



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## ภาคผนวก ก

## ผลการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิท

Variable	Coefficient	Standard Error	b/St. Er.	P[ Z >z]	Mean of X
-----+-----					
Multinomial Logit Model					
Maximum Likelihood Estimates					
Model estimated: May 23, 2008 at 06:04:49PM.					
Dependent variable	USE1				
Weighting variable	None				
Number of observations	500				
Iterations completed	6				
Log likelihood function	-272.1833				
Restricted log likelihood	-342.2049				
Chi squared	140.0432				
Degrees of freedom	24				
Prob[ChiSqd > value] =	.0000000				
Hosmer-Lemeshow chi-squared =	10.30787				
P-value=	.24408 with deg.fr. = 8				
-----+-----					
Characteristics in numerator of Prob[Y = 1]					
Constant	-1.631187460	.64389947	-2.533	.0113	.45000000
X1	-.6954718361	.22349241	-3.112	.0019	.35.970000
X2	.1781583462E-01	.13741541E-01	1.296	.1948	.38600000
X3	-.4997998806	.26098919	-1.915	.0555	.20000000
X4	.5044095774	.28230841	1.787	.0740	.53200000
X5	-1.306522200	.23090601	-5.658	.0000	7.1280000
X6	.2487604836E-02	.20170383E-01	.123	.9018	193112.00
X7	-.2994667971E-06	.35090560E-06	-.853	.3934	55275.100
X8	.1030487655E-05	.11866517E-05	.868	.3852	.52000000
X9	.6144421986	.23414454	2.624	.0087	.19800000
X10	.6605529603E-01	.29779554	.222	.8245	.85200000
X11	.9253498456	.33474298	2.764	.0057	.77200000
X12	-.4236198048	.30103152	-1.407	.1594	.51400000
X13	-.2006377579	.25281215	-.794	.4274	.23800000
X14	.4356453218E-01	.28450758	.153	.8783	.42400000
X15	.9970661842	.23140573	4.309	.0000	.57000000
X16	.3264707372	.21864900	1.493	.1354	.58200000
X17	.5001922578	.21739426	2.301	.0214	.65600000
X18	-.3599535694	.26262431	-1.371	.1705	.51000000
X19	-.5416941343	.28881567	-1.876	.0607	.45400000
X20	-.1705289050	.22924479	-.744	.4570	.41800000
X21	.5503159953E-01	.23050249	.239	.8113	.67400000
X22	-.1990141857	.25829213	-.771	.4410	.30800000
X23	.1365107890	.26036821	.524	.6001	.53400000
X24	1.407189875	.29968355	4.696	.0000	
(Note: E+nn or E-nn means multiply by 10 to + or -nn power.)					
-----+-----					

Information Statistics for Discrete Choice Model.								
	M=Model			MC=Constants Only		M0=No Model		
Criterion F (log L)	-272.18327			-342.20485				-346.57359
LR Statistic vs. MC	140.04316			.00000				.00000
Degrees of Freedom	24.00000			.00000				.00000
Prob. Value for LR	.00000			.00000				.00000
Entropy for probs.	272.18327			342.20485				346.57359
Normalized Entropy	.78535			.98739				1.00000
Entropy Ratio Stat.	148.78064			8.73748				.00000
Bayes Info Criterion	693.51713			833.56030				842.29777
BIC - BIC(no model)	148.78064			8.73748				.00000
Pseudo R-squared	.20462			.00000				.00000
Pct. Correct Prec.	72.00000			.00000				50.00000
Means:	y=0	y=1	y=2	y=3	yu=4	y=5,	y=6	y>=7
Outcome	.5660	.4340	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
Pred.Pr	.5660	.4340	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000	.0000
Notes: Entropy computed as Sum(i)Sum(j)Pfit(i,j)*logPfit(i,j).								
Normalized entropy is computed against M0.								
Entropy ratio statistic is computed against M0.								
BIC = 2*criterion - log(N)*degrees of freedom.								
If the model has only constants or if it has no constants, the statistics reported here are not useable.								
-----								
Partial derivatives of probabilities with respect to the vector of characteristics. They are computed at the means of the Xs. Observations used are All Obs.								
-----								
Variable	Coefficient	Standard Error	b/St.Er.	P[ Z >z]	Mean of X			
-----								
Characteristics in numerator of Prob[Y = 1]								
Constant	-.3934317719	.15375134	-2.559	.0105				
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X1	-.1651492648	.51640494E-01	-3.198	.0014	.45000000			
X2	.4297063063E-02	.33118895E-02	1.297	.1945	35.970000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X3	-.1186416117	.60502354E-01	-1.961	.0499	.38600000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X4	.1238394756	.69795390E-01	1.774	.0760	.20000000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X5	-.3075027476	.51011276E-01	-6.028	.0000	.53200000			
X6	.5999940549E-03	.48650273E-02	.123	.9018	7.1280000			
X7	-.7222943743E-07	.84595536E-07	-.854	.3932	193112.00			
X8	.2485468986E-06	.28602331E-06	.869	.3849	55275.100			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X9	.1468284498	.54983701E-01	2.670	.0076	.52000000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X10	.1598901755E-01	.72323114E-01	.221	.8250	.19800000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X11	.2023987814	.63524342E-01	3.186	.0014	.85200000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X12	-.1037046199	.74253010E-01	-1.397	.1625	.77200000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X13	-.4838159897E-01	.60902879E-01	-.794	.4270	.51400000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X14	.1052930853E-01	.68901060E-01	.153	.8785	.23800000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X15	.2389932099	.53867007E-01	4.437	.0000	.42400000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X16	.7824260252E-01	.51966489E-01	1.506	.1322	.57000000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X17	.1191289279	.50822878E-01	2.344	.0191	.58200000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X18	-.8745360071E-01	.64008869E-01	-1.366	.1719	.65600000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X19	-.1300720919	.68691350E-01	-1.894	.0583	.51000000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X20	-.4104720771E-01	.55022936E-01	-.746	.4557	.45400000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								
X21	.1328369244E-01	.55678133E-01	.239	.8114	.41800000			
Marginal effect for dummy variable is P 1 - P 0.								

X22     -.4826357975E-01   .62912001E-01     -.767   .4430       .67400000  
           Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.  
 X23     .3307073037E-01   .63311867E-01       .522   .6014       .30800000  
           Marginal effect for dummy variable is P|1 - P|0.  
 X24     .3246161052       .63531362E-01     5.110   .0000       .53400000  
 (Note: E+nn or E-nn means multiply by 10 to + or -nn power.)

Fit Measures for Binomial Choice Model		
Logit model for variable USE1		
Proportions P0=	.566000	P1= .434000
N =	500	N0= 283   N1= 217
LogL =	-272.18327	LogL0 = -342.2049
Estrella =	1-(L/L0)^(-2L0/n) = .26902	
Efron	McFadden	Ben./Lerman
.24879	.20462	.63196
Cramer	Veall/Zim.	Rsqr ML
.25086	.37865	.24428
Information Criteria	Akaike I.C.	Schwarz I.C.
	1.18873	699.73174

Frequencies of actual & predicted outcomes  
 Predicted outcome has maximum probability.  
 Threshold value for predicting Y=1 = .5000  
           Predicted

Actual	0	1	Total
0	223	60	283
1	80	137	217
Total	303	197	500

=====  
 Analysis of Binary Choice Model Predictions Based on Threshold = .5000  
 =====

Prediction Success

-----  
 Sensitivity = actual 1s correctly predicted           63.134%  
 Specificity = actual 0s correctly predicted           78.799%  
 Positive predictive value = predicted 1s that were actual 1s   69.543%  
 Negative predictive value = predicted 0s that were actual 0s   73.597%  
 Correct prediction = actual 1s and 0s correctly predicted   72.000%  
 -----

Prediction Failure

-----  
 False pos. for true neg. = actual 0s predicted as 1s       21.201%  
 False neg. for true pos. = actual 1s predicted as 0s       36.866%  
 False pos. for predicted pos. = predicted 1s actual 0s     30.457%  
 False neg. for predicted neg. = predicted 0s actual 1s     26.403%  
 False predictions = actual 1s and 0s incorrectly predicted   28.000%  
 =====

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## แบบสอบถามการค้นคว้าอิสระ

วิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีในจังหวัด  
เชียงใหม่”

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการค้นคว้าแบบอิสระ ตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
2. กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  หรือเติมคำในช่องว่าง

## ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ ..... ปี
3. สถานภาพการสมรส  โสด  สมรสแล้ว  
 ม้าย  หย่า
4. การศึกษาสูงสุด  
 ประถมศึกษา  มัธยมศึกษา / ปวช.  
 อนุปริญญา หรือเทียบเท่า (ปวท. ปวส.)  ปริญญาตรี  
 สูงกว่าปริญญาตรี
5. ประเภทธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม  
 ร้านอาหารและภัตตาคาร  สปา  โรงแรมและรีสอร์ท  
 สถานบันเทิง  ส่งออก  อื่นๆ (ระบุ).....
6. ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจเป็นเวลา.....ปี
7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....บาท/เดือน
8. ท่านเคยรู้จักหนังสือประเภทแจกฟรี ยี่ห้อใดบ้าง  
 Hip Magazine  Compass  Passport to Suvarnaphoum  
 Guide Line  Pazzo  Passport to Chiang Mai  
 City Life  Long Stay  Chiang Mai Tourist Guide  
 Art & Culture  What's on Chiang Mai  
 Welcome to Chiang Mai & Chiang Rai  อื่นๆ (ระบุ).....
9. โดยปกติทางบริษัทหรือธุรกิจของท่านเลือกใช้สื่อใดในการโฆษณาแบบใดบ้าง

- โทรทัศน์     วิทยุ     หนังสือพิมพ์     ใบปลิว/โฆษณากลางแจ้ง  
 นิตยสาร     รถแห่     อินเทอร์เน็ต     อื่นๆ(ระบุ).....

## ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการใช้สื่อโฆษณา

- ท่านเคยใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีหรือไม่
  - เคย     ไม่เคย
- ในอนาคตท่านสนใจจะลงโฆษณาหรือไม่
  - สนใจ     ไม่แน่ใจ     ไม่สนใจ
- งบประมาณที่ใช้สำหรับประชาสัมพันธ์ในธุรกิจของท่านต่อปีประมาณ.....บาท
- จำนวนนิตยสารประเภทแจกฟรีที่ท่านลงโฆษณาเป็นจำนวนกี่ยี่ห้อมต่อปี
  - 1 ยี่ห้อม     2 ยี่ห้อม     3 ยี่ห้อม     มากกว่า 3 ยี่ห้อม     ไม่เคยลง
- ท่านเคยหรือสนใจลงโฆษณาในนิตยสารยี่ห้อมใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
  - Hip Magazine     Compass     Passport to Suvarnaphoum
  - Guide Line     Pazzo     Passport to Chiang Mai
  - City Life     Long Stay     Chiang Mai Tourist Guide
  - Art & Culture     What's on Chiang Mai     ไม่เคยลง
  - Welcome to Chiang Mai & Chiang Rai     อื่นๆ (ระบุ).....
- ท่านคิดว่าท่านจะลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีเป็นระยะเวลาานเท่าไร
  - 1-3 เดือน     4-6 เดือน     7-12 เดือน     มากกว่า 12 เดือน
- ตำแหน่งพื้นที่ลงโฆษณาที่ท่านสนใจมากที่สุด
  - ปกหน้าด้านใน     ปกหลัง     ปกหลังด้านใน     หน้าปกติ
- ท่านได้รับคำแนะนำและชักชวนจากใครในการลงโฆษณา
  - ฝ่ายการตลาด     มีผู้แนะนำ     e-mail     อื่นๆ(ระบุ).....

### ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่

1. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่มีผลมากที่สุดต่อการเลือกใช้บริการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรีในจังหวัดเชียงใหม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

#### ปัจจัยทางด้านราคาและกลุ่มเป้าหมาย

- ราคาของสื่อหรืออัตราค่าลงโฆษณา เช่น ราคาของสื่อมีราคาสูง กลาง ต่ำ
- การผ่อนชำระ เช่น กำหนดชำระเงินภายใน 45 วัน เป็นต้น
- ความสามารถในการเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายหรือผู้อ่านได้รวดเร็วตามความต้องการของผู้ลงโฆษณา

#### ปัจจัยทางการบริการ

- สถานที่จัดวางของนิตยสารประเภทแจกฟรี เช่น โรงแรม สปา ห้องอาหาร แหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น
- การเอาใจใส่ลูกค้า เช่น การบริการหลังการขายและแก้ปัญหาแก่ลูกค้าอย่างรวดเร็วที่ลูกค้าต้องการ เป็นต้น
- ความสะดวกในการชำระเงิน เช่น สามารถชำระผ่านทางบัตรเครดิต เช็ค เป็นต้น
- ยอดจัดพิมพ์ต่อครั้ง เช่น จัดพิมพ์ 10,000 ฉบับ/ครั้ง/เดือน

#### ปัจจัยทางด้านคุณภาพและความมั่นคง

- ลักษณะรูปแบบการผลิตหนังสือนิตยสารประเภทแจกฟรี
- เนื้อหาสาระ เช่น คอลัมน์ต่างๆ
- นิตยสารที่มีชื่อเสียง เช่น การได้รับความนิยมนจากผู้อ่านส่วนใหญ่
- ความมั่นคงของบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาหรือผู้ผลิตนิตยสาร

#### ปัจจัยทางด้านฤดูกาลและการตลาด

- ฤดูกาลที่นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด
- ความชัดเจนในการทำการตลาด
- ความคุ้มค่าในการลงโฆษณา เช่น ผู้ลงโฆษณาได้รับผลตอบแทนจากการโฆษณา
- โปรโมชัน เช่น เมื่อลงโฆษณาครบ 3 ครั้ง ได้สิทธิ์ในการลงโฆษณาฟรี 1 ครั้ง เป็นต้น
- ความประสบความสำเร็จในการใช้สื่อ คือ การสร้างความมั่นใจแก่ผู้ลงโฆษณา

2. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....  
.....  
.....

3. ปัญหาและอุปสรรคในการลงโฆษณาในนิตยสารประเภทแจกฟรี

.....  
.....  
.....



“ขอขอบพระคุณอย่างสูงในการกรอกแบบสอบถามครั้งนี้”

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาว สารีศา อ้อตระกูล
วัน เดือน ปีเกิด	12 กรกฎาคม 2527
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนพระหฤทัยเชียงใหม่ ปี 2544 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย ปี 2545 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ปี 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved