

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผาเกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม รัับคืนมาได้ทั้งหมด 100 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

- 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผาที่ให้ ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั่นดินเผา
- 4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก และโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ด
- 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

#### 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผาที่ให้ความ สนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั่นดินเผา

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<b>1. เพศ</b>		
ชาย	32	32.00
หญิง	68	68.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<b>2. อายุ</b>		
23-35 ปี	60	60.00
36-45 ปี	24	24.00
46-55 ปี	12	12.00
ตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป	4	4.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	31	31.00
10,001 – 20,000 บาท	11	11.00
20,001 – 30,000 บาท	46	46.00
30,001 – 40,000 บาท	6	6.00
ตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไป	6	6.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>4. สถานภาพการสมรส</b>		
โสด	58	58.00
สมรส	37	37.00
หย่าร้าง	3	3.00
แยกกันอยู่	2	2.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>5. ภูมิลำเนา</b>		
คนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี	20	20.00
นักท่องเที่ยว	80	80.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>6. อาชีพ</b>		
รับราชการ	11	11.00
รัฐวิสาหกิจ	27	27.00
พนักงานบริษัทเอกชน	39	39.00
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23	23.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
<b>7. ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ</b>		
แจกัน	5	5.00
โคมไฟ	34	34.00
โถงเล็ก	30	30.00
งานวิจิตร	16	16.00
โถขม้น	12	12.00
หม้อน้ำ	3	3.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>
<b>8. ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา</b>		
ใช้เอง	42	42.00
ฝากญาติผู้ใหญ่ / เพื่อน	30	30.00
เก็บสะสม	18	18.00
ของขวัญตามเทศกาล	10	10.00
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่าข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นดังต่อไปนี้  
เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.00 เพศชาย จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.00 ตามลำดับ

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่มีอายุ 23-35 ปี จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา มีอายุ 36-45 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.00 อายุ 46-55 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.00 และ อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนตั้งแต่ 40,001 บาทขึ้นไปจำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.00 ตามลำดับ

**สถานภาพการสมรส** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมามีสถานภาพสมรส จำนวน 37 ราย คิดเป็น ร้อยละ 37.00 มีสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 และแยกกันอยู่ จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

**ภูมิลำเนา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่มีเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00 และเป็นคนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ

**อาชีพ** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน บริษัทเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาประกอบอาชีพเป็นพนักงาน รัฐวิสาหกิจ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.00 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 ราย คิดเป็น ร้อยละ 23.00 และรับราชการ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

**ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ** พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่เลือกซื้อ โคมไฟ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาเลือกซื้อโอ่งเล็ก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 เลือกซื้องานวิจิตร จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00 เลือกซื้อโอ่งม้น จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.00 เลือกซื้อแจกัน จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.00 และเลือกซื้อหม้อน้ำ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.00 ตามลำดับ

**ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา** พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่เลือก ซื้อเพื่อใช้เอง จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาเลือกซื้อฝากญาติผู้ใหญ่ / เพื่อน จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 เลือกซื้อเพื่อเก็บสะสม จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.00 และเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญตามเทศกาล จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00 ตามลำดับ



## 4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่ การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ข้อ ที่	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	คำขวัญประจำจังหวัด	3.57	1.273	มาก	6
2	ตราสัญลักษณ์ของจังหวัด	3.64	1.283	มาก	5
3	สถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาะเกร็ด	3.91	1.223	มาก	4
4	ประติมากรรมงานปั้น	4.48	0.689	มาก	2
5	งานหัตถกรรมจากเครื่องปั้นดินเผา	4.35	0.730	มาก	3
6	ภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา	4.51	0.659	มาก	1
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.08	0.544	มาก	

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.544) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

ลำดับที่ 1 ภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.51$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.659)

ลำดับที่ 2 ประติมากรรมงานปั้น พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.48$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.689)

ลำดับที่ 3 งานหัตถกรรมจากเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.730)

ลำดับที่ 4 สถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาะเกร็ด พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.223)

ลำดับที่ 5 ตราสัญลักษณ์ของจังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.64$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.283)

ลำดับที่ 6 คำขวัญประจำจังหวัด พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.273)

#### 4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก และโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่เกี่ยวกับโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

ข้อ ที่	โอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ความปราณีตของเครื่องปั้นดินเผา	4.04	1.100	มาก	3
2	รูปลักษณะที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ ของเกาะเกร็ด	4.02	0.943	มาก	4
3	คุณภาพของเครื่องปั้นดินเผา	3.67	1.248	มาก	5
4	ชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีมานาน	4.15	1.029	มาก	1
5	ช่างฝีมือที่มีความชำนาญงานปั้น	2.59	1.491	ปานกลาง	7
6	ราคาสมเหตุสมผล	4.14	0.910	มาก	2
7	กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ	2.93	1.257	ปานกลาง	6
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	0.670	มาก	



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั่นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.59$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.491)

#### 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะแกรีตประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่ การออกแบบต้นแบบเครื่องปั่นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ข้อ ที่	ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม	3.38	0.940	มาก	13
2	การสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นของ เกาะแกรีต	4.18	0.892	มาก	9
3	การแสดงตัวสินค้าและข้อมูลของสินค้า	4.61	0.665	มากที่สุด	2
4	บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับ สินค้า	4.60	0.711	มากที่สุด	3
5	ลักษณะในการบรรจุเครื่องปั่นดินเผา	4.66	0.623	มากที่สุด	1
6	ความสะดวกในการหยิบ จับ ถือหิ้ว บรรจุภัณฑ์	4.45	0.770	มาก	6
7	การปกป้องรักษาเครื่องปั่นดินเผา	4.54	0.673	มากที่สุด	5
8	มีประสิทธิภาพในการรักษารูปทรงสินค้า	4.55	0.730	มากที่สุด	4
9	เหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญ	4.23	0.886	มาก	8
10	สามารถเปิดและเก็บสินค้าได้สะดวก	4.40	0.829	มาก	7
11	มีความสวยงาม โดดเด่น สะอาดตา	4.15	0.914	มาก	10
12	มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.03	1.105	มาก	11
13	นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ	3.81	1.089	มาก	12
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.521	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.28$ ) และระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.521) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

ลำดับที่ 1 ลักษณะในการบรรจุเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.66$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.623)

ลำดับที่ 2 การแสดงตัวสินค้าและข้อมูลของสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.61$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.665)

ลำดับที่ 3 บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.60$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.711)

ลำดับที่ 4 มีประสิทธิภาพในการรักษารูปทรงสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.55$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.730)

ลำดับที่ 5 การปกป้องรักษาเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.54$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.673)

ลำดับที่ 6 ความสะดวกในการหยิบ จับ ถือหิ้วบรรจุภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.45$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.770)

ลำดับที่ 7 สามารถเปิดและเก็บสินค้าได้สะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.829)

ลำดับที่ 8 เหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญ พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.23$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.886)

ลำดับที่ 9 การสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นของเกาะเกร็ด พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.892)

ลำดับที่ 10 มีความสวยงาม โดดเด่น สะอาด พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.914)

ลำดับที่ 11 มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.105)

ลำดับที่ 12 นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.81$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.089)

ลำดับที่ 13 ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.38$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.940)