

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

กลยุทธ์การตลาด: การตัดสินใจบนปัจจัยสินค้าและราคาสำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร



คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Faculty of Architecture and Planning, Thammasat University

อาคารคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 12121
โทรศัพท์ 0-2986-9434 0-2986-9605-6 โทรสาร 0-2986-9434 ต่อ 703 <http://www.arch.tu.ac.th> e-mail: info@arch.tu.ac.th

แบบสอบถาม

กลยุทธ์การตลาด: การตัดสินใจบนปัจจัยสินค้าและราคาสำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบทดสอบชุดนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาปานกลาง เพื่อนำผลสรุปมากำหนดกลยุทธ์การตลาด แบบสอบถามประกอบด้วยข้อมูล 2 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาปานกลาง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษามากที่สุด ขอความกรุณาท่านระบุคำตอบที่ตรงความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยคำตอบของท่าน จะใช้เฉพาะในการศึกษาวิจัยเท่านั้น และขอรับรองว่าการให้ข้อมูลของท่านจะไม่เกิดผลกระทบใด ๆ ต่อท่าน

นายอภิชาติ กิจเจริญไชย

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมายถูก (✓) ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. อายุ

☐ น้อยกว่า 20 ปี

☐ 20 – 24 ปี

☐ 25 – 29 ปี

☐ 30 – 34 ปี

☐ 35 – 39 ปี

☐ 40 – 44 ปี

☐ 45 ปีขึ้นไป

2. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ ม่าย

☐ หย่าร้าง / แยกกันอยู่

3. จำนวนสมาชิกในครอบครัว

- ☐ 1 – 2 คน ☐ 3 – 5 คน
☐ 6 – 8 คน ☐ 8 คนขึ้นไป

4. ระดับการศึกษา

- ☐ มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ☐ อนุปริญญา / ปวส. ☐ ปริญญาตรี
☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

5. ตำแหน่งหน้าที่การงานของท่านในปัจจุบัน

- ☐ รับราชการ ☐ รับจ้างรัฐวิสาหกิจ
☐ ลูกจ้างบริษัท / เอกชน ☐ เจ้าของกิจการ

6. ลักษณะธุรกิจของท่าน

- ☐ ราชการ / รัฐวิสาหกิจ ☐ สถาบันการเงิน / ธนาคาร / ประกันภัย
☐ อสังหาริมทรัพย์ / ก่อสร้าง ☐ คอมพิวเตอร์ / โทรคมนาคม
☐ ค้าปลีก / ค้าส่ง ☐ อุตสาหกรรมการผลิต
☐ บริการต่างๆ ☐ สิ่งพิมพ์ /โฆษณา / ประชาสัมพันธ์
☐ อาชีพอิสระ เช่น แพทย์ สถาปนิก ☐ อื่น ๆ ระบุ

7. รายได้เฉลี่ยของครอบครัวต่อเดือน

- ☐ ต่ำกว่า 30,000 บาท ☐ 30,001 – 60,000 บาท
☐ 60,001 – 90,000 บาท ☐ 90,001 – 120,000 บาท
☐ 120,001 – 150,000 บาท ☐ มากกว่า 150,000 บาท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาปานกลาง

คำชี้แจง : โปรดระบุปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านราคาปานกลางของท่านโดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปัจจัยย่อยที่เกี่ยวข้อง
ด้านทำเลที่ตั้ง	เขตพื้นที่ ☐ ตอนบนของ กทม. ย่าน บางเขน, สะพานใหม่ , ดอนเมือง , ปทุมธานี , ลำลูกกา, แจ้งวัฒนะ, ปากเกร็ด, รัตนาธิเบศร์, บางบัวทอง ☐ ตอนใต้ของ กทม. ย่าน บางนา-ตราด, เทพารักษ์, ลำโพง, ปากน้ำ ☐ ด้านตะวันออกของ กทม. ย่าน รามอินทรา, สุขาภิบาล 1, 2, 3, มีนบุรี หนองจอก, ศรีนครินทร์, อ่อนนุช, ลาดกระบัง ☐ ด้านตะวันตกของ กทม. ย่าน ปิ่นเกล้า, บางแค, พุทธมณฑลสาย 3, 4, 5, พระราม 2 ☐ การคมนาคม ☐ ใกล้ถนนใหญ่ ☐ ใกล้เส้นทางเชื่อมต่อสถานีรถไฟฟ้า ☐ ใกล้ทางด่วน ☐ การเข้าถึงของรถโดยสารประจำทาง ☐ ใกล้ที่ทำงาน ☐ ใกล้สิ่งอำนวยความสะดวก (ห้างสรรพสินค้า, ตลาด, โรงพยาบาล) ☐ ใกล้โรงเรียนบุตร ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ ☐ ระบบสาธารณูปโภค ☐ ระบบไฟฟ้า/ประปา /โทรศัพท์/การเก็บขยะ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ
ด้านราคา	สินเชื่อ ☐ วงเงินดาวน์ต่ำและวงเงินกู้สูง ☐ วงเงินกู้เต็มจำนวนยอดโอน ☐ ดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ ☐ ช่วยสนับสนุนการขออนุมัติเงินกู้ ☐ คู่แข่งขัน ☐ ราคาขายต่ำกว่าราคาท้องตลาดที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน ☐ พื้นที่ใช้สอยมากกว่าเปรียบท้องตลาดที่ราคาใกล้เคียงกัน ☐ ความพร้อมสมบูรณ์ของอุปกรณ์ตกแต่ง อาทิเช่น มุ้งลวด , เหล็กดัด, ชุดครัวสำเร็จรูป, การจัดสวน ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ	ปัจจัยย่อยที่เกี่ยวข้อง
ด้านราคา	ส่วนลด ☐ การเสนอส่วนลด 10-15 % หากตัดสินใจภายในเวลาที่กำหนด ☐ การแจกของสมนาคุณ อาทิ เครื่องปรับอากาศ, ที่วีจอบน, ตู้เย็น ☐ การลดราคาบ้านลงจากเดิม ☐ การจัดรายการลุ้นโชค (Lucky Draw)
ด้านคุณภาพ	คุณภาพของวัสดุก่อสร้าง ☐ การใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคุณภาพและมีหน่วยงานกลางรับรอง ☐ รูปแบบวิธีการก่อสร้าง ☐ การป้องกันความร้อนจากหลังคา ผนังและหน้าต่าง ☐ การรับประกันงานโครงสร้าง 5 ปี และงานอุปกรณ์ตกแต่ง 3 ปี ☐ ภาพลักษณ์ของโครงการ ☐ ความสมบูรณ์ของโครงการเมื่อโอนกรรมสิทธิ์ ☐ การรักษาข้อตกลงกับลูกค้า ☐ ชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ☐ ชื่อเสียงของโครงการ
สภาพแวดล้อม	ความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ☐ มีให้มียามรักษาการณ์ 24 ชม. ☐ มีบริการช่วยเหลือฉุกเฉิน 24 ชม. ☐ มีบริการรับฝากบ้าน กรณีเจ้าของบ้านไม่อยู่ ☐ มีการรับประกันทรัพย์สินของลูกค้าภายในวงเงินที่กำหนด ☐ อื่นๆ โปรดระบุ การมีส่วนร่วมกับชุมชน ☐ มีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมภายในโครงการ ☐ มีเครือข่ายของผู้อยู่อาศัยตามกิจกรรม เช่น ชมรมกีฬา ชมรมผู้สูงอายุ ฯลฯ ☐ มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้อยู่อาศัย ☐ มีพื้นที่ให้ผู้อยู่อาศัยแสดงข้อคิดเห็น ☐ อื่นๆ โปรดระบุ ความสบาย ☐ ปริมาณพื้นที่สีเขียวในโครงการ ☐ สโมสร / คลับเฮ้าส์ ☐ การป้องกันมลภาวะต่าง ๆ เช่น เสียง ฝุ่น กลิ่น ฯลฯ ☐ ความสวยงามของภาพรวมโครงการ

สภาพแวดล้อม	☐ ความสะอาด ☐ การรักษาและดูแลสภาพแวดล้อม ☐ อื่นๆ โปรดระบุ
เหตุผลอื่นๆ	☐ ต้องการมีบ้านเป็นของตนเอง ☐ แต่งงาน ☐ ครอบครัวขยายใหญ่ขึ้น ☐ เพื่อการลงทุน ☐ ที่อยู่อาศัยเดิมมีปัญหา ☐ ย้ายที่ทำงาน ☐ ฐานะการเงิน

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

กลยุทธ์การตลาด: การตัดสินใจบนปัจจัยสินค้าและราคาสำหรับโครงการบ้านเดี่ยวราคาปานกลางแถบชานเมืองกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจง : แบบสัมภาษณ์ชุดนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคาปานกลางและกลยุทธ์การตลาดที่ผู้ประกอบการใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการ

ข้อมูลที่ได้รับทั้งหมด จะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ เพื่อใช้ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูลในการให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

1. คำถามในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและข้อมูลธุรกิจ

1.1 ประวัติของผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร

การศึกษา.....

ประสบการณ์การทำงาน.....

ตำแหน่งปัจจุบัน.....

ผลงานที่ผ่านมา.....

หน้าที่และความรับผิดชอบ.....

1.2 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อสถานประกอบการ.....

ชื่อโครงการ.....

ลักษณะ/รูปแบบการดำเนินธุรกิจ.....

เป้าหมายขององค์กร.....

จุดแข็งขององค์กร.....

ยอดขายต่อปี.....

ขนาดของโครงการ.....

ความเห็นต่อแนวโน้มของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์.....

2. คำถามด้านกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบ

2.1 ด้านทำเลที่ตั้ง

การเลือกทำเลที่ตั้ง.....

การกำหนดพิภพของโครงการ.....

การพิจารณาเลือกซื้อที่ดิน.....

ทำเลที่ตั้งที่น่าสนใจ.....

ทำเลที่ตั้งที่ควรหลีกเลี่ยง.....

ขนาดของที่ดินที่เหมาะสม.....

2.2 ด้านราคา

กลยุทธ์ในการกำหนดราคา.....

การให้ความช่วยเหลือด้านสินเชื่อกับลูกค้า.....

การขอสนับสนุนจากสถาบันการเงิน.....

การกำหนดราคาที่จูงใจลูกค้า.....

2.3 ด้านคุณภาพ

การเลือกใช้วัสดุ.....

การควบคุมคุณภาพงานก่อสร้าง.....

กลยุทธ์ด้านคุณภาพ.....

การสร้างภาพลักษณ์โครงการ.....

กลยุทธ์การสร้างที่น่าเชื่อถือ.....

2.4 ด้านการออกแบบ

แนวคิดในการออกแบบโครงการ.....

แนวคิดการแบ่งเฟส.....

กลยุทธ์ด้านการออกแบบโครงการที่ลูกค้าต้องการ.....

การจัดพื้นที่ใช้สอยที่จูงใจลูกค้า.....

รูปแบบสภาพแวดล้อมภายในโครงการที่สร้างแรงจูงใจลูกค้า.....

การสร้างจุดเด่นให้กับโครงการ.....

2.5 ด้านสภาพแวดล้อม

การจัดการด้านความปลอดภัยให้กับลูกค้า.....

รูปแบบสโมสรที่ลูกค้าต้องการ.....

การให้บริการอื่น ๆ แก่ลูกค้า.....

การรักษาความสะอาดและความสวยงามของโครงการ.....

การบริหารจัดการสภาพแวดล้อม.....

กลยุทธ์ด้านสภาพแวดล้อม.....

2.6 กิจกรรมและข้อเสนอแนะการดำเนินการทางการตลาด

.....

.....

.....