

บทที่ 1

ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดแสดงสินค้า



ความหมายของการจัดแสดงสินค้า

66

การจัดแสดงสินค้า (Display) คือ วิธีการนำเสนอสินค้าหรือความคิดให้แก่ผู้คนที่ทั่วไปได้พบเห็น โดยหวังที่จะเรียกร้องความสนใจจากบุคคลเหล่านั้น และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด

99





ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)



ผลิตภัณฑ์



ราคา



การจัดจำหน่าย



การส่งเสริมการตลาด



ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์จะต้องก่อให้เกิดสิทธิประโยชน์แก่ผู้บริโภคได้



ราคา หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่คิดเป็นเงินตามที่ตั้งขายกัน

การจัดจำหน่าย หมายถึง การเคลื่อนตัวของผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปจนถึงมือผู้บริโภคซึ่งการจัดการเกี่ยวกับการจัดจำหน่ายนั้นจะต้องสร้างความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคให้มากที่สุด



การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้น



ประวัติความเป็นมาของการจัดแสดงสินค้า

66

ความคิดในเรื่องการจัดแสดงนั้นมีมานาน นับตั้งแต่มนุษย์เราเริ่มตกแต่งร่างกายของตนเอง เพื่อที่จะทำการโอ้อวด หรือเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ส่วนในเรื่องของการจัดแสดงสินค้านั้น ในสมัยแรก ผู้ขายยังไม่เห็นถึงความสำคัญของการจัดแสดงสินค้าเนื่องจากผู้บริโภคในสมัยนั้นไม่มีกำลังซื้อเพียงพอ จึงไม่มีแรงผลักดันที่จะทำให้ผู้ผลิตผลิตสินค้า และนำสินค้าต่างๆ มาแสดงให้ผู้ซื้อเห็นเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความสนใจ ผู้ผลิตจึงทุ่มเทกับการซื้อวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้า หรือซื้อสินค้ามาเพื่อจำหน่าย

99



วัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้า

1

เพื่อแสดงสินค้าที่มีขายอยู่ในร้าน

2

เพื่อการส่งเสริมการขาย

3

เพื่อแสดงสินค้าที่มีความสัมพันธ์กัน

4

เพื่อแสดงถึงคุณภาพหรือประโยชน์ของสินค้า

5

เพื่อแสดงสินค้าในเทศกาลต่าง ๆ

6

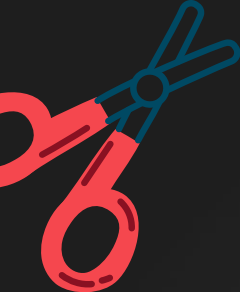
เพื่อสร้างค่านิยมที่ดีให้กับร้านค้า

7

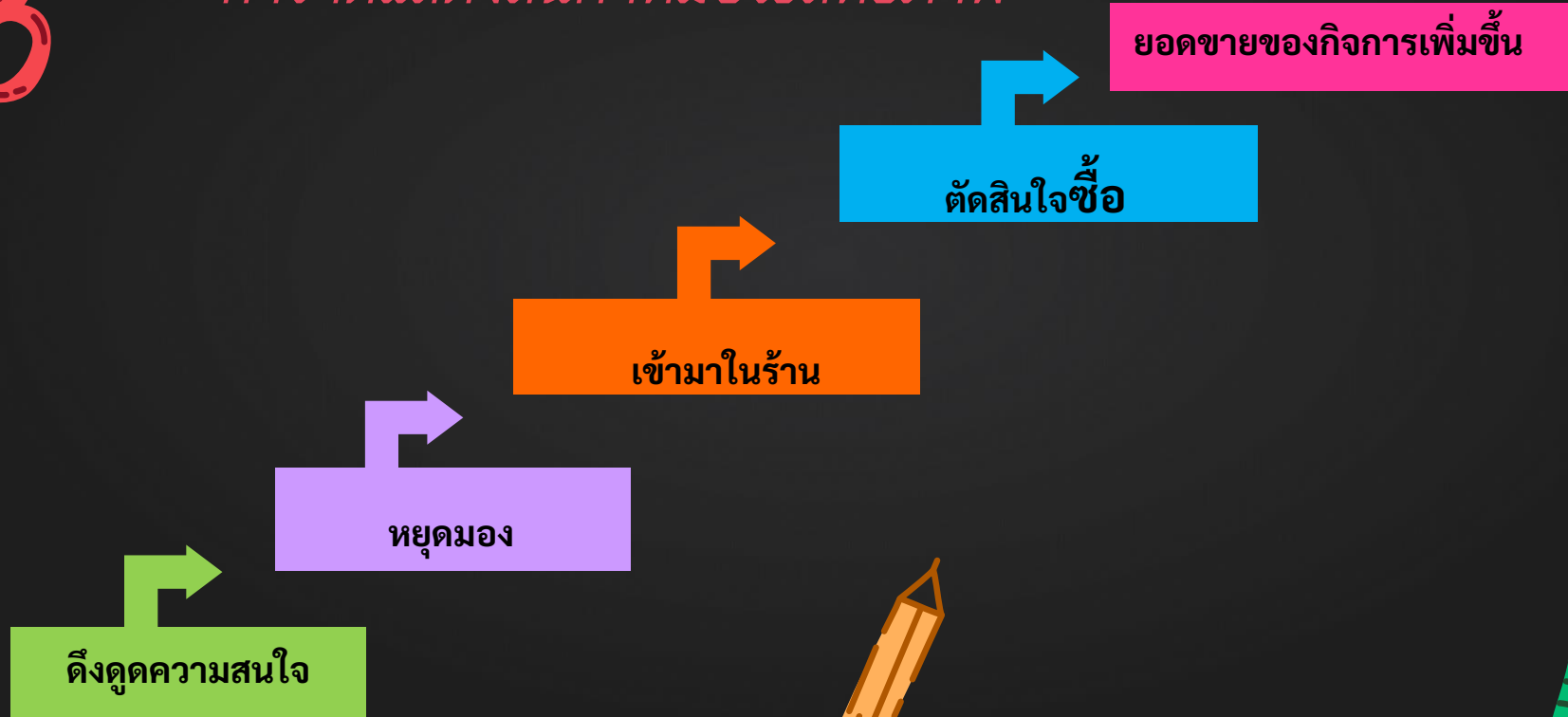
เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับร้านค้า

8

เพื่อสนับสนุนการโฆษณา



แผนภูมิแสดงความสำคัญของ
การจัดแสดงสินค้าที่มีประสิทธิภาพ





1



ด้านการบริหารการขาย ได้แก่

- 1.1 ช่วยให้มีการพัฒนาสภาพร้านค้า
- 1.2 ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่ออื่นๆ
- 1.3 ช่วยเพิ่มยอดขายของสินค้าแต่ละชนิด





2

ด้านจิตวิทยา ได้แก่

2.1 ช่วยสร้างชื่อเสียงให้แก่กิจการ



2.2 ช่วยสร้างบรรยากาศที่น่าประทับใจแก่ร้านค้า

2.3 ช่วยให้พนักงานขายและเจ้าหน้าที่ของร้านค้าเกิดความภาคภูมิใจ



สรุป

การจัดแสดงสินค้าเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการส่งเสริมการขาย ซึ่งกิจกรรมการจัดแสดงสินค้าจะส่งผลสำคัญต่อผู้ประกอบการคือทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของร้านค้า ช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้กับร้านค้า ส่วนในด้านของลูกค้า หากร้านค้าได้มีการจัดแสดงสินค้าที่จำหน่ายในร้าน เมื่อลูกค้าเห็นก็จะทำให้ทราบว่าร้านนั้นมีสินค้าใดขายบ้าง ทำให้ไม่ต้องสอบถามจากผู้ขาย หรือหากสินค้าชนิดใดที่ลูกค้าไม่ทราบวิธีการใช้งาน เมื่อเห็นเจ้าของร้านนำสินค้านั้นมาแสดงวิธีการใช้งาน ก็จะทำให้ทราบว่าสินค้านั้นใช้งานอย่างไร