



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

ส่วนที่ 2 การรับรู้ต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ Winona ผ่านเว็บไซต์

ข้อที่ 7 ท่านคิดว่าเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ Winona เข้าถึงได้ง่ายหรือไม่

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 8 ท่านคิดว่าเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนหรือไม่

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 9 ท่านคิดว่าเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona น่าสนใจและดึงดูดให้ท่านสนใจผลิตภัณฑ์หรือไม่

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 10 ท่านคิดว่าเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona มีข้อมูลที่ครบถ้วนและเพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 11 ท่านคิดว่าเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona มีความทันสมัยหรือไม่

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการสื่อสารผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางผลิตภัณฑ์ Winona ผ่านเว็บไซต์

ข้อที่ 12 ท่านพึงพอใจกับรูปแบบการออกแบบเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona ในระดับใด

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 13 ท่านพึงพอใจกับเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona ในระดับใด

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 14. ท่านพึงพอใจกับความสะดวกในการใช้งานเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona ในระดับใด

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 15 ท่านพึงพอใจกับระบบการค้นหาสินค้า (Search Function) บนเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona ในระดับใด

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ข้อที่ 16 ท่านพึงพอใจเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนและน่าสนใจหรือไม่

1. () น้อยที่สุด 2. () น้อย 3. () ปานกลาง
4. () มาก 5. () มากที่สุด

ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการซื้อและความภักดีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง Winona

ข้อที่ 17 ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ Winona ประเภทใดบ่อยที่สุด

1. () ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวบอบบางและแพ้ง่าย (Sensitive Skin Repair Series)
2. () ผลิตภัณฑ์สำหรับดูแลสิว (Acne Care Series)
3. () ผลิตภัณฑ์ให้ความชุ่มชื้น (Hydrating Series)
4. () ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวอักเสบและรอยแดง (Anti-Redness Series)
5. () ผลิตภัณฑ์กันแดด (Sun Protection Series)
6. () ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กและทารก (Baby & Children Series)
7. () ผลิตภัณฑ์เฉพาะจุด (Targeted Treatments)
8. () ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ชะลอวัย (Aging Skin Care Series)
9. () ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว (Cleansing Series)
10. () ผลิตภัณฑ์มาสก์หน้า (Mask Series)
11. () อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ข้อที่ 18 ท่านมีแนวโน้มจะซื้อผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ Winona อีกในอนาคตหรือไม่

- | | | |
|----------------------|---------------------|-----------------|
| 1. () ไม่ซื้อแน่นอน | 2. () อาจจะไม่ซื้อ | 3. () ไม่แน่ใจ |
| 4. () อาจซื้อ | 5. () ซื้อแน่นอน | |

ข้อที่ 19 ท่านจะแนะนำผลิตภัณฑ์ Winona ให้กับผู้อื่นหลังจากเข้าเว็บไซต์หรือไม่

- | | | |
|-------------------|------------------|----------------|
| 1. () น้อยที่สุด | 2. () น้อย | 3. () ปานกลาง |
| 4. () มาก | 5. () มากที่สุด | |

ข้อที่ 20 ท่านคิดว่าการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona ส่งผลต่อความภักดีผลิตภัณฑ์ (Brand Loyalty) หรือไม่

- | | | |
|-------------------|------------------|----------------|
| 1. () น้อยที่สุด | 2. () น้อย | 3. () ปานกลาง |
| 4. () มาก | 5. () มากที่สุด | |

ข้อที่ 21 ท่านคิดว่าการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ Winona ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือไม่

- | | | |
|-------------------|------------------|----------------|
| 1. () น้อยที่สุด | 2. () น้อย | 3. () ปานกลาง |
| 4. () มาก | 5. () มากที่สุด | |

ภาคผนวก ข. แบบสอบถามการวิจัย (ภาษาจีน)

研究问卷

主题：“通过网站对 Winona 化妆品产品的沟通认知与满意度”

说明：本问卷旨在研究 Winona 产品用户通过网站对化妆品产品的沟通认知与满意度。所收集的数据仅用于研究，并将严格保密。感谢您抽出时间填写本问卷。

第一部分：人口统计信息

1. 性别

1. () 男 2. () 女

2. 年龄

1. () 低于 18 岁 2. () 18-25 岁 3. () 26-35 岁
4. () 36-45 岁 5. () 46-55 岁 6. () 56 岁及以上

3. 婚姻状况

1. () 单身 2. () 已婚 3. () 离异

4. 教育水平

1. () 小学以下 2. () 小学或同等学历
3. () 中学或同等学历 4. () 本科或同等学历
5. () 高于本科

5. 职业

1. () 学生 2. () 公司职员 3. () 自营业主
4. () 政府官员 5. () 农民 6. () 其他 (请注明)

6. 月收入

1. () 低于 2,000 元 2. () 2,000 – 4,000 元
3. () 4,001 – 6,000 元 4. () 6,001 – 8,000 元
5. () 8,001 – 10,000 元 6. () 超过 10,000 元

第二部分：对 Winona 化妆品产品通过网站沟通的认知

7. 您认为 Winona 产品的网站是否易于访问？

1. () **最低** 2. () **较低** 3. () **一般**
4. () **较高** 5. () **最高**

8. 您认为 Winona 产品的网站是否清晰传达了产品信息？

1. () **最低** 2. () **较低** 3. () **一般**
4. () **较高** 5. () **最高**

9. 您认为 Winona 产品的网站是否吸引人并引起您对产品的兴趣？

1. () **最低** 2. () **较低** 3. () **一般**
4. () **较高** 5. () **最高**

10. 您认为 Winona 产品的网站是否提供了足够的信息以帮助您做出购买决定？

1. () **最低** 2. () **较低** 3. () **一般**
4. () **较高** 5. () **最高**

11. 您认为 Winona 产品的网站是否具有现代感？

1. () **最低** 2. () **较低** 3. () **一般**
4. () **较高** 5. () **最高**

第三部分：对 Winona 化妆品产品通过网站沟通的满意度

12. 您对 Winona 产品网站的设计风格满意程度如何？

1. () **最低** 2. () 较低 3. () 一般
4. () 较高 5. () **最高**

13. 您对 Winona 产品网站呈现的内容满意程度如何？

1. () **最低** 2. () 较低 3. () 一般
4. () 较高 5. () **最高**

14. 您对 Winona 产品网站使用的便捷性满意程度如何？

1. () **最低** 2. () 较低 3. () 一般
4. () 较高 5. () **最高**

15. 您对 Winona 产品网站的商品搜索系统 (Search Function) 满意程度如何？

1. () **最低** 2. () 较低 3. () 一般
4. () 较高 5. () **最高**

16. 您认为 Winona 产品网站是否清楚且有趣地传达了产品信息？

1. () **最低** 2. () 较低 3. () 一般
4. () 较高 5. () **最高**

第四部分：购买行为和对 Winona 化妆品产品的忠诚度

17. 您最常购买的 Winona 产品类型是什么？

1. () 敏感肌肤修复系列 (Sensitive Skin Repair Series)
2. () 痤疮护理系列 (Acne Care Series)
3. () 保湿系列 (Hydrating Series)
4. () 抗红肿系列 (Anti-Redness Series)
5. () 防晒系列 (Sun Protection Series)
6. () 婴儿及儿童系列 (Baby & Children Series)
7. () 局部治疗系列 (Targeted Treatments)
8. () 抗衰老护肤系列 (Aging Skin Care Series)
9. () 清洁系列 (Cleansing Series)
10. () 面膜系列 (Mask Series)
11. () 其他 (请注明)

18. 您未来是否有意向再次购买 Winona 产品？

1. () 绝不购买
2. () 可能不会购买
3. () 不确定
4. () 可能会购买
5. () 一定会购买

19. 在浏览网站后，您是否会推荐 Winona 产品给他人？

1. () 最低
2. () 较低
3. () 一般
4. () 较高
5. () 最高

20. 您认为 Winona 产品通过网站的沟通是否影响了您对该品牌的忠诚度？

1. () 最低
2. () 较低
3. () 一般
4. () 较高
5. () 最高

21. 您认为 Winona 产品通过网站的沟通是否影响了该产品的形象？

1. () 最低
2. () 较低
3. () 一般
4. () 较高
5. () 最高

第五部分：建议和意见

22. 您对 Winona 产品网站有其他建议或意见吗？

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

感谢您抽出时间填写本问卷。所收集的信息将用于改进 Winona 产品网站的沟通策略。

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี