

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัย
ของลูกค้านาคาพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน

นายชัชวัฒน์ พงษ์ภาสุระ

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กฤษณา	รัตนพฤกษ์	ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โฉมฉายา	เรืองพงษ์	กรรมการ
อาจารย์ อรชร์	มลิสงษ์	กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยของลูกค้านาคาพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัย ของลูกค้านาคาพาณิชย์ และศึกษาปัญหาในการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยของ ลูกค้านาคาพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างได้จากลูกค้านาคาพาณิชย์ที่มาใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยจำนวน 390 คน โดยการสุ่มตัวอย่างจากลูกค้านาคาที่มาติดต่อผ่านข้าราชการทำการนาคาพาณิชย์ ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ โดยใช้ไมโครคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS/PC⁺ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าอัตราร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัย ของลูกค้านาคาพาณิชย์พบว่า ปัจจัยด้านราคาและด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการจำหน่ายมีผลในระดับปานกลาง

สำหรับปัญหาในการใช้บริการสินค้าที่อยู่อาศัยนั้น ลูกค้านาคามีปัญหาด้านราคาในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ลูกค้านาคามีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง

Independent Study Title : Marketing Factors Effecting Customers'
Housing Loans of Commercial Banks in
Muang District, Chiang Mai Province

Author : Mr. Chaiwat Pongpasura

M.B.A. : Business Administration

Examining Committee :

Assistant Prof.	Krisana	Ratanapruck	Chairman
Assistant Prof.	Chomcharlao	Ruangpong	Member
Lecturer	Orachorn	Maneesong	Member

Abstract

The objectives of the independent study " Marketing Factors Effecting Customers' Housing Loans of Commercial Banks in Muang District, Chiang Mai Province " were to study the marketing factors effecting customers' housing loans and the problems of customers' housing loans of commercial banks in Muang District, Chiang Mai Province.

The sample group of this study were 390 samples who came to pay their housing loan debt at the banks. They were surveyed by questionnaires and the data collected were then processed by micro-computer SPSS/PC⁺ program, using frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The study showed that pricing and product-factors were at a high level effecting customers' housing loans, while place and promotion were at a moderate level.

The problems generated from using housing loans, the pricing problem was at a high level while product, place and promotional problems were at a moderate level.