

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ ประชากรกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้คือ ผู้พักอาศัยในโครงการดิเออบาน่า จำนวน 320 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

#### สรุปผลการศึกษา

##### 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 119 ราย คิดเป็นร้อยละ 59.50 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 สถานภาพโสด จำนวน 146 ราย คิดเป็นร้อยละ 73.0 การศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 133 ราย คิดเป็นร้อยละ 66.5 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.0 รายได้ 20,001-50,000 บาท จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-3 ปี จำนวน 98 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.0

##### 2) ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากทุกด้าน โดยให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.93 รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านสภาพแวดล้อมที่ค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านราคา ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 ด้านกระบวนการบริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 และด้านการจัดจำหน่ายที่ค่าเฉลี่ย 3.72 ตามลำดับ ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.83 หากพิจารณาแต่ละปัจจัยย่อยของแต่ละด้านพบว่า

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย จะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับมากกับชื่อเสียงของโครงการมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.09 รองลงมาความโดดเด่นและความทันสมัยของแบบบ้านและระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการที่ค่าเฉลี่ย 3.96 มีบ้านตัวอย่างให้เลือกก่อน

ตัดสินใจซื้อ ที่ค่าเฉลี่ย 3.94 การวางผังโครงการที่เป็นระเบียบ ที่ค่าเฉลี่ย 3.89 ความสวยงามของแบบบ้านและระบบสาธารณูปโภคของโครงการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 คุณภาพและมาตรฐานวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างบ้าน ที่ค่าเฉลี่ย 3.87 ถนนในโครงการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.85 การตกแต่งในโครงการและบริเวณบ้านที่ค่าเฉลี่ย 3.82 ความหลากหลายของรูปแบบบ้าน ที่ค่าเฉลี่ย 3.79 และสีของตัวบ้านและหลังคาและพื้นที่ใช้สอยกว้างขวาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.73

**ด้านราคา (Price)** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย จะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับมากมีการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจนมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.04 รองลงมาความเหมาะสมของราคาบ้านและความเหมาะสมของราคาที่ดิน ที่ค่าเฉลี่ย 3.84 สามารถเลือกวิธีชำระเงินทั้งเงินสดและเงินผ่อน ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 ความเหมาะสมของอัตราดอกเบี้ย ที่ค่าเฉลี่ย 3.67 ค่าส่วนกลางที่เหมาะสมเป็นธรรม ที่ค่าเฉลี่ย 3.66 และส่วนลดเมื่อชำระเงินสดที่ค่าเฉลี่ย 3.62

**ด้านการจัดจำหน่าย (Place)** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.72 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย จะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับมากกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.95 รองลงมาพนักงานขายให้คำแนะนำ ที่ค่าเฉลี่ย 3.78 อยู่ใกล้แหล่งชุมชน ที่ค่าเฉลี่ย 3.77 และมีการออกบู๊ทและรับจองสถานที่ต่างๆในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.37

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 2.83 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อย จะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับปานกลาง กับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่นป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์มากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.22 รองลงมาพนักงานออกประชาสัมพันธ์แจกใบปลิว ที่ค่าเฉลี่ย 3.16 มีการออกบู๊ทประชาสัมพันธ์ในสถานที่ต่างๆ ที่ค่าเฉลี่ย 2.84 มีการส่งเสริมการขาย เช่น ดึงดูดลูกค้า เหล็กคัต ที่ค่าเฉลี่ย 2.74 การจัดรถโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่ค่าเฉลี่ย 2.59 และมีการชิงโชค เช่น รถยนต์ ตัวเครื่องบิน ในระดับน้อย ที่ค่าเฉลี่ย 2.47

**ด้านบุคลากร (People)** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.93 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยจะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับมากกับพนักงานขายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาพนักงานขายแต่งกายสุภาพ ที่ค่าเฉลี่ย 3.97 พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับบ้านดี ที่ค่าเฉลี่ย 3.96 พนักงานขายมีความน่าเชื่อถือ ที่ค่าเฉลี่ย 3.93 พนักงานขายสามารถให้คำแนะนำแก่ลูกค้าได้ดี ที่ค่าเฉลี่ย 3.88 และพนักงานขายเอาใจใส่ต่อการซักถามของลูกค้า ที่ค่าเฉลี่ย 3.81

**ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.75 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยจะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับมากกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 3.82 รองลงมาขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความเป็นกันเอง ที่ค่าเฉลี่ย 3.81 ขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 3.80 ขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความสะดวกรวดเร็ว ที่ค่าเฉลี่ย 3.76 ขั้นตอนในการติดต่อขอสินเชื่อธนาคารมีความชัดเจน ที่ค่าเฉลี่ย 3.68 และขั้นตอนในการติดต่อขอสินเชื่อธนาคารมีความสะดวกรวดเร็ว ที่ค่าเฉลี่ย 3.66

**ด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence)** ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านนี้โดยรวมระดับมาก ที่ค่าเฉลี่ย 3.86 หากพิจารณาในแต่ละปัจจัยย่อยจะเห็นว่าให้ความสำคัญในระดับมากกับบรรยากาศของโครงการน่าอยู่มากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.03 รองลงมาบรรยากาศความเป็นมิตรของพนักงานในสำนักงาน ที่ค่าเฉลี่ย 3.92 ความสะอาดเรียบร้อยของสำนักงานขาย ที่ค่าเฉลี่ย 3.83 อุปกรณ์สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ ที่ค่าเฉลี่ย 3.78 และการตกแต่งสำนักงานของโครงการดูเป็นระเบียบ ที่ค่าเฉลี่ย 3.76

### 3) ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า ข้อเสนอแนะที่ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะมาสามารถจำแนกเป็นแต่ละด้านดังนี้

**ด้านผลิตภัณฑ์** คือ ควรมีการนำเสนอบริการหลังการขายเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ควรมีการแสดงการติดตั้งไฟฟ้า และระบบกล้องวงจรปิด CCTV ทุกซออย่างทั่วถึง ควรปรับปรุงที่จอดรถให้กว้างขึ้น ควรมีการแสดงระยะเวลาของการก่อสร้างของบ้านแต่ละหลัง ให้ลูกค้าเป็นเปรียบเทียบอย่างชัดเจน ควรมีการควบคุมดูแลเกี่ยวกับมาตรฐานสีและ สภาพบ้านของโครงการอย่างสม่ำเสมอ

**ด้านราคา** คือ ควรมีการปรับค่าบริการสเปคตลับให้เหมาะสม

**ด้านการกระบวนการให้บริการ** คือ ควรมีการปรับปรุงงานด้านซ่อมบำรุงที่เร็วขึ้นเมื่อได้รับการแจ้งซ่อม และควรจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้พบปะกันมากยิ่งขึ้น

**ด้านสภาพแวดล้อม** คือ ควรดูแลเรื่องความสะอาดเรียบร้อย และสภาพของถนนในบริเวณที่มีการก่อสร้าง ควรจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้พบปะกันมากยิ่งขึ้น ควรมีการจัดสวนและปลูกต้นไม้ให้ร่มรื่นขึ้น

#### 4) เปรียบเทียบความแตกต่างของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ

จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้าน จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านโดยจำแนกกลุ่มเพศเป็น 2 กลุ่มคือ เพศชายและเพศ โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ย ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านราคา** จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการจัดจำหน่าย** จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าแตกต่างกันในเรื่องอยู่ใกล้แหล่งชุมชน ส่วนเรื่องอื่นไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านบุคคลากร** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการให้บริการ** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการจัดสภาพแวดล้อม** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าแตกต่างกันในเรื่องอุปกรณ์สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ ส่วนเรื่องอื่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

##### 5) เปรียบเทียบความแตกต่างของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุ

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านโดยจำแนกกลุ่มอายุเป็น 2 กลุ่มคือ อายุต่ำกว่า 40 ปีและรายได้ตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ย ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาปีจัยย่อยพบว่า

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



**ด้านสภาพแวดล้อม** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในด้านสภาพแวดล้อม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**6) เปรียบเทียบความแตกต่างของส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้**

จากผลการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในแต่ละด้านโดยจำแนกกลุ่มรายได้เป็น 2 กลุ่มคือ รายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท และรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาท ขึ้นไป โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ย ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้แตกต่างกันในด้านสภาพแวดล้อม ส่วนด้านอื่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านผลิตภัณฑ์** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในด้านผลิตภัณฑ์ โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ย ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าแตกต่างกันในเรื่อง ระบบสาธารณูปโภคของโครงการ ส่วนเรื่องอื่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านราคา** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวมในด้านราคา โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการจัดจำหน่าย** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปีจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านบุคลากร** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าแตกต่างกันในเรื่องพนักงานขายเอาใจใส่ต่อการซักถามของลูกค้า ส่วนเรื่องอื่นที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการให้บริการ** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านสภาพแวดล้อม** จากการทดสอบความแตกต่างของคะแนนค่าเฉลี่ยรวม โดยวิธีการ t-test ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าค่าคะแนนเฉลี่ยรวม ระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามรายได้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หากพิจารณาในปัจจัยย่อยพบว่า ระดับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าแตกต่างกันในเรื่องการตกแต่งสำนักงานของโครงการดูเป็นระเบียบ และความสะอาดเรียบร้อยของสำนักงานขาย ส่วนเรื่องอื่นไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### อภิปรายผลการศึกษา

ตามแนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ หรือด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้



1) การศึกษาปัจจัยหลัก จากการศึกษาปัจจัยหลักพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้ความสำคัญทุกด้านระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านบุคลากรที่สุด รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านราคา ด้านกระบวนการบริการ และด้านการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ให้ความสำคัญระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ **Philip Kotler** (อ้างในศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ,2552) ที่กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาด มีบทบาทสำคัญทางการตลาด เพราะเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมด เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย เราเรียกส่วนผสมทางการตลาดว่า 7 P's ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ หรือด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence) ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 กลุ่มนี้ จะทำหน้าที่ร่วมกันในการสื่อสารทางการตลาดให้แก่ผู้รับสารอย่างมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **วีระพันธ์ สายแก้ว** (2547) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้า อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของลูกค้ากลุ่มตัวอย่างโดยรวมในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านการสร้างลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการเลือกซื้อในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลในระดับน้อย แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ **จักรพันธ์ ศิริจันทร์พงศ์** (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคในโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญระดับปานกลางในด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ตามลำดับ

2) จากการศึกษาปัจจัยย่อยพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยย่อย ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมากกับ คุณภาพและมาตรฐานวัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการสร้างบ้าน ด้านราคา ให้ความสำคัญในระดับมากกับความเหมาะสมของราคาบ้านและความเหมาะสมของราคาที่ดิน ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญในระดับมากกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ **เฉลิมพงศ์ ชยวิฑูโร** (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคา 3-5 ล้านบาทของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ในเรื่องงานก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ปัจจัยด้านราคา ในเรื่องราคาที่เหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่ในเรื่องความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออก

### ข้อค้นพบ

ตามแนวคิดแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่ หรือด้านการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการบริการ (Process) และด้านสภาพแวดล้อม (Physical Evidence) เมื่อนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในโครงการบ้านจัดสรรโครงการดิเออบาน่าจำแนกตามเพศ อายุ และรายได้ มาเปรียบเทียบจะพบว่า

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามเพศชาย และเพศหญิง พบว่า ในปัจจัยแต่ละด้านที่ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดเหมือนกันคือด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโครงการ ด้านราคาให้ความสำคัญกับการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจน ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ด้านสภาพแวดล้อมให้ความสำคัญกับบรรยากาศของโครงการน่าอยู่ ส่วนปัจจัยที่ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญต่างกันคือ ด้านการจัดจำหน่ายเพศชายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกมากที่สุดส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญกับการออกบู๊ทและรับจองสถานที่ต่างๆ และด้านกระบวนการให้บริการเพศชายให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความเป็นกันเองมากที่สุดส่วนเพศหญิงให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความชัดเจน

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่ จำแนกตามอายุต่ำกว่า 40 ปี และตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป พบว่า ในปัจจัยแต่ละด้านที่ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดเหมือนกันคือด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโครงการ ด้านราคาให้ความสำคัญกับการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจน ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้า ออก ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ด้านสภาพแวดล้อมให้ความสำคัญกับบรรยากาศของโครงการน่าอยู่ ส่วนปัจจัยที่ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญต่างกันคือด้านกระบวนการให้บริการอายุต่ำกว่า 40 ปีให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความเป็นกันเองมากที่สุด ส่วนอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไปให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือเพียงอย่างเดียวมากที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบข้อมูลส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่จำแนกตามรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท และตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป พบว่า ในปัจจัยแต่ละด้านที่ทั้ง 2 กลุ่มให้ความสำคัญมากที่สุดเหมือนกันคือด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโครงการ ด้านราคาให้ความสำคัญกับการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจน ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออก ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อ ด้านบุคลากรให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ด้านกระบวนการให้บริการให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และด้านสภาพแวดล้อมให้ความสำคัญกับบรรยากาศของโครงการ

#### ข้อเสนอแนะ

การศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อลูกค้าในการซื้อบ้านในโครงการบ้านจัดสรรดิเออบาน่า จังหวัดเชียงใหม่มีข้อเสนอแนะจากการศึกษาที่บริษัทควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ลูกค้าเกิดการกระตุ้นการเลือกซื้อมากขึ้น โดยพิจารณา 7 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ หรือด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการบริการ และด้านสภาพแวดล้อม ดังนี้

- 1) หากแบ่งกลุ่มลูกค้าตามเพศ มีข้อเสนอแนะดังนี้กลุ่มลูกค้าเพศชาย จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโครงการ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าควรใช้วิธีการสร้างรับรู้ให้กับลูกค้าในว่าเป็นโครงการที่สร้างบ้านที่มีคุณภาพสูง โดยการสร้างบ้านตัวอย่างที่วัสดุที่มีคุณภาพสูง สวยงาม คงทนมาสร้างบ้านให้ลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับโครงการ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกดูแบบบ้านได้จากบ้านตัวอย่างที่สร้างให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังต้องนำเสนอให้ลูกค้าเห็นถึงความพร้อมในระบบสาธารณูปโภคของโครงการที่ให้สะดวกและเพียงพอต่อการใช้ของสมาชิกในโครงการ รวมไปถึงการดูแลเรื่องความปลอดภัย โดยการติดตั้งกล้องวงจรปิดให้ทั่วถึง ด้านราคา ให้ความสำคัญกับการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจน ดังนั้นในการแสดงแบบตัวอย่างบ้านแต่ละประเภททางโครงการต้องติดป้ายราคาให้ชัดเจน และเหมาะสมกับวัสดุที่นำมาใช้ในการก่อสร้าง รวมไปถึงการแสดงราคาบ้านบนเว็บไซต์ของโครงการเพื่อให้ผู้ที่กำลังค้นหาข้อมูลบ้านเห็นชัดเจน อีกทั้งต้องแสดงราคาการทำธุรกรรมในการโอนบ้านหรือการจ้างงานบ้านเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สำหรับการตัดสินใจซื้อ หรือกรณีที่มีส่วนลดหรือการปรับราคาควรแสดงเงื่อนไขให้ชัดเจน ด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกทางโครงการดิเออบาน่า ดังนั้นทางโครงการต้องจัดให้มีทางเข้าและออก 2

ทางหรือมากกว่านั้น เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเดินทางเข้า-ออกมากได้สะดวกโดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งรีบ รวมไปถึงการจัดให้มีผู้ดูแลการเข้าออกของรถในโครงการด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่น ป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์ ดังนั้นในการส่งเสริมการตลาดของโครงการควรใช้การโฆษณาผ่านป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ให้กลุ่มผู้บริโภคทั่วพื้นที่เมืองเชียงใหม่และใกล้เคียง หรืออาจต้องมีการส่งเสริมการขาย โดยการติดตั้งมุงลวด เหล็กคัต ให้ฟรีซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม ประเด็นสำคัญทางโครงการควรมีการติดตามภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิดควรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการกระตุ้นการขายโดยจัดให้มีโปรโมชั่นต่างๆเป็นช่วงๆในการจัดรายการแจกแถมต่างๆเป็นต้น ด้านกระบวนการให้บริการ จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความเป็นกันเอง ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าต้องสร้างบรรยากาศในการบริการให้มีความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยการแจ้งระยะเวลาในการบริการให้ลูกค้าทราบก่อน และลดขั้นตอนในการบริการให้มีความรวดเร็วเพื่อให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน รวมถึงรับฟังข้อเสนอแนะของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงอยู่เสมอและหากกระบวนการทำงานมีสิ่งติดขัดหรือผิดพลาดไม่สามารถดำเนินการได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า ด้านบุคลากร จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าจะทำการคัดสรรพนักงานที่มีหน้าที่พบปะลูกค้าโดยตรงให้มีบุคลิกภาพที่เป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการ มีความสุภาพในการเสนอขาย และต้องมีการจัดฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอในด้านบริการ รวมถึงการสร้างความตระหนักให้พนักงานขายในการในเรื่องของการแต่งกายสุภาพ เนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าเห็นและสร้างความประทับใจ และด้านสภาพแวดล้อม จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับบรรยากาศของโครงการนำอยู่ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าควรเน้นการจัดการสภาพแวดล้อมของโครงการให้น่าอยู่ สวยงาม สะอาด โดยจัดจ้างพนักงานให้มีหน้าที่ในการดูแลสถานที่โดยเฉพาะรวมถึงการจัดให้มีการผลัดเปลี่ยนต้นไม้และดอกไม้อยู่ตลอดปีเพื่อให้เกิดความประทับใจกับผู้อยู่อาศัยและลูกค้าที่มีความสนใจเลือกชมโครงการ

กลุ่มลูกค้าเพศหญิง จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อม กลุ่มเพศหญิงให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเดียวกับเพศชายจึงให้ข้อเสนอแนะเดียวกัน ส่วนด้านการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับการออกบูทและรับจองสถานที่ต่างๆ ดังนั้นทางโครงการควรมีการออกงานแสดงสินค้าบ้านจัดสรรทั้งในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และพื้นที่ใกล้เคียงอยู่เสมอ และเมื่อลูกค้ามีความต้องการที่จะจองบ้าน

ควรมีกระบวนการรับรองในงานได้ทันทีโดยการกำหนดเงินค่าจองชัดเจน **ด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความชัดเจน ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าต้องสร้างกระบวนการทำงานที่ถูกต้องโดยเน้นย้ำการทำงานที่แม่นยำให้กับพนักงาน รวดเร็วโดยลดขั้นตอนในการซื้อและการขอสินเชื่อเพื่อให้การซื้อบ้าน ชัดเจน และน่าเชื่อถือ รวมไปถึงกระบวนการในการซ่อมบำรุงที่รวดเร็วและควรให้ความสำคัญใน หากกระบวนการทำงานมีสิ่งติดขัดหรือผิดพลาดไม่สามารถดำเนินการได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า

2) หากแบ่งกลุ่มลูกค้าตามอายุ มีข้อเสนอแนะดังนี้กลุ่มลูกค้าอายุต่ำกว่า 40 ปี จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน**ผลิตภัณฑ์**ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโครงการ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าควรใช้วิธีการสร้างรับรู้ให้กับลูกค้าในว่าเป็นโครงการที่สร้างบ้านที่มีคุณภาพสูง โดยการสร้างบ้านตัวอย่างที่วัสดุที่มีคุณภาพสูง สวยงาม คงทนมาสร้างบ้านให้ลูกค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับโครงการ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกดูแบบบ้านได้จากบ้านตัวอย่างที่สร้างให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังต้องนำเสนอให้ลูกค้าเห็นถึงความพร้อมในระบบสาธารณูปโภคของโครงการที่ให้สะดวกและเพียงพอต่อการใช้ของสมาชิกในโครงการ รวมไปถึงการดูแลเรื่องความปลอดภัยโดยการติดตั้งกล้องวงจรปิดให้ทั่วถึง **ด้านราคา** ให้ความสำคัญกับการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจน ดังนั้นในการแสดงแบบตัวอย่างบ้านแต่ละประเภททางโครงการต้องติดป้ายราคาให้ชัดเจน และเหมาะสมกับวัสดุที่นำมาใช้ในการก่อสร้าง รวมไปถึงการแสดงราคาบ้านบนเว็บไซต์ของโครงการเพื่อให้ผู้ที่กำลังค้นหาข้อมูลบ้านเห็นชัดเจน อีกทั้งต้องแสดงราคาการทำธุรกรรมในการโอนบ้านหรือการจำนองบ้านเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สำหรับการตัดสินใจซื้อหรือกรณีที่มีส่วนลดหรือการปรับราคาควรแสดงเงื่อนไขให้ชัดเจน **ด้านการจัดจำหน่าย** ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกทางโครงการดิเออบาน่า ดังนั้นทางโครงการต้องจัดให้มีทางเข้าและออก 2 ทางหรือมากกว่านั้น เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเดินทางเข้า-ออกมากได้สะดวกโดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งรีบ รวมไปถึงการจัดให้มีผู้ดูแลการเข้าออกของรถในโครงการด้วย **ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่นป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์ ดังนั้นในการส่งเสริมการตลาดของโครงการควรใช้การโฆษณาผ่านป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ให้กลุ่มผู้บริโภคทั่วพื้นที่เมืองเชียงใหม่และใกล้เคียง หรืออาจต้องมีการส่งเสริมการขาย โดยการติดตั้งมุงลวด เหล็กคัต ให้ฟรีซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม ประเด็นสำคัญทางโครงการควรมีการติดตามภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิดควรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการกระตุ้นการขายโดยจัดให้มี

โปรโมชันต่างๆเป็นช่วงๆในการจัด รายการแจกแถมต่างๆเป็นต้น **ด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความเป็นกันเอง ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าต้องสร้างกระบวนการทำงานที่ถูกต้องโดยเน้นย้ำการทำงานที่แม่นยำให้กับพนักงาน รวดเร็วโดยลดขั้นตอนในการซื้อและการขอสินเชื่อเพื่อให้การซื้อบ้าน ชัดเจน และน่าเชื่อถือ รวมไปถึงกระบวนการในการซ่อมบำรุงที่รวดเร็วและควรให้ความสำคัญใน หากกระบวนการทำงานมีสิ่งติดขัดหรือผิดพลาดไม่สามารถดำเนินการได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า และต้องสร้างบรรยากาศในการบริการให้มีความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยการแจ้งระยะเวลาในการบริการให้ลูกค้าทราบก่อน **ด้านบุคลากร** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับพนักงานขายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าจะทำการคัดสรรพนักงานที่มีหน้าที่พบปะลูกค้าโดยตรงให้มีบุคลิกภาพที่เป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการ มีความสุภาพในการเสนอขาย และต้องมีการจัดฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอในด้านบริการ รวมถึงการสร้างความตระหนักให้พนักงานขายในการในเรื่องของการแต่งกายสุภาพเนื่องจากเป็นสิ่งที่ลูกค้าเห็นและสร้างความประทับใจ และ**ด้านสภาพแวดล้อม** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับบรรยากาศของโครงการนำอยู่ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าควรเน้นการจัดการสภาพแวดล้อมของโครงการให้นำอยู่ สวยงาม สะอาด โดยจัดจ้างพนักงานให้มีหน้าที่ในการดูแลสถานที่ โดยเฉพาะรวมถึงการจัดให้มีการผลัดเปลี่ยนต้นไม้และดอกไม้อยู่ตลอดปีเพื่อให้เกิดความประทับใจกับผู้อยู่อาศัยและลูกค้าที่มีความสนใจเลือกชมโครงการ

กลุ่มลูกค้าอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป จากการศึกษพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร และด้านสภาพแวดล้อม กลุ่มอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไปให้ความสำคัญกับปัจจัยย่อยเดียวกับอายุน้อยกว่า 40 ปี ให้ข้อเสนอแนะเดียวกัน ส่วน **ด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าต้องสร้างกระบวนการทำงานที่ถูกต้องโดยเน้นย้ำการทำงานที่แม่นยำให้กับพนักงาน รวดเร็วโดยลดขั้นตอนในการซื้อและการขอสินเชื่อเพื่อให้การซื้อบ้าน ชัดเจน และน่าเชื่อถือ รวมไปถึงกระบวนการในการซ่อมบำรุงที่รวดเร็วและควรให้ความสำคัญใน หากกระบวนการทำงานมีสิ่งติดขัดหรือผิดพลาดไม่สามารถดำเนินการได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า

3) หากแบ่งกลุ่มลูกค้าตามรายได้ มีข้อเสนอแนะดังนี้กลุ่มลูกค้ารายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท จากการศึกษพบว่า ปัจจัยด้าน**ผลิตภัณฑ์**ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของโครงการ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าควรใช้วิธีการสร้างรับรู้ให้กับลูกค้าในว่าเป็นโครงการที่สร้างบ้านที่มี

คุณภาพสูง โดยการสร้างบ้านตัวอย่างที่ใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูง สวยงาม คงทนมาสร้างบ้านให้ลูกค้า เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับโครงการ ซึ่งลูกค้าสามารถเลือกดูแบบบ้านได้จากบ้านตัวอย่างที่สร้าง ให้ลูกค้าเห็นถึงคุณภาพบ้านก่อนตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังต้องนำเสนอให้ลูกค้าเห็นถึงความพร้อม ในแบบสาธารณูปโภคของโครงการที่ให้สะดวกและเพียงพอต่อการใช้ของสมาชิกในโครงการ รวมไปถึงการดูแลเรื่องความปลอดภัยโดยการติดตั้งกล้องวงจรปิดให้ทั่วถึง **ด้านราคา** ให้ความสำคัญกับการแสดงราคาบ้านพร้อมที่ดินชัดเจน ดังนั้นในการแสดงแบบตัวอย่างบ้านแต่ละประเภททางโครงการต้องติดป้ายราคาให้ชัดเจน และเหมาะสมกับวัสดุที่นำมาใช้ในการก่อสร้าง รวมไปถึงการ แสดงราคาบ้านบนเว็บไซต์ของโครงการเพื่อให้ผู้ที่กำลังค้นหาข้อมูลบ้านเห็นชัดเจน อีกทั้งต้อง แสดงราคาการทำธุรกรรมในการโอนบ้านหรือการจำนองบ้านเพื่อให้ลูกค้าได้ใช้สำหรับการตัดสินใจซื้อ หรือกรณีที่มีส่วนลดหรือการปรับราคาควรแสดงเงื่อนไขให้ชัดเจน **ด้านการจัดจำหน่าย** ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออกทางโครงการดิเออบาน่า ดังนั้นทางโครงการต้องจัดให้มีทางเข้าและออก 2 ทางหรือมากกว่านั้น เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยสามารถเดินทางเข้า-ออกมากได้สะดวกโดยเฉพาะในช่วงเวลาเร่งรีบ รวมไปถึงการจัดให้มีผู้ดูแลการเข้าออกของรถในโครงการด้วย **ด้านการส่งเสริมการตลาด** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ เช่นป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์ ดังนั้นในการส่งเสริมการตลาดของโครงการควรใช้การโฆษณาผ่านป้ายคัทเอาท์ วิทยุ โทรทัศน์ เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ ให้กลุ่มผู้บริโภคทั่วพื้นที่เมืองเชียงใหม่และใกล้เคียง หรืออาจต้องมีการส่งเสริมการขาย โดยการติดตั้งมุงลวด เหล็กคัต ให้ฟรีซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม ประเด็นสำคัญทางโครงการควรมีการติดตามภาวะการแข่งขันอย่างใกล้ชิดว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรบ้าง เพื่อปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการกระตุ้นการขายโดยจัดให้มีโปรโมชั่นต่างๆเป็นช่วงๆในการจัด รายการแจกแถมต่างๆเป็นต้น **ด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ และขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความเป็นกันเอง ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าต้องสร้างกระบวนการทำงานที่ถูกต้องโดยเน้นย้ำการทำงานที่แม่นยำให้กับพนักงาน รวดเร็วโดยลดขั้นตอนในการซื้อและการขอสินเชื่อเพื่อให้การซื้อบ้าน ชัดเจน และน่าเชื่อถือ รวมไปถึงกระบวนการในการซ่อมบำรุงที่รวดเร็ว และควรให้ความสำคัญใน หากกระบวนการทำงานมีสิ่งติดขัดหรือผิดพลาดไม่สามารถดำเนินการได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้า และต้องสร้างบรรยากาศในการบริการให้มีความเป็นกันเองกับลูกค้า โดยการแจ้งระยะเวลาในการบริการให้ลูกค้าทราบก่อน **ด้านกระบวนการให้บริการ** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับขั้นตอนในการติดต่อซื้อขายมีความน่าเชื่อถือ ดังนั้นทางโครงการดิเออบาน่าต้องสร้างกระบวนการทำงานที่ถูกต้องโดยเน้นย้ำการทำงานที่แม่นยำให้กับ

พนักงาน รวดเร็วโดยลดขั้นตอนในการซื้อและการขอสินเชื่อเพื่อให้การซื้อบ้าน ชัดเจน และ นำเชื่อถือ รวมไปถึงกระบวนการในการซ่อมบำรุงที่รวดเร็วและควรรีให้มีความสำคัญใน หากกระบวนการทำงานมีสิ่งติดขัดหรือผิดพลาดไม่สามารถดำเนินการได้ต้องแจ้งให้ลูกค้าทราบ ล่วงหน้า **ด้านบุคลากร** จากผลการศึกษาพบว่าให้ความสำคัญกับพนักงานชายมีกิริยาท่าทางที่สุภาพ ดั่งนั้นทางโครงการดิเออบาน่าจะทำการคัดสรรพนักงานที่มีหน้าที่พบปะลูกค้าโดยตรงให้มี บุคลิกภาพที่เป็นมิตรยิ้มแย้มแจ่มใส เต็มใจบริการ มีความสุภาพในการเสนอขาย และต้องมีการจัด ฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอในด้านบริการ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ให้พนักงานชายใน การในเรื่องของการแต่งกายสุภาพเนื่องจากเป็นสิ่งแรกที่ลูกค้าเห็นและสร้างความประทับใจ และ **ด้านสภาพแวดล้อม** จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำคัญกับบรรยากาศของโครงการนำอยู่ ดั่งนั้นทางโครงการดิเออบาน่าควรเน้นการจัดการ สภาพแวดล้อมของโครงการให้นำอยู่สวยงาม สะอาด โดยจัดจ้างพนักงานให้มีหน้าที่ในการดูแล สถานที่โดยเฉพาะรวมถึงการจัดให้มีการผลัดเปลี่ยนต้นไม้และดอกไม้อยู่ตลอดปีเพื่อให้เกิดความ ประทับใจกับผู้อยู่อาศัยและลูกค้าที่มีความสนใจเลือกชมโครงการ

กลุ่มลูกค้ากลุ่มรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้าน ผลิตภณห์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ให้บริการและด้านสภาพแวดล้อม กลุ่มลูกค้ากลุ่มรายได้ตั้งแต่ 50,000 บาทขึ้นไป ให้ความสำคัญ กับปัจจัยย่อยเดียวกับกรรายได้ต่ำกว่า 50,000 บาท ให้ข้อเสนอแนะเดียวกัน