

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผลสรุป และข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. วิธีการดำเนินการวิจัย
3. สรุปผลการวิจัย
4. อภิปรายผล
5. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้
6. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

วิธีการดำเนินการวิจัย

ประชากร เป็นกลุ่มลูกค้าในโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ นันทวัน ประชาชื่น นันทวัน ศรีนครินทร์ ชัยพฤกษ์ เทพารักษ์ และมัณฑนา พระราม 2

กลุ่มตัวอย่าง เลือกมาจากประชากรที่เป็นกลุ่มลูกค้าในโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) จำนวน 4 โครงการ ได้แก่ นันทวัน ประชาชื่น นันทวัน ศรี

นรินทร์ ชัยพฤกษ์ เทพารักษ์ และมัณฑนา พระราม 2 โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจำนวน 500 คน มาดำเนินการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการกำหนดสัดส่วนของจำนวนประชากรในแต่ละชั้นภูมิ จำแนกตามโครงการ จากการคำนวณ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 220 คนแล้ว ดังนั้นเพื่อเป็นความสะดวก ผู้วิจัยจึงใช้วิธีกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 200 คนในการทำวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ และพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นเท่ากับ .8258

การเก็บรวบรวมข้อมูล ทำโดยผู้วิจัยและผู้ช่วยจำนวน 4 คน ในเดือนตุลาคม 2548 โดยผู้เก็บข้อมูลทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

จากการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 200 ราย โดยเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59 และเพศชายร้อยละ 41 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากจะมีอายุระหว่าง 30-39 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา อายุระหว่าง 40-49 ปี คิดเป็นร้อยละ 39 และอายุน้อยกว่า 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 11 ตามลำดับ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 25 มีการศึกษาสูงสุดอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมา สูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.5 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 9.5 ตามลำดับ มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 34.5 และประกอบอาชีพอิสระ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 70,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.5 รองลงมา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-50,000 บาท และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001-70,000 บาท ตามลำดับ มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา

มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 และมีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 5-6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

2. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรจำแนกตามลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้านจัดสรร เหตุผลหลักในการเลือกซื้อ เหตุผลด้านทำเลที่ตั้ง เหตุผลด้านรูปแบบและการก่อสร้าง เหตุผลด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เหตุผลด้านการส่งเสริมการขาย และสื่อโฆษณาของโครงการ

จากการวิจัย พบว่า ลูกค้าที่อาศัยอยู่ในโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากมีลักษณะที่อยู่อาศัยเดิมโดยรวมเป็นแบบบ้านเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมา เป็นทาวน์เฮาส์ คิดเป็นร้อยละ 25.5 และอาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ ลูกค้ามีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรโดยรวมของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากเพื่ออยู่อาศัย คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมา เพื่อเป็นบ้านพักอาศัยหลังที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 18 และเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น คิดเป็นร้อยละ 15.5 ตามลำดับ ลูกค้ามีเหตุผลหลักโดยรวมในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากมาจากที่ตั้งและลักษณะของโครงการ คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมา ชื่อเสียงบริษัทของโครงการ คิดเป็นร้อยละ 33 และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโครงการ คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ ลูกค้ามีเหตุผลโดยรวมด้านทำเลที่ตั้งในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากใกล้ที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมา ใกล้ถนนใหญ่ และสภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียง มีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ตามลำดับ ลูกค้ามีเหตุผลโดยรวมด้านรูปแบบและการก่อสร้างในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากสามารถเข้าอยู่ได้ทันที คิดเป็นร้อยละ 24.5 รองลงมา พื้นที่หรือขนาดของตัวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 22 และการจัดประโยชน์ใช้สอยของตัวบ้าน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ ลูกค้ามีเหตุผลโดยรวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากมาจากระบบการรักษาความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 61 รองลงมา สระว่ายน้ำ คิดเป็นร้อยละ 28 และสวนสาธารณะ คิดเป็นร้อยละ 10 ตามลำดับ ลูกค้ามีเหตุผลโดยรวมด้านการส่งเสริมการขายในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ส่วนมากได้รับการต้อนรับที่ดีจากเจ้าหน้าที่ฝ่ายขาย คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา มีส่วนลดราคาขาย คิดเป็นร้อยละ 33.5 และมีของแถม ของแถม คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตามลำดับ ลูกค้าพิจารณาจากสื่อโฆษณาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) โดยรวมส่วนมากมาจากสื่อโฆษณาทางแผ่นพับและ

รูปเล่ม คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา การแนะนำจากเพื่อน หรือญาติ คิดเป็นร้อยละ 26 และป้ายโฆษณา คิดเป็นร้อยละ 22 ตามลำดับ

3. วิเคราะห์ความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบริการสาธารณสุข

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก ยกเว้น ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ รูปแบบบ้านทันสมัยสวยงาม และความเหมาะสมของพื้นที่ใช้สอย ตามลำดับ

ด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านราคา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต่องวดกับธนาคาร และจำนวนเงินจอง ตามลำดับ

ด้านทำเลที่ตั้ง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านทำเลที่ตั้งโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ โครงการมีระบบสาธารณสุขครบครัน โครงการมีสภาพแวดล้อมบริเวณใกล้เคียงที่ดี และโครงการอยู่ใกล้ถนนสายหลัก และเข้า-ออก ได้สะดวก ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ดึงดูดปั้มน้ำภายในบริเวณบ้าน มีบริการฉีดน้ำยาป้องกันปลวก และแมลง และมีบริการจัดสวนภายในบริเวณบ้าน ตามลำดับ

ด้านบริการสาธารณสุข ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านการบริการสาธารณสุขโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ความปลอดภัยในโครงการ การตรวจเวรยาม ความสะอาดของถนน และระบบไฟแสงจันทร์ของถนนภายในโครงการ ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้าในด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว ไม่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) โดยพบว่าลูกค้ามีระดับความพึงพอใจโดยมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากโครงการบ้านจัดสรรทั้ง 4 โครงการที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นโครงการใหม่ ที่บริษัท ยังเปิดขายอยู่ จึงเป็นโครงการที่ได้มีการปรับปรุงพัฒนา เนื่องจากบ้านที่สร้างเสร็จโดยส่วนใหญ่ได้ผ่านการพัฒนาปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและจะมีให้เลือกภายใต้ค่าใช้จ่ายที่ต่ำ เนื่องจากเป็นการสร้างเสร็จเรียบร้อยตั้งแต่ต้น ประกอบกับกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการวิจัย คือ ลูกค้าที่เป็นประเภทบ้านเดี่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มที่ไม่แตกต่างกันในเชิงลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จึงเป็นผลให้มีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรของบริษัทฯ ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ คนัย สรนคร (2547 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อบ้านจัดสรรของบริษัท เอ็น.ซี.เฮาส์ซิ่ง จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ซื้อบ้านจัดสรรที่แตกต่างกันตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และไม่มีผลต่อระดับความพึงพอใจ

2. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ข้อมูลพฤติกรรมของลูกค้าในการเลือกซื้อโครงการบ้านจัดสรรแบ่งตาม ลักษณะที่อยู่อาศัยเดิม วัตถุประสงค์ในการซื้อ ได้แก่ เพื่ออยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นราเขต ยิ้มสุข (2547 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบ้านจัดสรรโครงการบริษัท เอ็น.ซี.เฮาส์ซิ่ง จำกัด พบว่า วัตถุประสงค์หลักในการเลือกซื้อบ้านจัดสรร คือ เพื่ออยู่อาศัยอยู่ในระดับมากที่สุด และเหตุผลที่เลือกซื้อบ้าน ได้แก่ ที่ตั้งและลักษณะของโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ ไพศาล ภูเจริญ (2540 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) พบว่า เหตุผลที่สำคัญในการซื้อบ้านในโครงการแลนด์ แอนด์ เฮาส์ ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัท และสาธารณูปโภคที่ครบเป็นอันดับหนึ่ง

3. จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในด้านบริการสาธารณูปโภคมาก รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล

การศึกษาของดวงกมล เทพนาถิจ (2547 : บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วน
ประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อารีวิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง พบว่า ลูกค้ามี
ความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านราคา ด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริม
การตลาด ตามลำดับ และไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุบลรัตน์ สุวรรณบริบูรณ์ (2546 :
บทคัดย่อ) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท สุภาลัย จำกัด
(มหาชน) พบว่า ผู้ซื้อมีความพึงพอใจโดยรวมต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท สุภาลัย จำกัด
(มหาชน) ส่วนมากอยู่ในระดับดี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านทำเลที่ตั้ง

โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้าน
ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันเรื่อง ชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษา
ของอุบลรัตน์ สุวรรณบริบูรณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อโครงการบ้าน
จัดสรรของ บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ซื้อมีความพึงพอใจในปัจจุบันเรื่อง ระบบ
ระบายอากาศภายในตัวบ้าน นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงกมล เทพนาถิจ
(2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร
บริษัท จิตต์อารีวิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในปัจจุบันเรื่อง แบบ
บ้าน

ด้านราคา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านราคา
ในปัจจุบันเรื่อง ระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงกมล
เทพนาถิจ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการ
บ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อารีวิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง พบว่า ระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร

ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้าน
ทำเลที่ตั้งในปัจจุบันเรื่อง โครงการมีระบบสาธารณูปโภคครบครัน ซึ่งไม่สอดคล้องกับผล
การศึกษาของอุบลรัตน์ สุวรรณบริบูรณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของผู้ซื้อที่มีต่อ
โครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ซื้อมีความพึงพอใจในปัจจุบันเรื่อง
การเดินทางเข้า-ออกสะดวกสบาย

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้าน
จัดสรรด้านการส่งเสริมการตลาดในปัจจุบันเรื่อง การติดตั้งปั้มน้ำภายในบริเวณบ้าน ซึ่งไม่
สอดคล้องกับผลการศึกษาของอุบลรัตน์ สุวรรณบริบูรณ์ (2546 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของ
ผู้ซื้อที่มีต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท สุภาลัย จำกัด (มหาชน) พบว่า ผู้ซื้อมีความพึงพอใจใน

ปัจจัยย่อยเรื่อง การมอบส่วนลดพิเศษ นอกจากนี้ยังไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงกมล เทพนาทิจ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการ บ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจสูงสุดในปัจจัยย่อยเรื่อง ความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขายของโครงการ

ด้านบริการสาธารณูปโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโครงการบ้านจัดสรรด้านบริการสาธารณูปโภคในปัจจัยย่อยเรื่อง การปลอดภัยในโครงการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของดวงกมล เทพนาทิจ (2547 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากการวิจัยครั้งนี้เห็นว่า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อโครงการบ้านจัดสรรของ บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งทำให้สามารถแข่งขันในสถานะเศรษฐกิจดังเช่นปัจจุบันได้ ดังนั้น เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้า ในธุรกิจเช่นนี้ควรให้ความสำคัญต่อปัจจัยต่าง ๆ ทั้งในระยะสั้นระยะยาว และสำหรับโครงการใหม่ที่จะดำเนินการต่อไป ดังนี้

1. ควรจัดให้มีทีมบริการหลังการขายให้บริการเชิงรุก เช่น จัดเจ้าหน้าที่เข้าไปตรวจสอบไฟฟ้า ประปา ทุก ๆ 6 เดือน เป็นต้น ตลอดจนความรวดเร็ว และคุณภาพของทีมบริการในการทำงานอย่างมืออาชีพ

2. จัดให้มีการเผยแพร่ข่าวสารความรู้ และความร่วมมือระหว่างลูกบ้านที่อยู่อาศัยร่วมกันในการดูแลรักษาสาธารณูปโภคให้ได้อยู่เสมอรวมถึงการดูแลสโมสรให้สะอาดด้วย

3. ควรให้ความสำคัญกับการลงทุนในเรื่องความปลอดภัยแก่ผู้อยู่อาศัย เช่นการสร้างรั้วที่สูง เพื่อยกต่อการปีนเข้ามา หรือการติดตั้งกล้องที่วิงจอร์ปิด ตลอดจนความเหมาะสมเพียงพอต่อจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในหมู่บ้าน

4. เนื่องจากปัจจุบันผู้ซื้อให้ความสำคัญในเรื่องการบริการหลังการขายที่มีมากขึ้น และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของบริษัทฯ ดังนั้นทางบริษัทฯ ควรมีทีมบริการหลังการขายที่คอยให้บริการลูกบ้าน ในกรณีที่ทางบริษัทได้ปิดโครงการไปแล้ว หรือหมดประกันไปแล้วไว้คอยบริการลูกบ้านที่มีปัญหาเรื่องบ้าน และต้องการให้เข้ามาแก้ไขตลอดจนคิดค่าใช้จ่ายในราคาที่เหมาะสม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) เพื่อให้รับทราบปัญหา และความต้องการของลูกค้า เพื่อนำไปปรับปรุงการบริการหลังการขายให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการตอบสนองกลยุทธ์ทางการตลาดระหว่างโครงการบ้านจัดสรรของบริษัทอื่น กับของบริษัท แลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด(มหาชน) เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของการพัฒนาธุรกิจบ้านจัดสรรให้สามารถรองรับกับความต้องการของผู้อยู่อาศัยที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคตได้อย่างทั่วถึง