

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ลูกค้าที่ซื้อบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่เป็นเจ้าของและอาศัยอยู่จริง ณ วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2552 จำนวน 241 หลัง โดยจะทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดให้ได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ของประชากร ซึ่งได้ขนาดตัวอย่างไม่น้อยกว่า 193 ราย และเก็บตัวอย่างได้จริง 193 ราย ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย สามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุปผลการศึกษา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของลูกค้า

จากการศึกษาพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.55 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 33.68 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 78.76 การศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 58.55 อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 45.60 รายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือน 60,001-80,000 บาท ร้อยละ 25.39 ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ร้อยละ 33.68 และเป็นบ้านที่ไม่อยู่ในช่วงระยะเวลาประกัน ร้อยละ 85.49

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่

ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 20 ลำดับแรก ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดสามลำดับแรก คือ การมีกล้องวงจรปิดบริเวณทางเข้า-ออก โครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) รองลงมาคือ ความพร้อมใช้งานของระบบน้ำประปาภูมิภาค (ค่าเฉลี่ย 4.17) ความเหมาะสมของเวลาเปิด-ปิดไฟฟ้าสาธารณะ ความสม่ำเสมอในการเปิดไฟฟ้าสาธารณะ เช่น เปิดตรงเวลาทุกวัน, ไม่ลืมเปิด และการเข้มงวดตรวจสอบผู้เข้าออกโครงการ โดยใช้สติ๊กเกอร์ติดรถและแลกบัตร (ค่าเฉลี่ย 4.16) และปัจจัยย่อยที่มี

ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.20) โดยมีรายละเอียดตามปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

การให้บริการด้านงานซ่อม ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ความพร้อมของเครื่องมือที่ใช้ในการซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.68) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การทำตามข้อสัญญาในการรับประกันงานซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.25)

การบริการด้านระบบสาธารณูปโภค ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ความพร้อมใช้งานของระบบน้ำประปาภูมิภาค (ค่าเฉลี่ย 4.17) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความรวดเร็วในการซ่อมแก้ไขไฟฟ้าสาธารณะเมื่อมีปัญหา และการทำความสะอาดและตรวจสอบบ่อน้ำบาดาน้ำเสียไม่ให้ส่งผลต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ไม่มีกลิ่นรบกวน (ค่าเฉลี่ย 3.78)

การบริการด้านระบบรักษาความปลอดภัย ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การมีกล้องวงจรปิดบริเวณทางเข้า-ออกโครงการ (ค่าเฉลี่ย 4.22) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ มีรั้วโครงการ และรั้วเหล็กกันขโมยอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ครอบคลุมทุกด้านของโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.49)

การบริการด้านความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสภาพแวดล้อมโครงการ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การดูแลตกแต่งสวนและต้นไม้ให้สวยงามอยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.07) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การดูแล, ติดตามการต่อเติมอาคารของลูกค้า ไม่ให้ก่อความเดือดร้อนแก่เพื่อนบ้านใกล้เคียง (ค่าเฉลี่ย 3.31)

การบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สโมสร สระว่ายน้ำ ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ความสะอาดของสโมสร (ค่าเฉลี่ย 4.01) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ สระว่ายน้ำอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เช่น ไม่มีกระเบื้องหลุด อุปกรณ์ภายในสระไม่ชำรุด (ค่าเฉลี่ย 3.40)

การบริการด้านการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อยปัจจัยย่อยในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การให้ความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.21) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ปัจจัยด้านราคา

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) (ค่าเฉลี่ย 4.13) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในการใช้สโมสร สระว่ายน้ำ (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การเดินทางไปที่ตั้งสำนักงานบริการหลังการขายเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก (ค่าเฉลี่ย 4.06) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ เวลาทำการของสำนักงานบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การให้ข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.01) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ การให้ส่วนลดค่าซ่อมบ้านกับลูกค้าภายในโครงการ (ค่าเฉลี่ย 3.60)

ปัจจัยด้านพนักงาน

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ความน่าไว้วางใจของพนักงาน รปภ. (ค่าเฉลี่ย 3.80) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ พนักงานฝ่ายบริการหลังการขายเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้าในทุกรื่อง (เกี่ยวกับการอยู่อาศัย) (ค่าเฉลี่ย 3.51)

ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยส่วนใหญ่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ขั้นตอนในการชำระค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) (ค่าเฉลี่ย 3.73) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ เข้าซ่อมบ้านทันทีที่มีการแจ้งซ่อม (ค่าเฉลี่ย 3.19)

ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ

ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อทุกปัจจัยย่อยในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานผู้ให้บริการ (ค่าเฉลี่ย 3.98) และปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงานฝ่ายบริการหลังการขาย (ค่าเฉลี่ย 3.68)

ตารางที่ 39 แสดงปัจจัยย่อยของส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน โดยสรุป

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	การมีกล้องวงจรปิดบริเวณทางเข้า-ออก โครงการ
ด้านราคา	ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง)
ด้านการจัดจำหน่าย	การเดินทางไปที่ตั้งสำนักงานบริการหลังการขายเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	การให้ข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ
ด้านพนักงานผู้ให้บริการ	ความน่าไว้วางใจของพนักงาน รปภ.
ด้านกระบวนการให้บริการ	ขั้นตอนในการชำระค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ
ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	การแต่งกายของพนักงานผู้ให้บริการ

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรโครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ พาร์ค เชียงใหม่

ลูกค้ามีปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการบริการหลังการขาย 19 ราย จากจำนวนลูกค้าทั้งหมด 193 ราย ซึ่งปัญหาที่พบมากที่สุด คือ จำนวนวันจัดเก็บขยะมีน้อย จัดเก็บล่าช้า รongลงมาคือความล่าช้าในการซ่อมแซมบ้าน ไม่ทำการซ่อมแซมบ้านตามสัญญา โดยปล่อยให้ผ่านเวลาช่วงระยะเวลาประกัน ค่าสาธารณูปโภค (ส่วนกลาง) ราคาสูง และพนักงานบริการหลังไม่เอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า (นอกระยะเวลาประกัน)

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ พาร์ค เชียงใหม่ ได้ใช้แนวความคิดกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Marketing mix) หรือ 7P's มาอภิปรายผลได้ดังนี้

ปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจระดับมาก 20 ลำดับแรก ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด คือ การมีกล้องวงจรปิดบริเวณทางเข้า-ออก โครงการ รองลงมาคือ ความพร้อมใช้งานของระบบน้ำประปา ภูมิภาค ความเหมาะสมของเวลาเปิด-ปิดไฟฟ้าสาธารณะ ความสม่ำเสมอในการเปิดไฟฟ้าสาธารณะ เช่น เปิดตรงเวลาทุกวัน, ไม่ลืมเปิด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรติ สุนทรวรภาส (2551) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยดังกล่าวในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด 14 ลำดับแรก (เฉพาะปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยระดับน้อย-ปานกลาง) เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านราคา ดังแสดงในตารางที่ 40

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประกอบทางการตลาดโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่
ที่มีค่าน้อยที่สุด 14 ลำดับแรก เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ		
			การศึกษานี้	การศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540)	การศึกษาของ รติ สุทธธรรวาภาส (2551)
1	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการจัดตั้ง คณะกรรมการหมู่บ้าน	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวนผู้ตอบที่ เคยใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
2	การให้ความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารในการจัดตั้ง คณะกรรมการหมู่บ้าน	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	64	2.20 (น้อย)	-
3	ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในการใช้สโมสร สระ ว่ายน้ำ	ด้านราคา	170	3.09 (ปานกลาง)	3.24 (ปานกลาง)
4	เข้าหมู่บ้านทันทีที่มีการแจ้งซ่อม	ด้านกระบวนการให้บริการ	176	3.19 (ปานกลาง)	3.05 (ปานกลาง)
5	ความต่อเนื่องของงานซ่อมตั้งแต่เริ่มซ่อมจนซ่อมเสร็จ	ด้านกระบวนการให้บริการ	172	3.25 (ปานกลาง)	3.33 (ปานกลาง)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดโครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ เอ็นด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่มีค่าน้อยที่สุด 14 ลำดับแรก เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ		
			การศึกษานี้	การศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540)	การศึกษาของ รติ สุหนทรวารภาส (2551)
6	กำหนดเวลาของการชอมบ้านอย่างชัดเจน	ปัจจัยหลัก	จำนวนผู้ตอบที่ เคยใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)
7	การทำตามข้อสัญญาในการรับประกันงานซ่อม	ด้านกระบวนการให้บริการ	174	3.25 (ปานกลาง)	2.97 (ปานกลาง)
8	ชอมบ้านเสร็จตรงเวลา	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	169	3.25 (ปานกลาง)	2.84 (ปานกลาง)
9	การดูแล, ติดตามการต่อเติมอาคารของลูกค้า ไม่ให้ก่อ ความเดือดร้อนแก่เพื่อนบ้านใกล้เคียง	ด้านกระบวนการให้บริการ	172	3.28 (ปานกลาง)	2.55 (น้อย)
10	ความสม่ำเสมอในการเก็บขยะ	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	171	3.31 (ปานกลาง)	-
		ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	193	3.38 (ปานกลาง)	3.35 (ปานกลาง)

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของผู้ศึกษาที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดโครงการบ้านชลตา ในโครงการ แลนด์ เอ็นด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ที่มีค่าน้อยที่สุด 14 ลำดับแรก เปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	ปัจจัยย่อย	ปัจจัยหลัก	ระดับความพึงพอใจ		
			การศึกษานี้	การศึกษางาน สถาพร ทรัพย์สินทิพย์ (2540)	การศึกษางาน รติ สุทธธรรวาภาส (2551)
11	เชื่อว่าอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เช่น ไม่มีกระเบื้องหลุด อุปกรณ์ภายในสระไม่ชำรุด	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	จำนวนผู้ตอบที่ เคยใช้บริการ 167	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.40 (ปานกลาง)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล) 3.19 (ปานกลาง)
12	การเก็บงานและการทำความสะอาดหลังซ่อม	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	167	3.40 (ปานกลาง)	- (ปานกลาง)
13	ระบบการจัดเก็บค่าบริการด้าน สภาพแวดล้อมของ โครงการ (ค่าส่วนกลาง)	ด้านราคา	190	3.40 (ปานกลาง)	3.25 (ปานกลาง)
14	มีวีโงโครงการและวีโงที่พักกันจโมโยอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ครอบคลุมทุกด้านของโครงการ	ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	190	3.49 (ปานกลาง)	3.28 (ปานกลาง)

จากตารางที่ 40 พบว่า

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยย่อยที่ผู้ใช้บริการมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุดเป็นลำดับแรก คือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน รองลงมาคือ การให้ความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน ซึ่งปัจจัยย่อยดังกล่าวเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาแก้ไขและให้ความสำคัญอย่างเร่งด่วน และพบว่าสาเหตุที่ปัจจัยย่อยดังกล่าวมีความพึงพอใจในระดับน้อยเนื่องจากโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ประกอบด้วยโครงการหมู่บ้านจำนวนหลายโครงการแต่ยื่นขอจดทะเบียนนิติบุคคลรวมเป็นนิติบุคคลเดียว ซึ่งแต่ละโครงการหมู่บ้านในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ยังสร้างไม่เสร็จสมบูรณ์ 100% อีกทั้งยังมีพื้นที่จัดสรรที่ดินเปล่าที่ยังไม่ได้ดำเนินการใดๆ ทั้งสิ้นรวมอยู่ด้วย ดังนั้นการยื่นขอจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคลจึงยังไม่เริ่มดำเนินการ จนกว่าทุกอย่างจะสมบูรณ์ (ไพศาล ภูเจริญ, 2552: สัมภาษณ์) ดังนั้นจึงพบว่าลูกค้าส่วนใหญ่ (ร้อยละ 67) จึงไม่เคยใช้บริการ (ไม่ทราบ) เกี่ยวกับปัจจัยย่อยดังกล่าวนี้ และทำให้ทางโครงการยังไม่สามารถดำเนินการให้ข้อมูลกับลูกค้าได้มากนัก จึงทำให้ลูกค้าบางส่วนคิดว่าได้รับบริการด้านนี้น้อย ทำให้ค่าความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยตามไปด้วย

ปัจจัยย่อยด้านการทำตามข้อสัญญาในการรับประกันงานซ่อม การดูแล, ติดตามการต่อเติมอาคารของลูกค้าไม่ให้เกิดความเดือดร้อนแก่เพื่อนบ้านใกล้เคียง ความสม่ำเสมอในการเก็บขยะ สระว่ายน้ำอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เช่น ไม่มีกระเบื้องหลุด อุปกรณ์ภายในสระไม่ชำรุด การเก็บงานและการทำความสะอาดหลังซ่อม และมีรั้วโครงการและรั้วเหล็กกันขโมยอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ครอบคลุมทุกด้านของโครงการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร กรณีศึกษา บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัด เชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง และสอดคล้องกับผลการศึกษาของรติสุนทรวารานาส (2551) ที่ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจเกี่ยวกับปัจจัยย่อยดังกล่าวในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้งหมดพบว่าปัจจัยย่อยดังกล่าวติดลำดับค่าเฉลี่ยที่มีค่าน้อยที่สุด 14 ลำดับแรก ดังนั้นโครงการบ้านชลลดาในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ควรปรับปรุงแก้ไขและให้ความสำคัญเช่นกัน

ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยย่อยด้านความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในการใช้สโมสร สระว่ายน้ำ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ที่พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง และปัจจัย

ย่อยด้านระบบการจัดเก็บค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) และรติ สุนทรวราภาส (2551) ที่พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้งหมดพบว่าปัจจัยย่อยดังกล่าวติดลำดับค่าเฉลี่ยที่มีค่าน้อยที่สุด 14 ลำดับแรก ดังนั้นโครงการบ้านชลดาในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ควรปรับปรุงแก้ไข

ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยด้านเช่าซ่อมบ้านทันทีที่มีการแจ้งซ่อม ความต่อเนื่องของงานซ่อมตั้งแต่เริ่มซ่อมจนซ่อมเสร็จ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ที่พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง และปัจจัยย่อยด้านความต่อเนื่องของงานซ่อมตั้งแต่เริ่มซ่อมจนซ่อมเสร็จ กำหนดเวลาของการซ่อมบ้านอย่างชัดเจน สอดคล้องกับรติ สุนทรวราภาส (2551) ที่พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อปัจจัยดังกล่าวในระดับปานกลาง แต่พบว่าปัจจัยย่อยด้านซ่อมบ้านเสร็จตรงเวลา มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับปานกลาง ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รติ สุนทรวราภาส (2551) ที่พบว่าลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านซ่อมบ้านเสร็จตรงเวลาในระดับน้อย เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้งหมดพบว่าปัจจัยย่อยดังกล่าวติดอันดับค่าเฉลี่ยที่มีค่าน้อยที่สุด 14 อันดับแรก ดังนั้นโครงการบ้านชลดาในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ควรปรับปรุงแก้ไข

ปัญหาและข้อเสนอแนะของลูกค้ำ จากการศึกษาพบว่า ลูกค้ำมีปัญหาด้านการบริการหลังการขาย 19 ราย จากจำนวนลูกค้ำทั้งหมด 193 ราย โดยปัญหาที่พบจะเป็นเรื่องจำนวนวันจัดเก็บขยะมีน้อย จัดเก็บล่าช้า ความล่าช้าในการซ่อมแซมบ้าน ไม่ทำการซ่อมแซมบ้านตามสัญญา โดยปล่อยให้ผ่านเวลาช่วงระยะเวลาประกัน ค่าสาธารณูปโภค (ส่วนกลาง) ราคาสูง เสาไฟฟ้าส่องสว่างสาธารณะมีน้อย การเปิด-ปิด สโมสรร ล่าช้า ไม่ตรงเวลา ค่าบริการสระว่ายน้ำแพง และเจ้าหน้าที่สระว่ายน้ำบริการไม่สุภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ที่พบว่าปัญหาของลูกค้ำต่อการบริการหลังการขาย ได้แก่ ความล่าช้าในการเข้าซ่อมงาน จำนวนไฟฟ้าแสงจันทร์ถนนไม่เพียงพอ อัตราการจัดเก็บค่าสาธารณูปโภคไม่เหมาะสม อัตราค่าบริการสโมสรรไม่เหมาะสม กิริยามารยาทของพนักงานดูแลสโมสรรไม่เหมาะสม และเวลาเปิด-ปิดสโมสรรไม่เหมาะสม อีกทั้งยังพบว่าปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับระดับความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยด้านความสม่ำเสมอในการเก็บขยะ ความต่อเนื่องของงานซ่อมตั้งแต่เริ่มซ่อมจนซ่อมเสร็จ ซ่อมบ้านเสร็จตรงเวลา และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในการใช้สโมสรร สระว่ายน้ำ ที่มีระดับความพึงพอใจปานกลาง ดังนั้น ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน

ข้อค้นพบ

จากการศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

1. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยย่อยของการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ส่วนใหญ่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด 20 ลำดับแรก ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยปัจจัยย่อยที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดสามลำดับแรก คือ การมีกล้องวงจรปิดบริเวณทางเข้า-ออก โครงการ รองลงมาคือ ความพร้อมใช้งานของระบบน้ำประปาภูมิภาค ความเหมาะสมของเวลาเปิด-ปิดไฟฟ้าสาธารณะ ความสม่ำเสมอในการเปิดไฟฟ้าสาธารณะ เช่น เปิดตรงเวลาทุกวัน, ไม่ลืมเปิด และการเข้มงวดตรวจสอบผู้เข้าออกโครงการ โดยใช้สติ๊กเกอร์ติดรถและแลกบัตร

2. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด โดยสามารถสรุปค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละปัจจัย ได้ดังนี้

ด้านการผลิตภัณฑ์และบริการ ได้แก่ การมีกล้องวงจรปิดบริเวณทางเข้า-ออกโครงการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านราคา ได้แก่ ความเหมาะสมของอัตราค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านการจัดจำหน่าย ได้แก่ การเดินทางไปที่ตั้งสำนักงานบริการหลังการขายเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การให้ข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านพนักงาน ได้แก่ ความน่าไว้วางใจของพนักงาน รปภ. มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ ขั้นตอนในการชำระค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่ การแต่งกายของพนักงานผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับมาก

3. ลูกค้ามีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามระดับการศึกษาพบว่า ลูกค้าทุกระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

4. ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามอาชีพ พบว่า

4.1 ลูกค้ำที่มีอาชีพข้าราชการ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านพนักงาน และด้านกระบวนการให้บริการ

4.2 ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ และด้านกระบวนการให้บริการ

4.3 ลูกค้ำที่มีอาชีพพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

4.4 ลูกค้ำที่มีอาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพอื่นๆ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

4.5 ลูกค้ำที่มีอาชีพเกษียณอายุการทำงาน ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัย ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

5. ลูกค้ำมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามรายได้เฉลี่ยของครัวเรือนต่อเดือน พบว่า ลูกค้ำทุกช่วงรายได้ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับมากต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านพนักงาน และด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางต่อปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร โครงการบ้านชลดาในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำสุด 14 ลำดับแรก (ดังตารางที่ 40) เป็นปัจจัยย่อยของปัจจัยหลักด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะที่สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า โดยสร้างความพึงพอใจให้อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จากผลการศึกษาพบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจต่อย่อยน้อยที่สุดคือ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน รองลงมาคือ การให้ความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน การทำตามข้อสัญญาในการรับประกันงานซ่อม การดูแล, ติดตามการต่อเติมอาคารของลูกค้า ไม่ให้ก่อความเดือดร้อนแก่เพื่อนบ้าน ใกล้เคียง ความสม่ำเสมอในการเก็บขยะ ระบายน้ำอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เช่น ไม่มีกระเบื้องหลุด อุปกรณ์ภายในสระไม่ชำรุด การเก็บงานและการทำความสะอาดหลังซ่อม มีรั้วโครงการและรั้วเหล็กกันขโมยอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ครอบคลุมทุกด้านของโครงการ ตามลำดับ

ปัจจัยย่อยด้านการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้อยู่อาศัยเพื่อใช้ในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน และการให้ความสะดวกในการเผยแพร่ข่าวสารในการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้าน ที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดนั้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากขึ้น โครงการบ้านชลดาในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ ควรมีการประชาสัมพันธ์และมีการชี้แจงเหตุผลที่ยังไม่สามารถดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านให้ลูกค้าทราบ และในช่วงที่ไม่สามารถดำเนินการจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านได้นั้น ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจขึ้น โดยการสรรหาตัวแทนสมาชิกในหมู่บ้าน เพื่อดำเนินการบริหารจัดการ ติดต่อประสานงาน รับซื้อโรงเรียน อำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก ตลอดจนแก้ไขปัญหาร่วมกัน จนกว่าจะมีการจดทะเบียนจัดตั้งนิติบุคคล และจัดตั้งคณะกรรมการหมู่บ้านได้

ปัจจัยย่อยด้านการทำตามข้อสัญญาในการรับประกันงานซ่อม ระบายน้ำอยู่ในสภาพสมบูรณ์ เช่น ไม่มีกระเบื้องหลุด อุปกรณ์ภายในสระไม่ชำรุด การเก็บงานและการทำความสะอาดหลังซ่อม มีรั้วโครงการและรั้วเหล็กกันขโมยอยู่ในสภาพสมบูรณ์ ครอบคลุมทุกด้านของโครงการ ต้องกำหนดมาตรฐานการก่อสร้างและทำให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด มีการตรวจสอบคุณภาพของงานก่อสร้าง (Quality Control) อีกทั้งควรมีการตรวจสอบสภาพความสมบูรณ์พร้อมใช้งานอยู่เป็นประจำ อาจกำหนดเป็นความถี่ในการตรวจสอบเดือนละ 1 ครั้ง ทุกวันที่ 15 ของเดือน เป็นต้น

ปัจจัยย่อยด้านความสม่ำเสมอในการเก็บขยะ อาจเป็นผลมาจากโครงการบ้านชลดา ในโครงการ แลนด์ แอนด์ เฮาส์ พาร์ค เชียงใหม่ เป็นโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ มีมากกว่า 240 ครัวเรือน ทำให้ปริมาณขยะในโครงการมีมาก จึงพบปัญหาเรื่องขยะ ดังนั้นทางโครงการควรเพิ่มจำนวนวันจัดเก็บขยะให้มากขึ้น และกำหนดวันและเวลาในการเก็บขยะให้ชัดเจน

2. ปัจจัยด้านราคา จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยด้านระบบการจัดเก็บค่าบริการ ด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) และความเหมาะสมของอัตราค่าบริการในการใช้สโมสร สระว่ายน้ำ ลูกค้ำมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ตามลำดับ

ปัจจุบันโครงการบ้านชลดา กำหนดอัตราค่าบริการในการใช้สโมสร สระว่ายน้ำ ในอัตราที่เหมาะสมกับการบริการ และไม่แตกต่างจากโครงการหมู่บ้านอื่น แต่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง การจะเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้ำ อาจทำได้โดยการให้ส่วนลดพิเศษสำหรับสมาชิกรายเดือนหรือรายปี นอกจากนี้ยังควรมี การสื่อสารการตลาดให้ผู้บริโภคทราบถึงคุณค่าที่ได้รับว่า การจัดเก็บค่าบริการต่างๆ ของโครงการ ไม่ได้สูงกว่าโครงการหมู่บ้านอื่น และการทำบริการให้ดีก็จะทำให้ลูกค้ำรู้สึกว่าคุณค่าได้ เพื่อให้ลูกค้ำได้ลดความรู้สึกไม่พึงพอใจในด้านราคาบางส่วนระบบการจัดเก็บค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) ที่ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับปานกลางนั้น ทางโครงการควรชี้แจงให้ลูกค้ำเข้าใจเกี่ยวกับระบบการจัดเก็บค่าบริการด้านสภาพแวดล้อมของโครงการ (ค่าส่วนกลาง) ว่าทางโครงการมีระบบการจัดเก็บหลายรูปแบบให้เลือกทั้งแบบรายเดือน และรายปี ตามความสะดวก หากไม่ต้องการเสียเวลาไปชำระก็ใช้ระบบรายปี อาจจะมีส่วนลดการจ่ายรายปีให้ด้วย เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้ำ และควรระบุช่วงวันเวลาในการชำระให้ชัดเจน

3. ด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยย่อยเรื่องเช่าซ่อมบ้านทันทีที่มีการแจ้งซ่อม กำหนดเวลาของการซ่อมบ้านอย่างชัดเจน ความต่อเนื่องของงานซ่อมตั้งแต่เริ่มซ่อมจนซ่อมเสร็จ และซ่อมบ้านเสร็จตรงเวลา ลูกค้ำมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ดังนั้นทางโครงการควรจัดการการเข้าซ่อมบ้านตามคิวการแจ้งซ่อมของลูกค้ำ แต่ต้องพิจารณาว่างานซ่อมไหนควรเร่งดำเนินการซ่อมก่อน สามารถแจ้งให้ลูกค้ำทราบทันทีว่าจะเข้าดำเนินการได้ในวันและเวลาใดอย่างชัดเจน โดยมีตารางการทำงาน ระบุรายละเอียดของงาน ระยะเวลาในการซ่อม วันแล้วเสร็จ และช่างผู้รับผิดชอบให้แก่ลูกค้ำ และมีเจ้าหน้าที่เข้าตรวจสอบคุณภาพการซ่อมอีกครั้งหลังจากซ่อมเสร็จ

4. ด้านพนักงาน จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ำมีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ พนักงานฝ่ายบริการหลังการขายเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้ำในทุกเรื่อง (เกี่ยวกับการอยู่อาศัย) รองลงมาคือ ความน่าไว้วางใจของพนักงานกวาดถนน และความน่าไว้วางใจของพนักงานเก็บขยะ ตามลำดับ

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางโครงการควรมีการปรับปรุงการให้บริการบริการของพนักงาน โดยการฝึกอบรมให้แก่พนักงานทั้งความรู้ กิริยาท่าทาง ตลอดจนบุคลิกภาพให้มีมาตรฐานการบริการแบบมืออาชีพ และปลูกจิตสำนึกให้พนักงานมีจิตบริการ (Service Mind)

5. ด้านส่งเสริมการตลาด จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การให้ส่วนลดค่าซ่อมบ้านกับลูกค้าภายในโครงการ รองลงมาคือ การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของลูกค้าในโครงการ และการให้ข่าวสารต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ ตามลำดับ

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางโครงการควรนำข้อมูลลูกค้าจากฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์ มาจำแนกตามรายการส่งเสริมการขายที่ลูกค้าแต่ละกลุ่มใช้มากที่สุด และจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายให้เหมาะกับกลุ่มลูกค้าเหล่านั้นๆ เช่น ฟรีค่าแรง ให้ส่วนลดอุปกรณ์ เป็นต้น

6. ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยที่ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ บรรยากาศและการตกแต่งสำนักงานฝ่ายบริการหลังการขาย รองลงมาคือ ความสะอาดเรียบร้อยของสำนักงานฝ่ายบริการหลังการขาย และอุปกรณ์สำนักงานอยู่ในสภาพพร้อมให้บริการ ตามลำดับ

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางโครงการควรมีการตกแต่งสำนักงานใหม่ เติมสีสนับด้วยดอกไม้ ใช้น้ำกลิ่นพฤษชาติ เปิดเพลงประเภท Green Music ให้บรรยากาศดูมีชีวิตชีวาขึ้น จัดระเบียบและความสะอาดสำนักงานด้วยกระบวนการ 5ส ตรวจสอบเช็คอุปกรณ์สำนักงานให้มีความพร้อมใช้งานอยู่ตลอดเวลา

7. ด้านการจัดจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยย่อยลูกค้าที่มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ สถานที่ตั้งสำนักงานบริการหลังการขายต่อการมองเห็น รองลงมาคือ สามารถติดต่อสำนักงานบริการหลังการขายได้ทางโทรศัพท์ และ เวลาทำการของสำนักงานบริการหลังการขาย ตามลำดับ

เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเพิ่มขึ้น ดังนั้นทางโครงการควรติดป้ายสำนักงานบริการหลังการขายให้ชัดเจน และต้องประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าในโครงการทราบว่าสำนักงานฝ่ายบริการหลังการขายอยู่ตรงส่วนไหนของโครงการ สามารถติดต่อฝ่ายบริการหลังการขายได้ทางโทรศัพท์หมายเลขใด และควรมีจำนวนคู่มือสายโทรศัพท์มากพอต่อการบริการ