

ภาคผนวก

กรุณาส่ง

(ชื่อลูกค้า.....)
(ที่อยู่.....)

แบบสอบถามเรื่อง

“ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณาบ้านจัดสรรของลูกค้าโครงการราชพฤกษ์”

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาในระดับปริญญาโท คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช ซึ่งผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษา และการทำ วิทยานิพนธ์เท่านั้น ดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุกข้อ ตามความเป็นจริง ทั้งนี้คำตอบของท่านจะเป็นข้อมูลการ ศึกษาในภาพรวม

กรุณาส่ง

คุณ ศรีนทิพย์ เกษมสวัสดิ์

986 สุขสบายเพลส (ห้อง 224) ถนนริมคลองสามเสน

แขวงห้วยขวาง เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร 10320

แบบสอบถามเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากสารโฆษณาบ้านจัดสรรของลูกค้า

โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project”

คำชี้แจง : แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาวิชา
นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราชซึ่งผู้วิจัยต้องการทราบข้อมูลเพื่อประโยชน์ในการศึกษา
และการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้นดังนั้นจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุก
ข้อ ตามความเป็นจริง ทั้งนี้คำตอบของท่านจะเป็นข้อมูลการศึกษาในภาพรวม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ให้ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ น้อยกว่า 30 ปี

☐ 31-35 ปี

☐ 36-40 ปี

☐ 41-45 ปี

☐ 46-50 ปี

☐ ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ อื่นๆระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาปลาย /ปวช.

☐ อนุปริญญา/ปวส.

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ ปริญญาเอก

☐ อื่นๆ ระบุ.....

5. อาชีพ

☐ ข้าราชการ

☐ พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ เจ้าของกิจการ

☐ อื่นๆ ระบุ.....

6. รายได้ของท่าน หรือรวมผู้ร่วมกู้ต่อเดือน

☐ น้อยกว่า 40,000 บาท

☐ 40,000-80,000 บาท

☐ 80,001-120,000 บาท

☐ 120,001-160,000 บาท

☐ 160,001-200,000 บาท

☐ 200,001-240,000 บาท

☐ 240,001-280,000 บาท

☐ มากกว่า 280,000 อื่นๆระบุ.....

**7. ท่านสนใจโครงการบ้านจัดสรรของบริษัทกรุงเทพบ้านและที่ดิน จำกัด (มหาชน) ในโครงการใดบ้าง
ดังต่อไปนี้**

☐ โครงการ เดอะแกรนด์ พระราม 2

☐ Urban Sathorn Project

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตาราง หรือช่อง ☐ ให้ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 2 การเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจสารโฆษณา

8. ในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมาท่านเปิดรับ (ดู/อ่าน/ฟัง) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้าน

โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project จากสื่อดังต่อไปนี้บ่อยครั้งเพียงใด

8.1 หนังสือพิมพ์	ความถี่ของการเปิดรับ				
	มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	3-4 ครั้ง / เดือน	1-2 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	ไม่เคยเลย
ไทยรัฐ					
เดลินิวส์					
ฐานเศรษฐกิจ					
กรุงเทพธุรกิจ					
ประชาชาติธุรกิจ					
บางกอกโพสต์					
มติชน					
คมชัดลึก					
หนังสือพิมพ์อื่นๆ (โปรดระบุ).....					

ระยะเวลาในการเปิดรับ (ดู/อ่าน) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ทางหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้งนานเท่าใด

☐ 15 นาที หรือน้อยกว่า	☐ ประมาณ 16-30 นาที	☐ ประมาณ 31-45 นาที
☐ ประมาณ 46-60 นาที	☐ มากกว่า 1 ชั่วโมง	☐ อื่นๆ ระบุ.....

8.2 นิตยสาร	ความถี่ของการเปิดรับ				
	มากกว่า 4 ครั้ง/เดือน	3-4 ครั้ง / เดือน	1-2 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่าเดือนละ 1 ครั้ง	ไม่เคยเลย
โฮมบายเออร์ไกด์ (Home Buyers' Guide)					
เดคอเรชั่นไกด์ (Decoration guide)					
ซีไอโอ-ฟอรัม (CIO-FORUM)					
โอเพนเฮาส์ (Open house)					
นิตยสารอื่นๆ (โปรดระบุ)					

ระยะเวลาในการเปิดรับ (ดู/อ่าน) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ทางนิตยสารโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งนานเท่าใด

☐ 15 นาที หรือน้อยกว่า

☐ ประมาณ 16-30 นาที

☐ ประมาณ 31-45 นาที

☐ ประมาณ 46-60 นาที

☐ มากกว่า 1 ชั่วโมง

☐ อื่นๆ ระบุ.....

8.3 สื่อกลางแจ้ง	ความถี่ของการเปิดรับ				
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	3-4 ครั้ง / เดือน	1-2 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่าเดือน ละ 1 ครั้ง	ไม่เคยเลย
ป้ายโฆษณา(Billboard) เช่น หน้าทางเข้า โครงการ สะพานพระราม 2 แยกวง แหวน กม.10					
ป้ายบอกทางและผนังริมถนน(Signboard, Sign-wall) เช่น ริมถนนวงแหวน					
ป้ายธงโฆษณา (Flag) ริมถนนก่อนเข้า โครงการ และภายในบริเวณโครงการ					
สื่อกลางแจ้งอื่นๆ (โปรดระบุ)					

ระยะเวลาในการเปิดรับ (ดู/อ่าน) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ทางสื่อกลางแจ้งโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งนานเท่าใด

☐ 15 นาที หรือน้อยกว่า

☐ ประมาณ 16-30 นาที

☐ ประมาณ 31-45 นาที

☐ ประมาณ 46-60 นาที

☐ มากกว่า 1 ชั่วโมง

☐ อื่นๆ ระบุ.....

8.4 สื่อเฉพาะกิจ	ความถี่ของการเปิดรับ				
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	3-4 ครั้ง / เดือน	1-2 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่าเดือน ละ 1 ครั้ง	ไม่เคยเลย
จดหมาย/แผ่นพับ-โบว์ชัวร์					
โปสเตอร์ ผนัง					
สื่อประเภทแผ่น CD					
งานกิจกรรมต่างๆที่โครงการจัดขึ้น เช่น สอนทำขนมไทยๆสำหรับคุณแม่ /สอน คุณลูกๆให้เป็นจิตรกรตัวน้อย /ให้ คำแนะนำในการตกแต่งบ้านและจัดสวน					
สื่อเฉพาะกิจอื่นๆ (โปรดระบุ)					

ระยะเวลาในการเปิดรับ(ดู/อ่าน/ฟัง/ร่วมกิจกรรม)ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรรโครงการ เดอะแกรนด์
พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ทางสื่อเฉพาะกิจโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งนานเท่าใด

- ☐ 15 นาที หรือน้อยกว่า ☐ ประมาณ 16-30 นาที ☐ ประมาณ 31-45 นาที
☐ ประมาณ 46-60 นาที ☐ มากกว่า 1 ชั่วโมง ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8.5 สื่อบุคคล	ความถี่ของการเปิดรับ				
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	3-4 ครั้ง / เดือน	1-2 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่าเดือน ละ 1 ครั้ง	ไม่เคยเลย
พนักงานขาย					
เพื่อน/ญาติ					
บุคคลอื่นๆ เช่น ผู้ที่ซื้อบ้านในโครงการแล้วให้ คำแนะนำ					

ระยะเวลาในการเปิดรับ (สนทนา/ฟัง) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรรโครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2
และ Urban Sathorn Project ทางสื่อบุคคลโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งนานเท่าใด

- ☐ 15 นาที หรือน้อยกว่า ☐ ประมาณ 16-30 นาที ☐ ประมาณ 31-45 นาที
☐ ประมาณ 46-60 นาที ☐ มากกว่า 1 ชั่วโมง ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8.6 สื่ออินเทอร์เน็ต	ความถี่ของการเปิดรับ				
	มากกว่า 4 ครั้ง/ เดือน	3-4 ครั้ง / เดือน	1-2 ครั้ง / เดือน	น้อยกว่าเดือน ละ 1 ครั้ง	ไม่เคยเลย
www.kland.co.th					
www.property-perfect.co.th					
Website อื่นๆ (โปรดระบุ)					

ระยะเวลาในการเปิดรับ (ดู/อ่าน/ฟัง) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2
และ Urban Sathorn Project ทางสื่ออินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยแต่ละครั้งนานเท่าใด

- ☐ 15 นาที หรือน้อยกว่า ☐ ประมาณ 16-30 นาที ☐ ประมาณ 31-45 นาที
☐ ประมาณ 46-60 นาที ☐ มากกว่า 1 ชั่วโมง ☐ อื่นๆ ระบุ.....

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตาราง ให้ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

9. ท่านเปิดรับ (ดู/อ่าน/ฟัง) ข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ในประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโฆษณา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
9.1 ด้านชื่อเสียงของโครงการ				
1. ชื่อเสียงในด้าน ความหรูหรา/ทันสมัย				
2. ชื่อเสียงในด้าน ความมั่นคงทางการเงิน				
3. ชื่อเสียงในด้าน ความซื่อสัตย์ และความเที่ยงตรง				
4. ชื่อเสียงในด้าน การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย				
5. ชื่อเสียงในด้านความสำเร็จที่ผ่านมา เช่น โครงการราชพฤกษ์ เกษตร-นวมินทร์				
9.2 ด้านคุณภาพของโครงการ				
1. รูปแบบภายนอกของแบบบ้าน				
2. ความสัมพันธ์ของขนาดบ้านและที่ดิน				
3. ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในตัวบ้าน				
4. การตกแต่งภายในของบ้านตัวอย่าง				
5. ทำเลที่ตั้งของโครงการ/ภาพแสดงแผนที่พอส่งแปลไปยังโครงการ				
6. สถานที่สำคัญและแนวโน้มความเจริญในบริเวณใกล้เคียง				
7. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง เช่น สุขภัณฑ์ยี่ห้อ American/Cotto ประตู/หน้าต่างของวินเซอร์ พื้นปาร์เก้ใช้ไม้สัก ผลิตภัณฑ์ในเครือซีเมนต์ไทย เป็นต้น				
9.3 ด้านการบริการของโครงการ				
1. สโมสร (Club house) ศูนย์ออกกำลังกาย และสระว่ายน้ำ				
2. สภาพแวดล้อมในโครงการ เช่น สวนพักผ่อน ทะเลสาบ				
3. ขนาดพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการตามกฎหมายกำหนด				
4. การให้บริการหลังการขายเช่นรับประกันบ้าน 1 ปี				
5. บริการให้คำปรึกษาด้านการต่อเติมบ้าน				
6. สาธารณูปโภคภายในโครงการ เช่น ถนนภายในโครงการ ระบบไฟฟ้า การประปา และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น				
7. คุณภาพงานและมาตรฐานการก่อสร้าง เช่น การเก็บงานบริเวณรอยต่อประตูหน้าต่าง งานทาสีหรือการปูกระเบื้องพื้น/ผนัง เป็นต้น				

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารโฆษณา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
9.4 ด้านราคา				
1. ราคาบ้านพร้อมที่ดิน				
2. เงื่อนไขในการดาวน์และการผ่อนชำระ				
9.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. สถานที่ในการติดต่อซื้อขาย ณ.ที่ตั้งโครงการ				
2. การบริการติดต่อทางโทรศัพท์ กับสำนักงานขายที่หมายเลข 02-896-4677 และ 02-869-8571				
3. การร่วมงานแสดงบ้านที่จัดขึ้นตามงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต่างๆ				
9.6 ด้านการส่งเสริมการขาย				
1. การลดราคาบ้าน				
2. การ แถมของใช้ในบ้าน เช่นชุดครัว เครื่องปรับอากาศ รีโมทประตูรีว เป็นต้น				
3. การตกแต่งบ้านพร้อมอยู่ Package Furniture Built In โดยไม่คิดมูลค่า				
4. การแถมคูปองของขวัญ (Gift voucher)				
5. การรับประกันราคาโอนกรรมสิทธิ์/สาธารณูปโภคแทนผู้ซื้อ				
6. การแจกของที่ระลึก				
9.7 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์				
1. การให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ				
2. ประโยชน์หรือจุดเด่นของโครงการที่ลูกค้าจะได้รับ				
3. การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ (งาน Event) ที่บริษัทจัดขึ้นภายในโครงการ				
4. การให้ทดลองใช้บริการ Club house/Sport club และสระว่ายน้ำ				
9.8 ด้านการขายโดยพนักงาน				
1. การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการจากพนักงานขายของโครงการ				
2. การให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับการเพิ่มเติมจากพนักงานหลังเยี่ยมชมโครงการ				
9.9 ด้านอื่นๆ (โปรดระบุ)				

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตาราง ให้ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

ส่วนที่ 3 การใช้ประโยชน์จากสารโฆษณาบ้านจัดสรร

10. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ในประเด็นต่อไปนี้ไปใช้ประโยชน์ มากน้อยเพียงใด

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารโฆษณา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
10.1 ด้านชื่อเสียงของโครงการ				
1. ชื่อเสียงในด้าน ความหรูหรา/ทันสมัย				
2. ชื่อเสียงในด้าน ความมั่นคงทางการเงิน				
3. ชื่อเสียงในด้าน ความซื่อสัตย์ และความเที่ยงตรง				
4. ชื่อเสียงในด้าน การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย				
5. ชื่อเสียงในด้านความสำเร็จที่ผ่านมา เช่น โครงการราชพฤกษ์ เกษตร-นวมินทร์				
10.2 ด้านคุณภาพของโครงการ				
1. รูปแบบภายนอกของแบบบ้าน				
2. ความสัมพันธ์ของขนาดบ้านและที่ดิน				
3. ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในตัวบ้าน				
4. การตกแต่งภายในของบ้านตัวอย่าง				
5. ทำเลที่ตั้งของโครงการ/ภาพแสดงแผนที่พอส่งขายไปยังโครงการ				
6. สถานที่สำคัญและแนวโน้มความเจริญในบริเวณใกล้เคียง				
7. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง เช่น สุขภัณฑ์ยี่ห้อ American/Cotto ประตู/หน้าต่างของวินเซอร์ พื้นปาร์เก้ใช้ไม้สัก ผลิตภัณฑ์ในเครือซิเมนต์ไทย เป็นต้น				
10.3 ด้านการบริการของโครงการ				
1. สโมสร (Club house) ศูนย์ออกกำลังกาย และสระว่ายน้ำ				
2. สภาพแวดล้อมในโครงการ เช่น สวนพักผ่อน ทะเลสาบ				
3. ขนาดพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการตามกฎหมายกำหนด				
4. การให้บริการหลังการขายเช่นรับประกันบ้าน 1 ปี				
5. บริการให้คำปรึกษาด้านการต่อเติมบ้าน				
6. สาธารณูปโภคภายในโครงการ เช่น ถนนภายในโครงการ ระบบไฟฟ้า การประปา และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น				
7. คุณภาพงานและมาตรฐานการก่อสร้าง เช่น การเก็บงานบริเวณรอยต่อ ประตู หน้าต่าง งานทาสี หรือการปูกระเบื้องพื้น/ผนัง เป็นต้น				

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารโฆษณา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
10.4 ด้านราคา				
1. ราคาบ้านพร้อมที่ดิน				
2. เงื่อนไขในการคำนวณและการผ่อนชำระ				
10.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. สถานที่ในการติดต่อซื้อขาย ณ.ที่ตั้งโครงการ				
2. การบริการติดต่อทางโทรศัพท์ กับสำนักงานขายที่หมายเลข 02-896-4677 และ 02-869-8571				
3. การร่วมงานแสดงบ้านที่จัดขึ้นตามงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต่างๆ				
10.6 ด้านการส่งเสริมการขาย				
1. การลดราคาบ้าน				
2. การ แคมเปญของใช้ในบ้าน เช่นชุดครัว เครื่องปรับอากาศ รีโมทประตูรีว เป็นต้น				
3. การตกแต่งบ้านพร้อมอยู่ Package Furniture Built In โดยไม่คิดมูลค่า				
4. การแถมคูปองของขวัญ (Gift voucher)				
5. การรับประกันอาคารค่าโอนกรรมสิทธิ์/สาธารณูปโภคแทนผู้ซื้อ				
6. การแจกของขวัญที่ระลึก				
10.7 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์				
1. การให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ				
2. ประโยชน์หรือจุดเด่นของโครงการที่ถูกค่าจะได้รับ				
3. การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ (งาน Event) ที่บริษัทจัดขึ้นภายในโครงการ				
4. การให้ทดลองใช้บริการ Club house/Sport club และสระว่ายน้ำ				
10.8 ด้านการขายโดยพนักงาน				
1. การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการจากพนักงานขายของโครงการ				
2. การให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับ โครงการเพิ่มเติมจากพนักงานหลังเยี่ยมชมโครงการ				
10.9 ด้านอื่นๆ (โปรดระบุ)				

11. ท่านได้นำข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ที่เปิดรับจากสื่อข้างต้นไปใช้ประโยชน์ในประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็นการใช้ประโยชน์จากข่าวสารโฆษณา	ระดับการใช้ประโยชน์ข้อมูลข่าวสารโฆษณา			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่เคยเลย
1. เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อบ้านของโครงการ				
2. เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบข้อมูลกับโครงการอื่นๆ				
3. เพื่อสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล/พูดคุยกับผู้อื่น				
4. เพื่อนำข้อมูลไปเป็นประโยชน์ต่อหน้าที่การงาน หรือเป็นตัวอย่างในการสร้างบ้าน				
5. อื่นๆระบุ.....				

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจสารโฆษณาบ้านจัดสรร

12. ท่านมีความพึงพอใจข้อมูลข่าวสารโฆษณาบ้านจัดสรร โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project ในประเด็นต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับความพึงพอใจข้อมูลข่าวสาร			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ
12.1 ด้านชื่อเสียงของโครงการ				
1. ชื่อเสียงในด้าน ความหรูหรา/ทันสมัย				
2. ชื่อเสียงในด้าน ความมั่นคงทางด้านการเงิน				
3. ชื่อเสียงในด้าน ความซื่อสัตย์ และความเที่ยงตรง				
4. ชื่อเสียงในด้าน การปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย				
5. ชื่อเสียงในด้านความสำเร็จที่ผ่านมา เช่น โครงการราชพฤกษ์เกษตร-นวมินทร์				
12.2 ด้านคุณภาพของโครงการ				
1. รูปแบบภายนอกของแบบบ้าน				
2. ความสัมพันธ์ของขนาดบ้านและที่ดิน				
3. ขนาดพื้นที่ใช้สอยภายในตัวบ้าน				
4. การตกแต่งภายในของบ้านตัวอย่าง				
5. ทำเลที่ตั้งของโครงการ/ภาพแสดงแผนที่พอสังเขปไปยังโครงการ				
6. สถานที่สำคัญและแนวโน้มความเจริญในบริเวณใกล้เคียง				
7. วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง เช่น สุขภัณฑ์ยี่ห้อAmerican/Cotto ประตู / หน้าต่างของวินเซอร์ พื้นปาร์เก้ใช้ไม้สัก ผลิตภัณฑ์ในเครือซิเมนต์ไทย เป็นต้น				

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับความพึงพอใจข้อมูลข่าวสาร			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ
12.3 ด้านการบริการของโครงการ				
1. สโมสร (Club house) ศูนย์ออกกำลังกาย และสระว่ายน้ำ				
2. สภาพแวดล้อมในโครงการ เช่นสวนพักผ่อน ทะเลสาบ				
3. ขนาดพื้นที่ใช้สอยส่วนกลางของโครงการตามกฎหมายกำหนด				
4. การให้บริการหลังการขายเช่นรับประกันบ้าน 1 ปี				
5. บริการให้คำปรึกษาด้านการต่อเติมบ้าน				
6. สาธารณูปโภคภายในโครงการ เช่นถนนภายในโครงการ ระบบ ไฟฟ้า การประปา และระบบรักษาความปลอดภัยเป็นต้น				
7. คุณภาพงานและมาตรฐานการก่อสร้าง เช่นการเก็บงานบริเวณรอยต่อ ประตู หน้าต่าง งานทาสี หรือการปูกระเบื้องพื้น/ผนังเป็นต้น				
12.4 ด้านราคา				
1. ราคาบ้านพร้อมที่ดิน				
2. เงื่อนไขในการดาวน์และการผ่อนชำระ				
12.5 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย				
1. สถานที่ในการติดต่อซื้อขาย ณ.ที่ตั้งโครงการ				
2. การบริการติดต่อทางโทรศัพท์ กับสำนักงานขายที่หมายเลข 02-896-4677 และ 02-869-8571				
3. การร่วมงานแสดงบ้านที่จัดขึ้นตามงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต่างๆ				
12.6 ด้านการส่งเสริมการขาย				
1. การลดราคาบ้าน				
2. การ แคมเปญใช้ในบ้าน เช่นชุดครัว เครื่องปรับอากาศ สรีโมทประตูล้วน เป็นต้น				
3. การตกแต่งบ้านพร้อมอยู่ Package Furniture Built In โดยไม่คิดมูลค่า				
4. การแถมคู่มือของขวัญ (Gift voucher)				
5. การรับประกันค่าโอนกรรมสิทธิ์/สาธารณูปโภคแทนผู้ซื้อ				
6. การแจกของที่ระลึก				
12.7 ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์				
1. การให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับโครงการ				
2. ประโยชน์หรือจุดเด่นของโครงการที่ถูกกล่าวจะได้รับ				
3. การเชิญเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ (งาน Event) ที่บริษัทจัดขึ้นภายในโครงการ				
4. การให้ทดลองใช้บริการ Club house/Sport club และสระว่ายน้ำ				

ประเด็นของข้อมูลข่าวสารโฆษณา	ระดับความพึงพอใจข้อมูลข่าวสาร			
	มาก	ปานกลาง	น้อย	ไม่พอใจ
12.8 ด้านการขายโดยพนักงาน				
1. การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการจากพนักงานขายของโครงการ				
2. การให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการเพิ่มเติมจากพนักงานหลังเยี่ยมชมโครงการ				
12.9 ด้านอื่นๆ (โปรดระบุ)				

โปรดทำเครื่องหมาย ☒ ลงในช่อง ☐ พร้อมเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อมูลความเป็นจริงของท่าน

13. ข้อเสนอแนะสำหรับ โครงการ เดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project

13.1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับโครงการที่ท่านต้องการทราบ

1. ด้านโครงการและตัวบ้าน ☐ ต้องการ (โปรดระบุ) ☐ ไม่ต้องการ
2. ด้านราคา ☐ ต้องการ (โปรดระบุ) ☐ ไม่ต้องการ
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ☐ ต้องการ (โปรดระบุ) ☐ ไม่ต้องการ
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ☐ ต้องการ (โปรดระบุ) ☐ ไม่ต้องการ
5. ด้านอื่นๆ ☐ ต้องการ (โปรดระบุ) ☐ ไม่ต้องการ

13.2. ท่านต้องการให้โครงการเดอะแกรนด์พระราม 2 และ Urban Sathorn Project

นำเสนอข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อใด

อันดับ 1 อันดับ 2

อันดับ 3 อันดับ 4

ขอขอบคุณสำหรับความกรุณาตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

ตัวอย่างสื่อโฆษณาของบริษัท กรุงเทพบ้านและที่ดิน จำกัด (มหาชน)

เดอะ แกรนด์ ราชพฤกษ์ พระราม 2 0-2896-4677 www.kland.co.th



4.5 ไร่กว่าฟรี ปี
THE GRAND BONUS
สิทธิพิเศษยิ่งกว่าใครในตลาด
เอกสิทธิ์เฉพาะที่ดินราชพฤกษ์
เริ่มต้นที่ 5.2 ล้านบาท

THE GRAND WELCOME to THE GRAND RACHAPRUEK

เลือกทำเลที่ดีที่สุดในทำเลทองของกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก
เลือกทำเลที่ดีที่สุดในทำเลทองของกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก
เลือกทำเลที่ดีที่สุดในทำเลทองของกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก
เลือกทำเลที่ดีที่สุดในทำเลทองของกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก
เลือกทำเลที่ดีที่สุดในทำเลทองของกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก
เลือกทำเลที่ดีที่สุดในทำเลทองของกรุงเทพฯ ฝั่งตะวันออก

BRUNG THE LAND

ภาพที่ 2.5 ภาพตัวอย่างการโฆษณาโครงการ เดอะแกรนด์ พระราม 2 ทางสื่อหนังสือพิมพ์

THE GRAND
RAMA II



The Best of Living
เดอะ แกรนด์
0-2896-4677

2 ไร่กว่า 2 บัณฑิต
ราชพฤกษ์ นาคะ 3 ไร่
บ้านเดี่ยว 2 ชั้น 100 ตร.ม. 5.2 ล้านบาท
เลือก ราชพฤกษ์
ราคาพิเศษ...ทุกสิ่งทุกอย่างเริ่มต้นที่ 10 ล้านบาท

Street of Dream 11-12 ปี
แนวถนน 11-12 ปี...บ้านเดี่ยว 2 ชั้น 100 ตร.ม. 5.2 ล้านบาท
เลือก ราชพฤกษ์

BRUNG THE LAND

ภาพที่ 2.6 ภาพตัวอย่างการโฆษณาโครงการ เดอะแกรนด์ พระราม 2 ทางสื่อหนังสือพิมพ์



ภาพที่ 2.7 ภาพตัวอย่างการโฆษณา ทางสื่อวิทยุ



ภาพที่ 2.8 ภาพตัวอย่างป้ายโฆษณาโครงการ เดอะแกรนด์ พระราม 2(Billboard : November 2005)

หน้าโครงการ : 12 x 50 m.



ภาพที่ 2.9 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อป้ายผนังริมถนน(Sign-wall)



ภาพที่ 2.10 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อป้ายผนังริมถนน(Sign-wall)



ภาพที่ 2.11 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อป้ายผนังริมถนน(Sign-wall)



ภาพที่ 2.12 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางป้ายธงโฆษณา (Flag) ริมนถนนก่อนเข้าและภายในบริเวณโครงการ และบริเวณ

เดอะ **ราชพฤกษ์** พระราม 2
แกรนด์

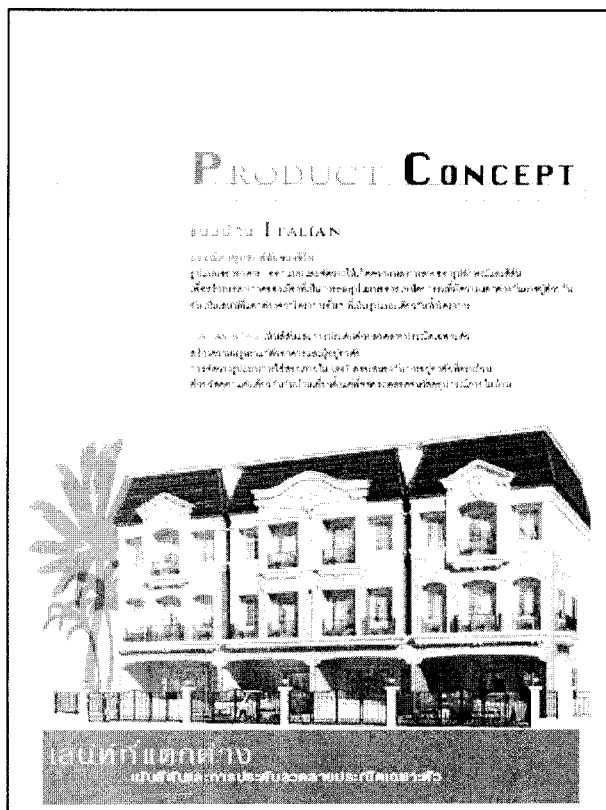
ขอเชิญร่วมงาน
"Bonus Day Party"
4-5 ก.พ.นี้
รับข้อเสนอพิเศษ!
พร้อมของที่ระลึกในงาน

BONUS

KRUNGTHAI LAND
THE RIGHT CHOICE

02-896-4677

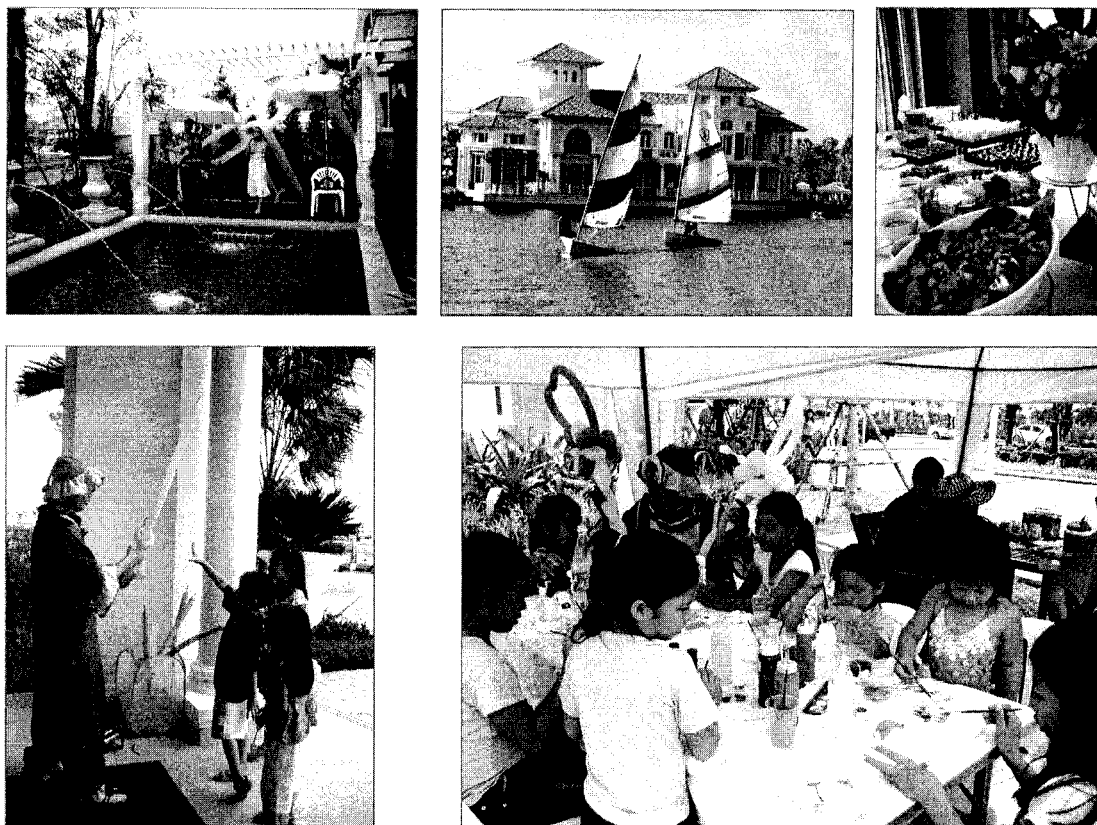
ภาพที่ 2.13 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อกลางแจ้งอื่นๆ เช่น ป้ายเชิญร่วมงานกิจกรรมต่างๆ
(Event Signboard : January ขนาด 2.4 x 2.4 m : Jan)



ภาพที่ 2.14 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อจดหมาย/แผ่นพับ-โบว์ชัวร์



ภาพที่ 2.15 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อโปสเตอร์ณจุดขาย



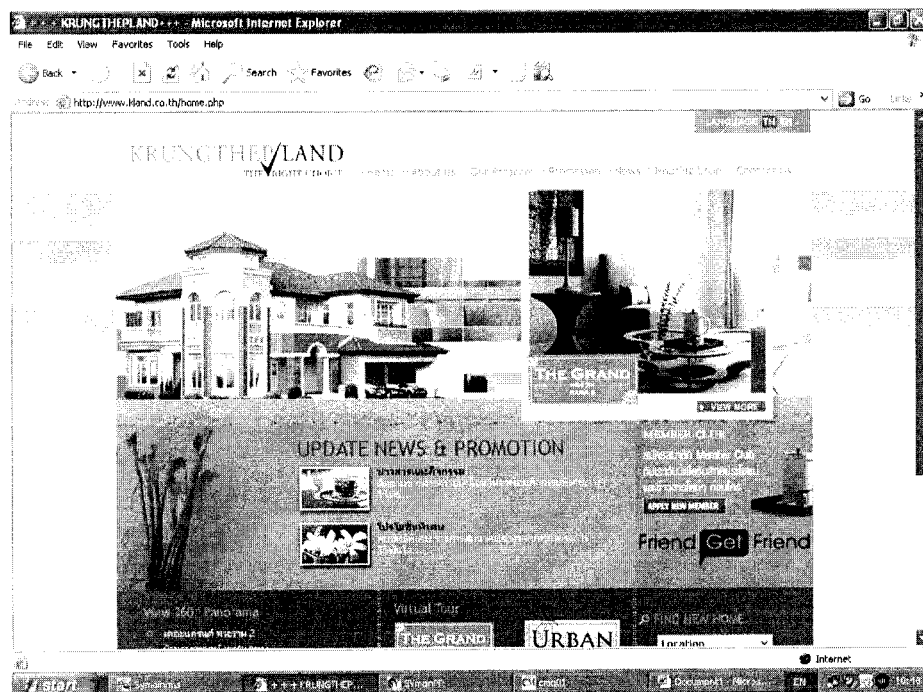
ภาพที่ 2.16 ภาพตัวอย่างงานกิจกรรมต่างๆที่โครงการจัดขึ้น



ภาพที่ 2.17 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อประเภทแผ่น CD



ภาพที่ 2.18 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่อบุคคล และบรรยากาศในสำนักงานขาย



ภาพที่ 2.19 ภาพตัวอย่างการโฆษณาทางสื่ออินเทอร์เน็ต