

การตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่บ้านดอนยาง
อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

NAMEING CORPORATE BRAND NAME FORTHE RICEBERRY RICE
ENTREPRENEURAT BANN DONYANG MUENG DISTRICT KHON KAEN PROVINCE

สิรินันท์ คำมูล¹
ทิพย์วรรณ งามศักดิ์²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ 1) เพื่อการสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่นและขายในประเทศทางอินเทอร์เน็ต 2) เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ของผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น 3) เพื่อตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่ บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นศึกษาโดยการสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่และใช้แบบสอบถามถามทัศนคติโครงสร้างของอาหารจาก กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ จำนวน 120 คน นำคำสำคัญที่ได้จากการสอบถามทัศนคติมาตั้งชื่อ แล้วนำมาพิจารณาร่วมกับผลการสำรวจตลาดเพื่อตรวจสอบการซ้ำของชื่อ ทำการคัดเลือกชื่อตราสินค้าที่เหมาะสมได้จำนวนหนึ่งแล้วนำไปทดสอบผู้บริโภคจำนวน 45 คน ในด้านการจดจำ การสื่อความหมาย และความชอบในชื่อตราสินค้า ผลจากการศึกษาพบว่าชื่อตราสินค้าข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางขายจำนวน 53 ชื่อ มีคำสำคัญที่ได้จากการศึกษาทัศนคติ จำนวน 7 คำ ผลการคัดเลือกตราสินค้าที่เหมาะสมได้ชื่อตราสินค้า คือ ข้าวดีดีข้าวลูกรัก ข้าวรอยยิ้ม และข้าวเต็มคุณ ผลการทดสอบชื่อตราสินค้า พบว่าชื่อตราสินค้าข้าวเต็มคุณ เหมาะสมที่จะใช้เป็นชื่อตราสินค้า สำหรับผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่ บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

คำสำคัญ : ชื่อตราสินค้า ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ทัศนคติของผู้บริโภค

Abstract

The objectives of this study were 1) to survey the brand name of Riceberry rice sold in Khon Kaen Municipality and in the country by internet, 2) to study the attitudes toward Riceberry rice of the consumers in Khon Kaen Municipality and 3) to name the brand name for the Riceberry rice entrepreneursat Bann Donyang, Muang District, Khon Kaen Province. Market intelligence was used to collect the existed brand names. Structure of food attitude survey was conducted using 120 Riceberry rice consumers. The key words obtained from the survey were selected for the name. The lists together with the existing brand name were then screened and tested for their memorable, descriptive and preference by 45 consumers. Results found that there were 53 brand names for Riceberry rice sold in the market. Seven key words were chosen for naming brand name and then checked for the duplication. Four name were screened and tested they were: Kaw Dee Dee, Kaw Luk Ruk, Kaw Roy Yim and Kaw Tem Kun. The most suitable brand name is Kaw Tem Kun.

Keywords: Brand name, Riceberry, Consumer attitudes

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
E-mail : sirinanka@kku.ac.th โทรศัพท์ 089-696-3389

² รองศาสตราจารย์ ข้าราชการบำนาญมหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ข้าวเป็นอาหารหลักของคนไทยมาช้านาน ซึ่งข้าวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย แนวโน้มในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพมากขึ้น และยังคงบริโภคข้าวอยู่เป็นประจำข้าวที่ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวให้ความสนใจเป็นข้าวที่มีสีเข้มหรือสีดำ ในอดีตคือข้าวสีนิล หรือข้าวหอมนิล ปัจจุบันข้าวที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้นคือข้าวสีม่วงเข้ม หรือสีดำ มีชื่อเรียกว่าข้าวไรซ์เบอร์รี่ โดยพบว่าเป็นข้าวเจ้าที่มีคุณภาพสูง อุดมด้วยคุณค่าทางโภชนาการที่จำเป็นต่อร่างกายหลายชนิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีสารต้านอนุมูลอิสระ ที่เป็นสาเหตุของการเกิดโรคมะเร็ง

ผู้ประกอบการบ้านพิมพ์พะกาตั้งอยู่ที่บ้านดอนยาง ตำบลศิลา อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวไรซ์เบอร์รี่โดยใช้ชื่อตราสินค้าว่า “บ้านพิมพ์พะกา” ซึ่งชื่อดังกล่าวนี้สื่อถึงการปลูกข้าวหรือการจำหน่ายข้าวไรซ์เบอร์รี่หรือไม่อย่างไรนั้นผู้ศึกษาในฐานะผู้ประกอบการจึงทำการทดสอบตามหลักการเลือกตราสินค้า[1] 3 เรื่อง คือการจดจำ(Memorable) การสื่อความหมาย (Meaningful) และความชอบในตราสินค้า(Likeability)โดยการทดสอบเบื้องต้นกับบุคคลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 45 คน พบว่ามีผู้จำได้ร้อยละ 56 ไม่มีผู้ใดกล่าวสื่อความถึงข้าวเลย ได้ความชอบในตราสินค้าในระดับชอบปานกลาง ดังนั้น ตราสินค้าบ้านพิมพ์พะกาจึงไม่ได้สะท้อนถึงผู้ประกอบการจำหน่ายข้าวไรซ์เบอร์รี่ ผู้ศึกษาในฐานะผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาหาแนวทางการตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการขึ้นมาใหม่

ผู้ศึกษาจึงจำเป็นต้องทำการสำรวจตลาดตราสินค้าเพื่อให้ทราบว่าในปัจจุบันมีสินค้าข้าวไรซ์เบอร์รี่มีวางจำหน่ายโดยใช้ชื่อตราสินค้าอย่างไรบ้าง การตั้งตราสินค้านั้น จำเป็นต้องหาคำสำคัญที่จะสื่อถึงคุณลักษณะของสินค้าเพื่อนำมาตั้งชื่อตราสินค้าและให้ตราสินค้านั้นได้สื่อความหมายได้โดยตรงถึงสินค้า[2]มีการศึกษาการได้มาของคำสำคัญโดยการศึกษาทัศนคติโครงสร้างของอาหาร(structure of food attitudes)5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านความรู้สึกเชิงบวก (Positive Affective Reactions/Factor: PAF) ด้านความรู้สึกเชิงลบ (Negative Affective Reactions/Factor: NAF) ด้านความรู้ในด้านคุณภาพ (Abstract Cognitive information , cognitive descriptive Qualities of foods: ACQ)ด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสโดยทั่วไป (General Sensory Information: GSQ) ด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสโดยเฉพาะ (Specific Sensory Information: SSO)ของAikmanและคณะ[3]จึงเหมาะสมที่จะนำมาศึกษา

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่นและในประเทศ ศึกษาทัศนคติที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ของผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่นจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำไปตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการสำหรับผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางการตลาดต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อการสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่นและในประเทศ
2. เพื่อศึกษาทัศนคติที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ของผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อตั้งชื่อตราสินค้าสำหรับผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

วิธีดำเนินการศึกษา

1. การสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น และในประเทศ

ผู้ศึกษาได้สำรวจชื่อตราสินค้าข้าวไรซ์เบอร์รี่ ตามแหล่งจำหน่ายได้แก่ ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร เพื่อสุขภาพ ร้านของฝาก และตลาดสดในเขตเทศบาลนครขอนแก่น รวมถึงการศึกษาหาข้อมูลชื่อตราสินค้าข้าวไรซ์เบอร์รี่ทางอินเทอร์เน็ตผ่านเว็บไซต์ต่างๆ ในประเทศ

2. การศึกษาทัศนคติที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ของผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือ แบบสอบถาม แบบสอบถามส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามแบบเลือกตอบ โดยมีระดับการวัดแบบมาตรฐานบัญญัติ แบบสอบถามส่วนที่ 2 ถามทัศนคติ 5 ด้าน ตามแนวคิดของ Aikman และคณะ[3] ประกอบด้วย ด้านความรู้สึกเชิงบวก (Positive Affective Reactions/Factor: PAF) ด้านความรู้สึกเชิงลบ (Negative Affective Reactions/Factor: NAF) ด้านความรู้ในด้านคุณภาพ (Abstract Cognitive information , cognitive descriptive Qualities of foods: ACQ) ด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสโดยทั่วไป (General Sensory Information: GSQ) ด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสโดยเฉพาะ (Specific Sensory Information: SSO) ใช้ Likert Scale 5 ระดับเป็นมาตรวัด

ประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ ทั้งนี้ไม่ทราบจำนวน จึงคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Bartlett, Kortrijk, & Higgins[4]คำนวณได้ 118 ตัวอย่าง จึงปรับเป็น 120 คน แล้วสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่

การวิเคราะห์ผล ข้อมูลส่วนบุคคลใช้สถิติเชิงพรรณนาแสดงค่าความถี่ และร้อยละ ข้อมูลทัศนคติใช้สถิติเชิงพรรณนาแสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการสำหรับผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น นำคำสำคัญที่ได้จากการสอบถามทัศนคติที่มีผู้เห็นด้วยในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งมาตั้งชื่อตราสินค้าโดยการระดมสมองจากผู้บริโภค ผู้ประกอบการและนักการตลาด จำนวน 10 คน นำผลมาพิจารณาร่วมกับผลการสำรวจตลาด มาทำการคัดเลือกชื่อตราสินค้าที่เหมาะสมจำนวนหนึ่งแล้วนำไปทดสอบผู้บริโภคจำนวน 45 คน ในด้านการจดจำ การสื่อความหมาย และความชอบในชื่อตราสินค้าและคัดเลือกชื่อตราสินค้าที่เหมาะสม

ผลการศึกษา

1. ผลการสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น และในประเทศ

ผลการสำรวจพบว่าชื่อตราสินค้าข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางขายจำนวน 53 ชื่อ ดังนี้

(1) ข้าวที่วางขายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ได้แก่ เอเดน ข้าวกุดรัง ข้าวไรซ์เบอร์รี่เพื่อสุขภาพ หลานตาบานฟาร์ม บ้านพิมพ์พะกา ข้าวเจ้าไรซ์เบอร์รี่ ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่เพื่อสุขภาพ ข้าวคุณเยี่ยม สวนพ้านาบุญ นกยูงรวงทอง Oryza Rice Berry

(2) ผลิตภัณฑ์จำหน่ายในตลาด ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ได้แก่ ข้าวมีคุณ ข้าวอัมบุญ ข้าวอัมรักษ์ ข้าวแสนดี อิมอุ่น อิมสุข ข้าวอิมใจ ข้าวแทนคุณ ข้าวนาบุญ ข้าวเปี่ยมสุข ข้าวฮักปิ่น ข้าวคุณธรรม ข้าวแทนใจ ข้าวให้คุณ

ข้าวปิ่นสุข ข้าวชัยนาท ข้าวอิมมาน ข้าวรักดิน SUTHATIP ธัญโฮสเทล Green Home Organic ข้าวเจียงฮาย Hong Thong Life ลุงบุญมี อรชัญ มาบุญครอง A Rice ข้าวไรซ์เบอร์รี่อยุธยา ข้าวปลูกรัก Rice for Health ข้าวทุ่งบางหวาย ข้าวนาแรม ข้าวโครงการเพื่อนพึ่ง (ภา) ข้าวThai Plus Rice ข้าวคุณแม่ ข้าวเปี่ยมรักษ์ ข้าวขุนทิพย์ ข้าวเลิศรัตน์ ข้าวบูรณรัตน์ ข้าวOrganic farm ข้าวOrganic Landและอื่นๆ ที่ใช้เพียงชื่อตราสินค้าว่า ข้าวปลอดสารพิษ ข้าวไรซ์เบอร์รี่เกษตรอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่เพื่อสุขภาพ

2. การศึกษาทัศนคติที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ของผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ร้อยละ 72.50 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 44.20 มีอายุ 26-40 ปี ร้อยละ 52.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 49.20 มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ และร้อยละ 39.20 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลการศึกษาทัศนคติที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่มีผู้ตอบในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รายชื่อในด้านต่างๆ มีดังนี้ ด้านความรู้สึกเชิงบวก คือ การคิดว่าได้รับประทานอาหารประเภทนี้ทำให้ฉันรู้สึกเหมือนได้รับคุณค่า ด้านความรู้ในด้านคุณภาพ คือ อาหารประเภทนี้มีประโยชน์ต่อสุขภาพ อาหารประเภทนี้มีไขมันน้อย อาหารประเภทนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ อาหารประเภทนี้เป็นอาหารธรรมชาติ อาหารประเภทนี้ปลอดภัย และด้านคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสทั่วไป คือ อาหารประเภทนี้ทำให้รู้สึกอึดท้อง ตามลำดับ ซึ่งไม่มีผลด้านความรู้สึกเชิงลบเลย ได้คำสำคัญที่ได้จากการศึกษาทัศนคติในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งมี 7 คำ คือ 1)การได้รับรางวัล, คุณค่า 2)สุขภาพดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ 3)มีคุณภาพ 4)มีคุณค่าทางโภชนาการ 5)ปลอดภัย 6)ธรรมชาติ 7)อึดท้อง ดังแสดงในตารางที่ 1

3. ผลการตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการ สำหรับผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผลจากการนำคำสำคัญทั้ง 7 คำ ไปตั้งเป็นชื่อตราสินค้า โดยการระดมสมองโดยได้ชื่อตราสินค้า จำนวน 52 ชื่อ(ตารางที่ 2) ผลจากคัดเลือกก็พร้อมๆกับผลการสำรวจตลาดได้ชื่อตราสินค้า 4 ชื่อคือ ข้าวดีดี ข้าวลูกรักษ์ ข้าวรอยยิ้มและข้าวเต็มคุณ ผลของการทดสอบด้านการจดจำ การสื่อความหมาย และความชอบ พบว่าข้าวเต็มคุณเป็นชื่อตราสินค้าที่เหมาะสม (ตารางที่ 3)

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

1. สรุปการสำรวจตลาดตราสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น และในประเทศ

มีชื่อตราสินค้า 11 ชื่อ และมีผลิตภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ไม่มีตราสินค้าที่วางจำหน่ายในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ในตลาด ผ่านทางอินเทอร์เน็ต พบว่ามีชื่อตราสินค้า 43 ชื่อ และอื่นๆ ที่ใช้เพียงชื่อตราสินค้าว่า ข้าวปลอดสารพิษ ข้าวไรซ์เบอร์รี่เกษตรอินทรีย์ ข้าวไรซ์เบอร์รี่เพื่อสุขภาพ เป็นต้น เนื่องจากพบว่ามีชื่อตราสินค้าว่า "มาบุญครอง" มีวางจำหน่ายทั้งในเขตเทศบาลนครขอนแก่นและทางอินเทอร์เน็ต ดังนั้นผลการสำรวจจึงมีชื่อตราสินค้าทั้งหมดที่จำหน่ายภายในประเทศ จำนวน 53 ชื่อ

2. สรุปผลการศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคข้าวไรซ์เบอร์รี่เป็นประจำ ในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น

มีทัศนคติต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง 7 ทัศนคติคือ 1) รู้สึกเหมือนได้รับคุณค่า 2)มีประโยชน์ต่อสุขภาพ 3)มีไขมันน้อย 4)มีคุณค่าทางโภชนาการ 5)เป็นอาหารธรรมชาติ 6)เป็นอาหารปลอดภัย 7)ทำให้รู้สึกอึดท้อง ทำให้ได้คำสำคัญตั้งชื่อตราสินค้าได้จำนวน 7 คำ

3. สรุปผลการตั้งชื่อตราสินค้าผู้ประกอบการ สำหรับผู้ประกอบการข้าวไรซ์เบอร์รี่บ้านดอนยาง อำเภอเมืองขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่น ผลจากการนำคำสำคัญ 7 คำมาตั้งชื่อตราสินค้าได้ ชื่อตราสินค้า 52 ชื่อจากการคัดเลือก ได้ชื่อตราสินค้า 4 รายชื่อ คือ ข้าวดีดี ข้าวลูกรักษ์ ข้าวรอยยิ้ม และข้าวเต็มคุณ และผลจากการทดสอบการจดจำ การสื่อความหมาย และความชอบ ได้ชื่อตราสินค้าที่เหมาะสม คือ ข้าวเต็มคุณที่สามารถจดจำได้ง่าย สื่อความหมาย และเป็นที่ยอมรับ

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาสามารถจดจำได้ง่าย การสื่อความหมาย และความชอบชื่อตราสินค้า คือ ข้าวเต็มคุณ สำหรับผู้บริโภคชาวไทยในภาคอื่นๆ และที่สำหรับผู้บริโภคชาวต่างประเทศหากต้องการส่งออก

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้ลุล่วงไปด้วยดี ล้วนเกิดจากความกรุณาและการให้ความร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม และกลุ่มผู้ร่วมระดมสมองที่ให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ยิ่งต่อการศึกษารั้งนี้ ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าที่ตั้งในเขตเทศบาลนครขอนแก่น ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้ความสะดวกในการเข้าเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาในครั้งนี้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- [1] Phillip, Kotler & Kevin Lane Keller. (2012). **Marketing Management. 14th ed.** Courier, Kendallville: Pearson Prentice – Hall.
- [2] Kevin Lane Keller. (2008). **Strategic Brand Management. 3rd ed.** Upper Saddle River, : Pearson Prentice – Hall.
- [3] Aikman, S.N., Crites, S.L., Jr., & Fabrigar, L. R. (2006). **Beyond affect and cognition: Identification of the informational bases of food attitudes.** Journal of Applied Social Psychology, 36, 340-382.
- [4] Bartlett, J E., Kotrlik, JW & Higgins, CC (2001) **Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research.** Information Technology, Learning, and Performance Journal, Vol. 19, No. 1, Page 43-50

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ทัศนคติต่อข้าวไรซ์เบอร์รี่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง	คำสำคัญ
การคิดว่าได้รับประทานอาหารประเภทนี้ทำให้ฉันรู้สึกเหมือนได้รับคุณค่า	การได้รับรางวัล, คุณค่า
อาหารประเภทนี้มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	สุขภาพดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ
อาหารประเภทนี้มีไขมันน้อย	มีคุณภาพ
อาหารประเภทนี้มีคุณค่าทางโภชนาการ	มีคุณค่าทางโภชนาการ
อาหารประเภทนี้ปลอดภัย	ปลอดภัย
อาหารประเภทนี้เป็นอาหารธรรมชาติ	ธรรมชาติ
อาหารประเภทนี้ทำให้รู้สึกอึดท้อง	อึดท้อง

ตารางที่ 2 ชื่อตราสินค้าข้าวไรซ์เบอร์รี่ที่ได้จากการระดมสมอง

ข้าวมีคุณ	ข้าวรวงทิพย์	ข้าวดีดี	ข้าวมีสุข
บุญคุณข้าว	ข้าวแม่พิมพ์	ข้าวบรรพบุรุษ	ข้าวเป็นสุข
ข้าวลูกรักษ์	ข้าวสุขภาพ	ข้าวคุณธรรม	ข้าวเปี่ยมสุข
ข้าวนาธรรม	ข้าวภิรมย์	ข้าวลูกกตัญญู	ข้าวไขมันน้อย
ข้าวใบบุญ	ข้าวยิ้มสุข	ข้าวให้คุณ	ธัญข้าว
ข้าวคุณของพ่อ	ข้าวรอยยิ้ม	ข้าวแทนใจ	ข้าวปลอดภัย
ข้าวคุณของแม่	ข้าวอมยิ้ม	ข้าวคุณธรรม	ข้าวธรรมชาติ
ข้าวเป็นคุณ	ข้าวนาเรา	ข้าวมีสุข	ข้าวอึดอุ่น
ข้าวนาบุญ	ข้าวอ้อมบุญ	โภชนข้าว	ข้าวอึดสุข
ข้าวแทนคุณ	ข้าวอ้อมรักษ์	ข้าวอ้อมใจ	ข้าวแสนดี
ข้าวรักษ์สุข	ข้าวเต็มคุณ	ข้าวอ้อมจัง	ข้าวอ้อมกรุ่น
ข้าวรสทิพย์	ข้าวธัญทิพย์	ข้าวหอม	NatureRice
NutriousRice	CleanRice	GreenRice	RewardRice

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบชื่อตราสินค้าด้านการจดจำ การสื่อความหมาย และความชอบในชื่อ สำหรับข้าวดีดี ข้าวลูกกรักษ์ ข้าวรอยยิ้ม และข้าวเต็มคุณ

ชื่อตราสินค้า	การจดจำ (ร้อยละ)	การสื่อความหมาย	ค่าเฉลี่ยคะแนน ความชอบ (1-5)
ข้าวดีดี	76	คุณลักษณะของเมล็ดข้าวที่ดี น่ารับประทาน ข้าวร้อนๆ หอมๆ	4
ข้าวลูกกรักษ์	60	ข้าวสำหรับเด็ก	4
ข้าวรอยยิ้ม	69	ข้าวที่กินแล้วมีความสุข มีรอยยิ้มจากการได้กินข้าวนี้	4
ข้าวเต็มคุณ	87	ข้าวที่มีคุณค่าทางใจ เป็นข้าวคุณภาพสูง	4