

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง สามารถสรุปผลการศึกษาอภิปรายผล มีข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง สามารถสรุปผลการศึกษาได้ 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา ระยะเวลาที่อยู่อาศัย สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล จำนวนสมาชิกในบ้าน ลักษณะบ้านที่อยู่อาศัย พื้นที่ของที่ดิน และราคาบ้านพร้อมที่ดินขณะซื้อ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร บริษัทจิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร บริษัทจิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร บริษัทจิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง จำแนกตาม รายได้ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย และลักษณะบ้านที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 5 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของ โครงการบ้านจัดสรร บริษัทจิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย และลักษณะบ้านที่อยู่อาศัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เรื่อง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา ระยะเวลาที่อยู่อาศัย สถานภาพของผู้ให้ข้อมูล จำนวนสมาชิกในบ้าน ลักษณะบ้านที่อยู่อาศัย พื้นที่ของที่ดิน และราคาบ้านพร้อมที่ดินขณะซื้อ

จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 230 ราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีปริมาณเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยคิดเป็นเพศหญิงร้อยละ 53.0 และเพศชายร้อยละ 47.0 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา อายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.7 และ อายุ 20-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.5 ตามลำดับ มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา คือ อนุปริญญา ปวส. หรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 19.6 และมีมัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 14.3 ตามลำดับ มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.6 รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย/เจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 18.7 และอาชีพแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.3 รองลงมา รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.0 และรายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.0 ตามลำดับ ภูมิลำเนาเดิมอยู่ในภาคเหนือมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.8 รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.8 และภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ ส่วนมากมีระยะเวลาที่อยู่อาศัย มากกว่า 8 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.3 และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.2 ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะเป็นเจ้าของบ้าน คิดเป็นร้อยละ 76.1 และมีสถานะเป็นผู้อยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 23.9 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกในบ้าน 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 รองลงมา มีสมาชิกในบ้านน้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และสมาชิกในบ้านมากกว่า 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 ตามลำดับ มีบ้านลักษณะเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียวมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 70.5 รองลงมา คือ บ้านเดี่ยวสองชั้น คิดเป็นร้อยละ 18.7 และทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีพื้นที่ของที่ดิน 50-100 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 67.8 รองลงมา มีพื้นที่ 100-150 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 14.4 และมีพื้นที่น้อยกว่า 50 ตารางวา คิดเป็นร้อยละ 10.4 ตามลำดับ และส่วนใหญ่ซื้อบ้านพร้อมที่ดินในราคา 500,000-1,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมา ราคา 1,000,001-3,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.0 และราคาต่ำกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพที่มีความพึงพอใจมีค่าเฉลี่ยในระดับน้อย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ แบบบ้าน ชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ และความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอยตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดกับธนาคาร และระยะเวลาการผ่อนชำระเงินค่างวด ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขาย ความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย และความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานบริหารโครงการตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี การออกงานแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้า และพนักงานขายให้บริการด้วยความรวดเร็ว ตามลำดับ

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี พนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และพนักงานมีความซื่อสัตย์ ตามลำดับ

ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับน้อย โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความกว้างของถนน ความสว่างของไฟฟ้า และความทันสมัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในสำนักงาน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการเรื่องการยื่นกู้สถาบันการเงิน ความพึงพอใจต่อสถาบันการเงินที่โครงการจัดหาให้ และความน่าเชื่อถือของระบบการทำงาน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางทั้งหมดทุกด้าน ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การไม่มีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง สีบ้านไม่สวย ไม่ทนทาน และวัสดุก่อสร้างไม่มีคุณภาพตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ค่าน้ำประปาแพง ค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีอัตราสูง และราคาที่ดินและบ้านไม่เหมาะสมคุ้มค่าเงิน ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย ไม่ได้ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ และสถานที่ตั้งสำนักงานขายตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่เหมาะสม ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน ไม่ทั่วถึง ไม่มีการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การแถมมุ้งลวด สวนหย่อม เป็นต้น และไม่มีการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การลดราคาช่วงเปิดตัวแบบบ้านใหม่/โครงการใหม่ เป็นต้น ตามลำดับ

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ พนักงานให้บริการล่าช้า พนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ และพนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ สนามเด็กเล่นไม่เพียงพอ ที่ออกกำลังกายคับแคบ ไม่สามารถทำกิจกรรมการออกกำลังกายได้หลากหลาย และบริเวณโครงการตกแต่งไม่เหมาะสม ไม่สวยงาม ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไม่มีการบริการหลังการขาย ไม่มีการประกันการก่อสร้างหลังโอน และนัดหมายไม่ตรงเวลา ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต่ออริวิวัฒน์ จำกัด จังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย และลักษณะบ้านที่อยู่อาศัย

จำแนกตามรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามรายได้ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ในทุกระดับมีความพึงพอใจสูงสุด มีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องแบบบ้าน

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดกับธนาคาร ผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท รายได้ 30,001-50,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และรายได้ 50,001-70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 10,000-30,000 บาท รายได้ 30,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001-70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขาย ส่วนผู้ที่มีรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยผู้ที่มีรายได้ทุกระดับ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และ รายได้มากกว่า 70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท รายได้ 30,001-50,000 บาท และ รายได้ 50,001-70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับน้อยทั้งหมด โดยทั้งหมดมีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องความกว้างของถนน

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท รายได้ 30,001-50,000 บาท รายได้ 50,001-70,000 บาท และรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องการให้บริการเรื่องการยื่นกู้สถาบันการเงิน ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท มีความพึงพอใจสูงสุดในมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยต่อสถาบันการเงินที่โครงการจัดหาให้

จำแนกตามระยะเวลาที่อยู่อาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามระยะเวลาที่อยู่อาศัย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องการเก็บขยะ ผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องแบบบ้าน ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความหลากหลายของแบบบ้าน และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับปานกลางทั้งหมด โดยระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องจำนวนเงินค่างวดและระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคารและจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต้องวัดกับธนาคาร และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องจำนวนเงินที่ผ่อนชำระต้องวัดกับธนาคาร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลางทั้งหมด โดยระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขาย ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานบริหารโครงการ และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขายและความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลางทั้งหมด โดยทั้งหมดมีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยทุกช่วงระยะเวลา มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี ผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี และผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานสุภาพ มารยาทดี พนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี และพนักงานมีความซื่อสัตย์

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง ส่วนระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความกว้างของถนน และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความสว่างของไฟฟ้า

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง ส่วนระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยระยะเวลาที่อยู่อาศัย น้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมี ค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องความพึงพอใจต่อสถาบันการเงินที่โครงการจัดหาให้ ส่วนผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องการให้บริการเรื่องการขึ้นกู้สถาบันการเงิน

จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะต่าง ๆ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องแบบบ้าน ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝด มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องการติดตั้งระบบประปาภายในบ้าน และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยอยู่ในบ้านทุกลักษณะ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์และบ้านแฝดมีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และระดับมาก ตามลำดับในปัจจุบันเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระเงินค่างวด ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องจำนวนเงินค่างวด ระยะเวลาการผ่อนชำระเงินค่างวด จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต้องวัดกับธนาคาร และอัตราดอกเบี้ยของธนาคาร

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยอยู่ในบ้านทุกลักษณะ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และบ้านแฝดมีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขาย และที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องต่าง ๆ เท่ากันทุกเรื่อง ยกเว้นปัจจุบันเรื่องความเหมาะสมของสถานที่ตั้งสำนักงานขายที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยอยู่ในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว บ้านเดี่ยวสองชั้น บ้านแฝด และที่อยู่อาศัยลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดย ผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และบ้านแฝด มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องพนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องพนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดีและการออกงานแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้า

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝดมีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องพนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานสามารถไว้วางใจได้และพนักงานให้บริการที่มีความปลอดภัย

ด้านการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนออัตลักษณ์ทางกายภาพในระดับน้อยทั้งหมด โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องความกว้างของถนน ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝดมีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องการตกแต่งบริเวณสำนักงานขาย และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องการตกแต่งบริเวณสำนักงานขาย ความสว่างของไฟฟ้าและความทันสมัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในสำนักงาน

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อยู่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์มีความพึงพอใจในระดับน้อย โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องการให้บริการเรื่องการยื่นกู้สถาบันการเงิน ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้าน

ลักษณะอื่น ๆ มีความพึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และระดับมาก ตามลำดับในปัจจุบัน
 ย่อยเรื่องความพึงพอใจต่อสถาบันการเงินที่โครงการจัดหาให้ และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝดมีความ
 พึงพอใจสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องมีการนัดหมายตรงเวลาและความ
 ถูกต้องแม่นยำของระบบการทำงาน

ส่วนที่ 5 ปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร
 บริษัท จิตต์อาร์วิลส์ จำกัด จังหวัดลำปาง จำแนกตามรายได้ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย และลักษณะบ้านที่
 อยู่อาศัย

จำแนกตามรายได้

ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามรายได้
 ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้าน
 ผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับมากในปัจจุบันย่อยเรื่องสีบ้านไม่สวยงาม ไม่ทนทาน ผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท และ
 รายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และรายได้ 30,001-50,000 บาท มี
 ปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่มีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง
 เช่น ขยายพื้นที่ออกกำลังกาย ตกแต่งบริเวณโครงการให้สวยงามอยู่เสมอ เป็นต้น และผู้ที่มีรายได้
 มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันย่อยเรื่องซ่อมแซมหรือต่อเติม
 บ้าน ไม่เรียบร้อย ไม่สวยงาม

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้ มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคา
 ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ทุกระดับมีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบัน
 ย่อยเรื่องค่าน้ำประปาแพง ยกเว้น ผู้ที่มีรายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาในระดับปานกลาง

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีปัญหาต่อส่วนประสม
 การตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000
 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องสถานที่ตั้งสำนักงานขายตั้งอยู่ใน
 ท่าเลที่ไม่เหมาะสมและสำนักงานขายตั้งอยู่ในท่าเลที่ไม่สะดวกต่อการติดต่อ ผู้ที่มีรายได้ 10,000-
 30,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่ได้รับความสะดวกใน
 การติดต่อ ณ สำนักงานขาย ผู้ที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับ
 ปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องสถานที่ตั้งสำนักงานขายตั้งอยู่ในท่าเลที่ไม่เหมาะสม ผู้ที่มีรายได้

50,001-70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องสถานที่ตั้งสำนักงานบริหาร โครงการตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่เหมาะสม และสำนักงานบริหาร โครงการตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกต่อการติดต่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องไม่มีการจูงใจ โดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การลดราคาช่วงเปิดตัวแบบบ้านใหม่/โครงการใหม่ เป็นต้น ผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท และรายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจุบันเรื่องการให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน เช่น การตีพิมพ์และแจกจ่ายข่าวผ่านทางคณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น ไม่ทั่วถึง และผู้ที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องไม่มีการจูงใจ โดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การเล่นเกมชิงรางวัล สวนหย่อม เป็นต้น

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีรายได้ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานให้บริการล่าช้าและพนักงานให้บริการที่ไม่มีความปลอดภัย ผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท รายได้ 30,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานให้บริการล่าช้า และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานขาดความรู้ความเข้าใจในการให้บริการและพนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพในระดับมาก ส่วนผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท รายได้ 30,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาในระดับปานกลาง โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากที่สุดในปัจจุบันเรื่องที่อยู่อาศัยคับแคบ ไม่สามารถทำกิจกรรมการออกกำลังกายได้หลากหลาย ผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท และรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องสนามเด็กเล่นไม่เพียงพอและที่อยู่อาศัยคับแคบ ไม่สามารถทำกิจกรรมการออกกำลังกายได้หลากหลาย และผู้ที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท และรายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องสนามเด็กเล่นไม่เพียงพอ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามในทุกระดับรายได้มีปัญหาต่อส่วนประสม การตลาดด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลางทั้งหมด ซึ่งผู้ที่มีรายได้ทุกระดับมีปัญหา สูงสุดในปัจจัยย่อยเรื่องไม่มีบริการหลังการขาย โดยผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ 30,001-50,000 บาท และผู้ที่มีรายได้มากกว่า 70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และผู้ที่มีรายได้ 10,000-30,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ 50,001-70,000 บาท มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ย ในระดับปานกลาง

จำแนกตามระยะเวลาที่อยู่อาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตาม ระยะเวลาที่อยู่อาศัย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาต่อ ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลางทั้งหมด โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และ ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีปัญหาสูงสุด มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจัยย่อยเรื่องไม่มีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง เช่น ขยายพื้นที่ ออกกำลังกาย ตกแต่งบริเวณ โครงการให้สวยงามอยู่เสมอ เป็นต้น ส่วนผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องสีบ้านไม่สวย ไม่ทนทาน

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาต่อส่วนประสม การตลาดด้านราคาในระดับปานกลางทั้งหมด ซึ่งผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาสูงสุด มีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องค่าน้ำประปาแพงทั้งหมด

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหา ต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่ อาศัยน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางใน ปัจจัยย่อยเรื่องไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องสถานที่ตั้งสำนักงานบริหาร โครงการ ตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่เหมาะสม ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มี ปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับ ปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องสำนักงานบริหาร โครงการตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกต่อการติดต่อ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่มีการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานกีฬาสี เป็นต้น ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันย่อยเรื่องการให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน เช่น การคิดประกาศ และการแจ้งข่าวผ่านทางคณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น ไม่ทั่วถึง ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่มีการจูงใจโดยการให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษ เช่น การแถมมุ้งลวด สวนหย่อม เป็นต้น

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลในระดับปานกลางทั้งหมด ซึ่งผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงเวลามีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานให้บริการล่าช้าทั้งหมด

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในระดับปานกลาง ยกเว้นผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี มีปัญหาในระดับมาก โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจุบันย่อยเรื่องสนามเด็กเล่นไม่เพียงพอ ส่วนผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ในปัจจุบันย่อยเรื่องที่อยู่อาศัยที่ออกกำลังกายคับแคบ ไม่สามารถทำกิจกรรมการออกกำลังกายได้หลากหลาย

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยในทุกช่วงมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง โดยผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยน้อยกว่า 1 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง ในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่มีการประกันการก่อสร้างหลังการโอน ส่วนผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัย 3-4 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 7-8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก และระยะเวลาที่อยู่อาศัย 1-2 ปี ระยะเวลาที่อยู่อาศัย 5-6 ปี และระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่มีการบริการหลังการขาย

จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัย ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในระดับปานกลาง โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องซ่อมแซมหรือต่อเติมบ้านไม่เรียบร้อยไม่สวยงาม ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียวและบ้านลักษณะอื่น ๆ มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องไม่มีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง เช่น ขยายพื้นที่ออกกำลังกาย ตกแต่งบริเวณ

โครงการให้สวยงามอยู่เสมอ เป็นต้น ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวสองชั้น มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องการก่อสร้างไม่มีคุณภาพ และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝด มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องการก่อสร้างไม่มีคุณภาพ วัสดุก่อสร้างไม่มีคุณภาพ สีบ้านไม่สวย ไม่ทนทาน ไม่สามารถต่อเติมปรับปรุงได้ ไม่มีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง เช่น ขยายพื้นที่ออกกำลังกาย ตกแต่งบริเวณ โครงการให้สวยงามอยู่เสมอ เป็นต้น การติดตั้งก๊อกน้ำไม่เหมาะสมและซ่อมแซมหรือต่อเติมบ้าน ไม่เรียบร้อย ไม่สวยงาม

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในระดับปานกลาง โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ บ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องค่าน้ำประปาแพง ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝดและบ้านลักษณะอื่น ๆ มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องค่าบำรุงรักษาส่วนกลางมีอัตราสูง (ค่าไฟฟ้า ถนนส่วนกลาง ยามรักษาความปลอดภัย ค่าพนักงานทำความสะอาดถนน ค่าคนสวน ฯลฯ)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียวและบ้านแฝด มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจัยย่อยเรื่องไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย และไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวสองชั้น มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจัยย่อยเรื่องสำนักงานขายตั้งอยู่ในทำเลที่ไม่สะดวกต่อการติดต่อ และไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ ในแต่ละเรื่องมีปัญหาเท่ากันมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้านลักษณะต่าง ๆ มีปัญหาต่อส่วน
 ประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในระดับปานกลาง โดยผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคาร
 พาณิชยกรรม มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องไม่มีการจูงใจโดยการให้สิทธิและ
 ผลประโยชน์พิเศษ เช่น การลดราคาช่วงเปิดตัวแบบบ้านใหม่/โครงการใหม่ เป็นต้น ผู้ที่อาศัยใน
 บ้านเดี่ยวชั้นเดียว มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องการให้บริการ
 ข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน เช่น การติดประกาศ และการแจ้งข่าวผ่านทางคณะกรรมการหมู่บ้าน
 เป็นต้น ไม่ทั่วถึง ผู้ที่อาศัยในบ้านเดี่ยวสองชั้นมีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางใน
 ปัจจุบันเรื่องไม่มีการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น งานกีฬา เป็นต้น และผู้ที่อาศัย
 ในบ้านแฝด มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง และผู้ที่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มี
 ปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องไม่มีการจูงใจโดยการให้สิทธิและ
 ผลประโยชน์พิเศษ เช่น การลดราคาช่วงเปิดตัวแบบบ้านใหม่/โครงการใหม่ เป็นต้น

ด้านบุคคล ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสม
 การตลาดด้านบุคคลในระดับปานกลาง โดยผู้ที่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชยกรรม มีปัญหาสูงสุด
 มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก บ้านเดี่ยวชั้นเดียว และบ้านเดี่ยวสองชั้น มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับ
 ปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานให้บริการล่าช้า ผู้ที่อาศัยในบ้านแฝดมีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ย
 ในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานไม่มีความน่าเชื่อถือ พนักงานไม่เข้าใจความต้องการ
 ของลูกค้า และพนักงานให้บริการลูกค้าทุกคนไม่เท่าเทียมกัน และผู้ที่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ
 มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลางในปัจจุบันเรื่องพนักงานให้บริการล่าช้า พนักงานขาด
 ความรู้ความเข้าใจในการให้บริการ พนักงานแสดงกิริยาไม่สุภาพ และไม่มียุทธศาสตร์ พนักงาน
 ไม่เข้าใจความต้องการของลูกค้า และพนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้าน
 ทุกลักษณะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทาง
 กายภาพในระดับปานกลาง โดยผู้ที่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชยกรรม และบ้านเดี่ยวสองชั้น มี
 ปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องสนามเด็กเล่น ไม่เพียงพอ ผู้ที่อาศัยในบ้าน
 เดี่ยวชั้นเดียวมีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องที่อยู่อาศัยคับแคบ ไม่
 สามารถทำกิจกรรมการออกกำลังกายได้หลากหลาย ผู้ที่อาศัยในบ้านแฝดมีปัญหาสูงสุดมี
 ค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องเรื่องยามรักษาความปลอดภัยไม่เพียงพอ และผู้ที่อาศัยใน
 บ้านลักษณะอื่น ๆ มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมากในปัจจุบันเรื่องเรื่องบริเวณโครงการ เช่น

บริเวณถนน หรือสนามเด็กเล่น เป็นต้น สกปรก บริเวณโครงการตกแต่งไม่เหมาะสม ไม่สวยงาม และสนามเด็กเล่นไม่เพียงพอ

ด้านกระบวนการให้บริการ ผู้ตอบแบบสอบถามที่อาศัยในบ้านทุกลักษณะมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในระดับปานกลาง ซึ่งผู้มีปัญหาสูงสุดในเรื่องไม่มีการบริการหลังการขาย โดยผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวสองชั้น ผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านแฝด และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านลักษณะอื่น ๆ มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ส่วนผู้ที่อยู่อาศัยในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ และผู้ที่อยู่อาศัยในบ้านเดี่ยวชั้นเดียว มีปัญหาสูงสุดมีค่าเฉลี่ยในระดับปานกลาง

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้านำต่อส่วนประสมการตลาดโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อารีวิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อารีวิลด์ จำกัด ในด้านราคามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้านำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรภูผาพันธุ์วิลด์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้านำมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่ ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อารีวิลด์ จำกัด ในด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้านำที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรภูผาพันธุ์วิลด์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้านำมีปัญหาสูงสุดด้านราคา รองลงมา ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

โดยสามารถสรุปได้ดังนี้
ด้านผลิตภัณฑ์

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันเรื่องแบบบ้านและมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันเรื่องไม่มีการพัฒนาโครงการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลณี คุรุรงเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ และมีปัญหาสูงสุดเรื่องสีบ้านไม่สวย นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร ภูมิศึกษา บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่อง การบริการงานต่อเติมและซ่อมแซม และมีปัญหาสูงสุดเรื่องความแรงของน้ำประปา

ด้านราคา

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านราคาในปัจจุบันเรื่องระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร และมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันเรื่องค่าน้ำประปาแพง ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลณี คุรุรงเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องราคาที่ดินและบ้านเหมาะสมคุ้มค่าเงิน และมีปัญหาสูงสุดเรื่องอัตราเก็บค่าส่วนกลาง (ค่ายามรักษาความปลอดภัย ค่าไฟฟ้าถนนส่วนกลาง ค่าคนงานดูแลสวนส่วนกลาง-ทำความสะอาดถนน)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันเรื่องความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขาย และมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันเรื่อง ไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย และไม่ได้รับความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหารโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลณี คุรุรงเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธวิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง

ด้านการส่งเสริมการตลาด

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี และมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันย่อยเรื่องการให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธ์วิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีปัญหาสูงสุดเรื่องป้ายแจ้งข่าวสารภายในหมู่บ้านติดตั้งน้อยจุด

ด้านบุคคล

พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านบุคคลในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี และมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันย่อยเรื่องพนักงานให้บริการล่าช้า ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธ์วิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องพนักงานมีความสุภาพ มารยาทดี และมีปัญหาสูงสุดเรื่องพนักงานอยู่บริการหลังเลิกงานน้อย

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพในปัจจุบันย่อยเรื่องความกว้างของถนน และมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันย่อยเรื่องสนามเด็กเล่นไม่เพียงพอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรรกุลพันธ์วิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องถนนกว้าง และมีปัญหาสูงสุดเรื่องสนามเด็กเล่นไม่เพียงพอ แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร ภูมิศึกษา บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องการบริการเรื่องการรักษาความสะอาด และมีปัญหาสูงสุดเรื่องไฟฟ้าถนน บริการดูแลสาธารณูปโภค และบริการรักษาความปลอดภัย

ด้านกระบวนการให้บริการ

พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดต่อส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการให้บริการในปัจจุบันย่อยเรื่องการให้บริการเรื่องการยื่นกู้สถาบันการเงิน และมีปัญหาสูงสุดในปัจจุบันย่อยเรื่องไม่มีการบริการหลังการขาย ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ นวลฉวี คุรุรุ่งเรือง (2546) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร

กุลพันธ์วิวัฒน์ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดเรื่องการบริการหลังการขาย และมีปัญหาสูงสุดเรื่องการเก็บขยะ แต่สอดคล้องกับกับผลการศึกษาของ สถาพร ศรีประสิทธิ์ (2540) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรร กรณีศึกษา บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดการชำระเงินค่างวดและบริการยื่นกู้สถาบันการเงิน

ข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิวัลท์ จำกัด จังหวัดลำปาง มีข้อค้นพบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 79 สรุปความพึงพอใจ และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัทจิตต์อาร์วิวัลท์ จำกัด

ส่วนประสมการตลาด	พอใจมากที่สุด	พอใจน้อยที่สุด	ปัญหามากที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์	แบบบ้าน 3.25	มีการพัฒนา โครงการอย่าง ต่อเนื่อง เช่น ขยายพื้นที่ออก กำลังกาย ตกแต่งบริเวณ โครงการให้สวยงามอยู่เสมอ เป็นต้น 2.03	ไม่มีการพัฒนาโครงการอย่าง ต่อเนื่อง เช่น ขยายพื้นที่ ออกกำลังกาย ตกแต่งบริเวณ โครงการให้สวยงามอยู่เสมอ เป็นต้น 3.54
ด้านราคา	ระยะเวลาการผ่อน ชำระกับธนาคาร 3.29	อัตราดอกเบี้ยค่าน้ำ 2.36	ค่าน้ำประปาแพง 3.89
ด้านช่องทางการ จัดจำหน่าย	ความสะดวกในการ เดินทางไป สำนักงานขาย 3.06	ความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ 2.80	ไม่ได้รับความสะดวกในการ ติดต่อ ณ สำนักงานขาย ไม่ได้รับความสะดวกในการ ติดต่อ ณ สำนักงานบริหาร โครงการ 3.01

ตารางที่ 79 สรุปความพึงพอใจ และปัญหาของผู้ตอบแบบสอบถามต่อส่วนการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัทจัดอารีวิลส์ จำกัด (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาด	พอใจมากที่สุด	พอใจน้อยที่สุด	ปัญหามากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	พนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี 3.07	การให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน เช่น การติดประกาศ และการแจ้งข่าวผ่านทางคณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น 2.07	การให้บริการข่าวสารต่าง ๆ ของหมู่บ้าน เช่น การติดประกาศ และการแจ้งข่าวผ่านทางคณะกรรมการหมู่บ้าน เป็นต้น ไม่ทั่วถึง 3.35
ด้านบุคคล	พนักงานบุคลิกภาพ การแต่งกายดี 3.10	พนักงานสามารถให้บริการที่รวดเร็วทันใจ 2.55	พนักงานให้บริการล่าช้า 3.16
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	ความกว้างของถนน 3.06	ที่ออกกำลังกายกว้างขวาง และมีกิจกรรมการออกกำลังกายให้เลือกหลายประเภท 1.69	สนามเด็กเล่น ไม่เพียงพอ 4.03
ด้านกระบวนการให้บริการ	การให้บริการเรื่องการยื่นกู้สถาบันการเงิน 3.11	การบริการหลังการขาย 1.96	ไม่มีการบริการหลังการขาย 3.46

จากตารางที่ 80 พบว่า เมื่อพิจารณาความพึงพอใจน้อยที่สุด และมีปัญหามากที่สุด ในแต่ละด้าน พบว่า เรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจน้อยที่สุด คือเรื่องที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีปัญหามากที่สุดนั่นเอง โครงการควรติดต่อสื่อสารและให้บริการข่าวสารต่าง ๆ แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะจัดทำบอร์ดประจำหมู่บ้านเพื่อติดประกาศ ควรมีการจูงใจโดยให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การแถมมุ้งลวด การจัดสวน การลดราคาช่วงเปิดตัวบ้าน/โครงการใหม่ การแถมทองคำ หรือการชิงโชค เป็นต้น

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท มีภูมิลำเนาในจังหวัดลำปาง ระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีสมาชิกในบ้าน 3-5 คน ซึ่งส่วนมากจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว เนื้อที่ 50-100 ตารางวา มีราคาบ้านพร้อมที่ดินขณะซื้ออยู่ระหว่าง 500,000-1,000,000 บาท

ผู้ที่มีรายได้ 50,001 บาทขึ้นไป จะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด มากกว่าผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 50,001 บาท แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ที่มีรายได้น้อยกว่า 70,000 บาท และต่ำกว่า 10,000 บาท ก็มีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด มากกว่าผู้ที่มีรายได้ 10,000-70,000 บาท

ผู้ที่มีระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากขึ้น จะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด ลดลง และมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด เพิ่มขึ้น

ผู้ที่อาศัยอยู่ในทาวน์เฮาส์/อาคารพาณิชย์ จะมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด น้อยกว่าผู้ที่อาศัยในบ้านแบบอื่น ๆ และมีปัญหาต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด มากกว่าบ้านแบบอื่น ๆ ด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้เห็นว่าความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งยังไม่เพียงพอเพื่อการแข่งขันในสภาวะเศรษฐกิจดังเช่นปัจจุบัน ดังนั้นเพื่อเพิ่มความพึงพอใจและแก้ปัญหาให้กับลูกค้า กิจการควรให้ความสำคัญต่อบริการต่าง ๆ ทั้งในระยะสั้น ระยะยาว และสำหรับโครงการใหม่ที่จะดำเนินการต่อไป ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

- ในระยะสั้น ควรมีการพัฒนาโครงการโดยการดูแล และตกแต่งบริเวณโครงการให้สะอาดและสวยงามอยู่เสมอ ควรจัดให้มีการให้บริการซ่อมแซมหรือต่อเติมบ้านเพื่อความสะดวกของผู้อยู่อาศัย โดยอาจจัดให้มีผู้รับเหมาที่ทางโครงการให้บริการอยู่เป็นประจำคอยให้บริการ
- ในระยะยาว ทางโครงการควรมีการพัฒนาโครงการโดย ขยายพื้นที่ออกกำลังกายและพื้นที่สาธารณะสำหรับผู้อยู่อาศัย
- สำหรับโครงการใหม่ ที่จะดำเนินการต่อไป การก่อสร้าง ควรเลือกใช้สีคุณภาพดี เพื่อความทนทานและไม่หลุดลอก

ด้านราคา

- ในระยะสั้น ลูกค้าประสบปัญหาเรื่องอัตราค่าบริการรักษาส่วนกลางที่มีอัตราสูงแต่ไม่ได้รับบริการที่คุ้มค่า ดังนั้นทางโครงการควรพิจารณาเทียบกับราคาท้องตลาด หรือปรับปรุงการบริการในส่วนกลาง เช่น ยามรักษาความปลอดภัย และการตกแต่งบริเวณโครงการ
- ในระยะยาว ลูกค้าส่วนใหญ่มีปัญหาในเรื่องค่าน้ำประปาแพง(หน่วยละ 9 บาท) และไม่มีคุณภาพ ดังนั้นทางโครงการควรเจรจากับผู้ให้บริการในส่วนนี้เพื่อหาราคาที่เหมาะสม และปรับปรุงคุณภาพน้ำ
- สำหรับโครงการใหม่ ที่จะดำเนินการต่อไป ควรตั้งอัตราค่าบริการรักษาส่วนกลางให้เหมาะสม และเหมาะสมกับที่อยู่อาศัยฝั่งใต้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

- ในระยะสั้น อำนวยความสะดวกและให้ความสนใจแก่ผู้อยู่อาศัยเมื่อมาติดต่อ ณ สำนักงานขาย
- ในระยะยาว ในปัจจุบัน ทางโครงการ ไม่มีสำนักงานบริการ โครงการที่ถาวรอยู่ในบริเวณโครงการ ลูกค้าต้องติดต่อ ณ สำนักงานขาย ดังนั้นเพื่อความสะดวกของลูกค้า ทางโครงการจึงควรมีสถานที่สำนักงานบริการ โครงการอย่างถาวรตั้งอยู่ในแต่ละโครงการ
- สำหรับโครงการใหม่ ที่จะดำเนินการต่อไป ควรจัดให้มีสำนักงานบริการ โครงการ สำหรับบริการผู้อยู่อาศัยในบริเวณโครงการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ในระยะสั้น โครงการควรติดต่อสื่อสารและให้บริการข่าวสารต่าง ๆ แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยอาจจะจัดทำบอร์ดประจำหมู่บ้านเพื่อติดประกาศ
- ในระยะยาว ควรมีการสนับสนุนในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรือโฆษณาตามสื่อท้องถิ่น เช่น หนังสือพิมพ์ และวิทยุ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จัก
- สำหรับโครงการใหม่ ที่จะดำเนินการต่อไป ควรมีการจูงใจโดยให้สิทธิและผลประโยชน์พิเศษเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การแถมมุ้งลวด การจัดสวน การลดราคา ช่วงเปิดตัวบ้าน/โครงการใหม่ การแถมทองคำ หรือการชิงโชค เป็นต้น

ด้านบุคคล

- ในระยะสั้น ปรับปรุงการบริการของลูกค้าให้มีการบริการที่รวดเร็วขึ้น
- ในระยะยาว ควรมีการอบรมพนักงานให้มีความเข้าใจถึงลักษณะของการบริการ และปรับปรุงการให้บริการเพื่อความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

- ในระยะสั้น ควรปรับปรุงระบบบำบัดน้ำเพื่อแก้ไขปัญหาน้ำขังที่หน้าโครงการ จิตต์อารีวิลเลจ เพื่อความสะดวกในการสัญจรของผู้อยู่อาศัย
- ในระยะยาว ควรมีการเพิ่มพื้นที่สาธารณะเพื่อทำเป็นสนามเด็กเล่น หรือสถานที่ ออกกำลังกาย และจัดพนักงานดูแลความสะอาดเรียบร้อยในพื้นที่สาธารณะหรือตกแต่ง บริเวณให้สวยงามอยู่เสมอ และในส่วนของโครงการจิตต์อารีวิลล์ 2 ควรสร้างสโมสร ให้เสร็จ เพื่อเพิ่มพื้นที่การออกกำลังกาย
- สำหรับโครงการใหม่ ที่จะดำเนินการต่อไป ควรจัดให้มีพื้นที่สาธารณะสำหรับ ออกกำลังกาย และสร้างสวนสาธารณะและสนามเด็กเล่น เพื่อผู้อยู่อาศัยจะได้มีพื้นที่ สำหรับพักผ่อน

ด้านกระบวนการให้บริการ

- ในระยะสั้น เมื่อลูกค้าต้องการการบริการจากทางโครงการ ควรดำเนินการจัดให้โดย สามารถกำหนดวันให้บริการได้อย่างแน่นอน
- ในระยะยาว เพิ่มการบริการหลังการขาย และการประกันการก่อสร้างหลังโอนให้แก่ผู้ อยู่อาศัยเดิมเพื่อความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า
- สำหรับโครงการใหม่ ที่จะดำเนินการต่อไปควรจัดให้มีการประกันการก่อสร้างหลัง โอน และมีการบริการหลังการขาย เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้า