

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าในบ้านสร้างเสร็จก่อนขายของ โครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา โครงการ ของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) โดยศึกษาในโครงการ ชลลดา ถนนเชียงใหม่ แม่โจ้ และ โครงการ สีวลี ถนนเรียบคลองชลประทาน สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 ภาพรวมข้อมูลทั่วไป

ผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย โครงการของแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น 184 คน เป็นเพศชาย ร้อยละ 49.46 เพศหญิง ร้อยละ 50.54 ส่วนใหญ่มีสถานะสมรส ร้อยละ 67.39 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 ถึง 35 ปี ร้อยละ 25 และ รองลงมาอายุ 41 ถึง 45 ปี ร้อยละ 20.65 ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 54.35 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพที่หลากหลาย โดยกลุ่มที่มากที่สุดเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 25.00 รองลงมาเป็นข้าราชการ ร้อยละ 21.74 และ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 20.65 มีรายได้ต่อครอบครัวต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,000 ถึง 30,000 บาท ก่อนการตัดสินใจซื้อบ้านพักอาศัยเป็นของตัวเอง ร้อยละ 51.09

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจซื้อ ความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการ และความพึง

พอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน)

ก. การวิเคราะห์ ภาพรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถสรุปได้เป็น 3 ส่วนดังนี้

1. ผลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย
2. ผลของความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย
3. ผลของความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย

1. ผลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่า ผู้ซื้อตัดสินใจซื้อ มีการตัดสินใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม Likert Scale โดยผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อบ้านมาจากชื่อเสียงของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) ทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของบ้านสร้างเสร็จก่อนขายที่สามารถเข้าอยู่ได้ทันที ราคาบ้านพร้อมที่ดิน เงื่อนไขในการขาย อัตราดอกเบี้ย แนวโน้มของวัสดุก่อสร้างที่มีแนวโน้มสูงขึ้น และการให้ข้อมูลของพนักงานขาย มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายมีผลต่อการตัดสินใจมาก อัตราผ่อนชำระต่อเดือนกับธนาคาร นโยบายของภาครัฐ เช่นการลดหย่อนภาษี การลดอัตราภาษีค่าธรรมเนียมในการโอน และสื่อต่างๆที่ใช้ในการโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง

2. ผลของความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม Likert Scale โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจใน ทำเลที่ตั้งของโครงการ การออกแบบผังโครงการ การจัดแบ่งพื้นที่ส่วนกลาง สาธารณูปโภค เช่น สโมสร สระว่ายน้ำ สวนสาธารณะ ระบบรักษาความปลอดภัย การดูแลสาธารณูปโภคส่วนทั่วไป ในระดับสูง ในด้านการให้บริการหลังการขายทั้งในระยะประกันงานและหลังหมดประกันงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

3. ผลของความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการตัดสินใจเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักตาม Likert Scale โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจใน แบบบ้านที่ทางโครงการเลือกเป็นแบบบ้านมาตรฐาน รูปลักษณะหน้าตาภายนอก ขนาดของอาคารเหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ พื้นที่ใช้สอยในอาคาร ความคุ้มค่าคุ้มราคา แบบบ้านร่วมสมัยเหมาะสมกับปัจจุบัน การออกแบบและควบคุมงานโดยสถาปนิก วิศวกร การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีที่ช่วยลดความร้อนภายในอาคาร การออกแบบครัวไทยเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน การออกแบบห้องน้ำที่มีการแยกส่วนแห้ง ส่วนเปียก มีที่นั่งอาบน้ำ อุปกรณ์ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ปั่นน้ำ ถังเก็บน้ำใต้ดิน ไฟฉุกเฉิน การเลือกสีบ้าน สีหลังคา การเลือกใช้วอลเปเปอร์ การเลือกใช้ไม้พื้นลามิเนต ไม้พื้นปาร์เก้ไม้มะค่า และการออกแบบสวน งานตกแต่งทางภูมิสถาปัตยกรรม ในระดับสูง

ข. การวิเคราะห์ผลแยกแต่ละโครงการ

1) โครงการชลลดาแม่โจ้

1.1) ผลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อบ้านมาจากชื่อเสียงของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) ทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของบ้านสร้างเสร็จก่อนขายที่สามารถเข้าอยู่ได้ทันที ราคาบ้าน

พร้อมที่ดิน เงื่อนไขในการขาย มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายมาก อัตราดอกเบี้ย แนวโน้มของวัสดุก่อสร้างที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การให้ข้อมูลของพนักงานขาย อัตราผ่อนชำระต่อเดือนกับธนาคาร นโยบายของภาครัฐ เช่นการลดหย่อนภาษี การลดอัตราภาษีค่าธรรมเนียมในการโอน และสื่อต่างๆที่ใช้ในการโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับปานกลาง

1.2) ผลของความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจมีระดับความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของโครงการ การออกแบบผนังโครงการ การจัดแบ่งพื้นที่ส่วนกลาง สาธารณูปโภคส่วนกลาง เช่น สโมสร สระว่ายน้ำ สวนสาธารณะ ระบบรักษาความปลอดภัย ในระดับสูง การดูแลสาธารณูปโภคส่วนทั่วไป การให้บริการหลังการขายทั้งในระยะประกันงานและหลังหมดประกันงาน ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง

1.3) ผลของความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจมีระดับความพึงพอใจในแบบบ้านที่ทางโครงการเลือกเป็นแบบบ้านมาตรฐาน รูปลักษณะหน้าตาภายนอก ขนาดของอาคารเหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ พื้นที่ใช้สอยในอาคาร แบบบ้านร่วมสมัยเหมาะสมกับปัจจุบัน การออกแบบและควบคุมงานโดยสถาปนิก วิศวกร การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีที่ช่วยลดความร้อนภายในอาคาร การออกแบบห้องน้ำที่มีการแยกส่วนแห้ง ส่วนเปียก มีที่นั่งอาบน้ำ อุปกรณ์ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ปุ่มน้ำ ถังเก็บน้ำใต้ดิน ไฟฉุกเฉิน การเลือกสีบ้าน สีหลังคา การเลือกใช้วอลเปเปอร์ การเลือกใช้ไม้พื้นลามิเนต ไม้พื้นปาร์เก้ ไม้มะค่า และ การออกแบบสวน งานตกแต่งทางภูมิสถาปัตยกรรม ในระดับสูง ความคุ้มค่าคุ้มราคา การออกแบบครัวไทยเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน ผู้ตอบคำถามมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2) โครงการสิวลี คลองชล

2.1) ผลของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจซื้อบ้านมาจากชื่อเสียงของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) ทำเลที่ตั้งของโครงการ ความพร้อมของบ้านสร้างเสร็จก่อนขายที่สามารถเข้าอยู่ได้ทันที ราคาบ้านพร้อมที่ดิน เงื่อนไขในการขาย มีผลต่อการตัดสินใจในการซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายมาก อัตราดอกเบี้ย แนวโน้มของวัสดุก่อสร้างที่มีแนวโน้มสูงขึ้น การให้ข้อมูลของพนักงานขาย อัตราผ่อนชำระต่อเดือนกับธนาคาร นโยบายของภาครัฐ เช่นการลดหย่อนภาษี การลดอัตราภาษีค่าธรรมเนียมในการโอน และสื่อต่างๆที่ใช้ในการโฆษณามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้ตอบแบบสอบถามมาก

2.2) ผลของความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย พบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจมีระดับความพึงพอใจในทำเลที่ตั้งของโครงการ การออกแบบผนังโครงการ การจัดแบ่งพื้นที่ส่วนกลาง สาธารณูปโภคส่วนกลาง เช่น สโมสร สระว่ายน้ำ สวนสาธารณะ ระบบรักษาความปลอดภัย การดูแลสาธารณูปโภคส่วนทั่วไป การให้บริการหลังการขายทั้งในระยะประกันงานและหลังหมดประกันงาน ในระดับสูง

2.3) ผลของความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ผู้ตอบแบบสอบถามตัดสินใจมีระดับความพึงพอใจในแบบบ้านที่ทางโครงการเลือกเป็นแบบบ้านมาตรฐาน รูปลักษณะหน้าตาภายนอก ขนาดของอาคารเหมาะสมกับขนาดของพื้นที่ ความคุ้มค่าคุ้มราคา พื้นที่ใช้สอยในอาคารแบบบ้านร่วมสมัยเหมาะสมกับปัจจุบัน การออกแบบและควบคุมงานโดยสถาปนิก วิศวกร การเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่มีที่ช่วยลดความร้อนภายในอาคาร การออกแบบครัวไทยเหมาะสมกับการใช้งานในชีวิตประจำวัน การออกแบบห้องน้ำที่มีการแยกส่วนแห้ง ส่วนเปียก มีที่นั่งอาบน้ำ อุปกรณ์ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น บิ๊มน้ำ ถังเก็บน้ำใต้ดิน ไฟฉุกเฉิน การเลือกสีบ้าน สีหลังคา การเลือกใช้วอลเปเปอร์ การเลือกใช้ไม้พื้นลามิเนต ไม้พื้นปาร์เก้ ไม้มะค่า และ การออกแบบสวน งานตกแต่งทางภูมิสถาปัตยกรรม ในระดับสูง

5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์การวัดระดับความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ของโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษารวมทั้งสิ้น 2 โครงการ ประกอบด้วยโครงการ ชลลดา และ โครงการ สีวลี ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับสูง ซึ่งจากแนวความคิดเรื่องความพึงพอใจของลูกค้า ของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ(2540) ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหลังการซื้อบุคคลหรือลูกค้า ซึ่งเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ขาย หรือประสิทธิภาพของสินค้า (Perceived Performance) กับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง โดยถ้าระดับของผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการตรงกับความคาดหวังของลูกค้าจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ (Satisfied Customer) และถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการสูงกว่าความคาดหวังที่ลูกค้าตั้งใจ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Delighted Customer)

หากพิจารณาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย การประสมประสานของส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นด้านราคา (Price) มีการตั้งราคาบ้านและที่ดิน เงื่อนไขเงินดาวน์ที่ต่ำทำให้เกิดการซื้อได้ง่ายขึ้น เป็นการจัดส่วนประสมในด้านราคาให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ด้านสถานที่ (Place) การเลือกทำเลที่ตั้งโครงการ โดยการตั้งโครงการครอบคลุมพื้นที่ด้านทิศเหนือและทางทิศใต้ของเมืองเชียงใหม่ ตอบสนองความ

ต้องการด้านที่อยู่อาศัยและการขยายตัวของเมืองเชียงใหม่ ผู้ซื้อสามารถเลือกทำเลที่ตั้งได้ตรงตามความต้องการ เช่น ใกล้แหล่งจ้างงาน สถานศึกษา ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การเลือกสรรแบบบ้านที่มีขนาดพื้นที่ใช้สอย การเลือกแบบบ้านและจัดสัดส่วนของที่ดินที่เหมาะสม การออกแบบและเลือกใช้วัสดุที่ตรงและถูกใจกลุ่มลูกค้าในแต่ละกลุ่มระดับราคา การจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์พื้นฐานที่จำเป็นในการอยู่อาศัย รวมไปถึงการออกแบบผังโครงการ การจัดสรรพื้นที่ส่วนกลางทั้งสโมสร สวนสาธารณะ รวมไปถึงระบบรักษาความปลอดภัย ทำให้เกิดความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ในระดับสูง ด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Promotion) ถึงแม้ว่าการใช้สื่อต่างๆ เช่น การโฆษณา ผ่านโทรทัศน์ ป้าย เ็นอนไขในการขาย ณ เวลา ณ เวลานั้นๆ จะไม่เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ก็มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับปานกลาง แต่ ชื่อเสียงของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) มีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับสูง

สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องอื่นๆที่เป็นปัจจัยที่ทำให้ซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายนั้นเช่น อัตราดอกเบี้ย แนวโน้มวัสดุก่อสร้างที่สูงขึ้น นโยบายต่างๆของภาครัฐ เช่นค่าลดหย่อนภาษี หรือ การลดอัตราภาษีค่าธรรมเนียมโอน เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายในการบริโภค (Other Influence on Consumption Spending)

โดยสรุปแล้ว การวัดระดับความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ของโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับสูง แต่ถ้าหากมีการดำเนินการแก้ไขปัญหาเรื่องความพึงพอใจด้านการบริการหลังการขายโดยเฉพาะด้านงานซ่อม ในช่วงก่อนและหลังการหมดประกันงาน จะทำให้เกิดความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) ให้อยู่ในใจของผู้ที่ได้ตัดสินใจซื้อและเกิดการบอกต่อหรือประชาสัมพันธ์ เพราะการบอกต่อหรือการประชาสัมพันธ์ของลูกค้าเก่าเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ซึ่งเป็นการโฆษณาที่เสียค่าใช้จ่ายที่ต่ำและมีประสิทธิภาพสูงซึ่งจะเป็นผลดีต่อการทำธุรกิจในระยะยาว

5.3 ข้อจำกัดในการศึกษา

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถาม ที่พักอาศัยในโครงการ สิวดี คลองชล และ โครงการ ชลดาแม่โจ้ เป็นบ้านเสร็จก่อนขายที่ซื้อไว้โดย ร้อยละ 25 เป็นบ้านที่ผู้ซื้อซื้อเป็นบ้านพักผ่อน และ ร้อยละ 20 เป็นผู้ซื้อที่อยู่ต่างจังหวัด ดังนั้นผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วนจึงไม่ใช่ผู้ซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายโดยตรง จึงทำให้ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง