

ภาคผนวก

## แบบสอบถาม

### งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ น้ำหอมมาตามฟิน”

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะทางประชากร การรับรู้ และทัศนคติ ส่วนประสมทางการตลาด และกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของน้ำหอมมาตามฟิน ทั้งนี้การวิจัยดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม ผู้วิจัยจึงขอความกรุณาจากท่านโปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง และตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างรอบคอบให้ครบทุกข้อ โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลที่ได้รับจากท่านไว้เป็นความลับ ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

---

#### คำชี้แจง

1. กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ด้านหน้าคำตอบที่ท่านต้องการ
2. แบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้
  - ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล
  - ตอนที่ 2 การรับรู้ด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน
  - ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน
  - ตอนที่ 4 กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน
  - ตอนที่ 5 ทัศนคติผลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน

ชาติสุริย อนุพันธ์

ผู้วิจัย

### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

1. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 20 – 24 ปี	<input type="checkbox"/> 25 – 29 ปี
<input type="checkbox"/> 30 – 34 ปี	<input type="checkbox"/> 35 – 39 ปี
<input type="checkbox"/> 40 – 44 ปี	<input type="checkbox"/> 45 – 49 ปี
<input type="checkbox"/> 50 – 54 ปี	<input type="checkbox"/> 55 ปีขึ้นไป
2. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> ประถมศึกษา	<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนต้น
<input type="checkbox"/> มัธยมศึกษาตอนปลาย	<input type="checkbox"/> อนุปริญญาตรี / เทียบเท่า
<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท หรือสูงกว่า
3. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> นักเรียน / นักศึกษา	<input type="checkbox"/> รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ
<input type="checkbox"/> พนักงานบริษัทเอกชน	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
<input type="checkbox"/> แม่บ้าน	<input type="checkbox"/> อาชีพอิสระ
<input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 10,001 – 20,000 บาท
<input type="checkbox"/> 20,001 – 30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 30,001 – 40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 40,001-50,000 บาท	<input type="checkbox"/> 50,001 บาทขึ้นไป
5. สถานภาพ
 

<input type="checkbox"/> โสด	<input type="checkbox"/> สมรส
<input type="checkbox"/> หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> แยกกันอยู่

### ตอนที่ 2 การรับรู้ด้านทัศนคติของผู้บริโภคที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว

6. ท่านรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟินจากแหล่งใด
 

<input type="checkbox"/> ค้นหาด้วย Google Search	<input type="checkbox"/> เข้าไปเว็บไซต์ของมาตามฟินโดยตรง
<input type="checkbox"/> เพื่อนแนะนำ	<input type="checkbox"/> เห็นจากโฆษณาออนไลน์
<input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

7. ท่านรู้จักผลิตภัณณ์น้ำหอมมาตามฟินมานานแค่ไหนแล้ว

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 เดือน | <input type="checkbox"/> 1-6 เดือน             |
| <input type="checkbox"/> 7-12 เดือน       | <input type="checkbox"/> 1-2 ปี                |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 2 ปี     | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

8. ท่านคิดว่าผลิตภัณณ์น้ำหอมมาตามฟินเป็นสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการในด้าน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> มีกลิ่นให้เลือกหลากหลาย | <input type="checkbox"/> ประโยชน์ใช้สอย        |
| <input type="checkbox"/> มีคุณภาพ                | <input type="checkbox"/> ความน่าเชื่อถือ       |
| <input type="checkbox"/> รูปแบบบรรจุภัณณ์        | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

9. ราคาเฉลี่ยของสินค้าที่ท่านซื้อในแต่ละครั้ง

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 500 บาท   | <input type="checkbox"/> 500-1,000 บาท         |
| <input type="checkbox"/> 1,001-2,000 บาท   | <input type="checkbox"/> 2,001-3,000 บาท       |
| <input type="checkbox"/> สูงกว่า 3,001 บาท | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

10. ท่านซื้อผลิตภัณณ์น้ำหอมมาตามฟินบ่อยเพียงใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> เดือนละ 1 ครั้ง      | <input type="checkbox"/> เดือนละ 2-3 ครั้ง     |
| <input type="checkbox"/> ปีละ 1-2 ครั้ง       | <input type="checkbox"/> ปีละ 3-4 ครั้ง        |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ครั้งต่อปี | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

11. ท่านเลือกซื้อผลิตภัณณ์น้ำหอมมาตามฟินกลิ่นไหนบ่อยที่สุด

- |  |   |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> กลิ่น More Finn       | <input type="checkbox"/> กลิ่น Fin in love  |
| <input type="checkbox"/> กลิ่น Finished        | <input type="checkbox"/> กลิ่น Fin in Black |
| <input type="checkbox"/> กลิ่น Finale          | <input type="checkbox"/> กลิ่น Fin by Dao   |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |   |

12. หลังจากที่ใช้ผลิตภัณณ์น้ำหอมมาตามฟินแล้ว ท่านรู้สึกอย่างไร

- |                               |  |
|-------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ชอบ  | <input type="checkbox"/> ไม่ชอบ                |
| <input type="checkbox"/> เฉยๆ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

13. หากผลิตภัณณ์น้ำหอมมาตามฟินที่ท่านใช้อยู่หมดแล้ว ท่านจะซื้ออีกหรือไม่อย่างไร

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ซื้อ     | <input type="checkbox"/> ไม่ซื้อ               |
| <input type="checkbox"/> ไม่แน่ใจ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ (โปรดระบุ)..... |

**ตอนที่ 3** ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน

**คำชี้แจง** ให้ท่านพิจารณาระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟินของท่านที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดว่าอยู่ในระดับใด โดยใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยมีรายละเอียดของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าดังนี้

- 5 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อมาก
- 3 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อปานกลาง
- 2 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อน้อย
- 1 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน (8P)	ระดับการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)</b>					
14. ชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของมาตามฟิน					
15. คุณภาพ มาตรฐาน และความน่าเชื่อถือของมาตามฟิน					
16. สินค้าที่ได้รับมีลักษณะและคุณสมบัติตรงตามที่สั่งซื้อ					
17. มีรูปสินค้าตัวอย่างประกอบในรายละเอียดของสินค้า					
18. สินค้ามีความหลากหลายและทันสมัย					
<b>ด้านราคา (Price)</b>					
19. ราคาเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพสินค้า					
20. มีการแจ้งราคาสินค้าไว้อย่างครบถ้วนและชัดเจน					
21. ความสะดวกของวิธีการชำระเงิน					
22. ความเชื่อมั่นและความปลอดภัยของการชำระเงิน					
<b>ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)</b>					
23. สามารถสั่งซื้อสินค้าได้ตลอด 24 ชั่วโมง					
24. ขั้นตอนการสั่งซื้อง่ายและสะดวกรวดเร็ว					
25. มีบริการจัดส่งฟรีตลอดการสั่งซื้อสินค้า					
26. มีการจัดส่งสินค้าตรงต่อเวลาและถึงมือผู้รับแน่นอน					
<b>ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)</b>					
27. มีส่วนลด หรือของแถมในการซื้อสินค้า					

ส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน (8P)	ระดับการตัดสินใจซื้อ				
	5	4	3	2	1
28. มีการรับประกันสินค้า					
29. หากสินค้ามีปัญหาสามารถขอคืนสินค้าและคืนเงินได้					
30. มีบทความแนะนำ และการรีวิวจากผู้ซื้อสินค้าจริง					
<b>ด้านการใช้พนักงานขาย (Personal)</b>					
31. มีการตอบคำถามที่ดีจากพนักงาน					
32. มีการให้คำแนะนำสินค้าที่เหมาะสมกับลูกค้า					
33. มีการแสดงรายการสินค้าอย่างชัดเจน					
34. มีระบบตรวจสอบการสั่งซื้อและแจ้งไปยังช่องทางติดต่อกลับ					
35. ความรวดเร็วของระบบการตอบกลับ					
<b>ด้านการบรรจุภัณฑ์ (Packaging)</b>					
36. มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม					
37. บรรจุภัณฑ์มีขนาดกะทัดรัด					
38. มีการออกแบบโลโก้ที่ชัดเจน					
39. มีการแยกขนาดที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด					
40. มีกล่องใส่ผลิตภัณฑ์อย่างสวยงาม					
<b>ด้านการให้ข่าวสาร (Privacy)</b>					
41. มีการประชาสัมพันธ์สินค้าใหม่ตลอดเวลา					
42. มีการแจ้งข้อมูลข่าวสารถึงลูกค้าโดยตรง					
43. มีการแจ้งข่าวโปรโมชั่นทุกเดือน					
44. มีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเป็นความลับ					
45. มีการรีวิวสินค้าให้ลูกค้าทราบเป็นระยะๆ					
<b>ด้านการใช้อำนาจการต่อรอง (Power)</b>					
46. มีการแจ้งข่าวให้ลูกค้าสมัครเป็นสมาชิกเพื่อการมีส่วนร่วม					
47. มีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มลูกค้าด้วยกัน					
48. มีการกำหนดราคาขายที่สมเหตุสมผล					
49. มีการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย					

#### ตอนที่ 4 การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอม มาตามฟิน

**คำชี้แจง** ให้ท่านพิจารณาระดับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟินของท่านต่อการตัดสินใจซื้อว่าอยู่ในระดับใด โดยใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยมีรายละเอียดของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าดังนี้

- 5 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อมาก
- 3 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อปานกลาง
- 2 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อน้อย
- 1 หมายถึง มีการตัดสินใจซื้อน้อยที่สุด

การสื่อสารการตลาดออนไลน์	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
<b>1. ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage</b>					
<b>ด้านคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา</b>					
1. ความชัดเจนและรายละเอียดของสินค้าที่นำเสนอ					
2. ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ					
3. ปริมาณของเนื้อหาที่นำเสนอมีเพียงพอ					
<b>ด้านรูปแบบและความน่าสนใจ</b>					
1. มีรูปแบบการนำเสนอที่ความสวยงาม เหมาะสม และน่าสนใจ เช่น รูปแบบการนำเสนอที่มีความคมชัดของภาพ สีและตัวหนังสือ อ่านง่าย ชัดเจน					
2. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยข่าวสาร บทความ คลิป รูปภาพ การรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง					
3. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยกิจกรรม เกม การแจกของรางวัล ทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วม					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการเข้าถึงข้อมูล</b>					
1. มีการนำเสนอด้วยความรวดเร็ว และทันเหตุการณ์ด้านข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและกิจกรรมต่างๆ					
2. มีความสะดวก รวดเร็วในการค้นหาข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ					
3. ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ					
<b>ด้านการมีปฏิสัมพันธ์</b>					
1. การได้รับการตอบคำถามที่รวดเร็ว					
2. การได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง และชัดเจน					
3. การติดตาม และตรวจสอบการสั่งซื้อก่อนส่งทุกครั้ง					
<b>2. ผ่านช่องทาง LINE @</b>					
<b>ด้านคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา</b>					
1. ความชัดเจนและรายละเอียดของสินค้าที่นำเสนอ					
2. ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ					
3. ปริมาณของเนื้อหาที่นำเสนอมีเพียงพอ					
<b>ด้านรูปแบบและความน่าสนใจ</b>					
1. มีรูปแบบการนำเสนอที่ความสวยงาม เหมาะสม และน่าสนใจ เช่น รูปแบบการนำเสนอที่มีความคมชัดของภาพ สีและตัวหนังสือ อ่านง่าย ชัดเจน					
2. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยข่าวสาร บทความ คลิป รูปภาพ การรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง					
3. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยกิจกรรม เกม การแจกของรางวัล ทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วม					
<b>ด้านการเข้าถึงข้อมูล</b>					
1. มีการนำเสนอด้วยความรวดเร็ว และทันเหตุการณ์ด้านข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและกิจกรรมต่างๆ					
2. มีความสะดวก รวดเร็วในการค้นหาข้อมูลและกิจกรรมต่างๆ					
3. ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ					



การสื่อสารการตลาดออนไลน์	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการมีปฏิสัมพันธ์</b>					
1. การได้รับการตอบคำถามที่รวดเร็ว					
2. การได้รับข้อมูลที่ต้องการ และชัดเจน					
3. การติดตาม และตรวจสอบการสั่งซื้อ					
<b>3. ผ่านช่องทาง Youtube</b>					
<b>ด้านคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา</b>					
1. ความชัดเจนและรายละเอียดของสินค้าที่นำเสนอ					
2. ความถูกต้องของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอ					
3. เนื้อหาของข้อมูลที่น่าสนใจมีปริมาณมากเพียงพอ					
<b>ด้านรูปแบบและความน่าสนใจ</b>					
1. มีรูปแบบการนำเสนอที่ความสวยงาม เหมาะสม และน่าสนใจ เช่น รูปแบบการนำเสนอที่มีความคมชัดของภาพ สีและตัวหนังสือ อ่านง่าย ชัดเจน					
2. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยข่าวสาร บทความ คลิป รูปภาพ การรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง					
3. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยกิจกรรม เกม การแจกของรางวัล ทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วม					
<b>ด้านการเข้าถึงข้อมูล</b>					
1. ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ สินค้าและกิจกรรม					
2. ความสะดวก รวดเร็วในการค้นหาข้อมูลและกิจกรรม					
3. ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ					
<b>4. ผ่านช่องทาง Website</b>					
<b>ด้านคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหา</b>					
1. รายละเอียดต่างๆ ที่นำเสนอมีความชัดเจน					
2. รายละเอียดของข้อมูลที่น่าสนใจมีความถูกต้อง					
3. ปริมาณของเนื้อหาที่น่าสนใจมีเพียงพอ					

การสื่อสารการตลาดออนไลน์	ระดับการตัดสินใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านรูปแบบและความน่าสนใจ</b>					
1. มีรูปแบบการนำเสนอที่ความสวยงาม เหมาะสม และน่าสนใจ เช่น รูปแบบการนำเสนอที่มีความคมชัดของภาพ สีและตัวหนังสือ อ่านง่าย ชัดเจน					
2. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยข่าวสาร บทความ คลิป รูปภาพ การรีวิวสินค้าจากผู้ใช้งานจริง					
3. มีรูปแบบการนำเสนอด้วยกิจกรรม เกม การแจกของรางวัล ทำให้ลูกค้ามีส่วนร่วม					
<b>ด้านการเข้าถึงข้อมูล</b>					
1. ความรวดเร็วและทันเหตุการณ์ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และกิจกรรม					
2. ความสะดวก รวดเร็วในการค้นหาข้อมูลและกิจกรรม					
3. ความรวดเร็วในการโหลดข้อมูล ข่าวสาร และกิจกรรมต่างๆ					

#### ตอนที่ 5 ทศนคติที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟิน

**คำชี้แจง** ให้ท่านพิจารณาระดับทศนคติที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์น้ำหอมมาตามฟินของท่านว่าให้  
ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อว่าอยู่ในระดับใด โดยใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิด  
เห็นของท่านมากที่สุดเพียงคำตอบเดียว โดยมีรายละเอียดของระดับการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังนี้

5 หมายถึง มากที่สุด

4 หมายถึง มาก

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง น้อย

1 หมายถึง น้อยที่สุด

ทัศนคติที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์	ระดับทัศนคติ				
	5	4	3	2	1
1. ท่านซื้อเพราะเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้า					
2. ท่านซื้อเพราะเชื่อมั่นในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ					
3. ท่านซื้อเพราะชื่นชอบที่สินค้ามีกลิ่นให้เลือกหลากหลาย					
4. ท่านซื้อเพราะชื่นชอบดารา นักแสดง เซเลบ ที่เป็นพรีเซ็นเตอร์					
5. ท่านซื้อเพราะเชื่อมั่นในการรีวิวจากลูกค้า					
6. ท่านซื้อเพราะเชื่อว่าสินค้ามีคุณสมบัติไม่เหมือนยี่ห้ออื่น					
7. ท่านซื้อเพราะเชื่อคำแนะนำจากเพื่อนหรือคนรู้จัก					
8. ท่านซื้อเพราะสินค้าทำให้ท่านรู้สึกมั่นใจในบุคลิกภาพ					
9. ท่านซื้อเพราะสินค้าทำให้ท่านและคนรอบข้างรู้สึกผ่อนคลายเวลาที่ได้สัมผัสกลิ่น					
10. ท่านซื้อเพราะความพึงพอใจในความรวดเร็วจากผลลัพธ์ของสินค้า					
11. ท่านซื้อเพราะรู้สึกชื่นชอบสินค้าเป็นการส่วนตัว					
12. ท่านซื้อเพราะสินค้าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้จริง					
13. ท่านซื้อเพราะสินค้าช่วยแก้ปัญหาเรื่องความรัก ชีวิตคู่ และความสัมพันธ์ในครอบครัวของท่านได้					
14. ท่านซื้อเพราะสินค้านี้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากยี่ห้ออื่นอย่างชัดเจน					
15. ท่านซื้อเพราะประทับใจช่องทางการติดต่อซื้อขายที่สะดวกรวดเร็ว					
16. ท่านซื้อเพราะประทับใจในโปรโมชั่นที่มาตามฟินจัดให้กับลูกค้าตลอดเวลา					
17. ท่านซื้อเพราะความประทับใจในตัวเจ้าของสินค้า					

... ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม