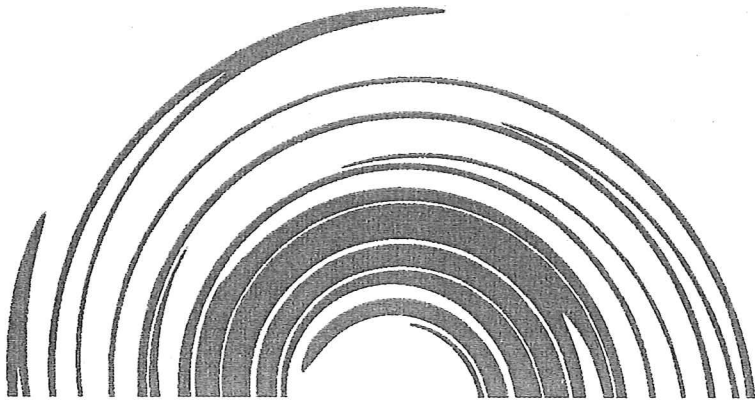




## การประชุมสังคมนศาสตร์วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 12

“ การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย และอาเซียน ”

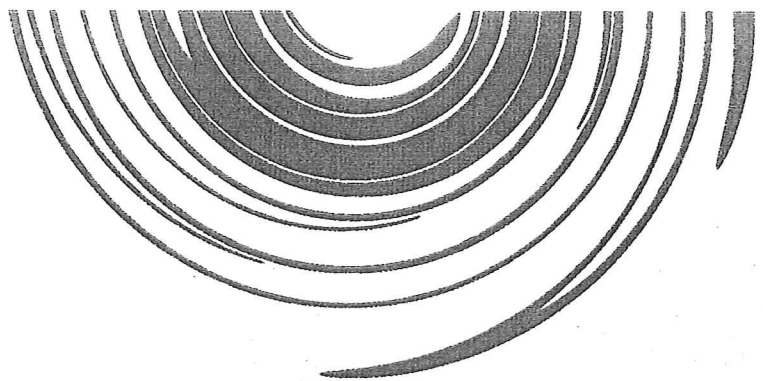
14 มกราคม 2559 ณ หอประชุมใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย



The 12<sup>th</sup> National and International Symposium of Social Sciences

“ Development under Globalization Stream for  
Sustainability of Local Communities  
in Thai Society and ASEAN ”

14 January 2016  
The Grand Conference Hall, Chiang Rai Rajabhat University



สำนักวิชาสังคมนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง

วิทยาลัยครูหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย (ภายนอก)

โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย  
และอาเซียน”

- |   |  |
|---|--|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ       | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์       | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์         | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร         |
| 4. รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวารธรรม วิงวอน       | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง     |
| 5. รองศาสตราจารย์ ดร.มนตรี พิริยะกุล          | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์      |
| 6. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วังษ์บูรณาวาทย | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง      |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรพัฒน์ ยางกลาง     | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร         |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกวรรณ อุทองทรัพย์  | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      |
| 9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทยา สุวคันธ์       | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      |
| 10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกลีน อุณวิจิตร   | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย  |
| 11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระวัฒน์ จันทิก    | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร         |
| 12. อาจารย์ ดร.โกสุม โอมพรนุวัฒน์             | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      |
| 13. อาจารย์ ดร.ปกครอง บุญ-หลง                 | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์      |
| 14. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์             | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง      |
| 15. อาจารย์ ดร.ปเนต มโนมัยวิบูลย์             | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง      |
| 16. อาจารย์ ดร.เด่นพงษ์ วงศ์วิจิตร            | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง      |
| 17. ดร.วิชุดา มาตันบุญ                        | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่       |
| 18. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนท์         | ผู้ทรงคุณวุฒิ มหาวิทยาลัยศิลปากร         |

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความวิจัย (ภายใน)

โครงการสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย  
และอาเซียน”

1. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยจันทร์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญพิสุทธิ์ ใจสนิท	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
3. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ศรีเอกานุกูล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรธรรม ไชยานนท์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย คำแสน	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์มาลี หมวกกุล	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
11. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
12. Mr.Albert Lisec	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
13. อาจารย์ ดร.วรรณะ รัตนพงษ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
14. อาจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ นิวัฒน์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
15. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
16. อาจารย์ ดร.สุทธิพร วิทยผดุง	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
17. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วดาดีบ	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
18. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
19. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
20. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
21. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
22. อาจารย์ ดร.ธัญลักษณ์ แซ่เลี้ยว	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
23. อาจารย์คุณฤดี คงสุวรรณ	ผู้ทรงคุณวุฒิ	จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิวิพากษ์การนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ

งานสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 12

“การพัฒนาภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์เพื่อความยั่งยืนของชุมชน ท้องถิ่น สังคมไทย  
และอาเซียน”

- |   |               |
|---|---------------|
| 1. ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ       | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 2. รองศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ วงษ์บูรณาวิทย์ | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 3. รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร ณะชัยพันธ์          | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 4. รองศาสตราจารย์พัชรา ก้อยชูสกุล             | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุกกิ้น อุณวิจิตร    | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรชัย มุ่งไธสง       | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิน พรหมใจสา       | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 8. อาจารย์ ดร.อภิสม อินทรลาวัณย์              | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 9. อาจารย์ ดร.อนันต์ แก้วตาดีบ                | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 10. อาจารย์ ดร.เบญจมาศ เมืองเกษม              | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 11. อาจารย์ ดร.จิรนนต์ ไชยงาม นอกซ์           | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 12. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย                  | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 13. อาจารย์ ดร.กฤตเมธ บุญนุ่น                 | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 14. อาจารย์ ดร.กรชนก สนิทวงศ์                 | ผู้ทรงคุณวุฒิ |
| 15. นายยุทธศิลป์ ชุมณี                        | ผู้ทรงคุณวุฒิ |

## คณะกรรมการวิชาการฝ่ายจัดทำ (Proceeding)

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลหล่า ตริเอกานุกูล | ประธานกรรมการ              |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณิดา ปิงเมือง      | กรรมการ                    |
| 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นาวิณ พรหมใจสา      | กรรมการ                    |
| 4. อาจารย์ ดร.จันจิรา วิชัย                  | กรรมการ                    |
| 5. อาจารย์อติวัชร พนาพงศ์ไพศาล               | กรรมการ                    |
| 6. อาจารย์จามรี พระสุนิต                     | กรรมการ                    |
| 7. อาจารย์นพชัย ฟองอิสสระ                    | กรรมการ                    |
| 8. ว่าที่ร้อยตรีอัศนีศ ฦ คีรี                | กรรมการ                    |
| 9. อาจารย์ณัฐทิยา วัฒนศิริศาสตร์             | กรรมการ                    |
| 10. อาจารย์ ดร.จිරนนต์ ไชยงาม นอกซ์          | กรรมการและเลขานุการ        |
| 11. อาจารย์ขวัญชนก นันทะชาติ                 | กรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ |

## วิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำของผู้บริโภค

ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

### Factor Analysis of the Accomplish Doi Kham Products from Consumers

in Bang Na Bangkok.

ชนกนันท์ ชินคง<sup>1</sup> พิชาพร อธิษุริยะกุล<sup>2</sup> เกตุวดี สมบูรณ์ทวี<sup>2</sup>

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร การศึกษานี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยคือการใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยจากผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ปัจจัยสามารถแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ด้านการบริการและการสื่อสารการตลาด ด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความเชื่อมั่นและความมีชื่อเสียง และด้านรูปลักษณ์ ซึ่งแต่ปัจจัยสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ 14.58%, 11.50%, 11.24%, 10.75% และ 6.54% ตามลำดับ และนี่จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาและให้ความสำคัญมากถ้าหากจะทำให้ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำมีผลสัมฤทธิ์ที่ดีขึ้นในอนาคต

คำสำคัญ : การวิเคราะห์ปัจจัย, สัมฤทธิ์ผล, ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำ

#### Abstract

The purposes of this research were 1) To study the accomplish of Doi Kham products from customers in Bang Na Bangkok. 2) To study the behavior of consumers towards Doikham products of consumers in Bang Na Bangkok. The study was quantitative research and consisted of 400 respondents from customers in Bang Na Bangkok. The research instrument was questionnaire while data were analyzed by using descriptive statistics including frequency, percentage, mean, standard deviation, and factor analysis. It found that it can be divided into 5 components which consisted of Services

<sup>1</sup> นิสิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

<sup>2</sup> สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, จังหวัดเพชรบุรีเลขที่ 1 หมู่ 3 ตำบลสามพระยา อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี 76120 Email: chanoknan.chd@gmail.com, Pittisuriyakul@gmail.com

and Marketing Communications, Identity, Reliability and Trust, Reliance and Greatness, Appearance. These factors were important to consider and it causes significant If the product will Doikham products great achievement in the future.

**Key Words:** Factor Analysis, Accomplish, Doi Kham Royal Project products

## บทนำ

มูลนิธิโครงการหลวงเป็นโครงการส่วนพระองค์ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ คั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2512 มีชื่อเรียกในระยะแรกว่า “โครงการหลวงพระบรมราชานุเคราะห์ชาวเขา” โดยพระราชทานพระราชทรัพย์ส่วนพระองค์ ร่วมกับเงินที่มีผู้ทูลเกล้าฯถวาย สำหรับเป็นงบประมาณดำเนินงานต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยชาวเขาลดการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ กำจัดการปลูกฝิ่นและรักษาดิน รวมถึงการใช้พื้นที่ได้อย่างถูกต้อง ต่อมาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯพระราชทานเงินจำนวนหนึ่งเพื่อจัดหาที่ดินบริเวณสำหรับการวิจัยไม้ผลเขตกินาและมีการพัฒนาต่อยอดสินค้าทางการเกษตรเนื่องจากเกิดปัญหาการขาดตลาดไม่ได้ จึงนำมาบรรจุหรือแปรรูปเป็นสินค้าอุปโภคและบริโภคมากมายในปัจจุบัน (มูลนิธิโครงการหลวง, 2550)

ในระยะเริ่มต้นพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมีพระราชดำริให้จัดตั้งสหกรณ์ชาวเขาและโรงงานอาหารสำเร็จรูปแห่งแรกขึ้น ต่อมาได้จัดจำหน่ายภายใต้ชื่อ “คอยคำ” เพื่อให้เป็นที่เชื่อถือแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น และมีการเพิ่มช่องทางเพื่อนำผลผลิตออกจัดจำหน่ายสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นซูเปอร์มาร์เก็ต ผู้ส่งออก ผู้แทนจำหน่าย คริวการบิน ร้านอาหาร โรงแรม ผู้ค้าปลีก และโรงงานแปรรูป นอกจากนี้มูลนิธิโครงการหลวงยังมีร้านค้าโครงการหลวง ซึ่งเป็นสถานที่จำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์ทั้งที่เชียงใหม่และกรุงเทพฯ ผู้บริโภคสามารถหาซื้อสินค้าเหล่านั้นได้โดยตรง และมีการจัดจำหน่ายสู่ตลาดต่างประเทศมากขึ้น (หน่วยงานในเครือข่ายกาญจนาภิเษกฯ, 2550)ซึ่งผลผลิตจาก โครงการหลวงคอยคำมีมากมายหลายรายการ อาทิ ผักเมืองหนาว สมุนไพร ดอกไม้เมืองหนาว ผลไม้เมืองหนาว ไม้กระถาง ไม้ป่า ดอกไม้แห้ง และผลิตภัณฑ์แปรรูปที่เป็นทั้งสินค้าอุปโภคและบริโภค แต่ไม่ใช่เพียงแต่สินค้าที่มาจากพืชผลทางการเกษตรเท่านั้น โครงการหลวงยังมีนโยบายในการสนับสนุนส่งเสริมอาชีพของชาวบ้าน โดยการจำหน่ายสินค้าที่เป็นงานฝีมืองานประดิษฐ์ของชาวบ้าน อาทิเช่น ร่มเชียงใหม่ พัดเชียงใหม่ หมวกหวาย เป็นต้น (หน่วยงานในเครือข่ายกาญจนาภิเษกฯ, 2552)

จากพระราชอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวส่งผลให้มูลนิธิโครงการหลวงประสบความสำเร็จและสามารถช่วยเหลือชาวบ้านมาตลอด 46 ปี มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าแปรรูปสินค้าให้มีความหลากหลายเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในตลาดมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในคราสินค้าของโครงการหลวงยังได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปทั้งในและต่างประเทศ

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาถึงปัจจัยสัมฤทธิ์ผลของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำในด้านของคุณภาพผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการ เพื่อประเมินถึงผลสำเร็จของคราสินค้าโครงการหลวงคอยคำ และหวังว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคราสินค้าโครงการหลวงคอยคำให้มีความแข็งแกร่งต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกค้าของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมที่มีต่อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกค้าของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกค้าของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษา

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวน 94,315 คน (ข้อมูลปีพ.ศ. 2557)

#### 1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 การกำหนดขนาดตัวอย่าง เนื่องจากทราบจำนวนที่แน่นอนของประชากรผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งมีจำนวน 94,315 คน ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบขนาดของประชากร กลุ่มตัวอย่างของ Yamane (Yamane, 1973 อ้างอิงถึงในประสพชัย พสุนนท์, 2555) และสำหรับการศึกษารุ่นนี้ได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างได้ 5 % (0.05) จึงได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 398 ตัวอย่าง แต่เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการเก็บข้อมูล ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 ตัวอย่าง

1.2 วิธีการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีแบบแผนการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ซึ่งเป็นการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญพบหรือไม่เฉพาะเจาะจง แต่กลุ่มตัวอย่างต้องมีลักษณะเบื้องต้นบางประการที่สอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงใช้ระดับนัยสำคัญที่ 0.1 และการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจะคำนวณตามวิธีของ (Yamane, 1973 อ้างอิงถึงในประสพชัย พสุนนท์, 2555)

### เครื่องมือการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น โดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 คน เพื่อหาปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกค้า จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 3 คน เพื่อทดสอบความถูกต้อง โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดสอบกับผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (Ruchareka, 2010) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.965 โดยแบบสอบถามนั้นแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบเลือกตอบ เป็นลักษณะของคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และ สถานภาพ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกค้า เป็นลักษณะของคำถามที่มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) ได้แก่ ชนิดของผลิตภัณฑ์ เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ ผู้มีอิทธิพลในการซื้อผลิตภัณฑ์



ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์งบประมาณต่อครั้งในการซื้อผลิตภัณฑ์ และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับในการซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นดังนี้

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เป็นแบบ Likert Scale จำนวนทั้งสิ้น 26 ข้อ

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับทำการศึกษาวิจัย

2. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนที่กำหนด ซึ่งการเก็บตัวอย่างทำโดยการแจกแบบสอบถาม โดยคณะผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามด้วยตนเองและใช้การทำแบบสอบถามออนไลน์ และได้ชี้แจงข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างละเอียด

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. โปรแกรมที่ใช้ในงานวิจัยเรื่องนี้ คือ โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ทั้งนี้การคำนวณหาค่าทางสถิติทุกประเภทยอมรับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. หลังจากเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วจึงนำข้อมูลที่ได้ออกไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งมีรายละเอียดการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

3. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมความคิดเห็น ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

4. การวิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร (Factor Analysis) ผ่านการสกัดปัจจัยเพื่อค้นหาองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) โดยมีการหมุนแกนปัจจัยให้ตั้งฉากกัน (Orthogonal Rotation) ด้วยวิธี Varimax ทั้งนี้เกณฑ์การพิจารณาองค์ประกอบ คือ ค่า Eigenvalues ต้องมากกว่า 1 และค่า Factor loading ต้องมากกว่า 0.5 (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546)

5. การแปลค่าเฉลี่ยเพื่อวัดความสำคัญของแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการพิจารณามี 5 ระดับจากสูตรความกว้างของชั้น (นราศรี ไวนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุคมศรี, 2548) คือ

- 5.1. คะแนน 4.21-5.00 คือระดับมากที่สุด
- 5.2. คะแนน 3.41-4.20 คือระดับมาก
- 5.3. คะแนน 2.61-3.40 คือระดับปานกลาง
- 5.4. คะแนน 1.81-2.60 คือระดับน้อย
- 5.5. คะแนน 1.00-1.80 คือระดับน้อยที่สุด

14 January 2016

**สรุปผลการวิจัย**

การวิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร สามารถสรุปได้ว่า คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล พบว่า ค่า Kaiser-Meyer-Olkinเท่ากับ 0.844 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า Bartlett's Test of Sphericity ได้เท่ากับ 4334.65 (Sig. = 0.000) แสดงว่า ข้อมูลเหมาะสมที่จะใช้วิเคราะห์ ปัจจัย (กัลยา วานิชย์บัญชา 2546) ผลการวิเคราะห์ปัจจัย ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก สามารถแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ คือ ด้านการบริการและการสื่อสารการตลาด ด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความเชื่อมั่นและความมีชื่อเสียง และด้านรูปลักษณ์ โดยอธิบายความแปรปรวนได้ทั้งหมด 54.62% รายละเอียดดัง ตารางที่ 1 – ตารางที่ 5

ตารางที่ 1 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 1 "ด้านการบริการและการสื่อสารการตลาด" (Eigenvalues =6.791 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 14.58)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
พนักงานขายมีอัธยาศัยดีกับลูกค้า	0.596	3.95	0.69	มาก
พนักงานขายมีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำอย่างถ่องแท้	0.619	3.96	0.69	มาก
พนักงานสามารถให้บริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	0.640	3.97	0.62	มาก
ท่านมักจะพบเห็นว่ามีโปรโมชั่นและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำอยู่เสมอ	0.894	3.94	0.65	มาก
มีการสื่อสารส่งคอมอนไลน์ในการสื่อสารกับลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำ	0.649	3.94	0.68	มาก
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำมีการสื่อสารการตลาดกับผู้บริโภคอยู่เสมอ	0.551	3.91	0.68	มาก
มีการทำการส่งเสริมการขายโดยลดราคาสำหรับผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกำอยู่เสมอ	0.865	3.96	0.67	มาก

ตารางที่ 2 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 2  
"ด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัว" (Eigenvalues = 2.647 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.50)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำมีส่วนช่วยให้ท่านอนุรักษ์ ภูมิปัญญาไทย	0.671	4.07	0.61	มาก
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำช่วยให้ท่านได้สนับสนุน เกษตรกรและชาวบ้าน	0.686	4.03	0.69	มาก
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำเป็นผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุน โครงการในพระราชดำริ	0.664	4.03	0.69	มาก
ราคาของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำมีการกำหนด อย่างมีมาตรฐาน	0.581	3.93	0.69	มาก
มีการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อย่างต่อเนื่อง	0.693	4.05	0.66	มาก
ผู้บริโภคโดยทั่วไปทราบถึงการมีตัวตนของผลิตภัณฑ์ โครงการหลวงคอยคำ	0.671	3.91	0.78	มาก

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 3  
"ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้" (Eigenvalues = 2.017 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 11.24)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ร้านค้าและตัวแทนจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โครงการหลวง คอยคำที่มีความน่าเชื่อถือ	0.593	3.91	0.64	มาก
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำมีภาระ การบรรจุ ผลิตภัณฑ์ที่มีฉลิด ถูกสุขอนามัย	0.732	3.87	0.71	มาก
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำใช้วัตถุดิบในการผลิตที่ มีคุณภาพดี	0.716	3.97	0.69	มาก
ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้รับการรองรับจากสถาบัน รับรองมาตรฐานและผ่านการตรวจสอบ	0.649	3.92	0.65	มาก
ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอยคำมีความปลอดภัยกับ ผู้บริโภค	0.604	3.91	0.62	มาก

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 4 "ด้านความเชื่อมั่นและความมีชื่อเสียง" (Eigenvalues = 1.481 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 10.75)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
ผู้บริหาร โภค โดยทั่วไปทราบถึงการมีตัวตนของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ	0.852	3.90	0.67	มาก
ผู้บริหาร โภคทราบถึงกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ	0.667	3.92	0.66	มาก
ท่านมีความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ	0.865	3.95	0.66	มาก

ตารางที่ 5 แสดงปัจจัย ค่า Factor Loading ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบที่ 5 "ด้านรูปลักษณ์" (Eigenvalues = 1.264 อธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 6.54)

ปัจจัย	Factor Loading	Mean	S.D.	ระดับความสำคัญ
รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ มีความทันสมัยและสวยงาม	0.672	3.93	0.66	มาก
ภาชนะหรือบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ มีเอกลักษณ์แบบไทย	0.715	4.00	0.70	มาก

#### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการการวิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร สามารถนำมาอภิปรายได้ดังนี้

1. จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 56.5 มีช่วงอายุ 21-30 ปีร้อยละ 55.3 ระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรีร้อยละ 80 มีรายได้ 20,000-30,000 บาทร้อยละ 33

2. ผลวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านการบริการและการสื่อสารการตลาด เป็นหนึ่งในปัจจัยซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญ โดยการให้ระดับความสำคัญในระดับมาก ในการให้บริการของพนักงานขายและการทำการสื่อสารการตลาด ทั้งในรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ โฆษณาและการส่งเสริมการขาย โดยจะสอดคล้องกับทฤษฎี SERVQUAL Model ของ Parasuraman, et al. (1990) ในเรื่องของ ความมั่นใจ (Assurance) ที่ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า (อ้างใน ชีริกิติ นวรัตน์ ณ อุทยาน, 2552 : 186) และทฤษฎีการสื่อสารการตลาดที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างความเข้าใจโดยมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2537) ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสัมฤทธิ์ผลของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำเกิดขึ้นจากปัจจัยด้านการบริการและการสื่อสารการตลาด

3. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัวในระดับนัยสำคัญที่มาก นั่นคือผู้บริโภคมองว่าผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำเป็นผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำมีส่วนช่วยให้ท่านอนุรักษ์ภูมิปัญญาไทย ช่วยให้ได้สนับสนุนเกษตรกรและชาวบ้าน อีกทั้งยังช่วยสนับสนุน โครงการในพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ โดยผลการวิเคราะห์นี้ได้สอดคล้องกับทฤษฎีด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในเรื่องของลักษณะเฉพาะพิเศษ (Features) ซึ่งเป็นคุณสมบัติรองในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นจากคุณสมบัติเบื้องต้นและกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

4. จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ซึ่งนั่นคือผู้บริโภคมีความเชื่อถือและเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำมีกระบวนการผลิต เลือกวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและได้รับมาตรฐานรองรับ ซึ่งทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ถึงความปลอดภัยในการบริโภคผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ โดยจะสอดคล้องกับทฤษฎีด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในเรื่องของความเชื่อถือได้ (Reliability) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

5. จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยด้านความเชื่อมั่นและความมีชื่อเสียงมีระดับนัยสำคัญที่มากสำหรับผู้บริโภค ซึ่งหมายความว่าผู้บริโภคโดยทั่วไปทราบถึงการมีตัวตนของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำและมีความเชื่อมั่นและยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำ โดยผลการวิเคราะห์นี้จะสอดคล้องกับทฤษฎีด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ การรับรู้คุณภาพ หรือชื่อเสียง (Perceived Quality หรือ Reputation) เป็นการยอมรับในตราสินค้าที่ลูกค้ามีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งจะเกิดขึ้นจากประสบการณ์ กิตติศัพท์ และการยอมรับในสังคม) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

6. จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในด้านด้านรูปปลักษณ์ ซึ่งหมายความว่าผู้บริโภคมองว่ารูปปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำมีความทันสมัยและสวยงาม และยังสื่อสารความเป็นเอกลักษณ์แบบไทย โดยจะสอดคล้องกับทฤษฎีด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในเรื่องของความสวยงาม (Aesthetics หรือ Esthetics) และรูปแบบการนำเสนอของผลิตภัณฑ์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2552)

#### ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ปัจจัยสัมฤทธิ์ผลผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร พบว่าองค์ประกอบคือ ด้านการบริการและการสื่อสารการตลาด ด้านเอกลักษณ์เฉพาะตัว ด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ด้านความเชื่อมั่นและความมีชื่อเสียง และด้านรูปปลักษณ์ เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลความสัมฤทธิ์ผลและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งมีระดับความสำคัญในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน ดังนั้นการที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์โครงการหลวงคอกคำเกิดผลสัมฤทธิ์ที่มากยิ่งขึ้นควรมีการพัฒนาในทุกๆด้าน ไปพร้อมๆกัน

การทำงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างเพียงแต่กลุ่มผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด ดังนั้นเพื่อให้ผลงานวิจัยที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพที่ดีมากขึ้น ควรทำงานวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กันไปด้วยและการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาจากผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะศึกษากลุ่มผู้ใช้บริการอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติ เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มา

เปรียบเทียบผู้ใช้บริการที่แตกต่างกันในช่วงอายุ รายได้ สัญชาติ และระดับการศึกษาว่ามีความแตกต่างหรือความสัมพันธ์กันอย่างไร

#### เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทรงเกียรติ สังฆมณี. (2538). พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำของโครงการหลวง ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อรุชยา. (2552). การตลาดบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นราศรีไววนิชกุล และชูศักดิ์อุดมศรี. (2545). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2555). การวิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: ท้อป.
- ปรีชา มีนาค. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำ ในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. (2555). ความหมายของคำว่าคุณภาพ. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก <http://rirs3.royin.go.th/new-search/word-3-search.asp>
- มูลนิธิโครงการหลวง. (2550). ความเป็นมาของมูลนิธิโครงการหลวง. สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก <http://www.royalprojectthailand.com>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2537). การบริหารการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร :Diamond in Business World.
- สุธิฎาอินทรา. (2551). การสื่อสารตราสินค้ากับความแข็งแกร่งของตราสินค้าดอยคำ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพมหานคร.

หน่วยงานในเครือข่ายกาญจนาภิเษกฯ. (2550). ผลผลิตของโครงการหลวงดอยคำ, สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp12/product/index-product.htm>

\_\_\_\_\_. (2550). สินค้าตราดอย, สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก <http://kanchanapisek.or.th/kp12/product/index-goods.htm>