

**ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ** ผลของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้  
ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสบู่อ่อนผลิตโดย  
บริษัท อัครศิสุริยน จำกัด

**ผู้เขียน** สิริวิชญ์ อาริษเพียร

**ปริญญา** บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

**คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ**

รองศาสตราจารย์ ดร. รวิพร คุณเจริญไพศาล	ประธานกรรมการ
อาจารย์ก้องภู นิมานันท์	กรรมการ
อาจารย์วีระพันธ์ จันทร์หอม	กรรมการ

#### บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลของการออกแบบกราฟิกบนกล่องบรรจุภัณฑ์ต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค : กรณีศึกษาสบู่อ่อนผลิตโดย บริษัท อัครศิสุริยน จำกัด โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 150 ราย ซึ่งผลการศึกษารูปได้ดังนี้

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักเรียน / นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดและส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์สบู่อ่อน

ด้านการรับรู้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรากฐานต่างกัน อาทิเช่น เพศ วัฒนธรรม ประสบการณ์ในอดีต รสนิยมด้านความงามและ แรงจูงใจที่ต่างกัน จะทำให้การรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันไป

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการออกแบบกราฟิกในส่วนของ ตัวอักษร ภาพประกอบ และสี นั้นเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผู้บริโภค

ปัจจัยของการออกแบบกราฟิกบนกล่องบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถส่งเสริมการตลาดได้

ส่วนปัญหาอื่นที่พบในการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์คือบริษัทของผลิตภัณฑ์  
ขาดการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ขาดความเป็นมาตรฐาน หรือการรับประกัน ด้วยเครื่องหมาย  
การรับรองต่าง ๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้า มีสถานที่ในการจัดจำหน่ายไม่ทั่วถึง  
รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่ดูทันสมัย และ ผลิตภัณฑ์ควรเน้นความเป็นสมุนไพรมากกว่า  
นี้



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Independent Study Title**      The Effect of Graphic Design on Packaging Toward Consumer Perception of Brand Image : A Case Study of Ukkeesuriyon of Soap

**Author**                              Mr. Siriwat Aratpear

**Degree**                                Master of Business Administration

**Independent Study Advisory Committee**

Assoc. Prof. Dr. Rawipron Kujareonphaisarn      Chairperson

Lecturer Kongpou Nhimannun                      Member

Lecturer Weeraphan Chanhom                    Member

**ABSTRACT**

The objective of this independent study was to research the effect of graphic design on packaging toward consumer perception of brand image: a case study of Ukkeesuriyon of soap. The data was collected by distributing questionnaires to 150 customers. The results of the study are as follows.

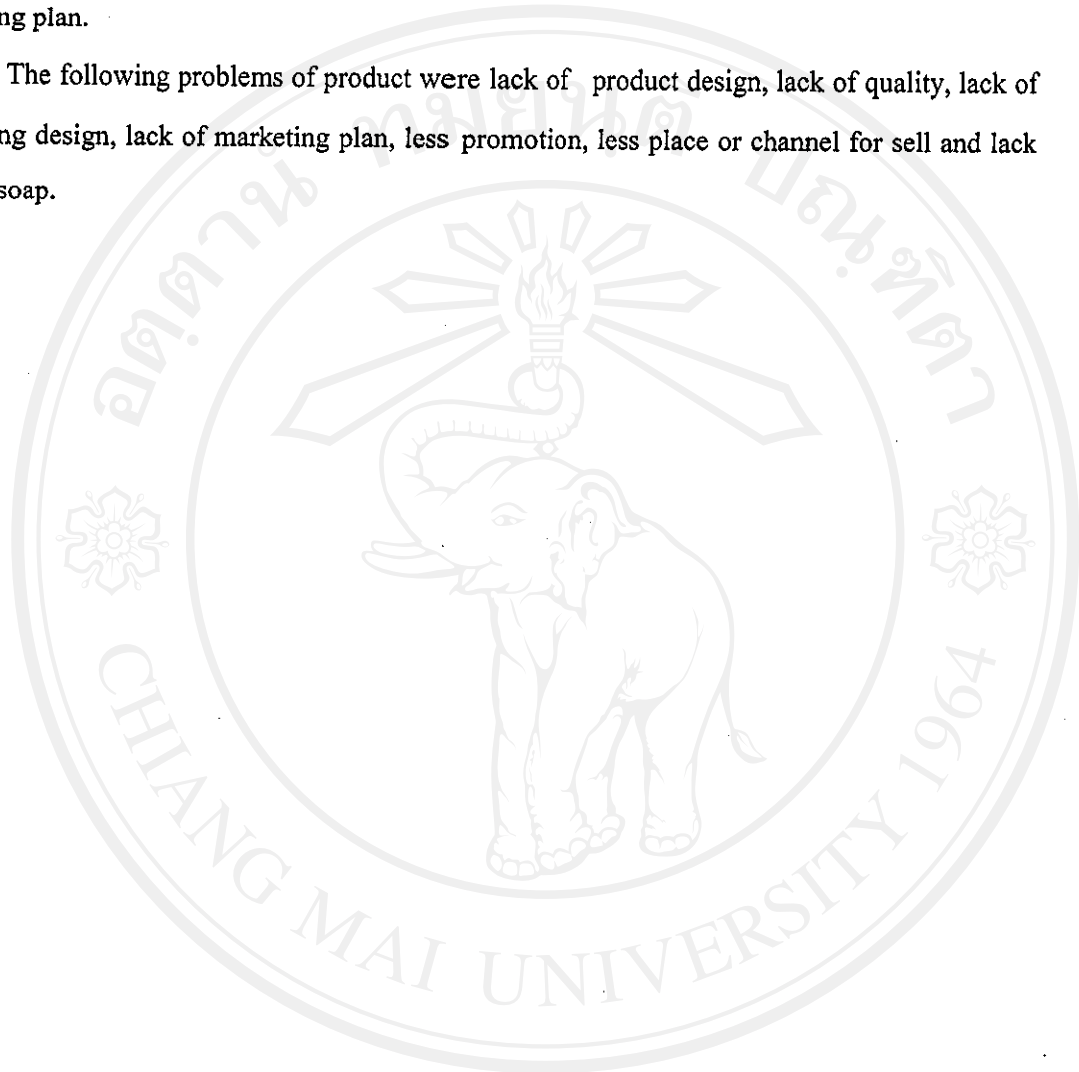
It was found from this study that an equal number of respondents were female, having an average age of 21-30 years old, with the average level of education being a bachelor degree. They were mostly studied, earning an average less than 10,000 bath per month. Most of the respondents were single and almost used soap.

There were some differences in the perception of brand image based on gender, cultural, experience, sense of beauty, motivation etc.

In term of the composition of graphic design factor, font, illustrate and color were among important factors influencing perception of brand image.

In term of the composition of graphic design factor was important factor influencing marketing plan.

The following problems of product were lack of product design, lack of quality, lack of packaging design, lack of marketing plan, less promotion, less place or channel for sell and lack of herb soap.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved