ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เลขที่แบบสอบถาม.....

แบบสอบถาม

<u>เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่</u>

<u>คำชี้แจง</u> แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลที่ได้รับถือเป็นผลงานทางวิชาการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการโครงการบ้านจัดสรรในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ผู้ศึกษาใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถามตามข้อมูลที่แท้จริง โดยข้อมูลที่ได้จะไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อผู้กรอกแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาขอแสดงความขอบคุณต่อท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีมา ณ โอกาสนี้

นายอภิรัทธ วงค์ปัน
ผู้ศึกษา

<u>คำแนะนำ</u> แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน 10 หน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่
ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] ที่ท่านเลือก หรือเติมข้อความในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ [ ] 1.ชาย [ ] 2. หญิง

2. อายุ [ ] 1. 21 - 30 ปี [ ] 2. 31 - 40 ปี
[ ] 3. 41 - 50 ปี [ ] 4. 50 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา
[ ] 1. มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า
[ ] 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย/อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
[ ] 3. ปริญญาตรี
[ ] 4. สูงกว่าปริญญาตรี

4. สถานภาพ [ ] 1. โสด [ ] 2. สมรส
[ ] 3. หย่าร้าง/หม้าย

5. อาชีพ [ ] 1. ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ [ ] 2. ลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน
[ ] 3. ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย
[ ] 4. พ่อบ้าน-แม่บ้าน/ข้าราชการบำนาญ/นักศึกษา
[ ] 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้รวมทั้งสิ้นต่อเดือน
[ ] 1. ไม่เกิน 20,000 บาท [ ] 2. 20,001 - 30,000 บาท
[ ] 3. 30,001 - 40,000 บาท [ ] 4. 40,001 - 50,000 บาท
[ ] 5. มากกว่า 50,000 บาท

7. ภูมิลำเนาเดิมของท่าน
[ ] 1. เชียงใหม่/อยู่เชียงใหม่มานานกว่า 10 ปี
[ ] 2. เพิ่งย้ายมาอยู่เชียงใหม่

8. จำนวนสมาชิกในครอบครัว
[ ] 1. 1 – 2 คน [ ] 2. 3 – 4 คน
[ ] 3. 5 – 6 คน [ ] 4. มากกว่า 6 คน (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

9. ท่านเคยซื้อบ้านจัดสรรก่อนมาซื้อบ้านหลังนี้หรือไม่

[ ] 1. ไม่เคย (ซื้อหลังนี้เป็นหลังแรก) [ ] 2. เคยซื้อบ้านจัดสรรที่อื่นมาแล้ว

<u>คำถามตั้งแต่ข้อ 10 เป็นต้นไป เป็นคำถามเกี่ยวกับบ้านจัดสรรที่ท่านซื้อเพื่อพักอาศัยในปัจจุบัน</u>

10. ลักษณะของบ้านจัดสรรที่ท่านซื้อ

[ ] 1. บ้านเดี่ยวชั้นเดียว [ ] 2. บ้านเดี่ยวสองชั้น

[ ] 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ชื่อโครงการบ้านจัดสรรที่ซื้อ (โปรดระบุ).....

12. รูปแบบของบ้านจัดสรรที่ท่านซื้อ

[ ] 1. บ้านสไตล์ทันสมัย (Modern) (บ้านรูปทรงที่สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยได้สูงสุด ลักษณะเด่นคือ การใช้รูปทรงแบบเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมหรือเส้นโค้งที่เกิดจากส่วนของวงกลม การออกแบบโมเดิร์นเป็นการเลือกใช้รูปทรงโครงสร้างและวัสดุที่สามารถตอบสนองการใช้งานได้ดี)

[ ] 2. บ้านสไตล์ร่วมสมัย (Contemporary) (บ้านที่มีการนำเอางานออกแบบที่เป็นที่นิยมในรูปแบบปัจจุบันมาผสมอย่างกลมกลืนกับรูปแบบต่างๆ ในอดีตเพื่อให้เข้ากับทุกยุคสมัย เน้นประโยชน์ใช้สอย)

[ ] 3. บ้านสไตล์ทรอปิคอล (Tropical) (บ้านที่ประยุกต์วิธีการตกแต่งให้เข้ากับประเทศที่มีภูมิอากาศร้อนชื้น ด้วยรูปแบบที่ให้ความรู้สึกของการพักร้อน ไม่ว่าจะเป็นการเลือกใช้เครื่องประดับ โทนสี หรือวัสดุที่มาจากธรรมชาติ โดยเน้นสิ่งแวดล้อมและทัศนียภาพโดยรอบ)

[ ] 4. บ้านสไตล์ไทย – ล้านนา (บ้านที่มีรูปแบบผสมผสานระหว่างรูปแบบไทยร่วมสมัยกับรูปแบบล้านนาที่เน้นความโปร่งโล่ง สะดวกสบาย)

[ ] 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ขนาดที่ดินของบ้านจัดสรรที่ท่านซื้อ

[ ] 1. ไม่เกิน 50 ตารางวา [ ] 2. 51 – 100 ตารางวา

[ ] 3. 101 – 150 ตารางวา [ ] 4. มากกว่า 150 ตารางวา

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

14. ราคาของบ้านจัดสรรที่ท่านซื้อ (ราคาขณะซื้อ)

[ ] 1. ไม่เกิน 1,000,000 บาท [ ] 2. 1,000,001 – 1,500,000 บาท

[ ] 3. 1,500,001 – 2,000,000 บาท [ ] 4. 2,000,001 – 2,500,000 บาท

[ ] 5. 2,500,001 – 3,000,000 บาท

15. ลักษณะการจ่ายเงินซื้อบ้านจัดสรรของท่าน

[ ] 1. ซื้อเป็นเงินสด [ ] 2. ซื้อเป็นเงินผ่อน

16. ทำเลของโครงการบ้านจัดสรรที่ท่านซื้ออยู่ในอำเภอใด

[ ] 1. อำเภอหางดง [ ] 2. อำเภอสันทราย

[ ] 3. อำเภอแม่ริม [ ] 4. อำเภอดอยสะเก็ด

[ ] 5. อำเภอสันกำแพง [ ] 6. อำเภอสารภี

17. เหตุผลที่ท่านเลือกซื้อบ้านจัดสรรในพื้นที่ถนนวงแหวนรอบที่ 3 จังหวัดเชียงใหม่ **(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 1. ความปลอดภัยของครอบครัว [ ] 2. ใกล้ที่ทำงาน

[ ] 3. การเดินทางสะดวก [ ] 4. บรรยากาศดี

[ ] 5. ราคาถูก [ ] 6. ความน่าเชื่อถือของโครงการ

[ ] 7. น้ำไม่ท่วม [ ] 8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

18. ท่านทราบข้อมูลของโครงการบ้านจัดสรรที่ท่านซื้อ จากแหล่งใด **(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 1. พนักงานขายของโครงการ [ ] 2. เพื่อน/คนรู้จัก

[ ] 3. วิทยุ [ ] 4. แผ่นพับ – ใบปลิว

[ ] 5. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร [ ] 6. อินเตอร์เน็ต

[ ] 7. โทรทัศน์ [ ] 8. บูธตามห้างสรรพสินค้า

[ ] 9. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการซื้อบ้านจัดสรรของท่าน **มากที่สุด** คือ

[ ] 1. ตัดสินใจด้วยตัวเอง [ ] 2. บิดา-มารดา ญาติพี่น้อง

[ ] 3. คู่สมรส – บุตร [ ] 4. เพื่อน คนรู้จัก

[ ] 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 2</u> ข้อมูลระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อผู้บริโภคในการซื้อบ้านจากโครงการบ้านจัดสรรบนถนนวงแหวนรอบ 3 จังหวัดเชียงใหม่

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุ – อุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้างบ้าน					
2. ความโดดเด่นและความทันสมัยของแบบบ้าน					
3. มีจำนวนแบบบ้านให้เลือกหลายแบบและสามารถปรับเปลี่ยนแบบบ้านได้ตามความต้องการ					
4. สีของตัวบ้านและหลังคา					
5. พื้นที่ใช้สอยมีขนาดเพียงพอต่อความต้องการ					
6. การวางผังบริเวณบ้านภายในโครงการเหมาะสม เป็นระเบียบเรียบร้อย					
7. ระบบสาธารณูปโภคของโครงการ					
8. ระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการ					
9. ชื่อเสียงของโครงการ					
10. บ้านสร้างเสร็จพร้อมขาย (เข้าอยู่ได้ทันที)					
11. มีการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์พร้อมเข้าอยู่					
12. มีแบบบ้านตัวอย่างให้เลือกก่อนตัดสินใจซื้อ					
13. มีการใช้วัสดุอุปกรณ์พิเศษ เช่น แผ่นกันความร้อนใต้หลังคา กระจกตัดแสง ระบบสำรองน้ำ เป็นต้น					
14. โครงการถมดินสูง น้ำไม่ท่วม					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ราคาของบ้านถูกกว่า เมื่อเทียบกับบ้านลักษณะเดียวกันของโครงการอื่นที่อยู่ใกล้เคียง					
2. ราคาที่ดินต่อตารางวาถูกกว่าโครงการอื่น					
3. จำนวนเงินดาวน์เหมาะสม					
4. สามารถผ่อนชำระเงินดาวน์ได้					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา (ต่อ)	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5. อัตราดอกเบี้ยถูกกว่าโครงการอื่น					
6. ค่าสาธารณูปโภคถูกกว่าโครงการอื่น					
7. มีส่วนลดเมื่อซื้อด้วยเงินสด					
8. ระยะเวลาการผ่อนเงินกู้นานกว่าโครงการอื่น					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 การจัดแสดงและประชาสัมพันธ์โครงการในห้างสรรพสินค้า และมีพนักงานขายตกลงซื้อขายได้เลย					
2. สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน					
3. มีการจำหน่ายผ่านตัวแทนขายของโครงการนอกสถานที่					
4. สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลโครงการทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
5. สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางอินเตอร์เน็ตได้					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. การโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ					
2. การโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์					
3. การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว					
4. การโฆษณาโดยป้ายขนาดใหญ่					
5. การมีส่วนลดราคา					
6. การแจกของแถม เช่น การตกแต่งสวน แอร์ ฯลฯ					
7. ข่าวประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการ					
8. การจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการ					
9. มี website ของโครงการ เพื่อแนะนำและให้ข้อมูลต่างๆ					
10. การจัดกิจกรรมโครงการตามห้างสรรพสินค้า เช่น ให้ส่วนลดพิเศษเมื่อจองในงาน รับของแถมพิเศษ เป็นต้น					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ความเอาใจใส่ลูกค้าของพนักงานขาย					
2. ความรู้เกี่ยวกับบ้านในโครงการ ของพนักงานขาย					
3. ความรวดเร็วในการตอบสนองของพนักงานขาย					
4. มารยาท บุคลิกและอัธยาศัยของพนักงานขาย					
5. ความสามารถในการแก้ไขปัญหาของพนักงานขาย					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 กระบวนการสร้างบ้านมีขั้นตอนชัดเจน น่าเชื่อถือ					
2. กระบวนการแนะนำและพาชมบ้านตัวอย่างได้น่าสนใจ					
3. ขั้นตอนในการซื้อบ้านไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน					
4. ความรวดเร็วในการให้บริการหลังการขาย					
5. การเสนอแนะ แจ้งปัญหากับโครงการหลังการเข้าพักอาศัย ทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก					
6. มีเจ้าหน้าที่แนะนำและให้ความสะดวกในขั้นตอนการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1 ป้ายแสดงชื่อโครงการที่ทางเข้าโครงการ					
2. บรรยากาศภายในสำนักงานขาย มีระเบียบเรียบร้อย					
3. ทำเลที่ตั้ง อยู่ใกล้แหล่งชุมชน โรงเรียน โรงพยาบาล					
4. ความสะอาด เรียบร้อยภายในโครงการ					
5. ความสวยงามของสโมสร					
6. ความร่มรื่นและพื้นที่ของสวนสาธารณะ					
7. คุณภาพของอากาศในโครงการ					
8. ถนนภายในโครงการมีขนาดกว้างขวาง					
9. ถนนในโครงการมีไฟสว่างตอนกลางคืน เพื่อความปลอดภัย					
10. เพื่อนบ้านมีคุณภาพ ชุมชนไม่เสื่อมโทรม					

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>ส่วนที่ 3</u> ปัญหาและข้อเสนอแนะ

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน [ ] ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. <u>ด้านผลิตภัณฑ์</u> [ ] **ไม่มีปัญหา** (<u>ข้ามไปตอบข้อถัดไป</u>)

[ ] **<u>มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</u>**

[ ] 1.1 วัสดุ – อุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้างบ้านไม่ได้มาตรฐาน

[ ] 1.2 แบบบ้านไม่สวย ไม่ทันสมัย

[ ] 1.3 แบบบ้านมีให้เลือกน้อย

[ ] 1.4 สีของบ้านซีดเร็ว

[ ] 1.5 พื้นที่ใช้สอยในบ้านมีน้อย

[ ] 1.6 การวางผังบริเวณบ้านไม่เหมาะสม

[ ] 1.7 ระบบสาธารณูปโภคมีปัญหา ไม่สะดวกในการใช้งาน

[ ] 1.8 ไม่มีระบบรักษาความปลอดภัย

[ ] 1.9 โครงการไม่มีชื่อเสียง

[ ] 1.10 ไม่มีบ้านสร้างเสร็จพร้อมขาย

[ ] 1.11 ไม่มีการตกแต่งภายในด้วยเฟอร์นิเจอร์สำหรับพร้อมเข้าอยู่

[ ] 1.12 ไม่มีแบบบ้านตัวอย่างให้เลือกก่อนตัดสินใจซื้อ

[ ] 1.13 ไม่มีการใช้วัสดุอุปกรณ์พิเศษในการก่อสร้าง

[ ] 1.14 โครงการมีน้ำท่วมขัง

[ ] 1.15 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

<u>2. ด้านราคา</u> [ ] **ไม่มีปัญหา** (<u>ข้ามไปตอบข้อถัดไป</u>)

[ ] **<u>มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</u>**

[ ] 2.1 ราคาบ้านแพง เมื่อเทียบกับโครงการอื่น

[ ] 2.2 ราคาที่ดินต่อตารางวาแพง เมื่อเทียบกับโครงการอื่น

[ ] 2.3 กำหนดวงเงินดาวน์ไม่เหมาะสม

[ ] 2.4 ไม่สามารถผ่อนชำระเงินดาวน์ได้

[ ] 2.5 ดอกเบี้ยสูง

[ ] 2.6 ค่าสาธารณูปโภคแพง ไม่เหมาะสม

[ ] 2.7 ไม่มีส่วนลด เมื่อซื้อด้วยเงินสด

[ ] 2.8 ระยะเวลาในการผ่อนเงินกู้เร็วกว่าโครงการอื่น

[ ] 2.9 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย [ ] **ไม่มีปัญหา** (ข้ามไปตอบข้อถัดไป)

[ ] **มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 3.1 ไม่มีการจัดแสดงและประชาสัมพันธ์โครงการตามห้างสรรพสินค้า

[ ] 3.2 ไม่สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน

[ ] 3.3 ไม่มีตัวแทนขายของโครงการให้บริการจำหน่ายบ้านนอกสถานที่

[ ] 3.4 ไม่สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางโทรศัพท์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง

[ ] 3.5 ไม่สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลทางอินเตอร์เน็ต

[ ] 3.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด [ ] **ไม่มีปัญหา** (ข้ามไปตอบข้อถัดไป)

[ ] **มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 4.1 ไม่มีการโฆษณาตามสื่อสิ่งพิมพ์

[ ] 4.2 ไม่มีการโฆษณาตามสื่อวิทยุ โทรทัศน์

[ ] 4.3 ไม่มีการโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว

[ ] 4.4 ไม่มีการโฆษณาโดยป้ายขนาดใหญ่

[ ] 4.5 ไม่มีการให้ส่วนลด

[ ] 4.6 ไม่มีการแจกของแถม

[ ] 4.7 ไม่มีการเสนอข่าวประชาสัมพันธ์โครงการ

[ ] 4.8 ไม่มีการจัดกิจกรรมเปิดตัวโครงการ

[ ] 4.9 โครงการไม่มี website สำหรับให้คำแนะนำและข้อมูลต่างๆ

[ ] 4.10 ไม่มีการจัดกิจกรรมตามห้างสรรพสินค้า

[ ] 4.11 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ด้านบุคลากร [ ] **ไม่มีปัญหา** (ข้ามไปตอบข้อถัดไป)

[ ] **มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)**

[ ] 5.1 พนักงานไม่ดูแล เอาใจใส่ลูกค้า

[ ] 5.2 พนักงานไม่มีความรู้เกี่ยวกับบ้านในโครงการ

[ ] 5.3 พนักงานไม่มีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อลูกค้า

[ ] 5.4 พนักงานไม่มีมารยาท ขาดบุคลิกและอัธยาศัยที่ดี

[ ] 5.5 พนักงานไม่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา

[ ] 5.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. <u>ด้านกระบวนการ</u> [ ] **ไม่มีปัญหา** (<u>ข้ามไปตอบข้อถัดไป</u>)

[ ] **<u>มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</u>**

[ ] 6.1 การสร้างบ้านไม่มีขั้นตอนที่ชัดเจน ไม่น่าเชื่อถือ

[ ] 6.2 ไม่มีการแนะนำและพาชมบ้านตัวอย่าง

[ ] 6.3 ขั้นตอนในการซื้อบ้านยุ่งยาก ซับซ้อน

[ ] 6.4 บริการหลังการขายไม่สะดวกรวดเร็ว

[ ] 6.5 การเสนอแนะ แจ้งปัญหากับโครงการหลังการเข้าพักยุ่งยาก

[ ] 6.6 ขั้นตอนการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินยุ่งยาก ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำ

[ ] 6.7 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. <u>ด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ</u> [ ] **ไม่มีปัญหา**

[ ] **<u>มีปัญหา (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)</u>**

[ ] 7.1 ไม่มีป้ายชื่อโครงการที่ทางเข้า

[ ] 7.2 บรรยากาศภายในสำนักงานขายไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

[ ] 7.3 ทำเลที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากชุมชน โรงเรียน โรงพยาบาล

[ ] 7.4 โครงการไม่มีความสะอาด ไม่เป็นระเบียบเรียบร้อย

[ ] 7.5 ไม่มีสโมสร หรือสโมสรไม่มีความสวยงาม

[ ] 7.6 ไม่มีสวนสาธารณะ หรือสวนสาธารณะไม่มีความร่มรื่นสวยงาม

[ ] 7.7 อากาศในโครงการไม่มีคุณภาพ (อยู่ใกล้ที่ทิ้งสิ่งปฏิกูล หรือใกล้สถานที่เลี้ยงสัตว์)

[ ] 7.8 ถนนภายในโครงการคับแคบ ไม่สะดวกต่อการสัญจร เดินทาง

[ ] 7.9 ไม่มีไฟส่องสว่างบริเวณถนน ทำให้ไม่ปลอดภัยในเวลากลางคืน

[ ] 7.10 เพื่อนบ้านไม่มีคุณภาพ ชุมชนมีลักษณะเสื่อมโทรม

[ ] 7.11 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

****

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	นายอภิรัทธ วงค์ปัน	
วัน เดือน ปี เกิด	9 มีนาคม 2523	
ประวัติการศึกษา	2540 – 2544	ปริญญาตรี คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
	2537 – 2539	มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียน สันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
	2534 – 2536	มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียน อุทัยวิทยาคม อำเภอเมืองฯ จังหวัดอุทัยธานี
ประวัติการทำงาน	2547 – ปัจจุบัน	ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ.เค. ฟิวเจอร์ แลนด์ จำกัด และ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บุญฟ้า เลควิว จำกัด
	2545 – 2547	ตำแหน่ง Project Sale Manager บริษัท โฮมโปรดักส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน)
	2544 – 2545	ตำแหน่ง Sale Executive บริษัท พร๊อกเตอร์แอนด์ แกรม เบล จำกัด (P&G)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved