



งานประชุมวิชาการด้านรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๑๕

วันที่ ๑๑-๑๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ณ อาคารที่ปิ่นกรรศรีมิโชติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

รวมบทความย่อและบทความ

Abstract and Paper Proceedings

จัดทำโดย

สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย



เพื่อการใช้อ้างอิง

จัดทำโดย

สมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย

การประชุมวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๑๕

วันที่ ๑๑-๑๒ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ณ อาคารที่ปิงกรัศมีโชติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บรรณาธิการโดย

ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อารงลักษณ์

ดร.วัชรวิมล คำเขียว

ดร.นิสรา ใจซื่อ

ดร.อิบรอฮิม สารีมาแซ

ดร.ชนกกาญจน์ พันธุ์เดิม่วงค์

นางสาวมณีนัชชาล มณีศรี

นางสาวณฤทัย ทองมี

หมายเหตุ: ข้อคิดเห็นในเนื้อหาบทความหรือเอกสารที่นำมาเผยแพร่ในวารสารนี้เป็นของผู้เขียนแต่ผู้  
เดียวไม่มีความเกี่ยวข้องกับสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แต่อย่างใด



## คำสั่งสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย

ที่ 2/2565

### เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารสมาคม

### รัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย

ประจำปี 2565 – 2567

ด้วยสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทยในการประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2565 เมื่อวันที่ 25 มีนาคม 2565 ได้มีมติเลือกตั้ง ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร อารังลักษณ์ เป็นนายกสมาคมและเลือกคณะกรรมการอีกจำนวน 22 คน ซึ่งตามข้อบังคับของสมาคมฯ กำหนดให้นายกสมาคมแต่งตั้งคณะกรรมการให้ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ

อาศัยอำนาจตามมาตรา 85 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ประกอบกับข้อ 12 แห่งข้อบังคับของสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย จึงแต่งตั้งคณะที่ปรึกษาและคณะกรรมการบริหารสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย ประจำปี 2565-2567 ให้ดำรงตำแหน่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

#### คณะที่ปรึกษาและคณะกรรมการบริหารสมาคม ประกอบด้วย

- |  |                     |
|--|---------------------|
| 1. ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ยาวะประภาช        | กรรมการและที่ปรึกษา |
| 2. ดร.วิบูลย์ รัตนภรณ์วงศ์                 | กรรมการและที่ปรึกษา |
| 3. รองศาสตราจารย์สีดา สอนศรี               | อุปนายก             |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.จีระ ประทีป           | อุปนายก             |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบง ชัยเจริญวัฒน์นะ | อุปนายก             |
| 6. รองศาสตราจารย์ มานิต ศุภธสกุล           | กรรมการ             |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์   | กรรมการ             |
| 8. รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร เริงธรรม        | กรรมการ             |

- |   |                         |
|---|-------------------------|
| 9. รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญวัฒน์ รัตนศักดิ์        | กรรมการ                 |
| 10. รองศาสตราจารย์ ดร.นภเรณู สัจจรักษ์ ธีระฐิติ | กรรมการ                 |
| 11. รองศาสตราจารย์ ดร.อัครกรณ์ วงศ์ปรีดี        | กรรมการ                 |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร      | กรรมการ                 |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุดมโชค อาษาวิมลกิจ   | กรรมการ                 |
| 14. ดร. ถวิลวดี บุรีกุล                         | กรรมการ                 |
| 15. อาจารย์เนรมิตร จิตรรักษา                    | กรรมการ                 |
| 16. นายนิติพัฒน์ ธีรธนกุล                       | กรรมการ                 |
| 17. นางสาวมณีชัชวาล มณีศรี                      | กรรมการและปฎิคม         |
| 18. ดร.ณัฐภัทร์ รั้ววงศ์วาน                     | กรรมการและสาราณียากร    |
| 19. นายสุรชัย คงประเสริฐ                        | กรรมการและนายทะเบียน    |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิตรลดา ไชยะ             | กรรมการและประชาสัมพันธ์ |
| 21. นายบริบูรณ์ ฉลอง                            | กรรมการและเหรียญก       |
| 22. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี     | กรรมการและเลขานุการ     |



(ศาสตราจารย์ ดร. อัมพร อ่างลักษณ์)

นายกสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย

วันที่ 25 มีนาคม 2565



คำสั่งที่ ๓/๒๕๖๕

เรื่อง แต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาถ้อยแถลง (Peer Reviewers)  
เพื่อการประชุมงานวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๑๕

ด้วยสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย จะจัดให้มีการประชุมวิชาการรัฐประศาสนศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ ๑๕ ในวันศุกร์ที่ ๑๑ ถึง ๑๒ ตุลาคม ๒๕๖๕ หัวข้อ “รัฐประศาสนศาสตร์กับการพัฒนาเชิงพื้นที่ยุควิถีใหม่” (Public Administration and Area-Based Development in the New Normal Era) ณ อาคารที่ปึงกรรัสมิ์โชติ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี และจะมีการนำเสนอผลงานวิชาการของนิสิต นักศึกษา อาจารย์และนักวิชาการจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น เพื่อให้ผลงานมีคุณภาพและมีคุณสมบัติเหมาะสม จึงแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิถ้อยแถลง (Peer Reviewers) เพื่อพิจารณาผลงานดังกล่าว ดังมีรายนามต่อไปนี้

- |   |                               |
|---|-------------------------------|
| ๑. ศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย ยาวะประภาษ             | มหาวิทยาลัยรังสิต             |
| ๒. ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อังระลิขณ               | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์         |
| ๓. ศาสตราจารย์ ดร.สุรสิทธิ์ วชิรขจร             | มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์         |
| ๔. รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบง ชัยเจริญวัฒน์        | มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์      |
| ๕. รองศาสตราจารย์ ดร.นภเรณู สัจจรักษ์ ธีระจิตติ | มหาวิทยาลัยมหิดล              |
| ๖. รองศาสตราจารย์ ดร.ธันยวัฒน์ รัตนศักดิ์       | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่          |
| ๗. รองศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา เอ็มอัมธรรม        | มหาวิทยาลัยขอนแก่น            |
| ๘. รองศาสตราจารย์ ดร.สถาพร เริงธรรม             | มหาวิทยาลัยขอนแก่น            |
| ๙. รองศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ โภคพลากรณ์        | มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์         |
| ๑๐. รองศาสตราจารย์ ดร.จีระ ประทีป               | มหาวิทยาลัยรังสิต             |
| ๑๑. รองศาสตราจารย์ ดร.เทพศักดิ์ บุญยรัตพันธุ์   | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| ๑๒. รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพงศ์ มีสมนัย         | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| ๑๓. รองศาสตราจารย์ ดร.เสน่ห์ จุ้ยโต             | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| ๑๔. รองศาสตราจารย์ ดร.นพดล อุดมวิศวกุล          | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| ๑๕. รองศาสตราจารย์ สีดา สอนศรี                  | นักวิชาการอิสระ               |
| ๑๖. รองศาสตราจารย์มานิต ศุทธสกุล                | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| ๑๗. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญอนันต์ พินัยทรัพย์     | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์  |

๑๘. รองศาสตราจารย์ ทวีศักดิ์ สุทกวาทิน	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๑๙. รองศาสตราจารย์ ดร.ปกรณ ศิริประกอบ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
๒๐. รองศาสตราจารย์ ดร.นราธิป ศรีราม	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๒๑. รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
๒๒. รองศาสตราจารย์ ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
๒๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนพันธ์ ไไลประกอบทรัพย์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
๒๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๒๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิศเรศ ศันสนีย์วิทย์กุล	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๒๖. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวัดน์ เมธาสุทธิรัตน์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๒๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักษณา ศิริวรรณ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๒๘. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ติญทรศน์ ประทีปพรณรงค์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๒๙. รองศาสตราจารย์ ดร.พลอย สืบวิเศษ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
๓๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเนียร ราชแพทยาคม	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
๓๑. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
๓๒. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิชัย อารักษ์โพชนงค์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
๓๓. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพล พิณีจ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
๓๔. ว่าที่ร้อยตรี ดร.อนิรุต หนูปลอด	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาเขตชุมพร
๓๕. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุมพล อังคนานนท์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาเขตชุมพร
๓๖. รองศาสตราจารย์ ดร.กิจฐเขต ไกรवास	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
๓๗. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นันธิดา จันทร์ศิริ	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
๓๘. อาจารย์ ดร.บดินทร์ธรร บัวรอด	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
๓๙. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ เผือกคง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
๔๐. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ ยุคันตวนิชชัย	มหาวิทยาลัยทักษิณ
๔๑. อาจารย์ ดร.วิชาญ จุณทริก	มหาวิทยาลัยทักษิณ

เสร็จสิ้น  
ทั้งนี้ ตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไปจนกว่าการพิจารณาถ้อยแถลงขอรับความวิชาการในการประชุมครั้งนี้

สั่ง ณ วันที่ ๒๐ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

ลงชื่อ



(ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร อังรองลักษณ์)

นายกสมาคมรัฐประศาสนศาสตร์แห่งประเทศไทย



## กำหนดการ

การประชุมวิชาการรัฐประศาสนศาสตรระดับชาติ ครั้งที่ 15 ประจำปี 2565

“รัฐประศาสนศาสตร์กับการพัฒนาเชิงพื้นที่ในยุควิถีใหม่”

Public Administration and Area-based Development in New Normal Era

วันที่ 11 – 12 ตุลาคม 2565

ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุราษฎร์ธานี

วันอังคารที่ 11 ตุลาคม 2565

ณ ห้องครุพัฒน์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

08.00 – 08.30 ลงทะเบียน

08.30 – 08.45 กล่าวรายงานการจัดงานประชุมวิชาการรัฐประศาสนศาสตรระดับชาติ ครั้งที่ 15

โดย ดร.พลกฤต แสงอาวุธ รองอธิการบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาและศิษย์เก่าสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

08.45 – 09.00 กล่าวเปิดงาน โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา รัตนพรหม รักษาการแทนอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

09.00 – 09.30 กล่าวต้อนรับ โดย ศาสตราจารย์ ดร.อัมพร ชำรงลักษณ์

นายกสมาคมรัฐประศาสนศาสตรแห่งประเทศไทย

09.30 – 10.30 ปาฐกถาพิเศษ หัวข้อ “กระทรวง อว.ในการสนับสนุนเครือข่ายรัฐประศาสนศาสตรกับการพัฒนาพื้นที่ในยุควิถีใหม่” โดย ดร.ตฤช ดันเทอดทิตย

เลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

10.30 – 12.30 การเสวนาพิเศษหัวข้อ “รัฐประศาสนศาสตร์กับการพัฒนาเชิงพื้นที่” วิทยากรโดย

1. รองศาสตราจารย์มานิต ศุทธสกุล ผู้แทนสมาคมรัฐประศาสนศาสตรแห่งประเทศไทย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษเชต ไกรवास สำนักวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสนห์ บุญกำเนิด มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

ดำเนินรายการโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทวนธง ครุฑจอน มหาวิทยาลัยทักษิณ

12.30 – 13.30 พักรับประทานอาหารกลางวัน

13.30 – 14.15 การท่องเที่ยว “ชมของดีเมืองบ้านดอน”

1. สักการะพระธาตุศรีสุราษฎร์

14.15 – 15.30 การท่องเที่ยว “ชมของดีเมืองบ้านดอน”

2. ลองเรือคลองร้อยสาย โดยการท่องเที่ยวชุมชน “ชุมชนบางใบไม้”

15.30 – 17.00 การท่องเที่ยว “ชมของดีเมืองบ้านดอน”

3. เยี่ยมชมหอพุทธทาสธรรมโมฆณ์ และเรือนไทยสี่ภาค

### วันพุธที่ 12 ตุลาคม 2565

ณ ชั้น 4 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 84 พรรษา (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

08.00 – 09.00 ลงทะเบียน

09.00 – 12.00 การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงาน

ห้องนำเสนอ 1 (ห้อง Smart Classroom 1)

ห้องนำเสนอ 2 (ห้อง Smart Classroom 2)

ห้องนำเสนอ 3 (ห้อง Smart Classroom 3)

ห้องนำเสนอ 4 (ห้อง Smart Classroom 4)

ห้องนำเสนอ 5 (ห้อง Smart Classroom 5)

ห้องนำเสนอ 6 (ห้อง Smart Classroom 6)

ห้องนำเสนอ 7 (ห้อง Smart Classroom 7)

ห้องนำเสนอ 8 (ห้อง Smart Classroom 8)

12.00 – 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน

13.00 – 14.00 พิธีมอบรางวัลผู้นำเสนอผลงานดีเด่น

14.00 – 14.30 กล่าวปิดงานโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัฒนา รัตนพรหม

รักษาราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

### หมายเหตุ :

1. กำหนดการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

2. กิจกรรมท่องเที่ยวชมของดีเมืองบ้านดอน เปิดรับสมัครจากผู้สนใจ โดยมีการเก็บค่าสมัครท่านละ

1,500 บาท



**ตารางการนำเสนอกลุ่มที่ 3**  
**การประชุมวิชาการระดับชาติทางรัฐประศาสนศาสตร์ ครั้งที่ 15**  
**12 ตุลาคม 2565 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี**

ลำดับที่	เวลา	รูปแบบการนำเสนอ	ชื่อ - นามสกุลผู้นำเสนอ	ชื่อเรื่อง	ผู้ทรงคุณวุฒิลงประจำห้อง
1	09.00 - 09.30	Onsite	กานต์ ยืนยง	มายาคติเรื่องวาทกรรมเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่และแถลงการณ์สำนักไฟร์บวร์กเรื่องเศรษฐกิจเสรีนิยมที่มีการกำกับแห่งปี ค.ศ. 1936	1. รศ.มานิต ศุทธสกุล (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช) 2. ว่าที่ร้อยตรี ดร.อนิรุต หนูปลอด (มหาวิทยาลัยแม่โจ้ วิทยาเขตชุมพร)
2	09.30 - 10.00	Onsite	วสุชน รักษ์ประชาไท	ขบวนการเสื้อเหลือง: ความซับซ้อนและความขัดแย้งในภารกิจทวงคืนดินแดน พ.ศ. 2552 – 2554	
3	10.00 - 10.30	Onsite	ปวีณ์นุช มีเสน	การสร้างความเท่าเทียมทางการศึกษากรณีการวิ่งรับเงินบริจาค “ตูน บอดี้สแลม”	
4	10.30 - 11.00	ออนไลน์	นภานท์ หอมสุต	ปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับ COVID-19 ที่ส่งผลต่อการเลือกประเทศเพื่อท่องเที่ยว	
5	11.00 - 11.30	ออนไลน์	นภานท์ หอมสุต	อิทธิพลของภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภค	

หมายเหตุ : กำหนดการอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม

## สารบัญ (ต่อ)

มายาคติเรื่องวาทกรรมเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ และแถลงการณ์สำนักไฟร์บวร์กเรื่องเศรษฐกิจเสรีนิยมที่มีการกำกับแห่งปี ค.ศ. ๑๙๓๖

กานต์ ยืนยง..... ๑๒๕

ขบวนการสื่อเหลือง: ความซับซ้อนและความขัดแย้งในการกิจทางคินดินแดน พ.ศ. ๒๕๕๒ – ๒๕๕๔

วสุชน รักษ์ประชาไท..... ๑๕๐

การสร้างความเท่าเทียมทางการศึกษา กรณีการวิ่งรับเงินบริจาค “ตูน บอดี้สแลม” ปทุมพร ทองสิน, ปวีณ์นุช มีเสน และธัญชนก แก้วทับทิม.....

๑๖๘

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ COVID-19 ที่ส่งผลต่อการเลือกประเทศเพื่อท่องเที่ยว

นภนันทน์ หอมสุต, สุภาวรรณ ลิ้มวิไลกุล, ฌภัทร ศิริรัตติกร และสุกรรณิกา ชาวโพธิ์หลวง.... ๑๘๙

อิทธิพลของภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภค

นภนันทน์ หอมสุต, สุภาวรรณ ลิ้มวิไลกุล, อิศริย์ นิธิธีราพร และศรีสภาคดา พวงอุบล..... ๑๙๗

รถคันเก่ากับเครื่องยนต์ใหม่: การทำความเข้าใจการปฏิรูประบบราชการไทยและแนวโน้มในอนาคต

นิติ มณีกาญจน์ และกฤษฎา พรพรรณราย..... ๒๐๕

ปัญหาและอุปสรรคทางกฎหมายเกี่ยวกับเครื่องตีมแอลกอฮอล์

นุไลดา หมัดหลี, กนกวรรณ ชุนเพ็ชร, กณิศา แผ้วสะอาด, ปริญฉัตร ศรีวรรณทอง และภัทรศยา นิภัทร์จิโรชติ ..... ๒๒๑

## อิทธิพลของภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ เมล็ดกาแฟของผู้บริโภค

นภนัท ทอมสุด, สุภาวรรณ ลิ้มวิไลกุล, อิศริย์ นิธิธีราพร และศรีสภาคดา พวงอุบล  
สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร  
Email address: noppanon@ms.su.ac.th

### บทคัดย่อ

ปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยบริโภคกาแฟหลากหลายแบบมากขึ้น หนึ่งในวิธีการบริโภค คือ การซื้อเมล็ดกาแฟเพื่อนำไปชงดื่มเอง งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยของภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าของเมล็ดกาแฟที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภค การเก็บข้อมูลใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเคยซื้อเมล็ดกาแฟ จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งผ่านการตรวจวัดความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่าภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคคำนึงถึงภาพลักษณ์ของปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าในการตัดสินใจซื้อเมล็ดกาแฟ ผู้จัดจำหน่ายจึงควรนำเสนอข้อดีของกาแฟจากประเทศแหล่งกำเนิดต่าง ๆ ตลอดจนสร้างความน่าเชื่อถือของตราสินค้าของตน เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อเมล็ดกาแฟของตน

**คำสำคัญ:** ประเทศแหล่งกำเนิด, ตราสินค้า, ความตั้งใจซื้อ, เมล็ดกาแฟ





## THE INFLUENCE OF COUNTRY-OF-ORIGIN IMAGE AND BRAND IMAGE THAT AFFECTS CONSUMERS' PURCHASE INTENTIONS FOR COFFEE BEANS

Noppanon Homsud, Supawan Limwilaikul, Issaree Nititeeraporn and Sarispada Puang-u-bol  
Department of Marketing Faculty of Management Science Silpakorn University  
Email noppanon@ms.su.ac.th

### ABSTRACT

Nowadays, Thai consumers consume a greater variety of coffee. One of the methods of consumption is buying coffee beans to brew. This research aims to study the factors of country of origin image and brand image of coffee beans that affect consumers' purchase intentions. Data was collected using online data collection from a sample of 400 people who had bought coffee beans by convenience sampling. The instrument used to collect data was a questionnaire, which was tested for validity and reliability. The statistics used for data analysis consisted of frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results showed that country of origin image and brand image were significant factors affecting consumers' purchasing intentions at the 0.05 level. Because consumers consider the country of origin and brand when purchasing coffee beans, distributors should present the advantages of coffee from their country of origin as well as build the credibility of their brands to motivate consumers to buy their coffee beans.

**Keyword:** Country of Origin Image, Brand Image, Purchase Intention, Coffee Beans

## บทนำ

## Introduction

กาแฟเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมของคนไทยมาอย่างยาวนานและได้มีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงรูปแบบในการบริโภคมาตามลำดับ มีการระบุว่า การบริโภคกาแฟเริ่มมาตั้งแต่สมัยอยุธยา และมีการเปิดร้านกาแฟครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 6 โดยปัจจุบันแทบทุกบ้านหรือสำนักงานจะต้องมีกาแฟสำรองเพื่อเตรียมบริโภคในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นแบบสำเร็จรูป แบบพร้อมชง แบบแคปซูล หรือ แบบกาแฟสด ซึ่งหนึ่งในวิธีที่นิยมทำกันคือการซื้อเมล็ดกาแฟไปชงเพื่อบริโภค (ศูนย์วิจัยวิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร, 2564) จากข้อมูลในปี 2561 ประเทศไทยมีความต้องการใช้เมล็ดกาแฟอยู่ที่ 95,000 ตันต่อปี แต่สามารถผลิตกาแฟได้เพียง 23,617 ตัน ซึ่งทำให้ต้องนำเข้าเมล็ดกาแฟมากถึง 68,616 ตัน (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

จากทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Theory of Reasoned Action) ซึ่งถูกนำเสนอโดย Fishbein และ Ajzen (1975) ซึ่งระบุว่า การกระทำทุกอย่างของมนุษย์เกิดจากการใช้ เหตุผลและข้อมูลประกอบการตัดสินใจว่าจะกระทำหรือไม่ ขณะที่ทฤษฎีการใช้สิ่งบ่งชี้ (Cue Utilization Theory) ซึ่งนำเสนอโดย Olson และ Jacoby (1972) กล่าวว่า ผู้บริโภครับรู้คุณภาพสินค้าผ่านสิ่งบ่งชี้ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1) สิ่งบ่งชี้ คุณภาพภายใน (Intrinsic Cues) และ 2) สิ่งบ่งชี้คุณภาพภายนอก (Extrinsic Cues)

จากงานวิจัยของ Hien et al. (2020) ได้ระบุว่า ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและภาพลักษณ์ตราสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ ทั้งนี้ Hien et al. (2020) ได้ศึกษาในประเทศเวียดนามเกี่ยวกับเครื่องใช้ไฟฟ้า และ Halkias et al. (2016) ซึ่งได้ศึกษาในประเทศออสเตรเลียในผลิตภัณฑ์ เครื่องดื่ม คอมพิวเตอร์ ยาสระผม เสื้อผ้า ซอคโกลแลตแท่ง และรถยนต์ พบว่า ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟ ขณะที่งานวิจัยของ Hien et al. (2020) และ งานวิจัยของ Adenan et al. (2018) ซึ่งศึกษาในประเทศมาเลเซีย ในสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูง พบว่า ภาพลักษณ์ของตราสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยเรื่องนี้จึงเกิดขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภค โดยวิธีการวิจัยที่ใช้เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ การเก็บข้อมูลใช้วิธีการเก็บข้อมูลออนไลน์ในเดือนสิงหาคม 2565 และใช้วิธี Multiple Regression Analysis เป็นตัวสถิติหลักในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้จะประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตเมล็ดกาแฟและนักการตลาดในการเข้าใจเพื่อที่จะดึงดูดลูกค้าให้ซื้อเมล็ดกาแฟให้มากขึ้น ทั้งนี้สมมติฐานในการวิจัยประกอบด้วย

H1: ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟ

H2: ภาพลักษณ์ของตราสินค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟ



## ระเบียบวิธีวิจัย

### Research Methodology

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรชาวไทยที่เคยซื้อเมล็ดกาแฟ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร จึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Cochran (1977) โดยเมื่อกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ที่ 5% และกำหนดสัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 จะได้กลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเก็บเพิ่ม 15 ตัวอย่างเพื่อป้องกันความผิดพลาดจากแบบสอบถาม ดังนั้น ขนาดตัวอย่างสำหรับการวิจัยเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งลักษณะของคำถามเป็นคำถามปลายเปิดแบบหลายตัวเลือก โดยให้เลือกตอบข้อที่เหมาะสมที่สุดจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามแบบ Rating scale จำนวน 5 ระดับ ประกอบด้วย แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดจำนวน 5 ข้อ ปรับปรุงจาก Souiden et al. (2011) แบบสอบถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตราสินค้า จำนวน 6 ข้อ ปรับปรุงจาก Hien et al. (2020) และแบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจซื้อ จำนวน 3 ข้อ ปรับปรุงจาก Souiden et al. (2011)

3. การจัดทำแบบสอบถามมีขั้นตอนตามลำดับดังนี้

3.1 การจัดทำแบบสอบถามเริ่มต้นจากการทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด ภาพลักษณ์ของตราสินค้า ความตั้งใจซื้อ และการบริโภคกาแฟ เพื่อใช้ในการร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยพิจารณาถึงความถูกต้องของเนื้อหาและภาษาที่ใช้

3.2 นำแบบสอบถามที่ร่างขึ้นส่งให้แก่ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาในด้านความถูกต้องและเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยทำการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Consistency: IOC)

3.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาคได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.915

3.4 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อเมล็ดกาแฟไปบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 400 คน

4. ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วนำข้อมูลวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Microsoft Excel 365

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ในส่วนของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลความคิดเห็น ใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน เพื่อทำการทดสอบสมมติฐานภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด และภาพลักษณ์ของตราสินค้าส่งผลความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยเลือกตัวแปรเข้าสมการด้วยวิธี Enter โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05

## ผลการวิจัย

### Results

1. จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form จำนวน 400 ชุด สรุปได้ว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 242 คน (ร้อยละ 60.50) อายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 114 คน (ร้อยละ 28.50) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 107 คน (ร้อยละ 26.75) รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.25) และซื้อเมล็ดกาแฟมาบริโภคนาน 1 – 3 ปี จำนวน 147 คน (ร้อยละ 36.75)

2. ค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดเท่ากับ 4.17 ค่าเฉลี่ยของภาพลักษณ์ของตราสินค้าเท่ากับ 4.25 และ ค่าเฉลี่ยของความตั้งใจซื้อเท่ากับ 4.18 รายละเอียดแสดงดังตารางที่ 1

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดภาพลักษณ์ของตราสินค้าและความตั้งใจซื้อ

คำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD
<b>1.ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด</b>	<b>4.17</b>	<b>0.84</b>
เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงเรื่องความมีคุณภาพของเมล็ดกาแฟ	4.05	0.96
เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงเรื่องนวัตกรรมการผลิตเมล็ดกาแฟ	4.00	0.86
เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงเรื่องการผลิตเมล็ดกาแฟที่มีความคุ้มค่า	3.97	0.96
เป็นประเทศผู้นำในด้านการผลิตเมล็ดกาแฟ	4.37	0.66
เป็นประเทศที่มีความเชื่อถือได้ในเรื่องเมล็ดกาแฟ	4.47	0.58
<b>2. ภาพลักษณ์ของตราสินค้า</b>	<b>4.25</b>	<b>0.62</b>
เลือกซื้อเมล็ดกาแฟยี่ห้อที่มีคุณภาพสูง	4.29	0.55
เลือกซื้อเมล็ดกาแฟที่มีคุณลักษณะดีกว่าคู่แข่ง	4.49	0.60
เลือกซื้อเมล็ดกาแฟที่มีคุณลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง	4.52	0.59
เลือกซื้อเมล็ดกาแฟยี่ห้อที่ไม่เคยสร้างความผิดหวัง	4.24	0.64

คำถาม	ค่าเฉลี่ย	SD
เลือกซื้อเมล็ดกาแฟห่อที่เป็นผู้นำในตลาด	3.96	0.62
เลือกซื้อเมล็ดกาแฟห่อที่จำหน่ายมาเป็นเวลานาน	4.01	0.49
<b>3. ความตั้งใจซื้อ</b>	<b>4.18</b>	<b>0.71</b>
มีความตั้งใจที่จะซื้อเมล็ดกาแฟจากประเทศที่มีภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าที่ดี	4.12	0.67
มีความนิยมเมล็ดกาแฟจากประเทศที่มีภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าที่ดี	4.09	0.73
มีความตั้งใจที่จะแนะนำเมล็ดกาแฟจากประเทศที่มีภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าที่ดีแก่ผู้อื่น	4.32	0.71

3. การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด และภาพลักษณ์ของตราสินค้า ส่งผลความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟ ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการ Enter โดยกำหนดให้  $Y =$  ความตั้งใจซื้อ  $X_1 =$  ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด และ  $X_2 =$  ภาพลักษณ์ของตราสินค้า พบว่า ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อ ( $\beta = 0.293, p < 0.001$ ) และภาพลักษณ์ของตราสินค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อ ( $\beta = 0.172, p < 0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ได้กำหนดขึ้น ทั้งนี้สมการถดถอยดังกล่าวมีค่า Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 11.86% โดยสามารถสร้างสมการพยากรณ์ได้ดังต่อไปนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$\text{ความตั้งใจซื้อ} = 2.221 + 0.293(\text{ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด}) + 0.172(\text{ภาพลักษณ์ของตราสินค้า})$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\text{ความตั้งใจซื้อ} = 0.389(\text{ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิด}) + 0.597(\text{ภาพลักษณ์ของตราสินค้า})$$

จึงสรุปได้ว่า ไม่ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1 ภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟ และไม่ปฏิเสธสมมติฐานที่ 2 ภาพลักษณ์ของตราสินค้าส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟ



## บทสรุป

### Conclusion

จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ประเทศแหล่งกำเนิดเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hien et al. (2020) และ Halkias et al. (2016) และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ขณะที่ผลวิจัยที่พบว่าภาพลักษณ์ของตราสินค้าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อเมล็ดกาแฟของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hien et al. (2020) และ Adenan et al. (2018)

ผลการวิจัยจากงานวิจัยเรื่องนี้เป็นที่ยืนยันตามทฤษฎีการกระทำตามหลักเหตุผล (Fishbein and Ajzen, 1975) และทฤษฎีการใช้สิ่งบ่งชี้ (Olson and Jacoby, 1972) ในส่วนสิ่งบ่งชี้ภายนอก

ด้วยเหตุที่ผู้บริโภคมุ่งถึงภาพลักษณ์ของปัจจัยประเทศแหล่งกำเนิดและตราสินค้าในการตัดสินใจซื้อเมล็ดกาแฟ ผู้จัดจำหน่ายจึงควรนำเสนอข้อดีของกาแฟจากประเทศแหล่งกำเนิดต่าง ๆ ตลอดจนสร้างความน่าเชื่อถือของตราสินค้า เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกซื้อเมล็ดกาแฟของตน

เนื่องจากงานวิจัยในครั้งนี้ศึกษาโดยใช้เมล็ดกาแฟเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการศึกษา ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษากับผลิตภัณฑ์อื่น เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือแตกต่างของภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดและภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจในเรื่องความตั้งใจซื้อผ่านภาพลักษณ์ของประเทศแหล่งกำเนิดและภาพลักษณ์ของตราสินค้า อันจะนำไปสู่การวางแผนการตลาดให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงที่ใกล้เคียงกันยิ่งขึ้น นอกจากนี้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ อาจได้ข้อมูลที่จำกัด ดังนั้นควรศึกษาเชิงลึก หรือทำงานวิจัยเชิงคุณภาพต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดมากขึ้น

## เอกสารอ้างอิง References

- ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (2564). *ธุรกิจกาแฟในประเทศไทย* เข้าถึงได้จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=319> เข้าถึงเมื่อ 22 สิงหาคม 2565
- Adenan, M. A., Ali, J. K., & Rahman, D. H. A. A. (2018). Country of origin, brand image and high involvement product towards customer purchase intention: empirical evidence of east malaysian consumer. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 20(1), 63-72.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. Oxford, England: John Wiley.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Halkias, G., Davvetas, V. and Diamantopoulos, A. (2016), “The interplay between country stereotypes and perceived brand globalness/localness as drivers of brand preference”, *Journal of Business Research*, Vol. 69 No. 9, pp. 3621-3628
- Hien, N.N., Phuong, N.N., van Tran, T. and Thang, L.D. (2020), “The effect of country-of-origin image on purchase intention: the mediating role of brand image and brand evaluation”, *Management Science Letters*, Vol. 10 No. 6, pp. 1205-1212
- Olson, J. C. and Jacoby, J. (1972), "Cue Utilization in the Quality Perception Process", in *SV - Proceedings of the Third Annual Conference of the Association for Consumer Research*, eds. M. Venkatesan, Chicago, IL : Association for Consumer Research, pp. 167-179.
- Souiden, N., Pons, F. and Mayrand, M.-E. (2011), “Marketing high-tech products in emerging markets: the differential impacts of country image and country-of-origin’s image”, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 20 No. 5, pp. 356-367.