

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถามการวิจัยเรื่อง
ปัจจัยแห่งความสำเร็จในธุรกิจบ้านจัดสรร
กรณีศึกษา: หมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

เอกสารชุดนี้เป็นแบบสอบถาม เพื่อการวิจัยตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจบ้านจัดสรร : มุมมองของผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษามูลบ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานีจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลและความคิดเห็นตามแบบสอบถามนี้ การตอบคำถามใน แบบสอบถามครั้งนี้จะถูกนำมาใช้ในการวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์ข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์ในภาพรวม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง และตามความรู้สึกนึกคิดของท่านเอง ผู้วิจัยหวังว่าคงจะได้รับความกรุณาจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนพฤติกรรมผู้บริโภค
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ
- ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอบคุณในความร่วมมือของท่าน

นางสาวธนกร ธนศพล

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ หน้าคำตอบที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

1. ท่านซื้อบ้านจัดสรรของโครงการหมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานีหรือไม่

☐ ใช่

☐ ไม่ใช่

2. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

☐ อื่นๆ ระบุ.....

3. อายุ

☐ ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 21 – 30 ปี

☐ 31 – 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี

☐ 51 – 60 ปี

☐ 60 ปีขึ้นไป

4. สถานภาพ

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่

☐ อื่นๆ ระบุ.....

5. ระดับการศึกษา

☐ ประถมศึกษา

☐ มัธยมศึกษาตอนต้น

☐ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

☐ ปวส./อนุปริญญา

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโทหรือสูงกว่า

6. ภูมิลำเนาที่อยู่ของท่าน ระบุ.....

.....

7. ท่านซื้อบ้านหลังนี้ไว้สำหรับอยู่กี่คน

☐ 1-2 คน

☐ 3-4 คน

☐ 5-6 คน

☐ มากกว่า 6 คนขึ้นไป

8. ท่านอยู่ในโครงการใดต่อไปนี้

☐ โครงการ A

☐ โครงการ B

☐ โครงการ C

☐ โครงการ D

☐ โครงการ E

☐ โครงการ F

☐ โครงการ G

☐ โครงการ H

☐ โครงการที่ I

☐ โครงการ J

☐ โครงการ K

☐ โครงการ L

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการซื้อบ้านจัดสรรของโครงการหมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่ง
ในจังหวัดอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ผู้บริโภคซื้ออะไร					
1. ท่านชอบบ้านเดี่ยว 2 ชั้น					
2. ท่านชอบบ้านบ้านแฝด					
3. ท่านชอบอาคารพาณิชย์					
4. ท่านชอบบ้านที่มีที่ดินพื้นที่มากกว่า 200 ตารางวา					
5. ท่านชอบบ้านที่มีพื้นที่ใช้สอย					
6.ท่านชอบบ้านมือแรกจากโครงการ					
7. ท่านคิดว่าราคาของบ้านเหมาะสม					
8. ห้องนอนในบ้านมีเพียงพอกับจำนวนคนในครอบครัว					
9. ห้องน้ำมีเพียงพอกับจำนวนคนในครอบครัว					
10. ท่านคิดว่าบ้านในโครงการมีระบบรักษาความปลอดภัยให้ท่านและครอบครัวรู้สึกปลอดภัยได้					
11. ท่านคิดว่าพนักงานปลอดภัยในโครงการที่ท่านอยู่สามารถรักษาความปลอดภัยให้ท่านได้					
12. ท่านคิดว่าบ้านที่ท่านซื้อตรงกับบ้านในฝันของท่าน					
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน					
1. ท่านซื้อบ้านจากงานออกบูธ/งานแสดงบ้าน					
2. ท่านซื้อบ้านจากสำนักงานขายของโครงการ					
3. ท่านซื้อบ้านจากเว็บไซต์					
4. ท่านซื้อบ้านจากการขายผ่านนายหน้า/คนกลาง					

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ					
1. ท่านซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัย					
2. ท่านซื้อบ้านเพื่อให้เช่า/เก็งกำไร					
3. ท่านซื้อบ้านเพื่อสถานะทางสังคม/การยอมรับ					
4. ท่านซื้อบ้านเพราะระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการดี					
5. ท่านซื้อเพราะการออกแบบพื้นที่ใช้สอยลงตัว					
6. ท่านซื้อเพราะทำเลที่ตั้งโครงการ					
7. ท่านซื้อเพราะโครงการถมดินสูง ป้องกันน้ำท่วม					
8. ท่านซื้อเพราะมีการออกแบบที่ทันสมัย และสวยงาม					
ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
1. พ่อ-แม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
2. พี่-น้อง/ญาติมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
3. แฟน/สามี/ภรรยามีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
4. บุตรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
5. เพื่อนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ					
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด					
1. ท่านซื้อบ้านช่วงปีใหม่					
2. ท่านซื้อบ้านช่วงวันเกิด					
3. ท่านซื้อบ้านช่วงที่โครงการจัดโปรโมชั่น					
4. ท่านซื้อบ้านวันสำคัญของครอบครัว					
5. ท่านซื้อบ้านในโอกาสพิเศษต่าง ๆ					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ผู้บริโภคว่าอย่างไร					
1. ท่านหาข้อมูลจากการติดต่อโครงการบ้านโดยตรง					
2. ท่านหาข้อมูลจากการติดต่อผ่านบูธแสดงบ้าน					
3. ท่านหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต					
4. ความพึงพอใจหลังการซื้อบ้าน					
5. ท่านจะแนะนำผู้อื่นให้ซื้อบ้านในโครงการที่ท่านเลือกซื้อ					

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมสำหรับการเลือกซื้อบ้านจัดสรร

.....

.....

.....

...ขอบพระคุณอย่างสูงที่สละเวลาให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้...

แบบสัมภาษณ์กลยุทธ์การตลาดของบริษัท หมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี จำกัด
(เจ้าหน้าที่แผนกขายและการตลาด)

เอกสารชุดนี้เป็นแบบสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัยตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางสู่ความสำเร็จของธุรกิจบ้านจัดสรร : มุมมองของผู้บริโภคและกลยุทธ์การตลาด กรณีศึกษาหมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านให้ข้อมูลและความคิดเห็นตามแบบสอบถามนี้ การตอบคำถามใน แบบสัมภาษณ์ครั้งนี้จะถูกนำมาใช้ในการวิจัยเท่านั้น การวิเคราะห์ข้อมูลจะนำมาวิเคราะห์ในภาพรวม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการเท่านั้น ผู้วิจัยจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามตรงไปตรงมาตามข้อเท็จจริง และตามความรู้สึกนึกคิดของตัวเอง ผู้วิจัยหวังว่าคงจะได้รับความกรุณาจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อ-สกุลของผู้ให้สัมภาษณ์.....
2. ตำแหน่ง.....
3. เพศ.....
4. อายุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาดของบริษัท หมู่บ้านจัดสรรแห่งหนึ่งในจังหวัดอุบลราชธานี จำกัด

คำถามในการสัมภาษณ์ข้อมูล: กลยุทธ์การตลาด (7P Marketing)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

- 1.1 ผลิตภัณฑ์บ้านจัดสรรของบริษัทมีลักษณะอย่างไร.....

- 1.2 ใกล้เคียงในการออกแบบบ้านแต่ละโครงการมาจากไหน.....

- 1.3 ทำไมบ้านแต่ละหลังต้องมี 3 ห้องนอน 2 ห้องน้ำ.....

1.4 มีการปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างไรเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า
การบริการลูกค้า.....

2. ราคา (Price)

2.1 กลยุทธ์การตั้งราคาบ้านของแต่ละโครงการเป็นอย่างไร.....

1.2 ราคาบ้านแต่ละโครงการที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับอะไร.....

1.3 การตั้งราคาของบริษัทส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าอย่างไรบ้าง.....

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

3.1 ทำไมสำนักงานขายของแต่ละโครงการต้องอยู่ในโครงการ.....

3.2 ลูกค้าสามารถติดต่อซื้อบ้านที่สำนักงานใหญ่ได้หรือไม่.....

3.3 บริษัทมีเกณฑ์อะไรในการเลือกที่ตั้งของสำนักงานขาย.....

3.4 ส่วนใหญ่ลูกค้าจะติดต่อมาทางไหนบ้าง.....

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)

4.1 กลยุทธ์การส่งเสริมการขายของบริษัทเป็นอย่างไรบ้าง.....

4.2 บริษัทจัดบูธโครงการบ่อยแค่ไหน และจัดบูธที่ไหนบ้าง.....

4.3 บริษัทมีใบปลิวโฆษณาบ้านโครงการไหม.....

.....

4.4 มีลูกค้าติดต่อมาทางเว็บไซต์ขายบ้านไหม.....

.....

4.5 บริษัทจัดส่วนลดอะไรให้ลูกค้าบ้าง.....

.....

4.6 การส่งเสริมการขายแบบไหนที่ได้ผลดีที่สุดสำหรับบริษัท.....

.....

5. ด้านบุคคล (People)

5.1 คุณคิดว่าบุคลากรของบริษัทมีส่วนช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จอย่างไร.....

.....

5.2 บริษัทมีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานขายอย่างไรบ้าง.....

.....

5.3 บริษัทมีเกณฑ์ในการคัดเลือกพนักงานอย่างไร.....

.....

6. ด้านกระบวนการ (Process)

6.1 Home service มีอะไรให้ลูกค้าบ้าง และระยะเวลากี่ปี.....

.....

6.2 รับประกันโครงสร้างกี่ปี.....

.....

6.3 ส่วนกลางแต่ละโครงการมีอะไรบ้าง.....

.....

7. ด้านการสร้าง และการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)

7.1 บริษัทมีการจัดแสดงตัวอย่างบ้านจัดสรรอย่างไร.....

.....

7.2 สิ่งแวดล้อมภายในโครงการมีลักษณะอย่างไรบ้าง

.....

7.3 มีการใช้เทคโนโลยีหรือเครื่องมือใดในการช่วยนำเสนอผลิตภัณฑ์บ้านจัดสรรให้ลูกค้า...

.....

7.4 พนักงานขายแต่ละตัวอย่างใดในการให้บริการลูกค้าในดูบ้านตัวอย่าง.....

.....

7.5 การพูดเสนอขายบ้านโครงการพนักงานใช้หลักการพูดอย่างไร.....

.....

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณในความร่วมมือของท่าน

นางสาวธนกร ธนาศพล

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ภาคผนวก ข
ภาพประกอบการวิจัย



ภาพที่ ข.1 ลูกค้า

คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัย



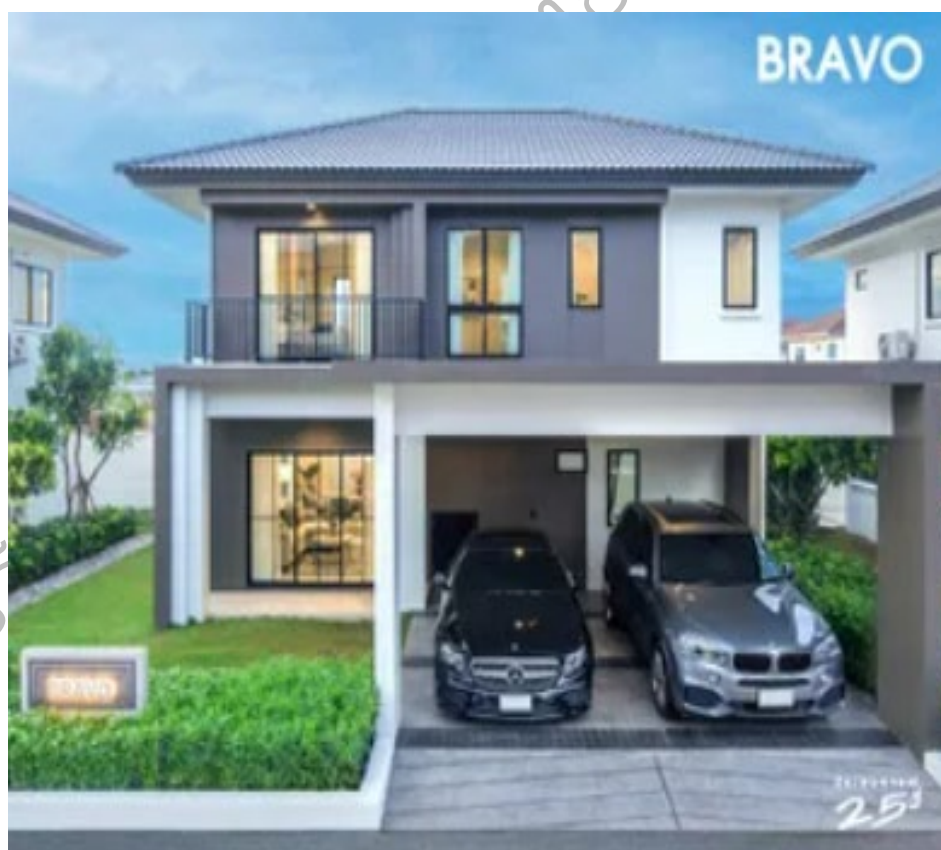
ภาพที่ ข.2 แบบบ้านต่าง ๆ



ภาพที่ ข.2 แบบบ้านต่าง ๆ (ต่อ)



ภาพที่ ข.2 แบบบ้านต่าง ๆ (ต่อ)



ภาพที่ ข.2 แบบบ้านต่าง ๆ (ต่อ)



ภาพที่ ข.2 แบบบ้านต่าง ๆ (ต่อ)