



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

แบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจของพนักงานบริษัท
บริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรีในการเลือกซื้อบ้าน

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร (Ex-MBA) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านของพนักงานบริษัท บริเวณนิคมอุตสาหกรรม 304 จังหวัดปราจีนบุรี ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาใช้ในการวิเคราะห์แบบภาพรวม โดยไม่แจกแจงเป็นรายบุคคล ซึ่งผู้วิจัย หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความกรุณาจากท่านในการตอบแบบสอบถาม และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย (/) ในวงเล็บหน้าหัวข้อความที่ท่านต้องการเลือก หรือเติมข้อความในช่องว่างที่ถูกตัดหรือตรงกับความเป็นจริงเพียงคำตอบเดียว

1. เพศ 1. ชาย 2. หญิง
2. อายุ 1. 21 – 30 ปี 2. 31 – 40 ปี
 3. 41 ปีขึ้นไป
3. สถานภาพ 1. โสด 2. สมรส
 3. อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____
4. วุฒิการศึกษาสูงสุด 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี 2. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน 1. น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท
 2. 15,001 – 30,000 บาท
 3. 30,001 บาทขึ้นไป

6. ลักษณะที่อยู่อาศัยปัจจุบัน () 1. หอพัก / คอนโดฯ () 2. บ้านเช่า
() 3. บ้านของตนเอง
7. ในอนาคตท่านมีแผนที่จะเลือกซื้อบ้านเพื่ออยู่อาศัยหรือไม่
() 1. ใช่ (โปรดระบุ) ภายในระยะเวลา _____ ปีข้างหน้า
() 2. ไม่ (จบการสัมภาษณ์)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้าน

คำชี้แจง ในความเห็นของท่านในการเลือกซื้อบ้าน ท่านให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่องระดับความสำคัญที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์					
1. คุณภาพและมาตรฐานของวัสดุที่ใช้					
2. ความหลากหลายของแบบบ้าน					
3. ความสวยงามของแบบบ้าน					
4. พื้นที่ใช้สอย					
5. คุณภาพของงานก่อสร้าง					
6. การตกแต่งรอบบริเวณโครงการ					
7. ระบบรักษาความปลอดภัยของโครงการ					
8. ถนนภายในโครงการมีขนาดกว้าง					
9. ชื่อเสียงของโครงการ					
10. ระยะเวลารับประกันบ้าน					
11. สังคมและเพื่อนบ้านที่ดี					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ปัจจัยด้านราคา					
12. ราคาบ้านถูกกว่า เมื่อเทียบกับบ้านลักษณะเดียวกันกับ โครงการอื่น					
13. จำนวนเงินคาวน้นน้อยกว่าโครงการอื่น					
14. อัตราดอกเบี้ยถูกกว่า					
15. ระยะเวลาการผ่อนเงินกู้ยาวนานกว่าโครงการอื่น					
16. อัตราค่าบริการสาธารณูปโภคถูกกว่าโครงการอื่น (ค่าส่วนกลาง)					
ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
17. ทำเลที่ตั้งใกล้แหล่งชุมชน (เช่น ใกล้ตลาด ร้านสะดวกซื้อ โรงพยาบาล)					
18. สามารถติดต่อสำนักงานโครงการได้หลังเวลาทำงาน					
19. สามารถโทรสอบถามข้อมูลได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
20. สามารถติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) ได้					
21. มีการจัดจำหน่ายผ่านทาง Website เช่น ทำการจองบน Website					
ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด					
22. มีพนักงานขายให้คำแนะนำ					
23. งานเปิดตัวโครงการ					
24. การออกบูทตามงานต่าง ๆ ของโครงการ					
25. การโฆษณาตามสื่อวิทยุ					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
26. การโฆษณาโดยป้ายขนาดใหญ่					
27. การโฆษณาทางแผ่นพับ ใบปลิว					
28. มี Website ให้ข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ					
29. มีส่วนลดราคา					
30. มีการให้ของแถม เช่น เฟอร์นิเจอร์, อุปกรณ์ไฟฟ้า, แอร์ ฯลฯ					
31. มีการชิงโชค แจกรางวัล					
32. มีการอำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับทางธนาคารให้					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะ ที่มีผลต่อการเลือกซื้อบ้าน (โปรดระบุ)

.....

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright © by Chiang Mai University
 All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวพิชญ์นันท์ ดิยะพรรณ
วัน เดือน ปีเกิด	27 พฤษภาคม 2523
ประวัติการศึกษา	ปีการศึกษา 2541 สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนศึกษานารี ปีการศึกษา 2545 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาบริหารอุตสาหกรรมและ ปฏิบัติการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2545 – ปัจจุบัน บริษัทแอ็ดวานซ์ อะโกร จำกัด (มหาชน) ตำแหน่ง หัวหน้างานฝ่ายวางแผนการผลิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved