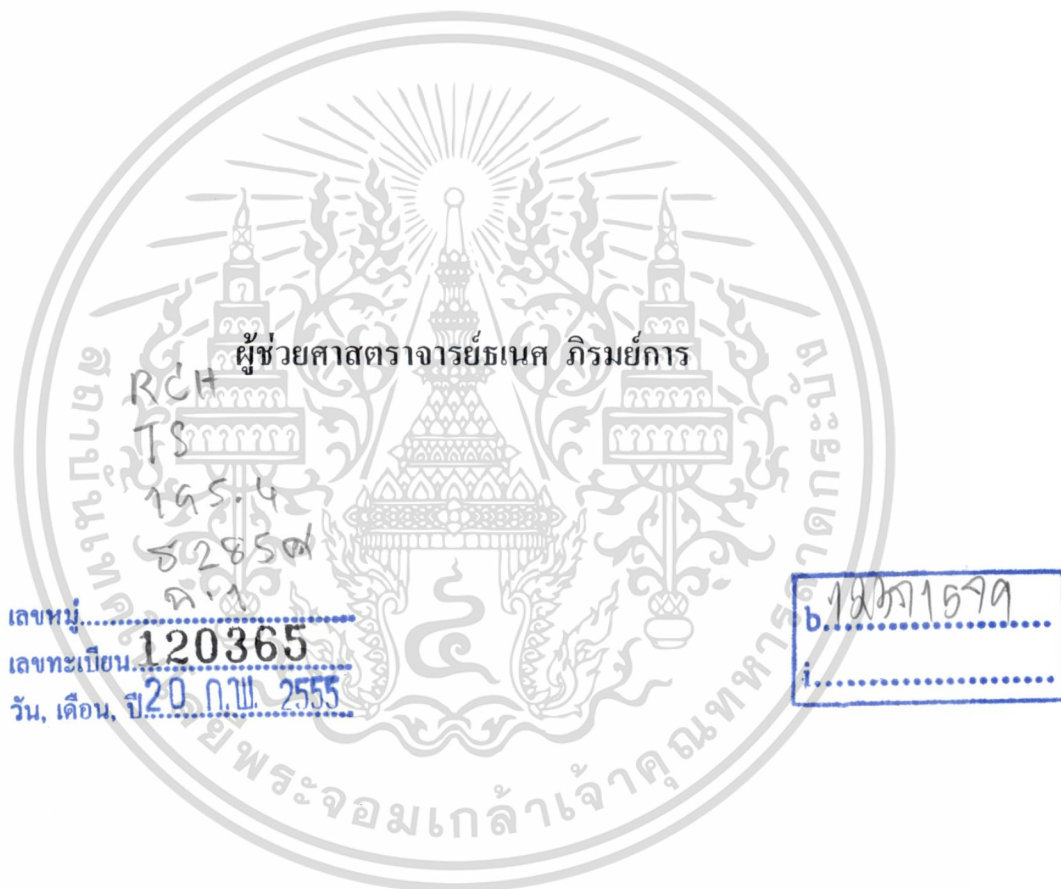


รายงานการวิจัย  
ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด  
STUDY AND DEVELOPMENT PACKAGING  
FOR KOH KRED CERAMIC



ได้รับทุนสนับสนุนงานวิจัยจากเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2554

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



<b>Research Title</b>	Study and Development Packaging for Koh Kred Ceramic
<b>Researchers</b>	Assistant Professor Thanate Piromgam
<b>Department</b>	Faculty of Industrial Education King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang
<b>Year</b>	2011

### ABSTRACT

The purpose of this research were (1) to study packaging design of Koh Kred pottery souvenir (2) to prepare Koh Kred pottery souvenir packaging prototype (3) to study the satisfaction level of Koh Kred pottery souvenir prototype classified by personal factors including gender, age, average monthly income, marital status, hometown, occupation, type of pottery which interested to buy and pottery buying characteristics from 100 tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir. The data were collected by using questionnaire. Data analysis was done by using statistics including, percentage, mean ( $\bar{X}$ ), standard deviation (SD). The results can be summarized as follows.

1. Tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir had high satisfactory level as a whole on Koh Kred pottery souvenir packaging design in local unique, provincial slogan, province emblem, Koh Kred Pagoda architecture, sculpture, pottery craft and landscapes along the Choa Pra Ya river.
2. Tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir had high satisfactory level as a whole on opportunity to select Koh Kred pottery souvenir.
3. Tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir had high satisfactory level as a whole on Koh Kred pottery souvenir packaging design in characteristics of package.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยโครงการ “ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด” สำเร็จได้ด้วยความร่วมมือจากนักท่องเที่ยงและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ที่ให้ความร่วมมือและสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณศิริวรรณ นายศิริ นักวิชาการศึกษา ส่วนบริหารงานทั่วไป งานบริหารวิชาการและบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ได้ให้ความช่วยเหลือเรียบเรียงงานวิจัยให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ คุณเอี่ยมอัมพร เพชรสินจร นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ส่วนบริหารงานทั่วไป คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ให้คำแนะนำ ติดตามความคืบหน้าการจัดทำวิจัยตลอดโครงการ

ขอขอบคุณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยประจำปีงบประมาณ 2554

ขอขอบคุณ คุณเฟื่องฟ้า ภิรมย์การ มารดา ที่คอยช่วยเหลือและให้กำลังใจมาโดยตลอด สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่บิดา-มารดา ซึ่งเป็นที่รักและเคารพยิ่ง และขอมอบให้กับสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง และของบุคคลอื่นที่วิจัยเล่มนี้สามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ตลอดจนจนอาจารย์ที่เคารพทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้วิจัยตลอดมา

ธเนศ ภิรมย์การ

# สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VII
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	3
1.4.1 ขอบเขตของตัวแปร.....	3
1.4.2 ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	4
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
บทที่ 2 แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	5
2.1.1 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	5
2.1.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์.....	7
2.1.3 การตลาดกับบรรจุภัณฑ์.....	8
2.1.4 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	10
2.1.5 หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์.....	11
2.2 เครื่องปั้นดินเผา.....	14
2.2.1 เครื่องปั้นดินเผาในประเทศไทย.....	15
2.2.2 รูปทรงเครื่องปั้นดินเผาที่พบในประเทศไทย.....	17
2.2.3 ประเภทของเครื่องปั้นดินเผา.....	18
2.2.4 ความสำคัญของเครื่องปั้นดินเผา.....	19
2.3 เกาะเกร็ด อำเภopakเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
<b>บทที่ 3</b> วิธีดำเนินการวิจัย.....	26
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	26
3.1.1 ประชากร.....	26
3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	26
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	27
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	27
3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ.....	27
3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ.....	28
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	29
<b>บทที่ 4</b> ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	30
4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร์ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น.....	34
4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร์ด ประเภทของที่ระลึก และโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร์ด.....	35
4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร์ด ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์.....	37
<b>บทที่ 5</b> สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	40
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	41
5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	41

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.1.2 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น.....	41
5.1.3 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด และ โอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด.....	42
5.1.4 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์.....	44
5.2 อภิปรายผล.....	46
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	47
5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย.....	47
5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	47
บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก.....	51
ภาคผนวก ก แบบสอบถามเพื่อการวิจัย.....	52
ภาคผนวก ข การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก.....	57

- เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	30
4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น.....	34
4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่เกี่ยวกับโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก .....	35
4.4 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์.....	37



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 การเปิดอาหารกระป๋องด้วยที่เปิดที่ถูกต้องแบบมาเพื่อความสะดวก ไม่ต้องใช้อุปกรณ์อื่น.....	12
2.2 บรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้องแบบให้มีหูหิ้วเพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้าย.....	13
2.3 เครื่องปั้นดินเผา ยุคก่อนประวัติศาสตร์.....	16
2.4 เครื่องปั้นดินเผาสมัยทวารวดี.....	16
2.5 ภูมิทัศน์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	21
2.6 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.....	21
5.1 สถานที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผา อยู่ในร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์.....	48
5.2 การจัดวางผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา.....	48
ข1 ภูมิทัศน์รอบเกาะเกร็ด.....	58
ข2 การตลาดเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด.....	58
ข3 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก.....	59
ข4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม.....	59
ข5 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก.....	60
ข6 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก.....	61

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกาะเกร็ด เป็นเกาะขนาดใหญ่กลางลำน้ำเจ้าพระยามีฐานะเป็นตำบล แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 หมู่บ้าน เกาะเกร็ดเกิดขึ้นจากการขุดคลองลัดลำน้ำเจ้าพระยา ตรงที่เป็นแหลมยื่นไปตามความโค้งของแม่น้ำเจ้าพระยาในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระแห่งกรุงศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2265 เรียกคลองนี้ว่า “คลองลัดเกร็ดน้อย” ขนาดกว้าง 6 วา ยาว 39 เส้นเศษ ลึก 6 สอก ต่อมากระแสน้ำ เปลี่ยนทิศทาง ทำให้คลองขยายกว้างขึ้น เพราะถูกความแรงของกระแสน้ำเซาะตลิ่งพัง จึงกลายเป็นแม่น้ำลัดเกร็ด และเกาะเกร็ด จนมีสภาพเป็นเกาะเช่นทุกวันนี้

ชาวเกาะเกร็ด ได้ชื่อว่า มีฝีมือเป็นเลิศในการทำเครื่องปั้นดินเผา มานานนับร้อยปี ตั้งแต้อยู่เมืองมอญ ก่อนที่จะอพยพเข้ามาในประเทศไทย ชาวมอญได้ตั้งบ้านเรือนบริเวณปากเกร็ด ซึ่งสภาพดินเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา จึงกลายเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผา ที่รู้จักกันว่า ละเอียดงดงาม สีแดง ผิวมัน และมีความประณีตมาก

เครื่องปั้นดินเผาของชาวเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี นับเป็นศิลปะอันยอดเยี่ยม เป็นที่ยอมรับกันแพร่หลาย ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ เพราะผลงานที่ปรากฏจะมีรูปทรง และลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นเกาะเกร็ด พร้อมทั้งแสดงถึงความประณีตทางด้านภูมิปัญญาชาวบ้าน ไม่ว่าจะเป็นฝีมือการแกะสลักลวดลายอันสวยงามอ่อนช้อยยอดเยี่ยมของคนพื้นบ้านเชื้อสายไทยรามัญที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์การปั้นดินเผาตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน มิให้สูญหาย อีกทั้งยังมีการพัฒนาด้านฝีมือเทคนิคให้ปรากฏถึงความประณีต สวยงาม อันทรงคุณค่าของคนไทยเชื้อสายรามัญ ถ้าท่านได้มาเยือน และได้สัมผัสผลงานแล้วต้องยอมรับและเก็บความประทับใจยากที่จะลืมผลงานศิลปะเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ดได้ (เครื่องปั้นดินเผา. 2554 : online)

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นประเภทไม่เคลือบเนื้อดิน และส่วนใหญ่เป็นสีส้มอ่อนจนถึงสีแดง จุดเด่นคือการใช้เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้แก่ การแกะสลักหรือลวดลายอย่างวิจิตรบรรจง การปั้นรูปทรงและองค์ประกอบ ซึ่งแสดงถึงการสืบทอดศิลปะของชาวมอญแต่โบราณ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนี้เองที่เป็นความน่าสนใจ ทำให้ผู้ซื้อและนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมิใช่ของดาษดื่น แต่คือผลงานศิลปะ ซึ่งสืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบันและจะสืบทอดกันต่อไปในอนาคต (เครื่องปั้นดินเผา. 2554 : online)

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ยังเป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ทั้งในคำขวัญ และตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี โดยเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีลักษณะเด่น คือ มีเนื้อแดง ไม่มีการเคลือบ ขอบปากของภาชนะเครื่องปั้นดินเผาจะกลมกลึงราวกับกระบอกไม้ไผ่ผ่า มีการตกแต่งลวดลายที่งดงามจากการกดด้วยแม่พิมพ์ที่เรียกว่า "หนามทองหลาง" หรือแกะสลักด้วยมีดสลัก และไหล่ของภาชนะต้องผายออก และเป็นเส้นโค้งลาดลงมา เป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีความงดงาม และมีชื่อเสียง คือ หม้อน้ำลายวิจิตร ซึ่งทำขึ้นเพื่อถวายพระสงฆ์ 2 ประเภท คือ ประเภทที่ใช้สอยในชีวิตประจำวัน เช่น โอ่งน้ำดินเผา อ่าง ครก และกระถางต้นไม้ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของช่างปั้นชาวจีนที่ย้ายมาอยู่เกาะเกร็ด อีกประเภทหนึ่งเป็นประเภทสวยงามเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ ซึ่งมีหลายชนิด แต่มักเรียกรวมๆ ว่า “โอ่งสลัก” ส่วนในปัจจุบัน ช่างปั้นดินเผาเกาะเกร็ดได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นโคมไฟดินเผาแกะสลัก นาฬิกาดินเผาแกะลาย โคมเทียน เป็นต้น แต่ยังคงเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไว้อยู่

ในการผลิตสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องคำนึงไว้เสมอว่า เรามิได้ผลิตสินค้าเพื่อไว้ใช้เอง ดังนั้นในทุกกระบวนการสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องคำนึงถึงความคิด จิตใจ และความต้องการของผู้ใช้เป็นที่ตั้ง

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด เนื่องจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ และเป็นการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างประโยชน์และความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก
- 1.2.2 เพื่อจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก
- 1.2.3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

## 1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการทำวิจัย เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด” ผู้วิจัยได้ศึกษากรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของศิริพรณ์ ปีเตอร์ (2548 : 2-13) กล่าวถึงหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยหน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การรองรับสินค้า (Contain) คุ้มครองสินค้า (Protection) อำนวยความสะดวกในการใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Convenience) สื่อสารและให้ข้อมูล (Communication) และส่งเสริมการขาย (Promotion) ปุ่น คงเจริญ (2541 : 8-9) กล่าวถึง หน้าที่ของบรรจุกัมภ์ ดังนี้ หน้าที่ด้านการตลาด ได้แก่ ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของสินค้า และสามารถตั้งราคาขายได้สูงขึ้น และหน้าที่ด้านการ ใช้งาน ได้แก่ การทำหน้าที่บรรจุใส่ การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองและรักษาสินค้าไม่ให้เสียหาย การทำหน้าที่ขนส่ง นำพาจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งขาย การรวมหน่วยสินค้าเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย การรักษาสีสิ่งแวดล้อม

หลักการออกแบบบรรจุกัมภ์รักษ์สิ่งแวดล้อม ของปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 230-232)

1. การลดการใช้วัสดุบรรจุกัมภ์ หมายถึง การลดวัตถุดิบนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบย่อมมีผลต่อวัสดุประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตบรรจุกัมภ์

2. การเลือกใช้วัสดุที่นำกลับมาใช้งานและผลิตใหม่ ได้ (Virgin Material) หมายถึง การลดทรัพยากรธรรมชาติ และพลังงานในการผลิตวัตถุดิบ หรือการใช้วัสดุธรรมชาติอื่น

3. การใช้วัสดุที่ได้จากธรรมชาติ หมายถึง วิธีทางในการป้องกันสิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุด โดยใช้กระดาษ จากการทดแทนเยื่อกระดาษจากไม้ ด้วยขานอ้อย ใบของสำลี เยื่อจากต้นเสา เป็นต้น สามารถย่อยสลายได้ด้วยปฏิกิริยาทางชีววิทยาหรือแสง เป็นต้น

4. การรวมกลุ่มของสินค้าต่อหน่วยบรรจุกัมภ์ หมายถึง การออกแบบบรรจุกัมภ์ขึ้นในให้ลดปริมาณที่ไม่จำเป็น เช่น การออกแบบปากขวดบานออกเพื่อซ่อนได้ เป็นการลดปริมาณและพื้นที่ผิวของบรรจุกัมภ์ขนส่ง และคงความแข็งแรงในการเรียงซ้อนของบรรจุกัมภ์ขึ้นในได้

#### 1.4 ขอบเขตของโครงการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาบรรจุกัมภ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก เป็นการศึกษาเพื่อพัฒนา บรรจุกัมภ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยทำหน้าที่ด้านการตลาดและมีบทบาทต่อการส่งเสริมการขาย โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

##### 1.4.1 ขอบเขตของตัวแปร

1.4.1.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ ต้นแบบบรรจุกัมภ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

1.4.1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุกัมภ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

#### 1.4.2 ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.2.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

1.4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก จำนวน 100 คน

#### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 เครื่องปั้นดินเผา หมายถึง สิ่งของหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นจากดิน หิน ทราย แก้ว แร่ธาตุ ขึ้นรูปทรงด้วยขบวนการต่าง ๆ

1.5.2 ของที่ระลึก หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาที่ทำขึ้นเพื่อมอบแก่บุคคลสำคัญ เช่น แจกัน โคมไฟ หม้อน้ำ โถงสลักลายวิจิตรโอ่งเล็ก งานวิจิตร โถขม้น หม้อน้ำ

1.5.3 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ประเภทของที่ระลึก เพื่อปกป้องคุ้มครองไม่ให้เกิดความเสียหาย

1.5.4 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มีภูมิลำเนาออกจังหวังนนทบุรี

1.5.5 คนในท้องถิ่น หมายถึง ผู้ที่มีภูมิลำเนาในจังหวัดนนทบุรี

1.5.6 เกาะเกร็ด หมายถึง เกาะเล็กๆ ที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาโอบล้อม ในจังหวัดนนทบุรี

## บทที่ 2

# แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี เนื้อหา แนวความคิดและรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อให้ได้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดที่จะใช้เป็นแนวทางในการศึกษาได้ครอบคลุมและชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งประกอบด้วยสาระสำคัญตามลำดับต่อไปนี้

- 2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.2 เครื่องปั้นดินเผา
- 2.3 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- 2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 2.1.1 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ เพื่อนำผลิตภัณฑ์นั้นไปถึงผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อจำหน่ายสนองความต้องการของผู้บริโภค (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 7)

#### การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)

เป็นการเรียนรู้ ทำความเข้าใจ ประมวลผลความต้องการทางด้านการตลาด และความต้องการของผู้บริโภค เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับใช้ในการบรรจุสินค้าเพื่อการจัดจำหน่าย ทั้งด้านประโยชน์ใช้สอย ภาพลักษณ์

#### หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์

##### 1. หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ (Roles of Packaging) มาจาก 5C's

- 1.1 Contain and Protect (บรรจุ และคุ้มครอง)
- 1.2 Communicate and Promote (สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์)
- 1.3 Convenience (เสริมสร้างความสะดวกสบาย)
- 1.4 Consumer Appeal (สร้างแรงจูงใจในการซื้อ)
- 1.5 Conservation (ประหยัด คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม)

##### 2. บรรจุภัณฑ์ที่ดี (Good Packaging)

- 2.1 คุ้มครอง และป้องกันผลิตภัณฑ์ภายใน จากปัจจัยภายนอกต่าง ๆ
- 2.2 สามารถนำเสนอตราสินค้า และข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2.3 เป็นตัวแทนในการสื่อถึงภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรและผลิตภัณฑ์
- 2.4 เพิ่มประโยชน์ใช้สอยใหม่
- 2.5 สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ
- 2.6 สามารถผลิตได้สะดวก และประหยัดง่ายต่อการนำไปใช้ใหม่หรือกำจัดรักษา  
สถานะแวดล้อม (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2548 : online)

Stephan Deisenhofer (อ้างในชัยรัตน์ อัสวางกูร. 2548 : 80-86) พบว่า สิ่งเร้าที่กระตุ้นความสนใจของมนุษย์มากที่สุด 4 ประการ ได้แก่ ความใหม่ (New) แตกต่าง (Different) สนุกสนาน (Fun) เซ็กซี่เร้าใจ (Sexy) ซึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เร้าใจ จึงต้องนำเอาปัจจัยทั้งสี่มาใช้ประกอบกระบวนการออกแบบ รวมถึงการนำเสนอที่สามารถเข้ายวนประสาทสัมผัสให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นทางสายตา การสัมผัส กลิ่น หรือการได้ยิน

**ความใหม่ (New)** โดยธรรมชาติแล้ว มนุษย์มีความอยากรู้อยากเห็นและต้องการสิ่งใหม่ ๆ เสมอ สิ่งเร้าที่มีความใหม่จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมใหม่ ไม่ซ้ำซากจำเจ กระตุ้นความสนใจของผู้บริโภคได้ดี เสมอ ยังมีสินค้าที่มีความใหม่ออกมามากและถี่ขึ้นเท่าใด สินค้ากลุ่มนั้นย่อมต้องแข่งขันกันปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เร็วตามมากขึ้น

**แตกต่าง (Different)** ธรรมชาติของมนุษย์ให้ความสนใจเป็นพิเศษของแปลก แตกต่าง ไม่เหมือนใคร ยิ่งเป็นความต่างที่สามารถสนองตอบในเรื่องประโยชน์ใช้สอยได้ด้วยแล้ว ย่อมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน บรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง ดึงไปจากแบบเดิม ๆ ที่ผู้บริโภคคุ้นเคย จะสร้างความเร้าใจและกระตุ้นการจดจำได้ดี

**สนุกสนาน (Fun)** อารมณ์ขันนั้นเร้าใจมนุษย์ ช่วยกระตุ้นการเดินของหัวใจ การหายใจจะลึกขึ้น และการหัวเราะยังช่วยกระตุ้นการหลั่งฮอร์โมนที่ทำให้ร่างกายรู้สึกสบาย

บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างความรู้สึกสนุกสนาน น่ารัก น่าขัน ย่อมสร้างความรู้สึกในด้านบวกให้แก่ผู้บริโภค แคเห็นก็อมยิ้ม อยากจับต้อง อยากลอง อยากซื้อ และยังง่ายต่อการจดจำ

**เซ็กซี่เร้าใจ (Sexy)** ความรู้สึกลึกลับ เร้าใจ เสน่ห์ดึงดูดเพศตรงข้าม เป็นสิ่งเร้ากระตุ้นความอยากของมนุษย์ ความงามและเสน่ห์ทางเพศ อาจเป็นคุณสมบัติที่ลาบฉวย แต่อารมณ์ที่ถูกกระตุ้น ยังคงเป็นเกณฑ์พื้นฐานในการเลือกแบรนด์

## 2.1.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งตามจุดมุ่งหมาย ได้ดังนี้

### 2.1.2.1 แบ่งตามลักษณะการใช้งาน

#### 1) บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging)

บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่ต้องการจะบริโภค บรรจุภัณฑ์นี้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ในชุดติดกับสินค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นใน มีปัจจัยที่สำคัญต้องพิจารณา คือ บรรจุภัณฑ์ชั้นในจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่วางขายบนหิ้งหรือไม่กรณีที่เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในจำเป็นต้องวางขายแสดงตัวบนหิ้ง การออกแบบความสวยงามบนหิ้งหรือสื่อความหมายและภาพลักษณ์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 2) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging)

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น หรือการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่เห็นได้ทั่วไป เช่น กล่องกระดาษแข็งของหลอดยาสีฟัน เป็นต้น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง มักเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางขายบนหิ้ง ณ จุดขาย จึงควรเน้นความสวยงาม ภาพลักษณ์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก (Commercial Packaging)

#### 3) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging)

หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิคือการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีกที่จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน เช่น บนหิ้งหรือคลังสินค้าของแหล่งขายปลีก แล้วบรรจุภัณฑ์ขนส่งก็หมดหน้าที่การใช้งาน บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ เช่น แคร่ และกระบะ เป็นต้น

2. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงานเป็นบรรจุภัณฑ์ที่จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน เช่น ลังใส่ของพริกป่น ถุงน้ำจิ้ม เป็นผลผลิตจากโรงงานหนึ่งส่งไปยังโรงงานอาหารสำเร็จรูป เพื่อทำการบรรจุพร้อมกับอาหารหลัก เป็นต้น

3. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปสู่ผู้บริโภค เช่น ถุงต่าง ๆ ที่ร้านค้าใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมา เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการบรรจุและการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักที่คล้ายคลึงกัน คือ การป้องกันผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

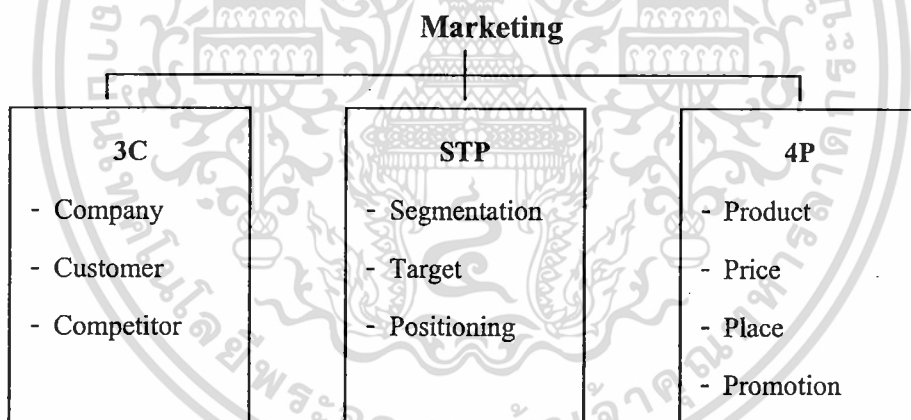
### 2.1.3 การตลาดกับบรรจุกัณฑ์

ชัยรัตน์ อัสวางกูร (2548 : 89) ในการออกแบบบรรจุกัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงกลไกทางการตลาดของสินค้านั้น ๆ เสมอ เพราะบรรจุกัณฑ์ที่มีได้มีหน้าที่เพียงบรรจหรือห่อหุ้มตัวสินค้าเท่านั้น หากต้องทำหน้าที่นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมที่สุด เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยพิจารณาถึงความพึงพอใจของลูกค้า ไม่ว่าจะเกี่ยวกับราคารูปลักษณ์ของสินค้า คุณภาพ (รสชาติ) ความน่าเชื่อถือ รสนิยม เป็นต้น

**2.1.3.1 ความสำคัญของการตลาด** หากนิยามความหมายของคำว่า การตลาดให้สั้นและเข้าใจง่าย อาจกล่าวได้ว่า “การตลาด คือ กระบวนการที่ช่วยให้เกิดการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ”

การตลาดในโลกธุรกิจ มีรายละเอียดและขั้นตอนต่าง ๆ มากมาย ที่ต้องคำนึงถึง เริ่มด้วยการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการหรือความจำเป็นของกลุ่มเป้าหมาย แล้วจึงพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพตามความต้องการนั้น กำหนดรูปแบบของสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย

**2.1.3.2 กระบวนการทางการตลาด (Marketing)** ที่นำมาใช้ประกอบในการออกแบบ อาจเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดอย่างง่าย คือ 3C, STP หรือ 4P



#### 1) 3C

1. องค์กร (Company) เป็นการมองเพื่อทำความเข้าใจผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์ เพื่อค้นหาโอกาส จุดแข็ง ตลอดจนข้อดีข้อเสียและอุปสรรคต่าง ๆ ซึ่งจะนำมาใช้ในการเสริมความได้เปรียบ หรือหลีกเลี่ยงผลกระทบที่จะเกิดจากอุปสรรคต่าง ๆ

2. ลูกค้า (Customer) พฤติกรรมการบริโภคเป็นอย่างไร เพศ การใช้ชีวิต รสนิยม กระบวนการซื้อสินค้า การตอบสนองต่อสิ่งเร้า องค์กรประกอบเหล่านี้ล้วนเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ โดยตรงต่อการออกแบบให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย

3. คู่แข่งขัน (Competitor) คู่แข่งของเราคือใคร เช่นเดียวกับการทำความเข้าใจว่า เราคือใคร ควรเข้าใจสภาพการแข่งขัน รู้ได้ว่า คู่แข่งคือใคร มีมากน้อยแค่ไหน การแข่งขันรุนแรงเพียงใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดเด่น จุดด้อยของแต่ละรายเป็นอย่างไร ในการวิเคราะห์คู่แข่งนั้น นอกจากคู่แข่งโดยตรงแล้วอาจต้องพิจารณาถึงคู่แข่งทางอ้อมด้วย

## 2) STP

1. ส่วนแบ่งตลาด (Segmentation) เราอยู่ส่วนไหนของตลาด โดยการพิจารณาแบ่งตลาดเป็นส่วนย่อย ๆ เพื่อให้สามารถมองเห็นกลุ่มเป้าหมายและกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ได้อย่างเหมาะสม อาจแบ่งตามประเภทของสินค้า พื้นที่ ลักษณะของลูกค้า หรือปัจจัยอื่นที่คล้ายคลึงกันได้

2. ลูกค้าเป้าหมาย (Target Group) พิจารณาจาก Segmentation ซึ่งอาจเลือกเพียงตลาดเดียวหรือหลายตลาดก็ได้ แต่พฤติกรรมหรือความต้องการของผู้บริโภคควรจะเหมือนหรือใกล้เคียงกัน เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

3. ตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) เมื่อกำหนดตลาดและกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว ก็ต้องวางตำแหน่งทางการตลาด โดยการเปรียบเทียบกับผู้ผลิตสินค้าในตลาดเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อแสวงหาข้อแตกต่าง ความได้เปรียบเสียเปรียบ ซึ่งจะนำมาสู่การวางกลยุทธ์ทางการตลาด

## 3) 4P

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ความได้เปรียบคู่แข่งในด้านผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพ การออกแบบ มีความหลากหลาย มีความแตกต่างจากสินค้าในท้องตลาด ชื่อหรือบรรจุภัณฑ์ น่าสนใจ เป็นต้น

2. กลยุทธ์ด้านราคา (Price) ราคาถูก อาจไม่ใช่ว่าความได้เปรียบเสมอไป ปัจจุบันเราพบว่าผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยมีทัศนคติด้านลบต่อสินค้าราคาถูก ในขณะที่มักรู้สึกว่าราคาที่สูงบ่งบอกถึงคุณภาพที่ดีกว่า ดังนั้น การกำหนดราคาที่เหมาะสมจึงต้องคำนึงถึงพฤติกรรมและจิตวิทยาผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วย

3. กลยุทธ์ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) ขายอย่างไร ขายที่ไหน ขายอย่างไร จึงจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดี จะขายตรง วางขายในห้างสรรพสินค้า หรือร้านโชห่วย อย่งไหนจะเหมาะสม แล้วจุดวางสินค้าจะวางตั้งหรือวางนอน วางบน / วางล่าง จะแขวนหรือกองใส่กระบะ สิ่งเหล่านี้ต้องคิดและวางแผนล่วงหน้า ตั้งแต่ก่อนออกแบบบรรจุภัณฑ์

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย (Promotion) การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักและกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ อาจใช้การโฆษณาทางสื่อ ดั้งจุดประชาสัมพันธ์ จัดบูธลองชิม ใช้พนักงานขายตรง รวมถึงการ ลด แลก แจก แถม ต่างก็เป็นรูปแบบการส่งเสริมการขายที่ได้รับความนิยมไม่เสื่อมคลาย

## 2.1.4 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2546)

### 2.1.4.1 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สินค้าจะสร้างผลกำไรให้แก่ผู้ผลิตได้ก็ต่อเมื่อผู้ซื้อได้รับสินค้าที่อยู่ในสภาพดี กล่าวคือ สินค้าไม่เสียหาย ไม่บวมเน่าเสีย และอยู่ในสภาพที่สามารถใช้งานได้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์ของสินค้านั้นๆ บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่แรกที่สำคัญคือ ช่วยปกป้องสินค้าให้ปลอดภัยในระหว่างขนส่งหน้าที่ต่อมาคือให้ข้อมูลของสินค้าเสมือนเป็นพนักงานขาย ซึ่งจะพบหน้าที่นี้ในซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านขายของชำ แม้แต่สินค้าอุตสาหกรรม บั้มไฟฟ้า จะจำหน่ายได้ดี ถ้ามีบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตา การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะเป็นระบบการนำเสนอบรรจุภัณฑ์เพื่อไปสู่วัตถุประสงค์หลักทั้ง 2 ด้าน คือ สินค้าปลอดภัยและส่งเสริมการขายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.1.4.2 การออกแบบโครงสร้างและกราฟฟิก

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย การออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟฟิก โดยที่การออกแบบโครงสร้าง จะเน้นคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ส่วนการออกแบบกราฟฟิกจะสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย การออกแบบทั้ง 2 ส่วน จะเกี่ยวพันกันไปมาในทางเดียวกันเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ นำเสียขายที่บางครั้งเราจะพบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตาบนชั้นวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต แต่สภาพของบรรจุภัณฑ์เสียหาย เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นไม่คำนึงถึงการออกแบบโครงสร้าง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าด้อยลงไป ในทางกลับกันสินค้าและบรรจุภัณฑ์บางชนิดมีสภาพดีแต่ผู้ซื้อไม่สนใจหยิบชม เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ขาดสีสันและขาดข้อมูลที่ผู้ซื้อสนใจ ดังนั้นการออกแบบทั้งทางด้านโครงสร้างและกราฟฟิกจึงมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างคุณค่าของสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จทั้งด้านความคุ้มครองและส่งเสริมการขายจะต้องให้ความสำคัญในการรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าหรือตลาดเป้าหมายเป็นลำดับแรก

### 2.1.4.3 การเลือกตลาดเป้าหมาย

ก่อนที่สินค้าจะถูกปล่อยเข้าสู่ตลาดเป้าหมาย ผู้ผลิตควรศึกษาและวิเคราะห์โอกาสที่สินค้าจะสามารถขายได้ในตลาด โดยจะต้องศึกษาอย่างถี่ถ้วนและได้ข้อมูลที่ถูกต้อง การเลือกพิจารณาตลาดเป้าหมายจะต้องพิจารณาร่วมกับนโยบายด้านการค้าและการเมือง ประเพณี ภาษา สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนส่ง และระยะทางการขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาดเป้าหมาย ถ้าหากงบประมาณด้านการโฆษณาและส่งเสริมการขายมีจำกัดก็ควรเลือกตลาดเป้าหมายที่การแข่งขันไม่รุนแรงมากนัก ยกตัวอย่างเช่น การส่งออกชาฮ้อใหม่ไปขายในตลาดยุโรป (ประเทศอังกฤษ) ซึ่งมีบริษัทใหญ่ๆ ครอบงำส่วนแบ่งตลาดและสามารถทำโฆษณาปกป้องส่วนแบ่งการตลาดของตนเองได้ ดังนั้นการเลือกวางขายชาฮ้อใหม่ในตลาดประเทศอังกฤษจึงมีการแข่งขัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์โดยไม่ได้รับอนุญาต หากฝ่าฝืนจะดำเนินการตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

สูงมาก จนสินค้าใหม่เติบโตยาก ผู้ส่งออกควรเบนเข็มไปส่งออกสินค้าประเภทกาแฟคั่วบดแทน ซึ่งการแข่งขันน้อยกว่าเขา ในทางตรงกันข้ามตลาดกาแฟคั่วบดในประเทศแถบสแกนดิเนเวียซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ในการบริโภคกาแฟก็จะมีการแข่งขันกันสูงมาก ดังนั้นในตลาดนี้การแนะนำชาเย็นใหม่เข้าสู่ตลาดจะประสบความสำเร็จง่ายกว่ากาแฟ

การคัดเลือกตลาดเป้าหมายจำเป็นต้องศึกษาผลิตภัณฑ์ร่วมไปกับการแข่งขันด้านการตลาด โดยที่บรรพบุรุษจะเป็นกุญแจสำคัญที่ต้องศึกษาร่วมไปกับผลิตภัณฑ์ด้วย ในการวิเคราะห์กฎเกณฑ์ด้านการบรรพบุรุษของตลาด ผู้ศึกษาจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลต่างๆ ด้านการค้า ประชากร ราคา ความต้องการของผู้บริโภค และกฎระเบียบต่างๆ ทั้งด้านสิ่งแวดล้อม และอื่นๆ เมื่อข้อมูลพื้นฐานทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับตลาด ได้ถูกรวบรวมจนครบ เราจะสามารถกำหนดการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของเราในตลาดได้

#### 2.1.4.4 การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์

การวางตำแหน่งของสินค้าในตลาดเราจำเป็นต้องตอบคำถาม 3 ข้อนี้ คือ

ใครเป็นผู้ขาย (WHO sells?)

ขายอะไร (WHAT?)

ขายให้ใคร (To WHOM?)

ผู้ผลิตต้องตอบคำถามให้ได้ว่าต้องการให้ผู้บริโภคมองเห็นผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่สัมพันธ์อย่างไรกับบริษัทและผลิตภัณฑ์อื่นหรือตราอื่นๆ ของบริษัท รวมทั้งผลิตภัณฑ์ของบริษัททั้งหมดที่อยู่ในตลาดที่สนองความต้องการเดียวกัน

ในการตอบคำถามเหล่านี้ จะสามารถวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ในตลาดโดยคำนึงถึงตราหรือยี่ห้อตัวผลิตภัณฑ์และผู้ซื้อเป้าหมาย

การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ นอกจากจะตอบคำถามเพื่อการออกแบบด้านบรรพบุรุษแล้ว ยังต้องตอบคำถามให้ครอบคลุมถึงงานด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์และงานส่งเสริมการขายได้อีกด้วย โดยวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อหาความเหมาะสมลงตัวของงานทั้ง 3 ด้าน เพื่อผลด้านยอดขายและผลกำไรสูงสุด

#### 2.1.5 หน้าที่หลักของบรรพบุรุษ

หากเราตั้งสมมติฐานในเบื้องต้นว่า ตลาดเป้าหมายได้รับการคัดเลือกและได้ศึกษาและกำหนดการวางตำแหน่งของตัวผลิตภัณฑ์ในตลาดแล้วอย่างสมบูรณ์ลำดับต่อไปเป็นการดำเนินการเลือกวัสดุที่มีโครงสร้างเหมาะสมสำหรับการผลิตเป็นบรรพบุรุษ ซึ่งเราต้องกำหนดให้ได้ก่อนว่าบรรพบุรุษจะต้องทำหน้าที่อะไรบ้าง

บรรพบุรุษและวัสดุช่วยบรรพบุรุษมีความสำคัญหรือมีหน้าที่พื้นฐานที่เป็นไปได้ทางเศรษฐศาสตร์ 4 ข้อ โดยหน้าที่พื้นฐาน 3 ข้อแรก จะเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้าง ส่วนหน้าที่สุดท้ายจะโยนไปสู่การออกแบบกราฟฟิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.5.1 การรองรับ

บรรจุภัณฑ์จะต้องรองรับสินค้า ที่มีปริมาณและน้ำหนักได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปริมาณบรรจุสามารถบอกโดยปริมาตรน้ำหนักหรือจำนวนหน่วยของผลิตภัณฑ์ มิติของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมมีความสำคัญทั้งด้านความแข็งแรงและค่าใช้จ่ายดังนี้

- บรรจุภัณฑ์ที่มีมิติพอดีกับผลิตภัณฑ์และมีพื้นที่ว่างภายในบรรจุภัณฑ์น้อยที่สุด จะทนทานต่อแรงกดและแรงดันจากการเคลื่อนย้ายได้ดีกว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีช่องว่างภายในมาก โดยที่ตัวผลิตภัณฑ์เองจะช่วยต้านแรงกดต่างๆ ที่กระทำต่อบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่บรรจุภัณฑ์ที่มีช่องว่างมาก ตัวบรรจุภัณฑ์จะรับแรงกดทั้งหมดเพียงลำพัง

- บรรจุภัณฑ์ที่มีมิติใหญ่กว่าผลิตภัณฑ์ จะสิ้นเปลืองวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์และค่าใช้จ่ายในการขนส่ง ในหลายๆ ประเทศ หน่วยงานคุ้มครองผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อม จะไม่ยอมรับบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เกินผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หลายประเทศมีการเรียกเก็บค่าใช้จ่ายในการทำบรรจุภัณฑ์ซึ่งคำนวณจากน้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ การลดขนาดบรรจุภัณฑ์ให้เสียค่าใช้จ่ายในการทำบรรจุภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ได้อย่างปลอดภัยด้วย

### 2.1.5.2 ความคุ้มครองป้องกัน

บรรจุภัณฑ์จะต้องคุ้มครองป้องกันสินค้าที่บรรจุอยู่ให้ปลอดภัยจากการเสื่อมสภาพ การแตกหัก ความชื้นหรือบรรยากาศ และการถูกฉีกขาด

การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องป้องกันสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ จนกระทั่งถึงมือผู้บริโภค การใช้บรรจุภัณฑ์เกินความจำเป็นคือสิ่งที่ผิดพลาด เนื่องจากค่าใช้จ่ายของบรรจุภัณฑ์สูงเกินความต้องการหรือใช้บรรจุภัณฑ์น้อยเกินไป สินค้าก็อาจเกิดความเสียหายได้ สิ่งที่ควรระลึกไว้ก็คือ บรรจุภัณฑ์ควรมีความแข็งแรงเท่าที่สินค้าต้องการ โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม



ภาพที่ 2.1 การเปิดอาหารกระป๋องด้วยที่เปิดที่ถูกรออกแบบมาเพื่อความสะดวกไม่ต้องใช้อุปกรณ์อื่น

### 2.1.5.3 การเคลื่อนย้าย

บรรจุกิจก์จะช่วยอำนวยความสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและการขนส่งจนผลิตภัณฑ์ไปถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์ สำหรับผู้ส่งออก ค่าใช้จ่ายในการขนส่งจะเป็นค่าใช้จ่ายที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้จะถูกเพิ่มเข้าไปในตัวสินค้า การออกแบบบรรจุกิจก์จะมีส่วนช่วยลดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้

ในบางประเทศที่พัฒนาแล้วบางประเทศ การขนส่งโดยใช้แรงงานคนมีราคาถูกโดยไม่ต้องใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ในการขนย้าย แต่ในประเทศอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แล้วค่าจ้างแรงงานในการขนย้ายจะแพงมาก การเคลื่อนย้ายบรรจุกิจก์จะครอบคลุมถึงการเคลื่อนย้ายในการนำบรรจุกิจก์กลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือกระบวนการเคลื่อนย้ายในการทำลายบรรจุกิจก์ที่ใช้แล้ว

บรรจุกิจก์ควรถูกออกแบบให้ง่ายต่อการเปิดปิดและการหิ้วถือเคลื่อนย้ายไปตลอดทั้งระบบในตลาดเป้าหมายที่อาจจะใช้เครื่องจักรหรือใช้แรงงานคน



ภาพที่ 2.2 บรรจุกิจก์ที่ถูกออกแบบให้มีหิ้วเพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้าย

### 2.1.5.4 การส่งเสริมการขาย

บรรจุกิจก์จะต้องส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ทั้งในระยะเริ่มต้นและในระยะยาว เมื่อบรรจุกิจก์ได้รับการออกแบบให้เหมาะสมในการรองรับป้องกันและเคลื่อนย้ายแล้ว บรรจุกิจก์จะต้องทำหน้าที่เป็นผู้แทนขายที่ดีสำหรับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ ภาพกราฟฟิคที่มองเห็นจะทำหน้าที่ได้สมบูรณ์ก็ต่อเมื่อการออกแบบกราฟฟิคอยู่บนบรรจุกิจก์ที่มีการออกแบบโครงสร้างเหมาะสมภายใต้หน้าที่ส่งเสริมการขายบรรจุกิจก์ที่ดี จะต้องมีข้อมูลต่างๆ บนฉลากครบถ้วนและถูกต้องตามกฎระเบียบทั้งทางด้านสิ่งแวดล้อมและตลาดเป้าหมาย บรรจุกิจก์จะต้องสะดุดตาตั้งแต่ครั้งแรกที่วางจำหน่ายและสร้างครายี่ห้อที่เชื่อถือได้

การออกแบบบรรจุกิจก์จะต้องพิจารณาถึงกรอบหน้าที่พื้นฐานทั้ง 4 ข้อ โดยขั้นตอนแรกของการออกแบบเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งต้องอาศัยการวิจัยเป็นปัจจัยสำคัญเพื่อการรวบรวมข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นในการออกแบบดังกล่าว

## ประเภทของบรรจุภัณฑ์ (ประชิด ทิณบุตร. 2531)

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ สามารถแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. Individual Package หรือบรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยคือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรกเป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์เอาไว้เฉพาะหน่วย โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรกคือ เพิ่มคุณค่าในเชิงพาณิชย์ (To Increase Commercial Value) เช่น การกำหนดให้มีรูปร่างลักษณะต่าง ๆ เป็น ขวด กระจก หลอด ถัง ก่อง ฯลฯ ซึ่งอาจจะทำให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การ จับ ถือ และอำนวยความสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ภายใน พร้อมทั้งทำหน้าที่ให้ความปกป้องแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรง

2. Inner Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นในคือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาเป็นชั้นที่สอง มีหน้าที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าไว้ด้วยกันหรือเป็นชุด ในการจำหน่ายรวมตั้งแต่ 2-24 ชิ้นขึ้นไป โดยมีวัตถุประสงค์ชั้นแรกคือการป้องกันรักษาสินค้าผลิตภัณฑ์จาก น้ำ ความชื้น ความร้อน แสง แรงกระแทกกระเทือน และอำนวยความสะดวกแก่การขายปลีก-ย่อย เป็นต้น ตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ ก่องกระดาษแข็งที่บรรจุเครื่องดื่ม จำนวน ½ โหล, फिल्मหดรูปลูก 1 โหล เข้าด้วยกัน เป็นต้น

3. Outer Package หรือบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกสุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่ที่ใช้ในการขนส่ง โดยปกติแล้วผู้ซื้อจะไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้มากนัก เนื่องจากทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ในระหว่างการขนส่งเท่านั้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ ได้แก่ หีบไม้ ลัง ก่องกระดาษขนาดใหญ่ที่บรรจุสินค้าไว้ใน ภายในนอกจะบอกเพียงข้อมูลที่จำเป็นต่อการขนส่งเท่านั้น เช่น รหัสสินค้า (Code) เลขที่ (Number) ตราสินค้า สถานที่ส่ง

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาทั้ง 3 ลักษณะนี้ เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการบรรจุและวิธีการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งการจัดแบ่งและเรียกชื่อบรรจุภัณฑ์ในทรรศนะของผู้ออกแบบ ผู้ผลิต หรือนักการตลาด อาจจะแตกต่างกันออกไป แต่ถึงอย่างไรบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทก็ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลัก เพื่อป้องกันผลิตภัณฑ์ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์

## 2.2 เครื่องปั้นดินเผา

เครื่องปั้นดินเผา (Ceramic) หมายถึง สิ่งของหรือผลิตภัณฑ์ที่ทำขึ้นจากดิน หิน ทราย แก้ว แร่ธาตุ ขึ้นรูปทรงด้วยขบวนการต่าง ๆ ผ่านการเผาทำให้เกิดความแข็งแรงคงรูปทรงถาวร ในสมัยกรีกเรียกว่า เครามอส (Karamos) หมายถึง สิ่งที่ถูกเผา เครื่องปั้นดินเผาก็มีความหมายรวมถึงภาชนะดินเผา (Pottery) เช่น หม้อ จาน ชาม แจกัน คนโท ฯลฯ เครื่องประดับ เช่น ลูกปัด กระเบื้องประดับผนัง ตุ๊กตาดินเผา และผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องแก้ว เครื่องโลหะเคลือบ (Enamel) รวมถึงขบวนการทำปูนซีเมนต์ ปูนขาว ปูนพลาสติก วัสดุทนไฟ (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2533 :1)

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มุมมองของคน โดยทั่วไปมักจะเข้าใจและคิดแต่เพียงว่า การทำภาชนะ เครื่องถ้วยชาม (Pottery) รูปปั้น (Figurines) แจกัน โอ่ง ไห กันเพียงเท่านั้น หรือหากมองในด้านผลิตภัณฑ์ศิลป์ ซึ่งมีไว้สำหรับตกแต่งให้สวยงาม หรือ โบราณวัตถุอันมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ที่เก็บไว้ในพิพิธภัณฑ์ หรือตู้โชว์เท่านั้น

การทำเครื่องปั้นดินเผา โดยเฉพาะการปั้นดินแล้วเผาอย่างง่าย ๆ โดยไม่เคลือบนั้น เป็นหัตถกรรมเก่าแก่ที่มนุษย์ทำขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวันมาแต่โบราณกาล เป็นการใช้ดินเหนียว ปั้นเป็นภาชนะหรือสิ่งที่ต้องการ ทิ้งไว้ให้ดินแห้งแข็งแล้วนำไปเผา จะได้เนื้อดินเผาสีอิฐหรือสีดำที่มีเนื้อแข็ง มีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมได้ดี

ตามความเป็นจริงแล้ว เครื่องปั้นดินเผา หาได้หมายความเฉพาะตามที่กล่าวมาแล้วเหล่านั้น ไม่ได้รวมไปถึงผลิตภัณฑ์นาาชนิดที่ทำจากดินและหิน โดยผ่านกรรมวิธีเผา (Firing Process) ทำให้มีความแข็งแรง (Strength) มีความคงทนถาวร หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากอนินทรีย์สาร อโลหะ (Inorganic Non Metallic Materials) ซึ่งได้แก่ แร่ธาตุดิน หินต่าง ๆ นั้นเอง ในสมัยโบราณกรีกเรียกว่าเครามอส (KERAMOS) แปลว่า สิ่งที่ถูกเผา (Burnt-stuff) ซึ่งมีความหมายในทำนองเดียวกันและตรงกับภาษาอังกฤษว่า เซรามิกส์ (Ceramics) จากความหมายและคุณสมบัติดังกล่าวมาแล้ว ผลิตภัณฑ์ทางเซรามิกส์จึงมีความหมายรวมไปถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น อุตสาหกรรม การทำแก้ว (Glass) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โลหะเคลือบ (Enamel) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมการทำซีเมนต์ ปูนขาว ปูนพลาสติก (Cement, Lime, Plaster) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมวัตถุทนไฟ (Refractories) และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสิ่งขัดถู (Abrasive) เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งนับว่ามีความสำคัญ มีคุณประโยชน์อย่างยิ่ง

## 2.2.1 เครื่องปั้นดินเผาในประเทศไทย (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2533 :31-34)

ประเทศไทยเป็นแหล่งอารยธรรมมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ จะเห็นได้จากการขุดพบซากโครงกระดูก อวูฐ เครื่องปั้นดินเผาตามแหล่งต่าง ๆ ในประเทศ โดยเฉพาะเครื่องปั้นดินเผาที่ค้นพบในประเทศไทยถือเป็นหลักฐานสำคัญทางประวัติศาสตร์ได้เป็นอย่างดี

เครื่องปั้นดินเผาของไทยสามารถแบ่งเป็นยุคสมัยได้ดังนี้

1. ยุคก่อนประวัติศาสตร์ ราว 157 ปีก่อนพุทธศักราช – พ.ศ. 322 เมื่อปี พ.ศ. 2510 กรมศิลปากรสำรวจพบเครื่องปั้นดินเผาก่อนประวัติศาสตร์ที่หมู่บ้าน “บ้านเชียง” ต.บ้านเชียง อ.หนองหาน จ.อุดรธานี และพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ขอนแก่น สกลนคร นครพนม นักฟิสิกส์แห่งมหาวิทยาลัยนารา ประเทศญี่ปุ่น ตรวจสอบได้ว่า มีอายุราว 1300 – 1500 ปี มาแล้ว ลักษณะเป็นประเภทงานเอิเทเทนแวร์ (Earthen Ware) ขึ้นรูปด้วยมือและเป็นหมุน เขียนลวดลายด้วยเนื้อดินสีแดง เป็นรูปก้านขด เรขาคณิต ลายบั้ง ลายสัตว์ ลักษณะรูปทรงมีความสวยงามเป็นพิเศษ



ภาพที่ 2.3 เครื่องปั้นดินเผา ยุคก่อนประวัติศาสตร์

ที่มา : [www.google.com](http://www.google.com) (20 มิถุนายน 2554)

2. ยุคประวัติศาสตร์ งานเครื่องปั้นดินเผายุคประวัติศาสตร์แบ่งเป็นสมัยต่าง ๆ ดังนี้ (จิรพันธ์ สมประสงค์. 2532 : 170-178)

2.1 สมัยทวารวดี ราวพุทธศตวรรษที่ 11-16 เครื่องปั้นดินเผาสมัยนี้เป็นงานเผาดิบ ประเภทถ้วย ชาม กาน้ำ ตกแต่งลวดลายแบบอินเดีย เช่น ลายข่างรอบ ไหล่ ภาชนะที่ค้นพบมากที่สุดที่ภาคกลาง เช่น ที่ อ.อุทุมพร จ.สุพรรณบุรี อ.อินทร์บุรี จ.สิงห์บุรี และที่ จ.นครปฐม เป็นต้น



ภาพที่ 2.4 เครื่องปั้นดินเผาสมัยทวารวดี

ที่มา : [www.google.com](http://www.google.com) (20 มิถุนายน 2554)

2.2 สมัยศรีวิชัย ราวพุทธศตวรรษที่ 14 ลักษณะภาชนะมักเป็นแบบ “คนที” (Kendi) เนื้อดินปั้นละเอียดสีขาว ไม่เคลือบ ค้นพบมากที่สุดที่จ.สงขลา และจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทย มีอายุราวพุทธศตวรรษที่ 14-16 ร่วมสมัยกับเครื่องถ้วยชิงไป่ (Ch'ing-pai) ในสมัยราชวงศ์ซ่ง (พ.ศ. 1503-1822)

2.3 สมัยลพบุรี ราวพุทธศตวรรษที่ 15-19 เครื่องปั้นดินเผาในยุคนี้มักเรียกกันโดยทั่วไปว่า “เครื่องถ้วยขอม” เนื่องจากค้นพบตามแหล่งโบราณสถาน ทุ่งนาในประเทศกัมพูชา และภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย มักนิยมเคลือบด้วยสีดำเป็นส่วนใหญ่ เครื่องถ้วยขอมแบ่งออก

ได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้ สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) กุเลน ราว พ.ศ. 1422 เป็นเครื่องถ้วยเนื้อดินปั้นสีเหลืองน้ำเคลือบใสสีเขียวอ่อน  
 2) ลีเดอแวง ราว พ.ศ. 1443-1693 เป็นภาชนะประเภทแจกันและอ่าง เนื้อดิน  
 ปั้นเผาเคลือบสีม่วงแดง ไม่นิยมเคลือบน้ำเคลือบ

3) ปาปวน ราว พ.ศ. 1593-1611 เป็นภาชนะประเภทแจกัน นิยมเคลือบ 2 สี  
 ส่วนล่างมักเคลือบสีน้ำตาลเข้ม ส่วนไหล่ภาชนะจนถึงปากภาชนะจะเคลือบอีกสีหนึ่ง แจกันแบบ  
 ปาปวนผลิตสืบทอดต่อกันมาจนถึงสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 6 ต่างกันที่เนื้อดินและสีเคลือบที่มีทั้ง  
 ประเภทสองสี และสีเดียว เช่น สีเขียวมะกอก สีน้ำตาล เป็นต้น

4) แบบนครวัด ราว พ.ศ. 1653-1720 รูปแบบภาชนะมีหลากหลายประเภท  
 เช่น กระปุก ไห แจกัน ถ้วย ชาม มักนิยมเคลือบสีน้ำตาลอ่อนเลียนแบบสีทอง และสีดำ ตกแต่ง  
 ลวดลายด้วยการขีด และพิมพ์ลาย บริเวณที่ไม่เคลือบจะตกแต่งด้วยการทาน้ำดิน (Slip) สีน้ำตาล

5) บายน ราว พ.ศ. 1720-1893 รูปแบบภาชนะมักมีขนาดใหญ่ เช่น ไห เนื้อ  
 ดินปั้นหนาและหนัก นิยมเผาเคลือบและขูดลายตกแต่งตามไหล่ภาชนะ

2.4 สมัยสุโขทัย ราวพุทธศตวรรษที่ 18-19 สมัยนี้มีการค้นพบเครื่องปั้นดินเผา  
 จำนวนมากทั้งที่เป็นเครื่องถ้วยของไทย และต่างประเทศ เช่น จีน และเวียดนาม

### 2.2.2 รูปทรงเครื่องปั้นดินเผาที่พบในประเทศไทย

การออกแบบเครื่องปั้นดินเผา การศึกษาแหล่งข้อมูลที่มีอยู่เดิมเป็นพื้นฐานในการออกแบบ  
 การค้นคว้าข้อมูลด้านรูปทรงของเครื่องปั้นดินเผาที่ปรากฏในประเทศไทยจำแนกตามส่วนต่างๆ  
 ของเครื่องปั้นดินเผา ดังนี้ (สุคนธ์ แสงวิเชียร, 2521 : 34)

ขอบปาก	หนา บาง กลม เป็นเหลี่ยม มีรอยบาก ตั้งตรง รุ่มเข้า และผายออก
คอ	ทรงกรวย ทรงกระบอก ทรงกรวยลาดลง มองด้านข้างมีทั้งด้านเว้า และ ด้านนูน
ลำตัว	ทรงกรวย รูปตัวเอส (S) ทรงกระบอก ทรงกรวยต่อกัน ทรงกลมอ้วน ทรงกลมเหมือนลูกโลก
ก้นภาชนะ	แบนราบ เว้าลึกหรือตื้น รูปกึ่งทรงกลม รูปคล้ายพระจันทร์ครึ่งซีก
ฐาน	ทรงกรวยแหลม ทรงสูงโปร่ง ทรงกระบอก ทรงกรวยลาดลง ทรงกรวย เว้า ทรงอ้วนกลมมาก
สัน	สันไม่ชัดเจน สันแหลม เกือบแหลม สันแหลมคม

### 2.2.3 ประเภทของเครื่องปั้นดินเผา (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2533 : 107-108)

เครื่องปั้นดินเผามีหลายประเภท อาจแบ่งได้โดยอาศัยเกณฑ์ต่างๆ เช่น

#### 1. แบ่งโดยอาศัยกรรมวิธีในการผลิต แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

- 1.1 เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบน้ำยา
- 1.2 เครื่องปั้นดินเผาชนิดไม่เคลือบน้ำยา

#### 2. แบ่งโดยอาศัยประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แบ่งออกได้ 15 ประเภท คือ

- 2.1 หม้อหุงต้มและหม้อใส่น้ำดื่มชนิดไม่เคลือบ
- 2.2 กระจ่างปลุกต้นไม้และกล้วยไม้
- 2.3 อิฐก่อสร้าง
- 2.4 กระจ่างปูพื้น
- 2.5 โถงดินไม่เคลือบ
- 2.6 โถงและไหเคลือบ
- 2.7 ท่อดินเผาเคลือบและไม่เคลือบ
- 2.8 กระจ่างมุงหลังคาเคลือบและไม่เคลือบ
- 2.9 เครื่องปั้นดินเผาชนิดเคลือบไฟต่ำ จำพวกเครื่องประดับบ้านและโรงแรม
- 2.10 กระจ่างเคลือบปูห้องน้ำ
- 2.11 กระจ่างโมเสกเคลือบและไม่เคลือบ
- 2.12 เครื่องฉนวนไฟฟ้า เช่น ลูกถ้วยไฟฟ้า
- 2.13 เครื่องสุขภัณฑ์
- 2.14 ของใช้ในครัวเรือนและเครื่องประดับ
- 2.15 วัตถุทนไฟ เช่น อิฐทนไฟ เบ้าหลอมแก้ว หลอมโลหะ เป็นต้น

#### 3. แบ่งตามลักษณะของเนื้อดินและอุณหภูมิที่เผา แบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

3.1 ผลิตภัณฑ์ประเภทเอิเทนแวร์ (Earthen Ware) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่เผาในอุณหภูมิประมาณ  $1050^{\circ}\text{C} - 1100^{\circ}\text{C}$  โคนวัดอุณหภูมิเบอร์ 01-04 มีลักษณะโดยทั่วไปคือ เป็นงานที่หนา เนื้อหยาบ สีเนื้อดินเป็นสีน้ำตาล สีเทาอ่อนออกเหลือง เวลาเคาะเสียงไม่กังวาล มีทั้งชนิดที่เคลือบและไม่เคลือบ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ หม้อดิน กระจ่าง โถงดิน อิฐต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เอิเทนแวร์ชนิดสีขาว ดินที่ใช้เป็นสีขาวเนื้อแน่น ทึบแสง มีความพรุนตัวน้อย ที่นิยมทำกันมาก ได้แก่ งาน ชาม หรือภาชนะและเครื่องประดับต่าง

3.2 ผลิตภัณฑ์ประเภทสโตนแวร์ (Stone Ware) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้อุณหภูมิในการเผาระหว่าง  $1200^{\circ}\text{C} - 1400^{\circ}\text{C}$  โคนวัดอุณหภูมิเบอร์ 6-14 เนื้อดินเป็นสีเทา สีน้ำตาล มีเนื้อหยาบ แน่น มีความแข็งแรง เวลาเคาะมีเสียงกังวาน เช่น โถง กระจ่างราชบุรี สีลาดอน เชียงใหม่ งาน ชาม ชุดกาแฟ เขียอกน้ำ แจกัน ที่เขียนหรือ เครื่องประดับต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ผลิตภัณฑ์ประเภทพอร์สเลน (Porcelain Ware) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้ อุณหภูมิในการเผาสูงตั้งแต่ 1250 °c ขึ้นไป โคนวัตถุอุณหภูมิเบอร์ 9 เนื้อดินประกอบด้วยหินควอตซ์ หินฟันม้า ดินเกาลิน (Kaolin) ดินเหนียวขาว เมื่อนำไปเผาแล้วให้ความแข็งแรง น้ำไม่สามารถ ไหลซึมได้ เนื้อดินละเอียดเหมือนแก้ว นิยมนำไปผลิตเครื่องมือฉนวนไฟฟ้า ภาชนะทดลองทางเคมี หัวเทียนรถยนต์ เป็นต้น (ทวี พรหมพฤกษ์. 2524 : 15)

#### 2.2.4 ความสำคัญของเครื่องปั้นดินเผา (ศักดิ์ชัย เกียรติจินาจันทร์. 2533 : 108-110)

ความสำคัญของเครื่องปั้นดินเผา มีความสำคัญต่อชีวิตเป็นอย่างยิ่ง ดังนี้

1. ความสำคัญด้านประวัติศาสตร์และโบราณคดี ด้วยเหตุที่เครื่องปั้นดินเผาเข้ามามี บทบาทต่อชีวิตมนุษย์ตั้งแต่โบราณ และเป็นสิ่งที่มีความคงทนถาวร จึงกลายเป็นข้อมูลด้านผลงาน ของมนุษย์ในอดีต ซึ่งช่วยให้นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีสามารถอธิบายสภาพชีวิตของ เจ้าของเครื่องปั้นดินเผาตลอดจนความสัมพันธ์ของมนุษย์ต่างกลุ่มต่างยุคกันด้วย เช่น เครื่องปั้นดินเผา เผาที่ขุดพบที่บ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

2. ความสำคัญด้านประโยชน์ใช้สอย มนุษย์เราใช้ประโยชน์จากเครื่องปั้นดินเผา มากมายหลายด้าน เช่น ใช้ในครัวเรือน ประเภทจาน ชาม อ่าง โอ่ง เป็นต้น ใช้ในผลิตภัณฑ์ก่อสร้าง เช่น อิฐ กระเบื้องปูพื้น กระเบื้องมุงหลังคา เป็นต้น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เช่น แจกัน กระถางปลูก ต้นไม้ เป็นต้น

3. ความสำคัญด้านศิลปะและสุนทรียะ เครื่องปั้นดินเผาที่ผลิตได้มาตรฐานทั้งใน ด้านคุณภาพและความสวยงาม ย่อมให้ความรู้สึกที่สดชื่นยินดี อารมณ์สุนทรียะในความงามก็ บังเกิดขึ้นจนกลายเป็นความภาคภูมิใจในผลงานแห่งชนชาติตน ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ได้รับ การยอมรับจากชาวโลกจนกลายเป็นสัญลักษณ์แห่งวัฒนธรรมของตนเอง เช่น

- เครื่องปั้นดินเผาที่ทำจากบริษัทเลน็อก (Lenox) เป็นขวดเครื่องปั้นดินเผา ของอเมริกาที่ใช้ในทำเนียบขาวและใช้ในการต้อนรับแขกเมือง
- เครื่องปั้นดินเผาที่ทำจากบริษัทเวดจ์วูด (Wedgwood) เป็นยอด เครื่องปั้นดินเผาของอังกฤษ ใช้ประจำในพระราชวังบักกิงแฮม ผู้ผลิตได้รับพระราชทานฐานันดร ศักดิ์จากพระเจ้ากรุงอังกฤษ เป็น Sir Josiah Wedge Wood (ค.ศ. 1730-1795)
- เครื่องปั้นดินเผาที่ทำจากบริษัทโรเซนธาล (Rosenthal) เป็นถ้วยชั้นหนึ่งของ ประเทศเยอรมัน
- เครื่องปั้นดินเผาที่ทำจากบริษัทเซวเร (Servre) เป็นยอดเครื่องปั้นของฝรั่งเศส
- เครื่องปั้นดินเผาที่ทำจากบริษัทโอกูระ (Okura) เป็นถ้วยชาชั้นเลิศของญี่ปุ่น
- เครื่องปั้นดินเผาเบญจรงค์และสังคโลก

4. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจและสังคม เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทนถาวรกว่าผลิตภัณฑ์พลาสติก จึงได้รับความนิยมสูงจากผู้บริโภค จึงเป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศในระดับสูง

กล่าวได้ว่าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญในทุกชนชั้นและยังมีส่วนสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในงานด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า การโทรคมนาคม เป็นต้น

ข้อมูลงานเครื่องปั้นดินเผาด้านความเป็นมา แนวทางการศึกษา วัตถุประสงค์ ขบวนการผลิต การจำแนกประเภท และความสำคัญของงานเครื่องปั้นดินเผา จะเป็นข้อมูลเบื้องต้นแก่นักออกแบบเพื่อสร้างสรรค์รูปทรง และลวดลายเครื่องปั้นดินเผาต่อไป นอกจากนี้ นักออกแบบยังต้องศึกษาขั้นตอนการออกแบบในระบบอุตสาหกรรม ซึ่งอาศัยหลักการค้นคว้าวิจัยช่วยในการออกแบบเพื่อสนองความต้องการของมหาชน

- การประดิษฐ์ใหม่ (Innovation) หมายถึง การประดิษฐ์คิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ แล้วนำออกสู่ตลาดเป็นครั้งแรก โดยไม่เคยมีผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้มาก่อน เพื่อเป็นการแบ่งส่วนตลาด เปิดโอกาสให้ผู้ซื้อมีโอกาสเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ต้องการคิดสร้างสรรค์อย่างดี จากฐานข้อมูลที่ศึกษาถึงรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภค จึงสามารถผลิตขึ้นเพื่อสนองความต้องการผู้ใช้ได้อย่างถูกต้อง

### 2.3 เกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี เป็นเกาะเล็กๆ ที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาโอบล้อม ชาวเกาะเกร็ด ได้ชื่อว่า มีฝีมือเป็นเลิศในการทำเครื่องปั้นดินเผา มานานนับร้อยปี ตั้งแต่ยังอยู่เมืองมอญ ก่อนที่จะอพยพเข้ามาในประเทศไทย ชาวมอญได้ตั้งบ้านเรือนบริเวณปากเกร็ด ซึ่งสภาพดินเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา จึงกลายเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผา ที่รู้จักกันว่า ละเอียดยิ่งงาม สีแดง ผิวมัน และมีความประณีตมาก



ภาพที่ 2.5 ภูมิทัศน์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 2.6 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

เครื่องปั้นดินเผา ของชาวเกาะเกร็ด มีหลายขนาด ตั้งแต่ขนาดใหญ่จนถึงเล็ก ตกแต่งแบบเรียบง่าย บางชิ้นเป็นงานแกะสลัก ได้แก่ โอง อ่าง ครก กระปุก และ โองพลู ส่วนเครื่องปั้นดินเผาที่ทำขึ้นเพื่อมอบแก่บุคคลสำคัญ มีให้เลือกหลายแบบ เช่น หม้อน้ำ โองสลักลายวิจิตร ซึ่งสามารถสั่งทำได้เกือบทุกรูปแบบตามความต้องการ

นอกจากนี้ ภายในเกาะเกร็ด ยังมีศูนย์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผา ก่อตั้งโดย นางยุพิน จันทร์หอมกุล อดีตผู้ใหญ่บ้าน เพื่อเป็นศูนย์การเรียนรู้ ศูนย์กลางการตลาด การผลิต และการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พร้อมทั้งเป็นการส่งเสริมให้สมาชิกพัฒนาฝีมือ และคุณภาพยิ่งขึ้นไป ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเก่าแก่ อายุกว่าร้อยปี เช่น ครกโบราณ โอง ไห ภาชนะใช้งานของชาวมอญโบราณ เลือกซื้อและชื่นชมเครื่องปั้นดินเผาแกะสลักวิจิตร อันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีสี ซึ่งเกิดจากธรรมชาติคือ สีส้มออกแดง หรือสีเทาเข้ม เกิดจากการควบคุมอุณหภูมิในการเผา โดยไม่มีสารเคมีเคลือบ (เกาะเกร็ด. 2554 : online)

ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีเนื้อที่ประมาณ 2,498 ไร่ การเดินทางไปถึงเกาะเกร็ดได้ด้วยทางน้ำ จากท่าเรือวัดกลางเกร็ด จ.นนทบุรี มีเรือโดยสารไปยังเกาะเกร็ด ซึ่งมีท่าเรือสำคัญ 2 แห่งคือ ท่าเรือวัดฉิมพลีสุทรวาส และท่าเรือป่าฝ้าย ที่วัดกลางเกร็ดมีบริเวณสำหรับจอดรถ นักท่องเที่ยวจอดรถไว้ได้ ก่อนจะลงเรือไปเกาะเกร็ด

### สิ่งน่าสนใจที่เกาะเกร็ด ในฐานะหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP

ศูนย์หัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาหมู่บ้าน 1: ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2540 เพื่อเป็นศูนย์กลางข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เป็นศูนย์การเรียนรู้ ส่งเสริมด้านการตลาด พัฒนาคุณภาพและฝีมือ เป็นสถานที่สาธิตกระบวนการผลิตเครื่องปั้นดินเผา เป็นสถานที่จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของศูนย์ฯ มีการจัดแสดงเครื่องปั้นดินเผาเก่าแก่ เช่น ครกเก่า 200 ปี

บ้านครก: เป็นที่ซึ่งผลิตครกจำนวนมาก และมีการอนุรักษ์ครกแบบเดิม อีกทั้งยังได้เริ่มผลิตเครื่องใช้และภาชนะอื่นๆ โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ได้จัดให้ที่แห่งนี้เป็นบ้านสาธิตการปั้นและเผาเครื่องปั้นดินเผา

บ้านครอบครัวเครื่องปั้นดินเผา: เป็นกิจการของครอบครัวชาวไทยเชื้อสายมอญครอบครัวหนึ่ง สร้างผลงานชิ้นใหญ่ๆ ได้สวยงาม สิ่งซึ่งแปลกตากว่าที่อื่นๆ ก็คือ ครอบครัวนี้ทำเครื่องปั้นดินเผาเป็นรูปและลวดลายตามศิลปะไทย เช่น แกะสลักเครื่องปั้นดินเผาเป็นลายกนก โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ได้จัดให้ที่แห่งนี้เป็นบ้านสาธิตการแกะสลักเครื่องปั้นดินเผา

เตาเผาโบราณ: สร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2400 เลิกใช้งานเมื่อประมาณ พ.ศ. 2500 ปัจจุบันเป็นซากเก่าแก่หักพัง นักท่องเที่ยวอยากเห็นและถ่ายภาพ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของอดีตซึ่งยังเหลือให้เห็นอยู่

เตาหลังเต่า: เป็นเตาซึ่งเคยใช้เผาเครื่องปั้นดินเผา สร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2505 เลิกใช้งานเมื่อประมาณ พ.ศ.2540 เรียกกันมาว่า เตาลังเต่า เพราะหลังคาเตามีรูปร่างโค้งเหมือนหลังเต่า

ลานควาย: เป็นลานกว้าง ซึ่งจะมีการสาธิตการย่ำดิน เพื่อนำไปใช้ปั้นเครื่องปั้นดินเผา กระบวนการเป็นแบบดั้งเดิม คือคนควบคุมควายให้ย่ำดินก่อน แล้วจากนั้น คนจึงค่อยย่ำดิน

### เกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยา

เนื่องจากเป็นเกาะอยู่กลาง แม่น้ำเจ้าพระยา เกาะเกร็ดจึงมี จุดเด่นอย่างหนึ่งคือ มีทัศนียภาพที่สวยงาม ทางธรรมชาติ

เกาะเกร็ดมีผู้คน อยู่อาศัยเป็นชุมชนมา ตั้งแต่สมัยอยุธยา และในวันนี้ เกาะเกร็ดก็ยังคง ลักษณะชุมชน กิ่งเมืองกิ่งชนบทเอาไว้

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน จุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของเกาะเกร็ดคือ เป็นชุมชนซึ่งติดต่อกับชุมชนอื่นได้เฉพาะทางน้ำ

ประชากรของเกาะ เกร็ดแบ่งตามเชื้อชาติได้ 3 กลุ่มคือ ประชากรเชื้อชาติไทย ชาวไทยเชื้อสายมอญ และชาวไทยอิสลาม ประชากรทั้ง 3 กลุ่มอยู่ร่วมกัน โดยไม่มีความขัดแย้ง

จุดเด่นอีกอย่างหนึ่งของ เกาะเกร็ด ก็คือ วัฒนธรรม ศิลปะ ขนบธรรมเนียม และประเพณีของชาวไทย เชื้อสายมอญ ซึ่งสืบทอดจากชาวมอญใน อดีตมาอย่าง ต่อเนื่องและเด่นชัด

ด้วยจุดเด่นและองค์ประกอบเหล่านี้ เกาะเกร็ด จึงมีหลายความ น่าสนใจ รอนักท่องเที่ยวอยู่

เกาะเกร็ดในวันสำคัญทางศาสนาหรือช่วงเทศกาล

เยือนเกาะเกร็ดในวันสำคัญทางศาสนาหรือช่วงเทศกาล จะได้ชมพิธีและประเพณีของชาวไทยเชื้อสายมอญ เช่น

- วันออกพรรษา มีประเพณีตักบาตรพระร้อย (หรือตักบาตรเรือ) ประเพณีทำบุญเลี้ยงพระ ประเพณีตักบาตรดอกไม้

- เทศกาลสงกรานต์ มีประเพณีแห่หางหงส์ (หรือแห่ธงตะขาบ หรือแห่หางหงส์ธงตะขาบ) ประเพณีแห่ข้าวแช่ ประเพณีแห่ปลา ประเพณีแห่น้ำหวาน

สถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด

เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จะมีศาสนสถาน วัดเก่า เช่น วัดปรมัยยิกาวาส วัดเสาธงทอง วัดฉิมพลี วัดไผ่ล้อม วัดป่าเลไลยก์ สามารถนั่งเรือเที่ยวรอบเกาะ ชมทิวทัศน์และบ้านเรือน ชมภาพชีวิตกิ่งเมืองกิ่ง ชนบทของ ชาวเกาะเกร็ด เดินชมทิวทัศน์ บ้านเรือน ร้านค้า และวิถีชีวิตของชาวเกาะเกร็ด ชมและเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ผลิตภัณฑ์ OTOP ชมสิ่งที่น่าสนใจที่เกาะเกร็ด ในฐานะที่เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ชมภูมิสัญลักษณ์รูปหงส์ วัฒนธรรม ศิลปะ และการดำเนินชีวิตของชาวไทย เชื้อสายมอญ ที่เกาะเกร็ด ชมอาหารแบบฉบับชาวไทยเชื้อสายมอญ การปั่นจักรยานแบบสบายใจไปกับอากาศที่เกาะเกร็ด ซึ่งไร้ควันพิษจากรถยนต์ เพราะเกาะเกร็ดไม่มีรถยนต์ มีจักรยานและจักรยานยนต์

หงส์ที่เกาะเกร็ด

ที่เกาะเกร็ด มีจุดเด่นใหม่ล่าสุดสำหรับนักท่องเที่ยว นั่นคือภูมิสัญลักษณ์ขนาดใหญ่รูปหงส์ ออกแบบและสร้างขึ้นเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น อันได้แก่ความเป็นชาวไทยเชื้อสายมอญ พร้อมกับสะท้อนบางส่วนแห่งตำนาน ประวัติศาสตร์ และความเชื่อของเรา

ชาวไทยเชื้อสายมอญที่เกาะเกร็ดคืออนุชนของชาวมอญ ซึ่งอพยพมาจากเมืองมะตะมะ เมืองหงสาวดี และเมืองอื่นๆในดินแดนซึ่งเคยเป็นอาณาจักรมอญในประเทศพม่า ชาวมอญเริ่มอพยพมาอยู่ในประเทศไทยเมื่อราว ๔๐๐ ปีมาแล้ว โดยมีการอพยพครั้งใหญ่ ๒ ครั้งคือ ชาวมอญได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการค้า ไม่ว่ากรรมใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้ามาขอพึ่งพระบรมโพธิสมภารในรัชสมัยพระเจ้าตากสิน และรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

นับแต่อดีต หงส์มีความสำคัญต่อวัฒนธรรม ศิลปะ ประเพณี และความเชื่อของชาวมอญ ผู้สนใจสามารถศึกษาได้จากตำนาน ประวัติศาสตร์ และอื่นๆ ภูมิสัญลักษณ์รูปหงส์ที่เกาะเกร็ด สะท้อนความสำคัญดังกล่าว ซึ่งได้สืบทอดมาถึงชาวไทยเชื้อสายมอญที่เกาะเกร็ด

ภูมิสัญลักษณ์รูปหงส์ประดับด้วยแผ่นกระเบื้องดินเผา ทำจากดินเกาะเกร็ด ให้ชาวเกาะเกร็ดแต่นิวลงบนกระเบื้องแต่ละแผ่นให้เกิดรอย ก่อนจะนำไปติดบนตัวหงส์ เพื่อสื่อถึงความเป็นชาวเกาะเกร็ด ซึ่งมี ๓ กลุ่มเชื้อสาย และอยู่รวมกันโดยปราศจากความขัดแย้ง

ภูมิสัญลักษณ์รูปหงส์อยู่ที่ลานใกล้ท่าเรือหน้าวัดนิมพลี ออกแบบและสร้างขึ้นหลังจากเกาะเกร็ดได้รับเลือกเป็นหนึ่งในหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP

#### เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

ผลิตภัณฑ์ของเกาะเกร็ดคือเครื่องปั้นดินเผา ในอดีต เมื่อชาวมอญอพยพมาอยู่ที่เกาะเกร็ดแล้ว ก็ได้เริ่มทำเครื่องปั้นดินเผาเพื่อเป็นอาชีพ การทำเครื่องปั้นดินเผาที่เกาะเกร็ดในวันนี้ จึงสืบเนื่องกันมาแต่ครั้งกระโน้น

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นประเภทไม่เคลือบเนื้อดิน และส่วนใหญ่เป็นสีส้มอ่อนจนถึงสีแดง จุดเด่นคือการมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้แก่ การแกะสลักหรือฉลุอย่างวิจิตรบรรจง การปั้นรูปทรงและองค์ประกอบ ซึ่งแสดงถึงการสืบทอดศิลปะของชาวมอญแต่โบราณ

เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนี้เองที่เป็นความน่าสนใจ ทำให้ผู้ซื้อและนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมีใจของช่างปั้น แต่คือผลงานศิลปะ ซึ่งสืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และจะสืบทอดกันต่อไปในอนาคต (เครื่องปั้นดินเผา. 2554 : online)

## 2.4 ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จริยา แผลงนอก (2553 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป เพื่อทำการพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้างและด้านกราฟิก และประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป และความต้องการเบื้องต้น พบว่า 1) ผลงานการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2 เป็นผลงานที่ควรนำไปผลิตจริง 2) บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว สามารถแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิม และสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำแก่ผลิตภัณฑ์ 3) กลุ่มเป้าหมาย และผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจมาก กับบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว และมีความเหมาะสมด้านการใช้สอย สามารถป้องกันและรักษาสภาพของสินค้าได้ตามระยะเวลาที่กำหนด

ขุนแผน คุ่มทองคำ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะขามหวาน จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะขามหวาน และประเมินประสิทธิภาพผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์มะขามหวาน จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม ในทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นบรรจุภัณฑ์มะขามแปรรูป คุณลักษณะด้านการมองเห็นสินค้าภายในและบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่มีประสิทธิภาพด้านการใช้งานในด้านการทนแรงกดทับ การต้านแรงสั่นสะเทือนและอัตราการซึมผ่านของก๊าซ ได้มากกว่าบรรจุภัณฑ์แบบเดิม

พัฒนา ธรรมเนียม (2550 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา โดยการสร้างหุ่นจำลอง เพื่อหารูปทรงของบรรจุภัณฑ์ โดยใช้วัสดุในการผลิต คือ กระดาษลูกฟูก 1 ชั้น ชนิดลอน B วัสดุกันกระแทกภายในตัวกล่อง พบว่า การทดสอบการสั่นสะเทือน บรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่ปรากฏความเสียหาย ในการทดสอบความต้านการสั่นสะเทือนที่ความถี่ 240 รอบต่อนาที ระยะในการสั่น 25 มิลลิเมตร ระยะเวลาในการทดสอบ 1 ชั่วโมง และการทดสอบความต้านแรงกระแทกเมื่อตก พบว่า กล่องกระดาษลูกฟูกทั้ง 3 แบบเสียหาย โดยมีผลิตภัณฑ์ภายในแตกทุกกล่องรูปแบบ ที่ระดับความสูงในการตกกระแทก 760 มิลลิเมตร จำนวนครั้งของการตกกระแทกต่อกล่อง 10 ครั้ง ตำแหน่งในการตกกระแทก 1 มุม 3 ขอบ และ 6 ด้าน

จิตติณี อภิรักษ์มนตรี (2549 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขนาดและรูปทรงของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด นำมาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากการศึกษาโดยใช้แบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 50 คน และคนในพื้นที่เกาะเกร็ด จำนวน 50 คน มีความพึงพอใจกับบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาแล้ว สามารถแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมได้ และลดต้นทุนการผลิตจากบรรจุภัณฑ์เดิม ประสิทธิภาพในการใช้งานในด้านการต้านแรงสั่นสะเทือน ปกป้องสินค้าไม่ให้แตกเสียหายได้

สีห์ภูมิ ศรีโสภา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝักสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูป จังหวัดสิงห์บุรี ศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝักและการพัฒนาการใช้งานและด้านการตลาดบรรจุภัณฑ์ของฝัก ประเมินและเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว พบว่า มีความพึงพอใจในรูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิมในทุกด้าน และผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจมากกว่ารูปแบบเดิมในเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและบรรจุภัณฑ์มีประสิทธิภาพในการใช้งานทั้งด้านการทนแรงกดทับและต้านทานแรงสั่นสะเทือนได้มาตรฐานกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

# วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ซึ่งผู้วิจัยกำหนดรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

#### 3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

## 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก จำนวน 100 คน

## 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

### 3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก โดยลักษณะของคำถามจะมีทั้งคำถามแบบปิด ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ ที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยลักษณะของแบบสอบถามมี 4 ตอนดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิฐานะ อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด Likert Scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107-108) จำแนกออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ดประเภทของที่ระลึกและ โอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด Likert Scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107-108) จำแนกออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด Likert Scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2543 : 107-108)

### 3.2.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวล เพื่อกำหนดนิยามเป็นขอบเขตเนื้อหาและเป็นโครงสร้างของเครื่องมือ ให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
3. สร้างคำถามในแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ตอน รายละเอียดดังได้กล่าวไว้ข้างต้น

## 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ

3.3.1.1 เก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้วยตนเอง

3.3.1.2 หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ในการที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้

3.3.1.3 นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์ผล

### 3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการ ค้นคว้า รวบรวม จากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารการสัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

## 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ตามขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด

3.4.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์

3.4.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผาวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ พร้อมก็นำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

3.4.2.2 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกริต ประเภทของที่ระลึก โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 75) ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

การแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544 : 75) ใช้เกณฑ์ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000-0.999 หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลไม่แตกต่างกันมาก

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.000 ขึ้นไป หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลแตกต่างกันมาก

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.5.1 สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis Statistics)

##### 3.5.1.1 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร

(พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 137-143)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ	$\bar{X}$	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของกลุ่มตัวอย่าง
	n	หมายถึง	จำนวนคนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด
	$\sum X$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
	X	หมายถึง	คะแนนของแต่ละตัวในกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.5.1.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D. = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ	S.D.	หมายถึง	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
	X	หมายถึง	คะแนนของแต่ละคน
	n	หมายถึง	จำนวนคนทั้งหมด

##### 3.5.1.3 ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{ร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนของข้อมูลย่อย} \times 100}{\text{จำนวนรวมทั้งหมด}}$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม รับผิดชอบมาได้ทั้งหมด 100 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100.00 ของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

- 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา
- 4.2 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 4.3 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก และโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด
- 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

#### 4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.1.1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา

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>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

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

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพการสมรส พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 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 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาประกอบอาชีพเป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.00 ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.00 และรับราชการ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 ตามลำดับ

ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 100 ราย ส่วนใหญ่เลือกซื้อ โคมไฟ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาเลือกซื้อ โถงเล็ก จำนวน 30 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.00 เลือกซื้องานวิจิตร จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.00 เลือกซื้อ โถงมื่น 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 ส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อใช้เอง 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 เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่ การออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด 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	สถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาะแกร็ด	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 เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.544) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

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

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

ลำดับที่ 3 งานหัตถกรรมจากเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด 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	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.670) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

ลำดับที่ 1 ชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีมานาน พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.029)

ลำดับที่ 2 ราคาสมเหตุสมผล พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.910)

ลำดับที่ 3 ความปรารถนาของเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.100)

ลำดับที่ 4 รูปลักษณ์ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะแกรีต พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.02$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.943)

ลำดับที่ 5 คุณภาพของเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.248)

ลำดับที่ 6 กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.93$ ) และระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน (S.D. = 1.257)

ลำดับที่ 7 ข้างฝีมือที่มีความชำนาญงานปั้น พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการ

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

#### 4.4 ความพึงพอใจที่มีต่อด้านแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะแกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

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

ข้อ ที่	ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	n = 100		ระดับ ความพึงพอใจ	ลำดับที่
		$\bar{X}$	S.D.		
1	ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม	3.38	0.940	มาก	13
2	การสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นของ เกาะแกร็ด	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 สะดุดตา	4.15	0.914	มาก	10
12	มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.03	1.105	มาก	11
13	นำเสนอข้อมูลต่างๆ ได้อย่างน่าสนใจ	3.81	1.089	มาก	12
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.521	มาก	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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

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

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

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

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

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

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

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

ลำดับที่ 8 เหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญ พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.35$ ) และระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก (S.D. = 0.829)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

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 สะดุดตา 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)

## บทที่ 5

# สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้ผู้วิจัยจะกล่าวถึงการสรุปผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยประกอบด้วยข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก” ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ

1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก
2. เพื่อจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก
3. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยศึกษา ค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสาร ข้อความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งเป็น 3 ตอน คือ

**ตอนที่ 1** แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพการสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา

**ตอนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด Likert Scale (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543 : 107-108) จำแนกออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ประกอบด้วยคำถาม ดังนี้

1. ความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
2. ความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และโอกาสในการซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด
3. ความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

**ตอนที่ 3** ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก จำนวน 100 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการศึกษา ได้ดังนี้

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 68.00
2. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่มีอายุ 23-35 ปี จำนวน 60 ราย คิดเป็นร้อยละ 60.00
3. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.00
4. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 58 ราย คิดเป็นร้อยละ 58.00
5. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวน จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.00
6. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00
7. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่เลือกซื้อ โคมไฟ จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.00
8. นักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ส่วนใหญ่เลือกซื้อเพื่อใช้เอง จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 42.00

### 5.1.2 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

จากการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 4.08 และนักท่องเที่ยวนและคนในท้องถิ่น มีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.544 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลำดับที่ 1 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ด้านภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.51 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.659

ลำดับที่ 2 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ด้านประติมากรรมงานปั้น อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.48 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.689

ลำดับที่ 3 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ด้านงานหัตถกรรมจาก เครื่องปั้นดินเผา โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.35 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.730

ลำดับที่ 4 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ด้านสถาปัตยกรรมแบบเจดีย์ เกาะแกร็ด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.91 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.223

ลำดับที่ 5 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ด้านตราสัญลักษณ์ของจังหวัด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.64 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.283

ลำดับที่ 6 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบ ด้านคำขวัญประจำจังหวัด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.57 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.273

### 5.1.3 ระดับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และโอกาสในการซื้อ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด

จากการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ผลการศึกษาในระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และโอกาสในการซื้อ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 3.65 และนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น มีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันมาก โดย

พิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.670 เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

ลำดับที่ 1 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีมานาน มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.15 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.029

ลำดับที่ 2 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากราคาสมเหตุสมผล มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.14 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.910

ลำดับที่ 3 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากความปราณีตของเครื่องปั้นดินเผา มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.04 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.100

ลำดับที่ 4 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากรูปลักษณะที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของ เกาะแกร็ด มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.02 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.943

ลำดับที่ 5 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากคุณภาพของเครื่องปั้นดินเผา มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.67 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.248

ลำดับที่ 6 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.93 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.257

ลำดับที่ 7 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีโอกาสในการเลือกซื้อ เนื่องจากช่างฝีมือที่มีความชำนาญงานปั้น มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.59 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.491

#### 5.1.4 ระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของ ที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยรวมมีค่าเท่ากับ 4.24 และนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น มีระดับความพึงพอใจ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันมาก โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.535 เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

ลำดับที่ 1 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านลักษณะในการบรรจุเครื่องปั้นดินเผา มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.60 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.623

ลำดับที่ 2 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านการแสดงตัวสินค้าและข้อมูลของสินค้า มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.61 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.665

ลำดับที่ 3 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.60 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.711

ลำดับที่ 4 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านประสิทธิภาพในการรักษารูปทรงสินค้า มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.55 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.730

ลำดับที่ 5 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านการปกป้องรักษาเครื่องปั้นดินเผา มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.54 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.673

ลำดับที่ 6 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความสะดวกในการหยิบ จับ ถือหิ้วบรรจุ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.45 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.770

ลำดับที่ 7 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านสามารถเปิดและเก็บสินค้าได้สะดวก มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.40 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.829

ลำดับที่ 8 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านเหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.23 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.886

ลำดับที่ 9 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านการสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะถิ่น ของเกาะแกร็ด มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.18 และมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.892

ลำดับที่ 10 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.15 และมีระดับความพึงพอใจ ไม่แตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.914

ลำดับที่ 11 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 4.03 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.105

ลำดับที่ 12 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านการนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.81 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.089

ลำดับที่ 13 นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.97 และมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน โดยพิจารณาจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.159

## 5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก” ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ด้านการผลิต จะมีช่างฝีมือที่จะเป็นบุคคลรุ่นเก่า มีอายุมากแล้ว คนรุ่นใหม่ไม่นิยมสืบทอดงานฝีมือด้านเครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากรายได้ เทคโนโลยีที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว ทำให้มองงานปั้นที่มีมาแต่อดีตไม่จูงใจให้เป็นอาชีพในการหาเลี้ยงตน รวมทั้งการบริโภค ของลูกค้าในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากอดีต สอดคล้องกับแนวคิดของ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545 : 3) ปัญหาด้านการตลาด ผู้ประกอบการจะผลิตเครื่องปั้นดินเผา จะสร้างสรรค์งานตามความถนัด และจากประสบการณ์ ภูมิปัญญาที่มีอยู่เดิม ไม่เป็นไปตามแนวโน้มของตลาดปัจจุบัน ซึ่งถ้ามีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดผลิตภัณฑ์จะสามารถให้การตลาดเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ Philip Kotler (แปลโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2550 : 400) กลยุทธ์การตลาดเริ่มจากการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด จะสามารถสร้างความพึงพอใจที่ดีที่สุดแล้ววางตำแหน่งข้อเสนอทางการตลาดเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจดจำความแตกต่างและภาพพจน์

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้อภิปรายผล ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน มุ่งที่ประโยชน์การใช้งาน การปกป้องสินค้าภายใน รูปแบบการห่อหุ้มสินค้า การแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 205) กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของฝากต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ

การนำกระดาษลูกฟูกเป็นวัสดุ เนื่องจากสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงษ์ธาดา วุฒิการณ และยลฤดี วุฒิการณ (2541 : 35) กล่าวว่า การรีไซเคิลกระดาษเป็นวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้มากที่สุดเป็นอันตรายต่อผู้ใช้น้อยที่สุด อีกทั้งกระดาษลูกฟูกยังมีคุณสมบัติลดแรงกระแทก น้ำหนักเบา รูปทรงของกล่องเป็นลักษณะสี่เหลี่ยมง่ายต่อการวางซ้อน สามารถขึ้นรูปโดยไม่ต้องใช้กาวหรือเทปใส ขนาดเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่กระแทกกระหว่างการขนส่ง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย การออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิก โดยที่การออกแบบโครงสร้าง จะเน้นคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ส่วนการออกแบบกราฟิกจะสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย การออกแบบทั้ง 2 ส่วน จะเกี่ยวพันไปในทางเดียวกันเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าเครื่องปั้นดินเผา ออกแบบโครงสร้าง ให้ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าให้ผู้ซื้อสนใจหยิบชม การวิเคราะห์เลือกกลุ่มเป้าหมายศึกษาโอกาสที่สินค้ามีโอกาสขาย ออกแบบให้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงสร้างรูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อลดต้นทุนการผลิต มีหูหิ้วเพื่ออำนวยความสะดวกในการถือหิ้วของผู้ซื้อเลือกวัสดุกระดาษลูกฟูกลอน E เป็นลอนขนาดเล็กเหมาะกับขนาดบรรจุภัณฑ์ทั้งสามารรถคุ้มครองปกป้องสินค้าได้และราคาต้นทุนอยู่ในระดับเหมาะสม

การส่งเสริมการขายรูปแบบของกราฟิกพื้นสีของกระดาษให้ความรู้สึกผิวธรรมชาติของวัสดุหลายสีของเนื้อดินปั้น เข้ากับสีของผลิตภัณฑ์ กราฟิคมิมพ์ 1 สี ด้วยระบบเฟล็กโซให้มีความประหยัดต้นทุนในการพิมพ์เหมาะกับประเภทสินค้าผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ด้านหน้าจะให้เห็นผลิตภัณฑ์ กราฟิกราคาสินค้าด้านล่างสื่อถึงประเภทของกิจการอย่างชัดเจน ด้านข้างซ้ายกล่องเป็นประวัติเกาะเกร็ด ด้านขวา ด้านหลังกล่องเป็นตราสินค้า OTOP ด้วยผลิตภัณฑ์ภายในเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่แตกหักง่าย จึงมีสัญลักษณ์บ่งบอกอย่างชัดเจน โทนสีในภาพรวม เป็นสีดินเป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงวัสดุมาจากธรรมชาติ แสดงความเป็นตัวตนของสินค้าภายในอย่างชัดเจน

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำวิจัยไปใช้และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ส่วนใหญ่จะใช้กระดาษหนังสือพิมพ์รองผลิตภัณฑ์ก่อนบรรจุใส่ในกล่อง ที่มีขนาดเดียว หากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กเกินไปก็จะเกิดการกระแทกระหว่างการขนส่ง จึงควรออกแบบขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด เช่น โคมไฟ แจกัน โอ่งใบเล็ก เป็นต้น

2. กล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ ไม่ได้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการ ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ ไม่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการจึงควรมีตราสินค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือ การแสดงเรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนริมสายน้ำ มีผลให้สินค้าดูสะดุดตา น่าสนใจ กระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ เกิดการจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านการใช้งานและด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อปกป้องและโฆษณาสินค้า จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการจำหน่ายสูงขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองและสามารถประกอบกิจการได้อย่างยั่งยืน หน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชนควรให้การสนับสนุน ส่งเสริม ให้ความรู้ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประยุกต์วัสดุที่มีอยู่ในกระบวนการผลิต

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เฉพาะพื้นที่หนึ่ง และในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยผู้สนใจที่จะศึกษารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถนำแนวทางเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของฝากอื่น ๆ ได้อีกต่อไป



ภาพที่ 5.1 สถานที่ผลิตเครื่องปั้นดินเผา อยู่ภายในร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 5.2 การจัดวางผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

- กันยาพร คุณทลเสพย์. 2549. “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการศึกษาของ บริษัท ชงไชย นวัตกรรม.” สารนิพนธ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด. 2545. [online] Available. <http://www.sknc.ac.th>. (25 มิถุนายน 2554).
- เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด. 2545. [online] Available. <http://www.tourism.go.th>. (25 มิถุนายน 2554).
- จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง. 2547. “บรรจุภัณฑ์กับการพัฒนาสินค้าวิสาหกิจ.” เอกสารประกอบการบรรยาย. กรุงเทพฯ : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จริยา แผลงนอก. 2553. “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์มะม่วงแปรรูป.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จิตศิลป์ อภิรักษ์มนตรี. 2549. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จิรพันธ์ สมประสงค์. 2532. ศิลปะประจำชาติ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ชัยรัตน์ อิศวางกูร. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ : ทัั้งฮั่วชินการพิมพ์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. 2544. เทคนิคการใช้สถิติในการวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทวี พรหมพฤกษ์. 2524. เครื่องปั้นดินเผาไทย. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ชนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2550. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.
- ประชิด ทัศนบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ : Packaging Design. กรุงเทพฯ : โอ เอส พรินท์ติ้ง เฮาส์.
- พงษ์ธาดา วุฒิการณ์ และยลฤดี วุฒิการณ์. 2541. ศิลปะบรรจุภัณฑ์ในเมืองโตเกียวและเชียงใหม่ : ในมุมมองทางสังคมและวัฒนธรรม. เชียงใหม่ : มูลนิธิชุมชนิโตะโมะ.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักงานทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- พัฒนา ธรรมนิยาม. 2550. “การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พิระศักดิ์ กิตติศรีวรพันธุ์ และ วรกฤษฎี สุจริตจันทร์. 2550. “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา จังหวัดอุบลราชธานี ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์.” งานวิจัยสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ม. ราชภัฏอุบลราชธานี.

วิรุณ ตั้งเจริญ. 2526. การออกแบบ. กรุงเทพฯ : วัฒนาอาร์ต.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาकिनทร์. 2533. การออกแบบเครื่องปั้นดินเผา. อุบลราชธานี : พิมพ์ลักษณ์.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย. 2546.

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : บางกอกบลิ๊อค.

สาคร คนธโชติ. 2528. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

สีห์ภูมิ ศรีโสภณ. 2548. “การศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูป จังหวัดสิงห์บุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. กลยุทธ์ด้านการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

### ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด

#### คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้ เป็นการสอบถาม เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความเป็นจริงทุกประการ ข้อมูลที่ได้จะเก็บเป็นความลับและไม่ส่งผลกระทบต่อท่าน ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวม ไม่ได้เสนอเป็นรายบุคคล และจะใช้ข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

#### แบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน

- ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อการเลือกผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และโอกาส ในการซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด
- ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกตอนทุกข้อ เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความร่วมมือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามทั่วไปเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างตามสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ.....ปี

3. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....ปี

4. สถานภาพการสมรส

โสด

สมรส

หย่าร้าง

แยกกันอยู่

5. ภูมิลำเนา

คนในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

นักท่องเที่ยว

6. อาชีพ

รับราชการ

รัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัทเอกชน

ประกอบธุรกิจส่วนตัว

อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

7. ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ

แจกกัน

โคมไฟ

โถงเล็ก

งานวิจิตร

โถخمั้น

หม้อน้ำ

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

8. ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา

ใช้เอง

ฝากญาติผู้ใหญ่ / เพื่อน

เก็บสะสม

ของขวัญตามเทศกาล

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำชี้แจง โปรดพิจารณาตามความคิดเห็นของท่าน และใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ตามความเป็นจริงของท่าน เพียงคำตอบเดียว

เกณฑ์การพิจารณาระดับความคิดเห็น มี 5 ระดับ คือ

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะแกรีต ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จำนวน 6 ข้อ

ข้อ	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	ระดับความคิดเห็น				
		มาก	มาก	ปาน	น้อย	น้อย
		ที่สุด	ที่สุด	กลาง		ที่สุด
		5	4	3	2	1
1	คำขวัญประจำจังหวัด					
2	ตราสัญลักษณ์ของจังหวัด					
3	สถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาะแกรีต					
4	ประติมากรรมงานปั้น					
5	งานหัตถกรรมจากเครื่องปั้นดินเผา					
6	ภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด ประเภทของที่ระลึก และ โอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ด จำนวน 7 ข้อ

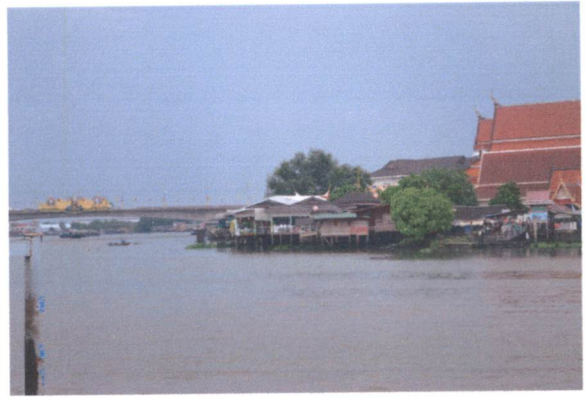
ข้อ	โอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาะแกร็ด	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ความปราณีตของเครื่องปั้นดินเผา					
2	รูปลักษณะที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาะแกร็ด					
3	คุณภาพของเครื่องปั้นดินเผา					
4	ชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีมานาน					
5	ช่างฝีมือที่มีความชำนาญงานปั้น					
6	ราคาสมเหตุสมผล					
7	กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะแกร็ดประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ จำนวน 13 ข้อ

ข้อ	คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1	ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม					
2	การสะท้อนความเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นของเกาะแกร็ด					
3	การแสดงตัวสินค้าและข้อมูลของสินค้า					
4	บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า					
5	ลักษณะในการบรรจุเครื่องปั้นดินเผา					
6	ความสะดวกในการหยิบ จับ ถือนิ้วบรรจุภัณฑ์					
7	การปกป้องรักษาเครื่องปั้นดินเผา					
8	มีประสิทธิภาพในการรักษารูปทรงสินค้า					
9	เหมาะสมกับการมอบเป็นของขวัญ					
10	สามารถเปิดและเก็บสินค้าได้สะดวก					
11	มีความสวยงาม โดดเด่น สะอาดตา					
12	มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					
13	นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ					



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ข1 ภูมิทัศน์รอบเกาะเกร็ด



ภาพที่ ข2 การตลาดเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ข3 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

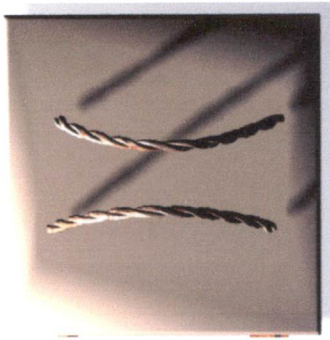


ภาพที่ ข4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดูแบบแปลนนี้ด้วย และตั้งรับจนถึงถึงเจ้าคุณอนุสรณ์หลวงศรีนครนารีไปใช้  
**ภาพที่ ๖5** แบบร่างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก



ภาพด้านบน



ภาพด้านหน้า

ภาพด้านข้าง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้ภายในชื่อธุรกิจเท่านั้น ไม่สามารถให้ข่าวไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ภาพที่ ข6 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก  
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้