บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้พักอาศัยในหมู่บ้านลัดดารมย์โครงการเชียงใหม่ต่อคุณภาพการบริการด้านสาธารณูปโภค และระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการ ครั้งนี้ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นกรอบแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎี

1. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Concept)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2548) ได้อ้างถึงความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นระดับความรู้สึกของลูกค้าที่มีผลจากการเปรียบเทียบระหว่างประโยชน์จากคุณสมบัติผลิตภัณฑ์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าดังกล่าวได้รับ กับความคาดหวัง (Expectation) ของลูกค้าที่มีผลประโยชน์หรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในด้านผลิตภัณฑ์บริการ ระดับความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากความแตกต่างระหว่างผลประโยชน์จากการบริการกับความคาดหวังของบุคคล ซึ่งความคาดหวังดังกล่าวนั้น เกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของแต่ละบุคคล อาทิ จากเพื่อน จากนักการตลาดหรือจากข้อมูลคู่แข่งขัน เป็นต้น

ฉะนั้นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้ให้บริการประสบความสำเร็จคือ การเสนอบริการที่มีประโยชน์สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้าผู้ใช้บริการ โดยยึดหลักการสร้างความพึงพอใจรวมสำหรับลูกค้า ส่วนผลประโยชน์จากการบริการเกิดจากการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าโดยการสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value Added) เกิดจากการทำงานร่วมกันกับฝ่ายต่างๆของผู้ให้บริการ โดยให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งขัน และความแตกต่างนั้นต้องมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งอาจเป็นความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดคุณค่าเพิ่มสำหรับลูกค้า

2. แนวคิดการประเมินคุณภาพการบริการ (ปราณี เอี่ยมละออภักดี, 2548) ปัจจุบันตลาดบริการมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจยุคสารสนเทศ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดแนวคิดด้านบริการใหม่เกิดขึ้น เช่น ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการ ติดต่อสื่อสาร สอบถาม ค้นหาข้อมูลที่ต้องการซื้อและขายผลิตภัณฑ์ผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นต้น นักการตลาดที่บริหารผลิตภัณฑ์คอมพิวเตอร์ต้องมีความพยายามสื่อสารถึงประโยชน์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ให้ความรู้แก่ลูกค้าในการใช้เทคโนโลยี และต้องให้บริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้า เพื่อสามารถ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แข่งขันในระดับอุตสาหกรรม นักการตลาดได้นำแนวคิดด้านการตลาดในการสร้างคุณภาพบริการให้เท่ากันหรือมากกว่าที่ลูกค้าคาดหวังเมื่อลูกค้าได้รับบริการจะเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ได้รับกับคุณภาพการบริการที่คาดหวังไว้ ถ้าผลที่ได้พบว่าคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ ลูกค้าไม่พอใจและไม่มาใช้บริการอีก ในทางตรงกันข้ามคุณภาพการบริการที่ได้รับจริงเท่ากันหรือมากกว่าที่คาดหวัง ลูกค้าพอใจจะกลับมาใช้บริการอีก

พรวิทู โค้วคชาภรณ์ (2543) ได้อ้างถึงแนวคิดของพาราสุรามาน และคณะเกี่ยวกับการวัดช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังที่ลูกค้ามีก่อนที่จะใช้บริการ และความรู้สึกที่รับรู้ได้หลังจากใช้บริการแล้ว หรือเรียกว่าการวัดช่องว่างที่ 5 ของคุณภาพการบริการนั้น พบว่าเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพการบริการในมุมมองของลูกค้าที่เรียกว่า “SERVQUAL (Service Quality)” ได้ถูกนำมาใช้ประเมินคุณภาพบริการของลูกค้า ซึ่งในปัจจุบันเครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพบริการ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมี 5 ด้าน ประกอบด้วย

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibles)

งานบริการควรมีความเป็นรูปธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ มีลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นเช่น สถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ วัสดุ และบุคคล เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ การประเมินจึงต้องประเมินจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีตัวตนซึ่งอยู่รอบๆ การให้บริการ โดยการประเมินจะเน้นใน 2 ส่วน ดังนี้คือ เน้นที่อุปกรณ์ เครื่องอำนวยความสะดวกทางวัตถุ และเน้นที่พนักงานซึ่งรวมถึงวัสดุที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร

2. ความเชื่อมั่นไว้วางใจได้ (Reliability)

โดยการให้บริการต้องตรงตามการสื่อสารที่นำเสนอแก่ลูกค้า งานบริการที่มอบหมายให้แก่ลูกค้าทุกครั้งต้องมีความถูกต้อง เหมาะสม และมีความสม่ำเสมอ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจในงานบริการจากลูกค้าได้ เช่น สามารถให้บริการตามที่สัญญาไว้กับลูกค้า การให้บริการที่ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกที่ให้บริการ และการปฏิบัติงานเสร็จตรงตามเวลาที่ได้กำหนดเป็นต้น

3. การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness)

พนักงานมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าด้วยความเต็มใจและมีความพร้อมที่จะช่วยเหลือหรือให้บริการลูกค้าทันที ซึ่งลูกค้าจะได้รับบริการที่สะดวกและรวดเร็ว ซึ่งการตอบสนองลูกค้าเน้นที่ความสนใจ และความพร้อมที่จะทำตามคำขอร้อง ตอบคำถาม รับฟังข้อร้องเรียน และแก้ปัญหาให้ลูกค้า โดยการแสดงออกถึงการตอบสนองของลูกค้า เช่น การให้บริการทันทีตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ การให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว พนักงานมีความพร้อมในการบริการ และการเอาใจใส่ต่อปัญหาของลูกค้า เป็นต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4. การให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า (Assurance)

การบริการจากพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะในการทำงานตอบสนองความต้องการของลูกค้า การมีอัธยาศัยมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี และการมีสัมมาคาราวะ สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือและสามารถสร้างความมั่นใจว่าลูกค้าจะได้รับบริการที่ดี โดยความมั่นใจในการให้บริการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ ความสามารถของพนักงาน มารยาทของพนักงานที่แสดงออกในขณะที่ให้บริการ และความปลอดภัยเมื่อลูกค้ามาใช้บริการ

5. การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Empathy)

การเข้าใจและรู้จักลูกค้า คือการเอาใจใส่ และให้ความใส่ใจกับลูกค้าเป็นราย บุคคล โดยพนักงานจำเป็นต้องให้บริการแก่ลูกค้าแต่ละรายด้วยความเอาใจใส่ และศึกษาความต้องการของลูกค้าแต่ละรายที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน เพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจหลังได้รับบริการแล้ว ซึ่งการเข้าใจและรู้จักลูกค้าสามารถปฏิบัติได้ดังนี้ คือ การเรียนรู้และเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้า การให้ความสนใจกับลูกค้าเป็นรายบุคคล และการรู้จักและสามารถจดจำลูกค้าประจำได้

3. สาธารณูปโภคของที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรม ตามข้อกำหนดของประกาศคณะกรรมการจัดสรรที่ดินกลาง ได้กำหนดถึงระบบและมาตรฐานของถนนประเภทต่างๆ ทางเดินและทางเท้าในที่ดินจัดสรรทั้งหมด รวมทั้งการเชื่อมต่อกับถนนหรือทางสายนอกที่ดินจัดสรร ดังนี้

1. ขนาดของถนนที่ต้องจัดให้มีการจัดสรรที่ดินแต่ละโครงการให้มีความกว้างของเขตทาง และผิวจราจรเป็นส่วนกับจำนวนที่ดินแปลงย่อยดังนี้

(1) ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยไม่เกิน 99 แปลง หรือเนื้อที่ต่ำกว่า 19 ไร่ ต้องมีความกว้างเขตทางไม่ต่ำกว่า 8.00 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร

(2) ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยไม่เกิน 100 – 299 แปลง หรือเนื้อที่ต่ำกว่า 19 - 50 ไร่ ต้องมีความกว้างเขตทางไม่ต่ำกว่า 12.00 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร

(3) ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยไม่เกิน 300 - 499 แปลง หรือเนื้อที่ต่ำกว่า 50 ไร่ แต่ไม่เกิน 100 ไร่ ต้องมีความกว้างเขตทางไม่ต่ำกว่า 16.00 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร

(4) ถนนที่ใช้เป็นทางเข้าออกสู่ที่ดินแปลงย่อยตั้งแต่ 500 แปลงขึ้นไป หรือเนื้อที่มากกว่า 100 ไร่ขึ้นไป ต้องมีความกว้างเขตทางไม่ต่ำกว่า 18.00 เมตร โดยมีความกว้างของผิวจราจรไม่ต่ำกว่า 6.00 เมตร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

2. ถนนที่เป็นทางเข้าออกของโครงการจัดสรรที่ดินที่บรรจบกับทางหลวงแผ่นดิน หรือทางสาธารณประโยชน์ ต้องมีความกว้างของเขตทางไม่น้อยกว่าเกณฑ์กำหนดตามข้อ 1. ข้างต้น นอกจากจะมีเกณฑ์บังคับอย่างอื่น

3. การจัดทำทางเดินและทางเท้าให้เป็นไปตามมาตรฐานของท้องถิ่น

นอกจากสาธารณูปโภคที่กล่าวข้างต้นแล้ว ข้อกำหนดของประกาศคณะกรรมการจัดสรรที่ดินกลางของที่ดินเพื่อที่อยู่อาศัยและพาณิชยกรรมยังได้กำหนดเกี่ยวกับสาธารณูปโภคอื่นๆ ได้แก่ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบระบายน้ำ การบำบัดน้ำเสีย การกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล สวนสาธารณะ สนามเด็กเล่นและสนามกีฬา (กรมที่ดิน กระทรวงมหาดไทย, 2552)

ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สถาพร ศรประสิทธิ์ (2540) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรของบริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) จังหวัดเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูลจากการออกแบบสอบถามแก่ลูกค้าจำนวน 174 ราย ซึ่งมีบ้านอยู่ในโครงการของบริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 5 โครงการ ได้แก่โครงการบ้านนันทวัน โครงการบ้านอิงดอย โครงการบ้านนันทนา โครงการเลค วิว พาร์ค 1 และโครงการเลค วิว พาร์ค 2 พบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการหลังการขายบ้านจัดสรรของบริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เฉลี่ยในระดับปานกลาง โดยแยกเป็นความพึงพอใจในต่อการบริการงานซ่อม การบริการเรื่องระบบความปลอดภัย การบริการเรื่องระบบไฟฟ้า - น้ำประปาในโครงการ การดูแลเรื่องระบบสาธารณูปโภคของโครงการ การดูแลสภาพแวดล้อมของโครงการ และการให้บริการในด้านสโมสร มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความพึงพอใจต่อการบริการรักษาความสะอาดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนปัญหาที่พบอยู่ในระดับน้อยคือ ปัญหาเรื่องการบริการงานซ่อมแซมอาคาร การบริการระบบรักษาความปลอดภัย และการบริการระบบไฟฟ้า – ประปา นอกจากนี้ ปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลางคือ การดูแลสภาพแวดล้อมภายในโครงการ

สำหรับความต้องการและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของลูกค้า สามารถสรุปได้ดังนี้คือ ในด้านการบริการรักษาความสะอาด ลูกค้าต้องการให้มีการจัดทำขยะแยกประเภท และควรเข้มงวดพนักงานที่ดูแลเรื่องการจัดเก็บขยะให้มีการจัดเก็บขยะให้สม่ำเสมอ ในด้านระบบไฟฟ้า – น้ำประปา ลูกค้าต้องการให้ดูแลซ่อมแซมอย่างทันท่วงทีในกรณีที่ไฟฟ้าถนนดับ และควรมีการเพิ่มจำนวนไฟฟ้าในบางจุด ในด้านการรักษาความปลอดภัยต้องการให้เข้มงวดในการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานรักษาความปลอดภัย และควรเพิ่มจำนวนพนักงานรักษาความปลอดภัย เพื่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนในด้านอื่นๆทางโครงการควรมีการขยายเวลาการใช้บริการ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากสโมสร ลูกค้าต้องการให้เจ้าหน้าที่ให้ความรู้ความเข้าใจเบื้องต้นเกี่ยวกับการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เช่น การซ่อมแซมบ้าน รวมทั้งโครงการควรมีตู้รับความคิดเห็นจากลูกค้า เพื่อที่จะนำข้อเสนอแนะไปปรับปรุงและแก้ไข

ระวิพรรณ ทองเพ็ญ (2549) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบ้านจัดสรรเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดลำพูน รวมทั้งศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรเชิงพาณิชย์ในเขตจังหวัดลำพูน โดยรวบรวมข้อมูลจากพนักงานที่ทำงานในเขตนิคมอุตสาหกรรมภาคเหนือ ตั้งแต่ระดับกลางขึ้นไปที่ยังไม่มีที่อยู่อาศัยเป็นของตนเอง จำนวน 200 ราย จากการศึกษาพบว่านอกเหนือจากปัจจัยด้านการเลือกซื้ออาคาร ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านอื่นๆที่กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญมากที่สุดที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ ได้แก่ความครบครันของระบบสาธารณูปโภคของบ้านจัดสรร เช่น ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา และโทรศัพท์ ซึ่งระบบสาธารณูปโภคเหล่านี้จะสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อยู่อาศัยได้ รวมไปถึงการที่บ้านจัดสรรมียามรักษาความปลอดภัยที่ปฏิบัติงานตลอด 24 ชั่วโมง ย่อมทำให้ผู้อยู่อาศัยมีความมั่นใจและความรู้สึกปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

จำลอง วงศ์ศิริอำนวย (2551) ได้ศึกษาถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายโครงการบ้านจัดสรรขนาดใหญ่ เน้นการศึกษาโครงการของบริษัทแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) โดยทำการเก็บข้อมูลจากการออกแบบสอบถามแก่ผู้ซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย จำนวน 184 ราย ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจากโครงการชลลดา ถนนเชียงใหม่ – แม่โจ้ จำนวน 89 ราย และโครงการสีวลี ถนนเรียบคลองชลประทานจำนวน 95 ราย โดยผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาในปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ความพึงพอใจในภาพรวมของโครงการบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย และความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขาย ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านสร้างเสร็จก่อนขายของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมาก มาจากชื่อเสียงของบริษัทฯ ทำเลที่ตั้งของโครงการ และความพร้อมของบ้านที่สามารถเข้าอยู่ได้ทันที นอกจากนี้พบว่าความพึงพอใจในบ้านสร้างเสร็จก่อนขายของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากในด้านต่างๆ ดังนี้คือ ด้านทำเลที่ตั้งของโครงการ ด้านการออกแบบผังโครงการและการจัดแบ่งพื้นที่ส่วนกลางของโครงการ ด้านสาธารณูปโภคส่วนกลางที่ทางโครงการจัดให้ ได้แก่ สโมสร สระว่ายน้ำ สวนสาธารณะ รวมทั้งด้านระบบรักษาความปลอดภัย และการดูแลสาธารณูปโภคส่วนกลางของโครงการ

หมู่บ้านลัดดารมย์โครงการเชียงใหม่ (2552) การให้บริการด้านสาธารณูปโภค และระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการในปัจจุบันดำเนินการด้านต่างๆ ดังนี้คือ ทางโครงการมีกล้องวงจรปิดทั้งประตูด้านหน้าและหลังโครงการ อีกทั้งประตูทางเข้าด้านหน้าโครงการเป็นประตู

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ไฟฟ้าที่ควบคุมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ซึ่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีจำนวนทั้งหมด 6 คน โดยจะมีการตระเวนตรวจตราดูแลความเรียบร้อยภายในโครงการเป็นระยะๆ ซึ่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของโครงการเข้มงวดการเข้า – ออกโครงการของบุคคลภายนอกเป็นอย่างมาก โดยบุคคลภายนอกจำเป็นต้องวางบัตรประจำตัวก่อนเข้าโครงการ ส่วนผู้พักอาศัยภายในโครงการจะได้รับสติ๊กเกอร์ติดไว้ที่กระจกหน้ารถ เพื่อความสะดวกในการเข้า – ออกโครงการ

นอกจากนี้ภายในโครงการมีสโมสรซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งสระว่ายน้ำ ห้องซาวน่า ห้องออกกำลังกาย รวมทั้งมีสนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ สวนหย่อม และสนามบาสเก็ตบอล เพื่อให้ผู้พักอาศัยได้ใช้บริการ พักผ่อนหย่อนใจ และหาความสำราญ โดยทางโครงการมีเจ้าหน้าที่ที่ดูแลความสะอาดเรียบร้อยภายในโครงการ ซึ่งมีหน้าที่ดูแลสวนสาธารณะ สวนหย่อม สระว่ายน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆภายในโครงการ รวมทั้งมีเจ้าที่หน้าที่ที่ทำการเก็บขยะและกำจัดขยะภายในโครงการ ซึ่งปกติจะทำการเก็บขยะประมาณ 3 - 4 ครั้งต่อสัปดาห์ และในกรณีที่ผู้พักอาศัยมีปัญหา หรือต้องการความช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ ผู้พักอาศัยจะแจ้งกับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของโครงการ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ประสานงานและแจ้งให้ทางโครงการได้รับทราบและแก้ปัญหาต่อไป

บริษัทควอลิตี้ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (2553) มีจุดเด่นอยู่ที่นโยบาย “บ้าน 5 คุณภาพ” ซึ่งประกอบด้วยการออกแบบที่สวย ล้ำสมัย การใช้วัสดุที่ดีเยี่ยม การมีสังคมที่ดี มีระบบความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน มีความครบถ้วนของอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อเตรียมพร้อมดูแลความปลอดภัยในทรัพย์สิน และการบริการอย่างจริงใจ ซื่อสัตย์ โดยการบริการหลังการขายเป็นอีกความพยายามหนึ่งของบริษัทฯ ในการสร้างสังคมที่มีคุณภาพ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีของสมาชิกในโครงการของบริษัทฯ ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินธุรกิจของบริษัทฯ

บริษัท แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด (มหาชน) (2553) มีจุดเด่นของบ้านจัดสรรคือ "บ้านสบายสร้างเสร็จก่อนขาย" ซึ่งเป็นนิยามใหม่ของการอยู่อาศัยที่ดีกว่า โดยทางบริษัทฯได้เตรียมความพร้อมสรรพเพื่อให้ความสุขของลูกค้าเริ่มขึ้นทันทีภายในบ้านทุกโครงการของบริษัทฯ โดยมีรายละเอียด ดังนี้คือ บ้านภายในโครงการมีความเย็นสบายประหยัดพลังงาน มีความครบครันทุกพื้นที่ใช้สอย และมีความสะดวกปลอดภัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved