

การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขายให้แก่ร้านราตหน้ายอดผัก สายไหม จังหวัด

กรุงเทพมหานคร

Producing Specialized Print Media to Sales Promotion for Rad Na Yod Phak Restaurant in Sai Mai, Bangkok

ภาศิ คล่องแคล่ว¹

กำพล ดวงพรประเสริฐ²

ดลฤดี ศรีมันตะ³

Email Tangmo1121@gmail.com

¹²³สาขาวิชานวัตกรรมการสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จกรพงษ์สุวรรณารณ

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขาย 2) ศึกษาการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย และ 3) ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ผู้วิจัยแบ่งวิธีดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขายโดยอาศัยแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการผลิต และ 2) ศึกษาการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขาย แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน 2) ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากที่สุด และ 3) ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ, การส่งเสริมการขาย, ประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this research project are 1) to produce the specialized print media for sales promotion; 2) to study on the awareness about the sales promotion; and 3) to study on the satisfaction toward the specialized print media. The method of this research is divided into 2 steps, namely, 1) the production of specialized print media for sales promotion by relying on relevant approaches and research works and using instant computer programs, and 2) the study on the awareness about the sales promotion and the satisfaction toward the specialized print media by using online questionnaire as a tool to collect data from 100 people of Sai Mai District, Bangkok. The statistics used for data analysis are numbers, percentages,

means and standard deviations. The findings from the research are as follows. 1) The production of the specialized print media for sales promotion is divided into 4 steps. 2) People of Sai Mai District, Bangkok awareness about the sales promotion at very high level. 3) People of Sai Mai District, Bangkok are satisfied with the specialized print at very high level.

Keywords: Specialized Print Media, Sales Promotion, People of Sai Mai District, Bangkok

บทนำ

ในปัจจุบันผู้ประกอบการร้านอาหารต้องเผชิญกับปัญหาต้นทุนสินค้าอาหารแพงขึ้น ค่าเช่าพื้นที่และค่าจ้างพนักงานที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงผู้บริโภคลดการทานอาหารนอกบ้าน สอดคล้องกับสมาคมธุรกิจร้านอาหารระบุว่า ธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับปัจจัยลบหลายประการ เช่น การชะลอการใช้จ่ายของผู้บริโภค การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น ทำให้ร้านอาหารต้องสร้างจุดเด่นที่แตกต่าง (ไทยรัฐออนไลน์, 2567, ออนไลน์) หากผู้ประกอบการรายไหนที่ไม่สามารถปรับตัวได้ก็ต้องปิดกิจการไป สอดคล้องกับข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ตลอดปี 2567 ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร จดทะเบียนเลิกจำนวน 805 ราย คิดเป็นทุนจดทะเบียน 1,994 ล้านบาท (Thestandard, 2567, ออนไลน์)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ผู้วิจัยได้ไปสอบถามนายไชยณรงค์ ปาละประเสริฐ (2567, สัมภาษณ์) เจ้าของร้านราดหน้ายอดผักสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ซึ่งเปิดขายราดหน้าและผัดซีอิ๊วมากกว่า 30 ปี ทราบว่าปัจจุบันยอดขายของร้านลดลง เนื่องจากราคาค่าวัตถุดิบแพงขึ้นเป็นอย่างมาก ทางร้านจึงต้องเพิ่มราคาของราดหน้าและผัดซีอิ๊วขึ้นเพื่อให้มีกำไรเพิ่มขึ้น แต่ลูกค้าก็จะซื้อน้อยลง นอกจากนั้น การทำราดหน้ามีวิธีและขั้นตอนการทำที่ยุ่งยากเป็นอย่างมากรวมถึงต้องใช้วัตถุดิบหลายชนิดในการทำราดหน้าเลยทำให้ลูกค้าเลือกที่จะทานอาหารอย่างอื่นแทน ดังนั้นจึงทำให้ทางร้านฯ อยากรได้สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจมาช่วยกระตุ้นยอดขายของร้านให้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเสนอจุดเด่นของร้าน คือ เนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและโปรโมชั่นที่กำลังจัดอยู่เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้มากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าที่เป็นประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะผลิตสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ ซึ่งได้แก่ แผ่นพับและโปสเตอร์ เพื่อส่งเสริมการขายให้แก่ร้านราดหน้ายอดผักสายไหม เขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากแผ่นพับมีข้อดีคือ มีชื่อเรื่อง ภาพหน้าปกที่ดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสิ่งพิมพ์ชนิดอื่น และโปสเตอร์มีข้อดีคือ ผู้รับสามารถเข้าใจได้ทันทีที่เห็น เพราะมีส่วนที่เป็นภาพหัวข้อความ สัญลักษณ์ และส่วนที่เป็นภาพ (อรุณรัตน์ ชินวรรณ, 2553) เพื่อให้ทางร้านฯ ได้นำแผ่นพับไปแจกจ่ายแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการภายในร้าน และติดโปสเตอร์ประกาศเชิญชวนลูกค้าที่เป็นประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการขายของร้านต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อผลิตสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขายให้แก่ร้านราดหน้ายอดผักสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของร้านราตหน้ายอดผักสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น

3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ได้แก่ ประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2. ขอบเขตตัวแปร แบ่งออกเป็น ตัวแปรต้น ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขาย ตัวแปรตาม ได้แก่ การทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ และ 3. ขอบเขตเวลา ได้แก่ ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2567 – กุมภาพันธ์ 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ แบบเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาหนึ่งและวัดผลเพียงครั้งเดียว โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ขั้นตอนการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งการดำเนินการวิจัยเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ได้แก่ การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขาย โดยศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ (ณัฏพร วรคุณพิเศษ, 2556) แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบแผ่นพับและแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบโปสเตอร์ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2549) แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย (นณิฏญ์ รักภิรมย์, 2565) ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการผลิตโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ และระยะที่ 2 ได้แก่ การศึกษาการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายและความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร ซึ่งได้แก่ ประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 209,566 คน (สำนักงานเขตสายไหม, 2566, ออนไลน์) จึงใช้การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจำนวน 96 คน แต่เพื่อความน่าเชื่อถือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจึงเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 100 คน จากนั้นใช้สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกับประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครและเคยเห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขายโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งแบ่งออกเป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ จำนวน 5 ข้อ คำถามเกี่ยวกับการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายจำนวน 8 ข้อ คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจจำนวน 14 ข้อ โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามออนไลน์ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Rovinelli & Hambleton, 1977) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.95 นอกจากนั้นผู้ทรงคุณวุฒิได้ประเมินคุณภาพเนื้อหาสาระของสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจในด้านต่าง ๆ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนนำไปเผยแพร่และใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขายแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ 1. ขั้นตอนการวางแผนออกแบบและกำหนดแนวคิดในการจัดทำ ได้แก่ การสอบถามความต้องการกับเจ้าของร้าน จากนั้นนำมากำหนดวัตถุประสงค์ในการผลิตแผ่นพับและโปสเตอร์เพื่อส่งเสริมการขาย โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร 2. ขั้นตอนการเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์ ได้แก่ การเตรียมกระดาษอาร์ตมันขนาด A4 ในการออกแบบแผ่นพับในแนวนอน ส่วนโปสเตอร์ออกแบบในแนวตั้ง โดยเน้นนำเสนอชื่อร้าน ภาพบรรยากาศหน้าร้าน ภาพอาหาร ช่องทางการติดต่อร้าน โปรโมชันของร้าน 3. ขั้นตอนการพิมพ์ ได้แก่ การใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ในการออกแบบแผ่นพับโดยแบ่งสัดส่วนเนื้อหาออกเป็นหัวข้อ ส่วนโปสเตอร์จะเน้นการใช้รูปภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ หลังจากออกแบบเสร็จนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ปรับแก้ให้มีความสมบูรณ์ 4. ขั้นตอนหลังการพิมพ์ ได้แก่ การตรวจสอบความสมบูรณ์ของแผ่นพับและโปสเตอร์ก่อนจะนำแผ่นพับไปแจกจ่ายแก่ลูกค้าที่มาใช้บริการและติดโปสเตอร์ตามสถานที่ต่าง ๆ แล้วทำการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป



2. การเตรียมต้นฉบับเพื่อการพิมพ์

3. การพิมพ์

4. หลังการพิมพ์

ภาพที่ 1 แสดงขั้นตอนการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อส่งเสริมการขายขั้นตอนที่ 2 - 4

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 61.00) มีอายุ 26-35 ปี (ร้อยละ 75.00) มีอาชีพรับจ้าง (ร้อยละ 41.00) มีการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 60.00) และมีรายได้ 15,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 59.00) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	39	39.00
หญิง	61	61.00
2. อายุ		
16-25 ปี	14	14.00
26-35 ปี	75	75.00
36 ปีขึ้นไป	11	11.00
3. อาชีพ		
นักเรียน / นักศึกษา	6	6.00
ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ	12	12.00
พนักงานบริษัทเอกชน	10	10.00
รับจ้าง	41	41.00
ค้าขาย / เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	31	31.00
4. การศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	37	37.00
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	60	60.00
สูงกว่าปริญญาตรี	3	3.00
5. อาชีพ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท	1	1.00
5,001 - 10,000 บาท	3	3.00
10,001 - 15,000 บาท	30	30.00
15,001 - 20,000 บาท	59	59.00
มากกว่าหรือเท่ากับ 20,001 บาทขึ้นไป	7	7.00

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของร้านราดหน้ายอดผักสายไหม จังหวัด กรุงเทพมหานครของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 โดยทราบว่าโดยภาพรวมแล้วสามารถส่งเสริมการขายได้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.95 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของร้านราตหน้ายอดผักสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น

การทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของร้านราตหน้ายอดผักสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานครของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
1. ชื่อร้านจดจำได้ง่ายสะดวกตา ชื่อร้านไม่ซ้ำใคร	4.93	0.25	มากที่สุด
2. ภาพอาหารเห็นชัดเจนเหมาะกับเนื้อหา	4.93	0.25	มากที่สุด
3. ภาพหน้าร้าน สะอาดดูน่าเข้าไปรับประทาน	4.93	0.25	มากที่สุด
4. ข้อความ อ่านง่าย ชัดเจน สะดุดตา	4.94	0.23	มากที่สุด
5. โปรโมชั่น เมนูยอดฮิตลดราคา	4.86	0.34	มากที่สุด
6. ที่อยู่ ที่ติดต่อ อ่านง่าย	4.94	0.23	มากที่สุด
7. QR Code ร้านราตหน้าใน Shopee Food ง่ายต่อการค้นหา	4.94	0.23	มากที่สุด
8. โดยภาพรวมแล้วสามารถส่งเสริมการขายได้	4.95	0.21	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.93	0.25	มากที่สุด

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.89 โดยมีความพึงพอใจไปสเตอร์โดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็น 4.90 โดยมีความพึงพอใจว่าโดยรวมไปสเตอร์สามารถส่งเสริมการขายได้มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 และมีความพึงพอใจแผ่นพับโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็น 4.88 โดยมีความพึงพอใจว่าโดยรวมแผ่นพับสามารถส่งเสริมการขายได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของประชาชนในเขตสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
1. แผ่นพับ	4.88	0.31	มากที่สุด
1.1 หัวเรื่อง สะดุดตา ดึงดูดให้อ่าน	4.88	0.32	มากที่สุด
1.2 หัวเรื่องรอง ชัดเจนสวยงาม	4.90	0.30	มากที่สุด
1.3 ข้อความ (Font) อ่านเข้าใจง่าย	4.87	0.33	มากที่สุด
1.4 ภาพประกอบเหมาะกับเนื้อหา เห็นชัดเจน	4.88	0.32	มากที่สุด
1.5 ผู้พิมพ์โฆษณาจัดวางอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.87	0.33	มากที่สุด

ความพึงพอใจที่มีต่อสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจของประชาชนในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้น	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	การแปลความหมาย
1.6 ตราสัญลักษณ์มีขนาดพอดี ออกแบบสวยงาม	4.89	0.31	มากที่สุด
1.7 โดยรวมแผ่นพับสามารถส่งเสริมการขายได้	4.91	0.28	มากที่สุด
2. โปสเตอร์	4.90	0.29	มากที่สุด
2.1 หัวเรื่อง สะดุดตา ดึงดูดให้อ่าน	4.91	0.28	มากที่สุด
2.2 หัวเรื่องรอง ชัดเจนสวยงาม	4.88	0.32	มากที่สุด
2.3 ข้อความ (Font) อ่านเข้าใจง่าย	4.90	0.30	มากที่สุด
2.4 ภาพประกอบเหมาะกับเนื้อหา เห็นชัดเจน	4.89	0.31	มากที่สุด
2.5 ผู้พิมพ์โฆษณาจัดวางอยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม	4.91	0.28	มากที่สุด
2.6 ตราสัญลักษณ์มีขนาดพอดี ออกแบบสวยงาม	4.89	0.31	มากที่สุด
2.7 โดยรวมโปสเตอร์สามารถส่งเสริมการขายได้	4.93	0.25	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.89	0.30	มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของร้านรายอดผักสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร ภายหลังจากที่ได้เห็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยทราบว่าโดยภาพรวมแล้วสามารถส่งเสริมการขายได้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการออกแบบแผ่นพับและโปสเตอร์มีคุณภาพ มีความเหมาะสม และสามารถนำไปใช้เผยแพร่ต่อไปยังประชาชนได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบหัวเรื่องขนาดใหญ่ การใช้หัวเรื่องรองที่สวยงาม การใช้ข้อความและภาพประกอบที่ดึงดูดความสนใจ การจัดวางตำแหน่งผู้พิมพ์โฆษณาและตราสัญลักษณ์ที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอแนวคิดหลักเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของร้านเพียงอย่างเดียว จึงทำให้ประชาชนทราบเกี่ยวกับการส่งเสริมการขาย ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่นของสินค้า ราคาเมนูยอดฮิต ที่อยู่ สถานที่ตั้งของร้านได้ทันที ภายหลังจากที่ได้พบเห็นสื่อดังกล่าว สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบแผ่นพับของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549) ที่ระบุว่า แผ่นพับ (Folder) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่ใช้กระดาษแผ่นเดียว พิมพ์ข้อความเกี่ยวกับองค์กร เรื่องราวเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพื่อแจกจ่ายเฉพาะกิจ หรือการวางไว้แจกจ่ายแบบเผยแพร่ และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบโปสเตอร์ของสุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549) ที่ระบุว่า โปสเตอร์ (Poster) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาสาระ เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ต้องการเรียกร้องความสนใจ ส่วนใหญ่แล้วมักนำเสนอเพียงแนวความคิดเดียวเป็นหลักใหญ่

2. ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร มีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจที่ผลิตขึ้นโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจว่าทั้งแผ่นพับและโปสเตอร์สามารถส่งเสริมการขายได้ เนื่องจากสื่อดังกล่าวมุ่งเน้นนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับชื่อร้านอาหาร ชื่อภาพอาหาร จุดเด่นของเมนูอาหารยอดฮิตและโปรโมชั่นต่าง ๆ ช่องทางการสั่งอาหาร ที่อยู่ของร้าน จึงส่งผลให้ประชาชนที่พบเห็นเกิดความพึงพอใจและเกิดแรงจูงใจที่จะอยากซื้อสินค้าได้ในทันที โดยร้านรายอดผักสายใหม่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถนำแผ่นพับและโปสเตอร์ที่ผลิตขึ้นไปใช้เป็นสื่อเพื่อกระตุ้นยอดขายเพื่อสร้างจุดเด่นที่

แตกต่างได้ในสถานการณ์การแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบันและอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของนนทภิญญ์ รักภิมย์ (2565) ที่ระบุว่าการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นหนึ่งในเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่นับว่าเป็นที่นิยมใช้กันอย่างมาก โดยวัตถุประสงค์ในการใช้การส่งเสริมการขายคือเพิ่มกระตุ้นยอดขาย ผ่านการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค เช่น การมอบส่วนลดต่าง ๆ ซึ่งก่อให้เกิดแรงจูงใจแก่ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการได้ในทันที นอกจากนี้ผลการศึกษายังสอดคล้องกับการศึกษาของภักดิษา อภิศุกรกุล (2566) ที่พบว่า ความคิดเห็นการใช้สื่อโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก และการศึกษาของจิตตมาศ พลีไพร (2565) ที่พบว่าประชาชนในอำเภอบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม มีความพึงพอใจสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อเตือนภัยกลโกงของมิจฉาชีพอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้งาน
 - 1.1 ร้านราตหน้ายอดผักสายไหม จังหวัดกรุงเทพมหานคร สามารถนำแผ่นพับและโปสเตอร์ที่ผลิตขึ้นไปใช้ส่งเสริมการขายได้
2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป
 - 2.1 ควรผลิตคลิปวิดีโอสั้น ๆ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำร้านอาหาร เมนูอาหาร บรรยากาศภายในร้านเพื่อสร้างการส่งเสริมการขายและช่วยดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ไทยรัฐออนไลน์. (2567). สมาคมธุรกิจร้านอาหาร แนะนำวิธีอยู่รอดจากปัจจัยลบรอบตัว. สืบค้นเมื่อพฤศจิกายน 26, 2567, จาก https://www.thairath.co.th/money/business_marketing/marketing_trends/2805013.
- Thestandard. (2567). 3 ธุรกิจปิดกิจการมากที่สุดในปี 67 ยอดรวมพุ่ง 23,679 ราย วิเคราะห์ ทำไมมูลค่าสูง 1.7 แสนล้านบาท แม้ยอดจัดตั้งธุรกิจใหม่ทุบนิวไฮ. สืบค้นเมื่อกุมภาพันธ์ 5, 2569, จาก <https://thestandard.co/3-businesses-most-closures-2567/>.
- ไชยณรงค์ ปาละประเสริฐ. (2567). เจ้าของร้านราตหน้ายอดผักสายไหม. สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2567.
- อรุณรัตน์ ชินวรรณ. (2553). สื่อประชาสัมพันธ์ Public relations media. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฏพร วรคุณพิเศษ. (2556). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปริญญานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2549). เรียนรู้วิธีการและงานบรรณาธิการสื่อสิ่งพิมพ์. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม.
- นนทภิญญ์ รักภิมย์. (2565). การเปิดรับเครื่องมือสื่อสารการตลาด และกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วยบัตรเครดิต. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



การประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 21

"นวัตกรรมและการบูรณาการองค์ความรู้ของสหสาขาเพื่อการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน"

วันที่ 2 มีนาคม 2569

สำนักงานเขตสายไหม. (2566). ข้อมูลทั่วไปของเขต. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://webportal.bangkok.go.th/saimai/page/sub/4194/ข้อมูลทั่วไปของเขต>

Yamane, T. (1967). Statistics: An introductory analysis. (2nd ed.). New York: Harper & Row.

Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. Dutch Journal of Educational Research. 2(1), 49-60.

ภคินิษา อภิศุภกรกุล. (2566). การใช้สื่อโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มยอดขายของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลสวายจิก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารสหวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 7(1), 33-41.

จิตตมาศ พลีไพร. (2565). การผลิตสิ่งพิมพ์เฉพาะกิจเพื่อเตือนภัยกลโกงของมิจฉาชีพให้แก่ประชาชนในอำเภอ บางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม. ปริญาเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน คณะ บริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก เขตพื้นที่จรัล พงษ์วานารณ.