หัวข้อวิทยานิพนธ์	การรับรู้บรรจุภัณฑ์ ความต้องการ การใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ และการตัดสินใจ ซื้อบรรจุภัณฑ์เชิงนวัตกรรมที่ทำจาก อีพีอี โฟม ของกลุ่ม ผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพและความงาม
คำสำคัญ	การรับรู้ / ความต้องการ / การใช้ประโยชน์ / การตัดสินใจซื้อ
ชื่อนักศึกษา	พิมพ์พจี ศิริลักษณ์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริยา อาห์ลุวาเลีย
ระดับการศึกษา	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
คณะ	นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี
พ.ศ.	2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ ความต้องการ การใช้ประโยชน์ และการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์นวัตกรรมที่ทำจาก อีพีอี โฟม ในกลุ่มผู้ประกอบการด้านสุขภาพและความงาม การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่วัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ได้แก่ (1) เพื่อศึกษาระดับความตระหนักและการรับรู้เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์อีพีอีโฟม (2) เพื่อระบุคุณสมบัติและความต้องการที่ผู้ประกอบการต้องการ (3) เพื่อวิเคราะห์การใช้ประโยชน์และประโยชน์ใช้สอยในการดำเนินธุรกิจจริง และ (4) เพื่อสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งรวมถึงคุณภาพ ต้นทุน ความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม และความปลอดภัย

การวิจัยเชิงปริมาณได้ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างซึ่งแจกให้กับเจ้าของธุรกิจด้านสุขภาพและความงามและผู้มีอำนาจตัดสินใจด้านบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะแสดงให้เห็นว่าอีพีอีโฟม สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการปกป้องผลิตภัณฑ์ ลดความเสียหายด้านโลจิสติกส์ และสนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ผลการศึกษาจะให้ข้อมูลเชิงลึกอันมีค่าแก่ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ ผู้ประกอบการ และนักการตลาด เพื่อออกแบบโซลูชันอีพีอีโฟม ที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า มาตรฐาน ESG และแนวโน้มตลาดในอนาคต

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ EPE Foam ในด้านต่าง ๆ ผลโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.94) แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงามให้ความสำคัญกับการนำบรรจุภัณฑ์ EPE Foam ไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจได้จริง และช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจเกิดความยั่งยืน

SPU CHONBURI

เมื่อผลวิเคราะห์วิจัยนี้เป็นแบบรายด้าน พบว่า ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ (Protection) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (4.00) สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับคุณสมบัติหลักของบรรจุภัณฑ์ EPE Foam ในการรองรับแรงกระแทกและลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่ง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ในธุรกิจสุขภาพและความงามที่มีความเปราะบางและมีมูลค่าสูง

รองลงมาคือ ทางด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Branding) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (3.96) แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมองว่าบรรจุภัณฑ์ EPE Foam สามารถช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในสายตาของผู้บริโภค นอกเหนือจากบทบาทด้านการปกป้องสินค้าเพียงอย่างเดียวขณะเดียวกันที่ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน (Sustainability) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น (3.87) แม้จะยังอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการเริ่มตระหนักถึงการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ EPE Foam ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม แต่ยังให้ความสำคัญรองลงมาจากมิติด้านการใช้งานเชิงกายภาพและภาพลักษณ์ทางการตลาด

สรุปผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า:ผู้ประกอบการธุรกิจด้านสุขภาพและความงามให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ EPE Foam ในด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ในขณะเดียวกันทางด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนแม้ว่าจะได้รับความสนใจในระดับมาก แต่ยังมีโอกาสในการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุนให้เชื่อมโยงกับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างชัดเจนยิ่งขึ้นในอนาคตตามความต้องการของผู้บริโภค

SPU CHONBURI

Thesis Title	Packaging Awareness, Demand, Packaging Utilization and Purchasing Decision of Innovative Packaging Made from EPE Foam Among Health and Beauty Business Operators
Keywords	Importance / Perception / Need / Utilization / Purchase Decision
Student	Pimpagee Sililak
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr.Pariya Ahluwalia
Level of Study	Master of Communication Arts
Faculty	School of Communication Arts, Sripatum University at Chonburi
Year	2026

ABSTRACT

This research aims to study the perception, need, utilization, and purchase decision of innovative packaging made from EPE foam among health and beauty businesses. The study focuses on four main objectives: (1) to study the level of awareness and perception of EPE foam packaging; (2) to identify the properties and needs desired by businesses; (3) to analyze the utilization and practical applications in actual business operations; and (4) to explore factors influencing purchase decisions, including quality, cost, environmental concerns, and safety.

Quantitative research used a structured questionnaire distributed to health and beauty business owners and packaging decision-makers. Data were analyzed using descriptive and inferential statistics. The research results are expected to demonstrate how EPE foam can enhance product protection, reduce logistical damage, and support sustainable business operations. The study results will provide valuable insights to packaging manufacturers, businesses, and marketers to design EPE foam solutions that align with customer expectations, ESG standards, and future market trends.

The research findings show that the sample group utilized EPE foam packaging in various aspects, with an overall high level of utilization (mean 3.94), indicating that health and beauty businesses place importance on the practical application of EPE foam packaging in their business operations. This research also helps promote and support sustainable business operations.

SPU CHONBURI

When analyzing the research by aspect, it was found that product protection had the highest average score (4.00), reflecting that entrepreneurs prioritize the main property of EPE foam packaging in absorbing impact and reducing product damage during transportation. This aligns with the fragile and high-value nature of products in the health and beauty industry.

The next highest average score was for product image (Branding), which was at a high level (3.96), indicating that entrepreneurs believe EPE foam packaging can enhance the image, credibility, and value of their products in the eyes of consumers, beyond just protecting the product.

At the same time, the environmental and sustainability aspect had the lowest average score compared to other aspects (3.87), although still at a high level. This reflects that entrepreneurs are beginning to realize the environmental benefits of EPE foam packaging, but it is still given less importance than the physical functionality and marketing image aspects.

In conclusion, this research shows that: entrepreneurs in the health and beauty business prioritize the use of EPE foam packaging in terms of product protection first, followed by product image. While the environmental and sustainability aspect has received a high level of interest, there is still an opportunity to develop and promote it to be more clearly linked to business strategies in the future, based on consumer needs.

SPU CHONBURI