินค้าโดยอัตโนมัติ
 1. Conviction
 2. Point of Sales
 3. Arouse Interest
 4. Cause Action
10. การสร้างปฏิภพในการนิยมนิยมชมชอบต้องมีความสัมพันธ์กับข้อใด
 1. รูปทรง
 2. การสาธิตสินค้า
 3. การจัดวางสินค้า
 4. ความเชื่อมั่น

ตอนที่ 2 จงเขียนเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ถูกต้อง และเขียนเครื่องหมาย X หน้าข้อความที่ผิด

- 1. การจัดแสดงสินค้าจัดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขาย
- 2. การจัดแสดงสินค้ามีวิวัฒนาการมาจากการส่งเสริมการขายโดยวิธีโฆษณา
- 3. การที่ผู้ผลิตมีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดควรนำมาจัดงานแสดงสินค้า
- 4. สินค้าแต่ละประเภทสามารถสร้างภาพลักษณ์ และค่านิยมที่ดีได้โดยใช้วิธีการจัดแสดงสินค้า
- 5. การจัดแสดงสินค้าในเชิงสร้างสรรค์ทำให้ลูกค้าคิดว่าสินค้านั้นมีราคาแพงและตัดสินใจไม่ซื้อ
- 6. การจัดแสดงสินค้าไม่สามารถสร้างจุดโฟกัสได้เนื่องจากมีสินค้าประกอบหลายอย่าง
- 7. การจัดแสดงสินค้าในตู้โชว์ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเพราะลูกค้าไม่สามารถจับต้องสินค้าได้
- 8. ร้านค้าไม่ควรนำสินค้าที่ซื้อแบบฉาบฉวยมาวางบริเวณจุดชำระเงินเนื่องจากง่ายต่อการถูกลักขโมย
- 9. การมีโอกาสพิเศษ เช่น วันขึ้นปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น นับเป็นช่วงจังหวะที่ดีในการจัดแสดงสินค้าของร้านค้า
- 10. การจัดแสดงสินค้าเป็นการนำเสนอความคิดผ่านสินค้านั้นๆ โดยให้เห็นคุณค่าและกระตุ้นให้เกิดการซื้อในที่สุด

การจัดแสดงสินค้ากับธุรกิจค้าปลีก

สาระการเรียนรู้

1. ลักษณะของร้านค้ากับการจัดแสดงสินค้า
2. ประเภทของการจัดแสดงสินค้า
3. การดำเนินธุรกิจค้าปลีกกับการจัดแสดงสินค้า
4. ความสัมพันธ์ของการจัดแสดงสินค้ากับแผนกอื่นๆ ในร้านค้าปลีก
5. ลักษณะของการจัดแสดงสินค้าในร้านค้าปลีก
6. จรรยาบรรณของผู้จัดแสดงสินค้า

สมรรถนะประจำหน่วย

สามารถนำความรู้เกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้ามาปรับใช้กับธุรกิจค้าปลีกแต่ละขนาดได้อย่างเหมาะสมกับกลยุทธ์การค้าปลีก

การจัดแสดง สินค้ากับธุรกิจ ค้าปลีก

จุดประสงค์การเรียนรู้

1. อธิบายลักษณะของร้านค้ากับการจัดแสดงสินค้าได้
2. อธิบายประเภทของการจัดแสดงสินค้าได้
3. อธิบายขนาดของการดำเนินธุรกิจค้าปลีกกับการจัดแสดงสินค้าได้
4. อธิบายความสัมพันธ์ของการจัดแสดงสินค้ากับแผนกอื่นๆ ในร้านค้าปลีกได้
5. อธิบายลักษณะของการจัดแสดงสินค้าในร้านค้าปลีกได้
6. อธิบายจรรยาบรรณของผู้จัดแสดงสินค้าได้

การจัดแสดงสินค้ากับธุรกิจค้าปลีก

1. ลักษณะของร้านค้ากับการจัดแสดงสินค้า

ลักษณะของร้านค้าในที่นี้หมายถึงลักษณะพื้นที่ที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้าทั้งหมดไม่ว่าจะเป็นพื้นที่บริเวณใดส่วนใดก็ตาม ได้แก่ พื้นที่ภายในร้านค้าและพื้นที่ภายนอกร้านค้า ร้านค้าปลีกจะอาศัยการจัดแสดงสินค้าเป็นกิจกรรมหลักในการส่งเสริมการขาย เพื่อช่วยสร้างยอดขายให้กับร้านค้า การใช้พื้นที่ทุกตารางนิ้วทั้งภายในและภายนอกร้านค้าจะพยายามก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอาศัยหลักการจัดแสดงสินค้าที่ถูกต้อง การใช้พื้นที่ให้สัมพันธ์กับการจัดแสดงสินค้าควรให้เหมาะสม สวยงามดึงดูดความสนใจจากลูกค้า ลูกค้าได้รับความสะดวกในการเดินเลือกซื้อสินค้าได้อย่างแท้จริง ในขณะเดียวกันก็สามารถใช้พื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดด้วย ร้านค้าปลีกจะต้องจัดแสดงสินค้าให้มีบรรยากาศที่น่านั่ง สะอาด สวยงาม มีระเบียบก็จะสามารถเรียกร้องความสนใจจากลูกค้าได้ นอกจากสภาพพื้นที่ภายในร้านค้าแล้ว ร้านค้าปลีกยังต้องให้ความสนใจกับพื้นที่ภายนอกร้านค้า ตัวอาคารควรมีสีสันสดใสตลอดเวลา ทางเดินเข้าหน้าร้านค้าสะอาด มีการจัดหน้าต่างโชว์ที่เด่น สะดุดตา สามารถหยุดสายตาและดึงดูดใจให้ลูกค้าที่เดินผ่านไปมาหยุดและมองดูการจัดแสดงสินค้าได้ ก็ถือว่าร้านค้าประสบความสำเร็จไปกว่าครึ่ง และหากร้านค้าเลือกสินค้าที่กำลังเป็นที่สนใจหรือเป็นที่ต้องการของลูกค้าแล้ว ลูกค้าย่อมตัดสินใจเดินเข้ามาภายในร้านค้าและซื้อสินค้าในที่สุด

1.1 สภาพภายนอกร้านค้า

สภาพภายนอกร้านค้าเปรียบเสมือน “หน้าตาหรือเครื่องแต่งกายของคน” ที่จะเชิญชวนให้ลูกค้าอยากเข้าไปภายในร้านค้าหรือไม่ ร้านค้าที่มีสภาพภายนอกร้านสะอาด ตัวอาคารมีสีสันสดใสไม่แลดูเก่าคร่ำคร่า การจัดตกแต่งร้านค้าตลอดจนการเลือกใช้วัสดุในการตกแต่งภายนอกร้านดูดี เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้ผู้ที่เดินผ่านไปมาหน้าร้านเกิดความสนใจได้ ปัจจุบันการค้าระดับการค้าปลีกมีการแข่งขันกันสูงเจ้าของร้านที่ต้องการให้กิจการของตนเองอยู่รอดสามารถดำเนินกิจการไปได้ยาวนาน จะให้ความสำคัญกับการจัดสภาพภายนอกร้านค้ามากขึ้น ดังนั้นพ่อค้าปลีกต้องตรวจสอบสภาพภายนอกของร้านค้าตนเอง เช่น

1.1.1 หน้าร้าน เมื่อลูกค้าเดินผ่านร้านค้า สิ่งที่คุณบริโภคมองเห็นเป็นลำดับแรก คือ ด้านหน้าของร้าน หากมีการจัดตกแต่งหน้าร้านให้เด่นสะดุดตาจะยิ่งดึงดูดให้ลูกค้าสนใจร้านค้าและเดินเข้าไปภายในร้านค้าเพื่อหาซื้อสินค้ามากขึ้น การจัดหน้าร้านสามารถสื่อความหมายให้ผู้พบเห็นได้ทราบถึงลักษณะเฉพาะ