

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปาง

ศึกษาโดยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จากผู้ที่อยู่อาศัยในโครงการบ้านจัดสรรของบริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จำนวน 230 ตัวอย่าง จากนั้นจึงนำข้อมูลมาประมวลผล โดยใช้ค่าสถิติความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ในการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

จากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้ของครอบครัวเฉลี่ยต่อเดือน 10,000-30,000 บาท มีภูมิลำเนาในจังหวัดลำปาง ระยะเวลาที่อยู่อาศัยมากกว่า 8 ปี มีสมาชิกในบ้าน 2-5 คน ซึ่งส่วนมากจะมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวชั้นเดียว เนื้อที่ 50-100 ตารางวา บ้านและที่ดินที่อยู่ปัจจุบันราคา 500,000-1,000,000 บาท

จากการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดของโครงการบ้านจัดสรร บริษัท จิตต์อาร์วิลด์ จำกัด จังหวัดลำปางพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อส่วนประสมการตลาดส่วนมากอยู่ในระดับปานกลาง เรียงลำดับ ดังนี้ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ปัจจัยย่อยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจสูงสุดที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ใน 3 ลำดับแรกในส่วนประสมการตลาดแต่ละด้านดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ แบบบ้าน ชื่อเสียงภาพลักษณ์ที่ดีของโครงการ และการเก็บขยะตามลำดับ

ด้านราคา ได้แก่ ระยะเวลาการผ่อนชำระกับธนาคาร จำนวนเงินที่ผ่อนชำระต้องงวดกับธนาคาร และระยะเวลาการผ่อนชำระเงินค่างวด ตามลำดับ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานขาย ความสะดวกในการติดต่อ ณ สำนักงานขาย และความสะดวกในการเดินทางไปสำนักงานบริหารโครงการ ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ พนักงานขายมีความสุภาพ มารยาทดี การออกงานแสดงสินค้าตามห้างสรรพสินค้า และพนักงานขายให้บริการด้วยความรวดเร็ว ตามลำดับ

ด้านบุคคล ได้แก่ พนักงานบุคลิกภาพการแต่งกายดี พนักงานสุภาพและมีมนุษยสัมพันธ์ และพนักงานมีความซื่อสัตย์ ตามลำดับ

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ได้แก่ ความกว้างของถนน ความสว่างของไฟฟ้า และความทันสมัยของอุปกรณ์ต่าง ๆ ในสำนักงาน ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ การให้บริการเรื่องการยื่นกู้สถาบันการเงิน ความพึงพอใจต่อสถาบันการเงินที่โครงการจัดหาให้ และความน่าเชื่อถือของระบบการทำงาน ตามลำดับ

## **ABSTRACT**

**TE 157850**

The objective of this independent study was to study Customer's Satisfaction Towards the Marketing Mix of Jitt-Aree Vill Ltd., Housing Project Lampang Province.

The data was collected from questionnaire distributed to 230 homeowners in Jitt-Aree Vill Ltd, Housing Project. The data was then statistically analyzed using frequency, percentage and means. The results of this study were as followed.

It was found from the study that most of respondents were female of 41-50 years old, holding bachelor's degree. They worked for the government or state enterprises, with monthly earning of 10,000-30,000 baht per family. They were from Lampang and had been living in the project for more than 8 years, with 2-5 family members. Most of them lived in one-storied house on 50-100 Tarangwa of land. The prices of the houses and lands, which they lived were from 500,000 to 1,000,000 baht.

Overall the respondents were satisfied with Jitt-Aree Vill Ltd., housing project marketing mix at the at the medium level with the first factor being price. The rest were place, people, product, processes, promotion respectively. For physical evidence, the respondents were satisfied overall average at the low level.

The first 3 rankings of the sub-factors towards which the respondents were satisfied at the highest level in each category were as followed.

In product, they were house design, the project's good image, and garbage collecting, respectively.

In price, they were bank installment period, the amount of each installment payment, and the period of down-payment installment, respectively.

In place, they were convenient trip to sales office, convenient transaction at sales office, and convenient trip to the project's operational office, respectively.

In promotion, they were polite and good-mannered staff, road shows at department stores, and quick services, respectively.

In people, they were well-dressed staff with good personality, polite and friendly staff, and honest staff, respectively.

In physical evidence, they were wide roads, well-lighted compound, and modern office supplies, respectively.

In processes, they were financing process, financing institutions offered, and the reliability of the operation, respectively.