

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการศึกษา

3.1 ขอบเขตการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลที่ทำกรเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งดังต่อไปนี้

1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูล que ผู้ศึกษาทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีการสร้างแบบสอบถาม จำนวน 500 ชุด โดยแบ่งจากผู้ที่ใช้และผู้ที่ไม่ใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้สื่อโฆษณา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูล que เก็บรวบรวมมาจากเอกสาร บทความ และรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 วิธีการประมวลผลและวิเคราะห์

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งการศึกษาออกเป็น ดังนี้

1) การศึกษาด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้สื่อโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) คือการบรรยายลักษณะทั่วไป โดยการนำเสนอลักษณะรูปแบบตาราง แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ในประเด็นการศึกษา ดังนี้

(1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

(2) ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้ใช้สื่อโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี ในจังหวัดเชียงใหม่

2) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีและเพื่อสำรวจการใช้สื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้วิธีการแบบจำลองโลจิท (Logit Model) ด้วยเทคนิควิธี

วิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates: MLE) และเทคนิควิเคราะห์ Marginal Effects ซึ่งสามารถเขียนแบบจำลองได้ดังนี้

$$Prob(Y = 1) = \frac{1}{1 + e^{-x_i\beta}}$$

- Y คือ การเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสาร ประเภทแจกฟรี
 Y = 1 เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสาร ประเภทแจกฟรี
 Y = 0 เมื่อผู้ตอบแบบสอบถามไม่เลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสาร ประเภทแจกฟรี
- X₁ คือ เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
 X₁ = 1 เพศชาย
 X₁ = 0 เพศหญิง
- X₂ คือ อายุ (ปี) ของผู้ที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- X₃ คือ สถานะภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
 X₃ = 1 ถ้าสมรสแล้ว
 X₃ = 0 อื่นๆ
- X₄ คือ ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามคือ
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
 X₄ = 1 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี
 X₄ = 0 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี
- X₅ คือ ประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
 X₅ = 1 ประเภทธุรกิจ (อื่นๆ)
 X₅ = 0 ประเภทธุรกิจ (ร้านอาหาร,สปา,โรงแรม)
- X₆ คือ ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจของผู้ใช้สื่อ (ปี)
- X₇ คือ รายได้เฉลี่ยในแต่ละเดือน (บาท) ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- X₈ คือ งบประมาณสำหรับค่าโฆษณาในแต่ละปี(ล้านบาท)
- X₉ คือ อัตราค่าลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

- $X_9 = 1$ ปัจจัยด้านอัตราค่าลงโฆษณาของนิตยสารมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_9 = 0$ ปัจจัยด้านอัตราค่าลงโฆษณาของนิตยสารไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{10} คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผ่อนชำระในการใช้สื่อ
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{10} = 1$ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระในการใช้สื่อมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{10} = 0$ ปัจจัยด้านการผ่อนชำระในการใช้สื่อไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{11} คือ กลุ่มเป้าหมาย (ผู้อ่านหรือผู้รับสื่อโฆษณา)
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{11} = 1$ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย (ผู้อ่านหรือผู้รับสื่อโฆษณา) มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{11} = 0$ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย (ผู้อ่านหรือผู้รับสื่อโฆษณา) ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{12} คือ สถานที่จัดวางนิตยสารของนิตยสารประเภทแจกฟรี
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{12} = 1$ ปัจจัยทางด้านสถานที่จัดวางนิตยสารของนิตยสารประเภทแจกฟรีมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{12} = 0$ สถานที่จัดวางนิตยสารของนิตยสารประเภทแจกฟรีไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{13} คือ การเอาใจใส่ลูกค้า
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{13} = 1$ ปัจจัยทางการเอาใจใส่ลูกค้ามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{13} = 0$ ปัจจัยทางการเอาใจใส่ลูกค้าไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{14} คือ ความสะดวกในการชำระเงิน
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

$X_{14} = 1$ ปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระเงินของผู้ใช้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ
ลงโฆษณาในนิตยสาร ประเภทแจกฟรี

$X_{14} = 0$ ปัจจัยด้านความสะดวกในการชำระเงินของผู้ใช้ที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้
บริการลงโฆษณาในนิตยสาร ประเภทแจกฟรี

X_{15} คือ ยอดจัดพิมพ์ต่อครั้ง
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

$X_{15} = 1$ ปัจจัยด้านยอดจัดพิมพ์ต่อครั้งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาใน
นิตยสารประเภทแจกฟรี

$X_{15} = 0$ ปัจจัยด้านยอดจัดพิมพ์ต่อครั้งไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาใน
นิตยสารประเภทแจกฟรี

X_{16} คือ ลักษณะรูปแบบการผลิตหนังสือนิตยสาร ประเภทแจกฟรี
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

$X_{16} = 1$ ปัจจัยทางด้านลักษณะรูปแบบการผลิตหนังสือนิตยสารประเภทแจกฟรีที่มีอิทธิพล
ต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

$X_{16} = 0$ ปัจจัยทางด้านลักษณะรูปแบบการผลิตหนังสือนิตยสารประเภทแจกฟรีไม่มี
อิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

X_{17} คือ เนื้อหาสาระ
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

$X_{17} = 1$ เนื้อหาสาระที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสาร ประเภทแจกฟรี

$X_{17} = 0$ เนื้อหาสาระไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสาร
ประเภทแจกฟรี

X_{18} คือ นิตยสารที่มีชื่อเสียง
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

$X_{18} = 1$ ปัจจัยด้านนิตยสารที่มีชื่อเสียงที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาใน
นิตยสารประเภทแจกฟรี

$X_{18} = 0$ ปัจจัยด้านนิตยสารที่มีชื่อเสียงไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลง
โฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

X_{19} คือ ความมั่นคงของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา
ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

- $X_{19} = 1$ ปัจจัยความมั่นคงของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{19} = 0$ ปัจจัยความมั่นคงของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{20} คือ ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{18} = 1$ ปัจจัยด้านฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{18} = 0$ ปัจจัยด้านฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{21} คือ ความชัดเจนในการทำตลาดของนิตยสารประเภทแจกฟรี
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{12} = 1$ ปัจจัยทางด้านความชัดเจนในการทำตลาดของนิตยสารประเภทแจกฟรีที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{12} = 0$ ปัจจัยทางด้านความชัดเจนในการทำตลาดของนิตยสารประเภทแจกฟรีไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{22} คือ ความคุ้มค่าในการลงโฆษณา
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_9 = 1$ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าในการลงโฆษณามีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_9 = 0$ ปัจจัยด้านความคุ้มค่าในการลงโฆษณาไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{23} คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านโปรโมชั่น
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย
- $X_{23} = 1$ ปัจจัยด้านโปรโมชั่นมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- $X_{23} = 0$ ปัจจัยด้านโปรโมชั่นไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี
- X_{24} คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จในการใช้สื่อ
 ในที่นี้จะใช้ตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดย

$X_{24} = 1$ ปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จในการใช้สื่อมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลง
โฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

$X_{24} = 0$ ปัจจัยด้านความประสบความสำเร็จในการใช้สื่อไม่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการลง
โฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

β_0

คือ ค่าคงที่

$\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_{24}$

คือ ค่าพารามิเตอร์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved