

ผนวก ข

แบบสัมภาษณ์

ในการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การสร้างเอกลักษณ์ให้กับองค์ประกอบทางสถาปัตยกรรม ในธุรกิจบ้านจัดสรรระดับกลาง ได้มีกาออกแบบเครื่องมือวิจัยประเภทแบบสัมภาษณ์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลซึ่งประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์สถาปนิกและแบบสัมภาษณ์นักการตลาด

แบบสัมภาษณ์สถาปนิก

1. ในโครงการจัดสรรหนึ่งๆนั้นตัวงานสถาปัตยกรรมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อหรือไม่ อย่างไร
2. คิดว่าการสร้างเอกลักษณ์ให้โครงการมีความแตกต่างจากโครงการอื่น ๆ มีความจำเป็นหรือไม่ เพราะเหตุใด
3. ระหว่างตัวสโมสกับบ้าน ส่วนไหนเป็นส่วนที่สำคัญและมีประสิทธิภาพมากกว่าในการใช้โฆษณาเพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของโครงการ
4. มีการประเมินผลการสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น สโมสร ชุ่มประตู่และส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการว่าคุ้มค่าอย่างไร
5. องค์ประกอบทั้ง 10 ประเภทนี้ มีตัวใดบ้างที่สามารถใช้เป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ให้กับโครงการได้จริง ๆ และตัวใดบ้างที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้ เพราะเหตุใด
 - 5.1 รูปทรง(กลม สีเหลี่ยม freeform)
 - 5.2 พื้นี่(แบ่งเป็นกลุ่มบ้าน/ หมู่บ้านริมน้ำ)
 - 5.3 สัดส่วน(แบน สูง ทึบ)
 - 5.4 รูปแบบ /สไตล์(คลาสสิค โมเดิน โรมัน)
 - 5.5 การจัดวาง(composition)
 - 5.6 วัสดุ
 - 5.7 สี
 - 5.8 หลังคา
 - 5.9 ชุ่มบ้านและคิ้วบัวปูน
 - 5.10 ระแนง ลูกกรง
6. คอนเซ็ปต์ทางสถาปัตยกรรมมีผลมากแค่ไหนกับการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในยุคนี้
7. วันนี้เทรนด์ของผู้ว่าจ้างออกแบบโครงการบ้านเดี๋ยวมี่ทิศทางอย่างไร
8. ระหว่างฝ่ายการตลาดกับสถาปนิกใครเป็นผู้กำหนดรูปแบบโดยรวมทางสถาปัตยกรรมของโครงการ

แบบสัมภาษณ์นักการตลาด

1. คิดว่าการสร้างเอกลักษณ์ (แบรนด์) ให้กับโครงการอสังหาริมทรัพย์ในแต่ละระดับราคาให้มีความชัดเจนทางภาพลักษณ์นั้นมีความจำเป็นหรือไม่ อย่างไร
2. สำหรับการวางแผนทางด้านการตลาดนั้นองค์ประกอบที่มีส่วนในการสร้างเอกลักษณ์ (แบรนด์) ให้กับโครงการนั้นประกอบด้วยอะไรบ้าง
3. ปัจจัยใดเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการสร้างเอกลักษณ์โครงการ
4. วิธีการในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับโครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับกลางมีความแตกต่างกับโครงการระดับอื่น ๆ (บน/ล่าง) หรือไม่ อย่างไร
5. อะไรคือปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างเอกลักษณ์สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ระดับกลาง
6. วิธีการการใช้ตัวอาคาร (งานสถาปัตยกรรม) ในการโฆษณาเพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของโครงการ มีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด
7. องค์ประกอบทั้ง 10 อย่างนี้ มีตัวใดบ้างที่สามารถใช้เป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ให้กับโครงการได้จริงๆและตัวใดบ้างที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้ เพราะเหตุใด (ในวงเล็บคือตัวอย่าง)

7.1 รูปทรง(กลม สี่เหลี่ยม freeform)	7.6 วัสดุ
7.2 พื้นที่(แบ่งเป็นกลุ่มบ้าน/ หมู่บ้านริมน้ำ)	7.7 สี
7.3 สัดส่วน(แบน สูง ทึบ)	7.8 หลังคา
7.4 รูปแบบ /สไตล์(คลาสสิก โมเดิร์น โรมัน)	7.9 ชุ่มบ้านและคิ้วบัวปูน
7.5 การจัดวาง(composition)	7.10 ระแนง ลูกกรง
8. มีพฤติกรรมของผู้บริโภคใดบ้างที่ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ของโครงการ (การจดจำ)
9. มีการประเมินผลการสร้างองค์ประกอบต่าง ๆ เช่นสโมสรร สำนักงานขายและส่วนต่าง ๆ ภายในโครงการว่าคุ้มค่าอย่างไร
10. แนวความคิดหลัก (concept) ทางสถาปัตยกรรมมีผลมากแค่ไหนกับการตลาดของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในยุคนี้
11. วันนี้กระแสของการออกแบบโครงการอสังหาริมทรัพย์ระดับกลางมีทิศทางอย่างไร
13. ในการทำการตลาดที่จำกัดสไตล์เฉพาะเช่น สไตล์สเปนิช หรือสไตล์โมเดิร์นฯลฯเป็นการตีกรอบกลุ่มลูกค้าหรือไม่ และมีวิธีป้องกันอย่างไร
14. ระหว่างฝ่ายการตลาดกับสถาปนิกใครเป็นผู้กำหนดรูปแบบโดยรวมทางสถาปัตยกรรมของโครงการว่าจะออกมาในรูปแบบใด