



ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Tissue Paper in Bangkok

ของ

นางสาวเสริมศรี กอวัฒนากุล

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2537

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ นางแว นริ่งนระ , 19.10.37

(อาจารย์บรรเลง ศรีพัฒนกิจ)

กรรมการปัญหาพิเศษ กุลกิตตา ณ ป้อมเพ็ชร , 19.10.37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลกิตญา ณ. ป้อมเพ็ชร)

หัวหน้าภาควิชา Why N , 19.10.37

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยา ลิกธิวัตติ)

รฟพ.
ส 925พ
2537

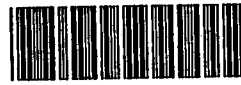
ศูนย์เทคโนโลยีการตลาด พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

พฤติกรรมการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร

Consumer Behavior of Tissue Paper in Bangkok



T097162

โดย

นางสาวเสริมศรี กอวิฒนากุล

เสนอ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

พ.ศ. 2537

เลขหมู่..... 2527

เลขทะเบียน..... 97162

วันเดือนปี..... 5 Jun 2003



ชื่อเรื่อง : พฤติกรรมการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร
โดย : นางสาวเสริมศรี กอวัฒนากุล
ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตร์บัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)
สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร
อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : ว.ก.ว. น.โพธิ์โพธิ์ , .ร.ร. / .ร.ร. / .ร.ร.
(บรรเลง ศรีพัฒนทนต์)

กระดาษชำระเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดชนิดหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันมนุษย์มีการพัฒนาด้านสุขอนามัยมากขึ้น กระดาษชำระจึงกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะกิจกรรมในห้องน้ำ ในการรับประทานอาหารตลอดจนการใช้ทำความสะอาดเพื่อทดแทนการใช้ผ้าเช็ดตัว ส่งผลให้ความต้องการใช้กระดาษชำระของผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงได้ศึกษาถึงพฤติกรรม ทศนคติ และปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการใช้กระดาษชำระของผู้บริโภค โดยศึกษาเฉพาะผู้ใช้กระดาษชำระ ในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษารังนี้ จะทำให้ทราบถึงแนวทางการปรับปรุงทางการตลาด ให้กระดาษชำระมีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด และยังเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตวัตถุดิบ เช่น เกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร เป็นต้น เพื่อนำไปวางแผนการขยายพื้นที่เพาะปลูกพืชที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเชื้อ ให้มีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาของผู้ใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน ซึ่งกำหนดอายุเป็นเกณฑ์ โดยการใช้แบบสอบถามทำให้ทราบว่าลักษณะของผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ปานกลาง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีสมาชิกในครอบครัว 4-6 คนและมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้าน ทางด้านพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระ พบว่าผู้ใช้กระดาษชำระนิยมใช้ในกิจกรรมเกี่ยวกับการเช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ ส่วนใหญ่ใช้ในห้องรับประทานอาหาร/



ร้านอาหาร ซึ่งผู้ใช้กระดาษชำระส่วนมากเป็นผู้ซื้อมาใช้เองโดยซื้อมาจากซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าสะดวกซื้อ ในปริมาณครั้งละ 6 ม้วน ความถี่ในการซื้อเดือนละ 2 ครั้ง โดยมีการรู้จักและเลือกซื้อยี่ห้อเชลล์ล็อกซ์มากที่สุด เนื่องจากพอใจในคุณภาพและราคา ทางด้านปัญหาผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่ไม่พบปัญหาใด ๆ ส่วนผู้ที่ประสบปัญหาส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาเกี่ยวกับเนื้อกระดาษชำระเป็นขุยและยุ่ยง่าย และหลังจากประสบปัญหาดังกล่าวแล้วผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่ จะเลิกใช้กระดาษชำระเฉพาะยี่ห้อนั้น แล้วเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นแทนทางด้านปัจจัย และความคิดเห็นที่มีผลต่อการใช้กระดาษชำระ พบว่าผู้ใช้กระดาษชำระเห็นว่าคุณภาพของเนื้อกระดาษชำระเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด รองลงมาคือด้านความสะดวกในการซื้อและควรมีผลหลายบนเนื้อกระดาษเพื่อเพิ่มความสวยงาม น่าใช้ และในด้านกิจกรรมการส่งเสริมการขาย ของกระดาษชำระที่ผู้บริโภคสนใจมากที่สุดคือการลดราคา ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ผู้ผลิตใช้แข่งขันกันอยู่ในปัจจุบัน

สำหรับข้อเสนอแนะในการศึกษาเรื่องนี้ ผู้ทำการศึกษาสรุปได้ดังนี้ คือ

1. ทางด้านบริษัทผู้ผลิตควรควบคุมคุณภาพของกระดาษชำระให้มากขึ้น โดยเฉพาะวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คือ เชือกกระดาษ ควรจะมีสัดส่วนการใช้เศษกระดาษให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และช่วยลดต้นทุนการผลิตจากการนำเข้าวัตถุดิบประเภทเยื่อใยขาวจากต่างประเทศ

2. ทางด้านรัฐบาล ควรเร่งรัดพัฒนาการเกษตร เพื่อผลิตวัตถุดิบสำหรับป้อนโรงงาน โดยการส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกพืชที่ใช้ทำเชือกกระดาษเช่น ไม้ไผ่ ปอแก้ว ไม้ยูคาลิปตัส เพิ่มขึ้น เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ และเป็นการสร้างอาชีพ ซึ่งสามารถเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรของไทยอีกด้วย

คำนิยม

ปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จเรียบร้อยลงได้ ทั้งนี้เนื่องจากความกรุณาช่วยเหลือ
ให้คำแนะนำ จากอาจารย์บรรเลง ศรีพัฒนาศัย ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ พร้อม
ทั้งกรรมการปัญหาพิเศษ ผู้ช่วยศาสตราจารย์กุลัญญา ณ.ป้อมเพชร ที่กรุณาให้คำแนะนำ
และแก้ไขตรวจทานให้เกิดความถูกต้องสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ก็ขอขอบคุณบริษัทผู้ผลิต
กระดาษชำระ ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างดียิ่ง ตลอดจนพี่ ๆ น้อง ๆ
และเพื่อน ๆ ที่ช่วยเหลือในการออกภาคสนามและเก็บรวบรวมข้อมูล

เสริมศรี กอวัตนากุล

ตุลาคม 2537

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
การตรวจเอกสาร	3
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 กระจาดข้าวระในประเศไทย	9
ประวัติความเป็นมา	9
กรรมวิธีการผลิตกระจาดข้าวระ	11
วัตถุดิบ	11
กระบวนการผลิตเอื่อกระจาด	14
อุปกรณ์และเครื่องจักรต่าง ๆ	17
กระบวนการผลิตกระจาดข้าวระ	18
ปัญหาการผลิตกระจาดข้าวระ	22
สภาพการตลาดกระจาดข้าวระ	23
บทที่ 3 ผลการศึกษา	26
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้กระจาดข้าวระ	26
ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้กระจาดข้าวระและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้	33
กระจาดข้าวระ	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ใช้ กระดานชำระ	43
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	60
สรุป	60
ข้อเสนอแนะ	62
เอกสารอ้างอิง	64
ภาคผนวก	66

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนผู้ผลิตและกำลังผลิตกระดาษชำระ	10
2	เพศ	27
3	สถานภาพการสมรส	28
4	ระดับการศึกษา	29
5	อาชีพ	30
6	ระดับรายได้ต่อเดือน	31
7	จำนวนสมาชิกในครอบครัว	32
8	ลักษณะที่อยู่อาศัย	33
9	ลักษณะกิจกรรมการใช้กระดาษชำระนอกจากใช้ในห้องน้ำ	34
10	ผู้ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมต่าง ๆ แยกตามอายุ	35
11	สถานที่ที่ใช้กระดาษชำระนอกจากใช้ในห้องน้ำ	36
12	ยี่ห้อของกระดาษชำระที่ผู้ใช้กระดาษชำระรู้จัก	37
13	ยี่ห้อของกระดาษชำระที่ผู้ใช้กระดาษชำระเลือกใช้	39
14	เหตุผลที่นิยมใช้กระดาษชำระยี่ห้อดังกล่าว	41
15	ปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษชำระ	42
16	ลักษณะการซื้อของผู้ใช้กระดาษชำระ	43
17	ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อ	44
18	สถานที่ที่เลือกซื้อกระดาษชำระ	45
19	ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง	46
20	ความถี่ในการเลือกซื้อกระดาษชำระ	47
21	ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ใช้กระดาษชำระประสบหลังการใช้	48
22	การตัดสินใจหลังประสบปัญหาของผู้ใช้กระดาษชำระ	49
23	ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและคุณภาพของกระดาษชำระ	50
24	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีสันของกระดาษชำระ	51

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
25	ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นหอมพิเศษของกระดาษชำระ	52
26	ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของกลิ่นหอมพิเศษ	53
27	ความคิดเห็นเกี่ยวกับลวดลายของกระดาษชำระ	54
28	ความคิดเห็นของผู้ใช้กระดาษชำระเกี่ยวกับลวดลายแยกตามอายุ	55
29	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของลวดลายบนกระดาษชำระ	56
30	ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของลวดลายบนกระดาษชำระ	57
31	ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุของกระดาษชำระ	58
32	ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการขายของกระดาษชำระ	59

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กระบวนการผลิตเชื้อกระดาษ	16
2	กระบวนการผลิตกระดาษชำระ	20
3	เครื่องผลิตกระดาษชำระ	21
4	เครื่องตัดลูกกระดาษ/เครื่องบรรจุหีบห่อ	21

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

ปัจจุบันนี้การดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคมไทย มีการเปลี่ยนแปลงไปมากเนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ชุมชนเมืองจึงมีการขยายตัวในระดับสูง ทำให้มีความความต้องการบริโภคปัจจัยด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะปัจจัยทางด้านการทำความสะอาด ซึ่งมีผู้ที่พยายามพัฒนาและปรับปรุงเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งกระดาษชำระก็เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งที่ได้พัฒนามาจากวัตถุดิบทางการเกษตร เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว โดยใช้เยื่อกระดาษที่แปรรูปจากไม้หรือพืชเศรษฐกิจ เช่น ไม้ยูคาลิปตัส ไม้สน ไม้ไผ่ ปอแก้ว ชานอ้อย และอื่น ๆ ในการผลิตและยังมีการพัฒนารูปแบบต่าง ๆ ให้มีความหลากหลายและสะดวกต่อการนำไปใช้

กระดาษชำระจึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต่อคนในปัจจุบัน ถึงขนาดจะขาดเสียไม่ได้เลยสำหรับกิจกรรมในห้องน้ำ นอกจากนี้ยังใช้ในกิจกรรมการรับประทานอาหารและการใช้ทำความสะอาดเพื่อทดแทนการใช้ผ้าเช็ดตัวที่มีข้อจำกัดในเรื่องการทำความสะอาดและพื้นที่ในการตากแห้ง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีแนวโน้มของลักษณะที่อยู่อาศัยเปลี่ยนแปลงเป็น คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้กระดาษชำระมากขึ้นตามไปด้วย

อย่างไรก็ตามการประกอบการในรูปอุตสาหกรรมการผลิตกระดาษชำระ ในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตประสบกับปัญหาที่สำคัญ คือการขาดแคลนวัตถุดิบในการผลิตเนื่องจากเยื่อกระดาษที่ผลิตได้ภายในประเทศมีไม่เพียงพอ จึงต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ ทำให้ต้นทุนในการผลิตสูง และจะเห็นได้ว่าอัตราการใช้กระดาษชำระของคนไทยยังน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้วอย่าง ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลี ซึ่งมีการใช้กระดาษ

ชำระมากกว่าคนไทยถึง 10 เท่าแต่ในอนาคตคาดว่าสินค้าประเภทนี้จะมีแนวโน้มของอัตราการใช้สูงขึ้นอีกหลายเท่าตัว (กรุงเทพฯธุรกิจ , 2536 : 2) จึงน่าจะได้มีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลในตัดสินใจเลือกซื้อกระดาษชำระของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยเกี่ยวกับคุณภาพของเนื้อกระดาษ ราคา ยี่ห้อ และส่วนประกอบอื่น ๆ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ผลิตในการศึกษาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการขยายตลาดให้กว้างขึ้นทั้งภายในประเทศและส่งออกไปจำหน่ายต่างประเทศ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยและความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อกำหนดข้อเสนอแนะด้านนโยบายที่เกี่ยวกับการผลิตและการตลาดของกระดาษชำระ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อกระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการเพื่อวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการกระดาษชำระของตลาด
3. ทำให้ทราบถึงข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวัตถุดิบที่แปรรูปเป็นเยื่อกระดาษเพื่อนำมาใช้ผลิตกระดาษชำระ ซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตวัตถุดิบ เช่น เกษตรกร กรมส่งเสริมการเกษตร และอื่น ๆ เป็นต้น เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนการขยายพื้นที่การผลิตให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาคั้งนี้ มุ่งที่จะวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระ ซึ่งประชากรทั้งหมดที่ใช้กระดาษชำระมีเป็นจำนวนมาก จึงไม่สามารถส่งแบบสอบถามไปได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นกลุ่มที่จะทำการศึกษานี้ จึงเป็นประชากรที่ใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น

นิยามศัพท์

กระดาษชำระ หมายถึง กระดาษที่เหมาะสมสำหรับใช้ทำความสะอาดหลังขับถ่ายในห้องน้ำ เป็นกระดาษขุ่น มีลักษณะนุ่ม ดูชุ่มชื้นน้ำได้ดี และอยู่ง่ายเมื่อดูถูกน้ำ

โตศในการศึกษาคั้งนี้จะศึกษาเฉพาะกระดาษชำระชนิดม้วน

พฤติกรรมการใช้ หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้า หรือการบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อน และเป็นตัวการกำหนดให้เกิดการกระทำ

การตรวจเอกสาร

เสาวพร เมืองแก้ว (2533) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพและการใช้กระดาษชำระในครอบครัวกรุงเทพมหานคร พบว่าในการศึกษาคุณภาพของกระดาษชำระนั้น ได้ศึกษาคุณสมบัติทางด้านกายภาพของกระดาษชำระได้แก่ ความเหนียว ซึ่งผลการวิจัยพบว่ากระดาษ 8 ยี่ห้อที่มีการต้านแรงดึงสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมทั้งในแนวขนาน และขวางเครื่อง ได้แก่ คามิ คลีเน็กซ์ ฟินน์ เคลซี่ เมเปิล เลดีส์ก็อตต์ วาเร็กซ์ และสก็อตต์ สำหรับความสามารถในการดูดซับน้ำพบว่า ทิสซ์ ดูดซับน้ำได้ดีที่สุดเมื่อดึงกระดาษให้ขาดจากกันตามรอยพับ พบว่า สก็อตต์ ดึงให้ขาดจากกันง่ายที่สุด เมื่อขึง

น้ำหนักของกระดาษชำระโดยรวมแกน พบว่า คามิ หนักที่สุด และเลตส์ก็อตต์ มีความยาวทั้งม้วนมากที่สุดซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยในการตัดสินใจเลือกชื่อของผู้บริโภค และการสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับการบริโภคกระดาษชำระก็เป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตด้วย

นิรนาม (2535) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่อง ศรีลังกานิยมกระดาษทิชชูไทยสรุปได้ว่า ประเทศศรีลังกามีโรงงานผลิตกระดาษทิชชูไม่กี่โรงงาน ส่วนใหญ่แล้วยังผลิตได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการใช้ภายในประเทศ ซึ่งกระดาษทิชชูที่ผลิตได้นี้มีลักษณะค่อนข้างหยาบ บาง และไม่เหนียว คุณภาพไม่ได้มาตรฐานจึงต้องนำกระดาษประเภทนี้เข้ามาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะกระดาษทิชชูของไทยมีคุณภาพ ดี นุ่ม เหนียว และมีกลิ่นหอมน่าใช้ และยังมีราคาไม่แพงเนื่องจากประเทศไทยอยู่ใกล้ศรีลังกา ดังนั้นค่าขนส่งสินค้าจึงถูกกว่าประเทศสิงคโปร์ ใต้หวัน แลออสเตรเลีย ทำให้ต้นทุนสินค้ามีราคาถูกลง การแข่งขันราคาของสินค้าไทยย่อมได้เปรียบกว่าประเทศคู่แข่ง

นิรนาม (2536 ก) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่อง การตลาดยุคใหม่ ศึก 3 ทิชชูซึ่งยึดอาฟตา สรุปได้ว่า ขณะนี้มีความเคลื่อนไหวในตลาดกระดาษทิชชูครั้งสำคัญ โดยเฉพาะ บริษัทยักษ์ใหญ่ คือ บริษัทกระดาษไทยสก็อตต์ และบริษัทคิมเบอร์รี่-คลีค กำลังมีการขยายทาง ด้านการผลิตและการตลาดในประเทศไทย เพื่อรองรับการขยายตัวของตลาดภายในประเทศและ ต่างประเทศ หลังจากเหตุการณ์ค้าเสรีอาเซียน หรืออาฟตาเกิดขึ้น ทำให้บริษัทผลิตกระดาษทิชชู ของไทย คือกระดาษเชลล์ล็อกท์ ต้องปรับตัวเองครั้งใหญ่เช่นกัน โดยขยายกำลังการผลิตจาก 40-50 ตัน เป็น 80-90 ตัน และสำหรับส่วนแบ่งการตลาดของกระดาษทิชชูในขณะนี้ ไม่มีผู้นำ การตลาดที่แน่นอน โดยจะมีการผลิตเปลี่ยนแปลงกันเป็นเจ้าตลาด แล้วแต่สภาพการแข่งขัน กล่าวคือ หากบริษัทไหนทำการส่งเสริมการขายมากในช่วงใด ช่วงนี้เสียหอกที่ทำการโปรโมทก็จะมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุดซึ่งในขณะนี้กระดาษไทยเชลล์ล็อกท์มีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดร้อยละ 29.1 บริษัทไทยสก็อตต์ร้อยละ 28.5 และบริษัทคิมเบอร์รี่-คลีคร้อยละ 24.1 ซึ่งส่วนแบ่งตลาดทิชชูประเภทต่าง ๆ นั้นกระดาษทิชชูม้วนมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดคือร้อยละ 82 รองลงมาคือกระดาษเช็ดหน้า ร้อยละ 11 กระดาษเช็ดปากร้อยละ 6.25 กระดาษเอนกประสงค์ร้อยละ 0.25

สำหรับอัตรา การขยายตัวในตลาดกระดาษทิชชูขณะนี้เช็กมันท์ทิชชูราคา 6 บาท มีอัตราการขยายตัวเร็วมาก ส่วนเช็กมันท์ราคา 7 บาท มีอัตราการขยายตัวช้า และเช็กมันท์ราคาถูกที่สุด 5 บาท มีอัตราขยายตัวเริ่มถดถอย ในด้านราคาของกระดาษทิชชู หลังจากรัฐบาลได้ปล่อยเสรีให้มีราคาเปลี่ยนไปตามภาวะตลาด ทำให้ผู้ผลิตสามารถปรับราคาได้ตามภาวะต้นทุน ซึ่งต้นทุนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 50 มาจากเยื่อกระดาษ หากเยื่อกระดาษมีราคาสูง กระดาษทิชชูก็มีราคาสูงตามไปด้วย

นิรนาม (2536 ข) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่องคิมเบอร์ลีย์-คลีคปรับระบบขายสรุปได้ว่า เหตุผลในการจัดตั้งแผนกใหม่ของบริษัทคิมเบอร์ลีย์-คลีค เพื่อขยายตลาดกระดาษชำระ ให้กว้างขึ้นโดยการบุกตลาดผู้บริโภคกลุ่มใหม่ คือตลาดธุรกิจบริการหรือธุรกิจการท่องเที่ยว ชยายตัวเพิ่มมากขึ้น ความต้องการในการใช้กระดาษชำระจึงมีสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งการทำตลาด ในส่วนนี้จะใช้วิธีการขายตรงเข้ากลุ่มเป้าหมาย คือ โรงแรม โรงพยาบาล ร้านอาหาร และ อาคารสำนักงาน

นิรนาม (2536 ค) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่อง กระดาษชำระที่กลุ่มผู้หญิงทำงานนิยมใช้ สรุปได้ว่า พฤติกรรมในการใช้กระดาษชำระของกลุ่มผู้หญิงทำงาน ส่วนใหญ่เหตุผลที่กลุ่ม ดังกล่าวเลือกใช้กระดาษชำระยี่ห้อต่าง ๆ เพราะเป็นกระดาษที่เนื้อนุ่ม ไม่หยาบกระด้างมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เนื้อเหนียวไม่เป็นขุย และไม่ยุ่ยง่าย ราคาไม่แพงมาก แสดงให้เห็นว่ากลุ่ม ตัวอย่างพอใจต่อการสัมผัสมากที่สุด ส่วนเหตุผลเรื่องราคาและส่วนประกอบอื่น ๆ จะคำนึงถึงเป็น อันดับรองลงมา

นิรนาม (2536 ง) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่อง เทอเนอ นุ่ม ซิมพ์ดีกับพินน์ สรุปได้ว่า บริษัทกระดาษชเนนาร์ จำกัด เป็นโรงงานแห่งแรกที่ผลิตกระดาษชำระโดยฝีมือคนไทย มีกำลังการผลิตถึงร้อยละ 50 ของตลาดในเมืองไทย ซึ่งการลั่นเช็กกระดาษชำระยี่ห้อพินน์ นับว่าประสบความสำเร็จมากตั้งแต่เริ่มบุกตลาด และในปัจจุบันพินน์มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 30 ในตลาด Economy ซึ่งเป็นอันดับ 2 รองจากชื่อพ โดยตลาดภาคกลางมียอดจำหน่ายสูงสุด ซึ่งผลิตภัณฑ์กระดาษชอนามัธ ของบริษัทมีมากมายภายใต้แบรนด์เนม

เช่น พินันท์ คามิ คามิโอบิ ลิฟฟ์ เป็นต้น โดยครอบคลุมตลาดทุกระดับ

กิตติมา พิมเสน (2537) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่อง ตลาดพืชไร่ ถึงยุคอัด
โฆษณาหวังกระตุ้นตลาด สรุปได้ว่า ตลาดพืชไร่ทุกค่ายทุกโฆษณาหวังยอดขายต่างจังหวัด
จึงเร่งขยายกำลัง การผลิตและขนส่งผลิตภัณฑ์ใหม่ลงที่ราคาในตลาดโดยหวังที่จะให้
ตลาดขยายตัว แต่ก็ไม่เป็นไป ตามที่คาดหวังไว้ เมื่อทุกบริษัทเดินหมากผิดทุ่มกำลังการ
ผลิตจนเกิดโอเวอร์ซัพพลาย ตลาดที่คาดว่าจะโตกลับซบเซา ทุกบริษัทจึงพร้อมใจกันทุ่ม
งบในการโฆษณา หวังที่จะเข้าตลาดด้วยปริมาณ ทำกำไรน้อย ๆ จากยอดขายที่สูง
เพราะเชื่อว่าตลาดพืชไร่บ้านเราสามารถขยายตัวได้อีกมากกว่า ร้อยละ 10 โดยที่
บริษัทคิมเบอร์รี่-คล๊าค หวังครองแชมป์ในตลาดกว่าร้อยละ 30 โดยเฉพาะใน ตลาด
ซูเปอร์มาร์เก็ต เนื่องจากตลาดส่วนนี้ขยายตัวตลอดเวลา ซึ่งบริษัทไทย-สก็อตต์เจ้าของ
ตลาดนั้นหวังจะโตในตลาดกระดาษเอนกประสงค์ที่มีทิศทางโตขึ้นอย่างแน่นอน ส่วนบริษัท
เชลล์ล็อกซ์ นั้นรุกตลาดกระดาษรีไซเคิล โดยจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ตัว ซึ่งสถานการณ์
การแข่งขันดังกล่าว เมื่อรวมกับงบโฆษณาที่ทุ่มไปไม่สามารถขยายตลาดได้ โอกาสของ
กลยุทธ์การลดราคาคงมีบทบาทอีกครั้ง เพราะทั้งหมดต่างอยู่ในสถานการณ์โอเวอร์ซัพพลาย
กันทั้งสิ้น

นิรนาม (2537) ได้จัดพิมพ์บทความเรื่อง กระดาษไทย-สก็อตต์ บุคลากร
หวังแชร์ 14 % ครองเจ้าตลาด สรุปได้ว่า นโยบายของบริษัทจะบุกตลาดกระดาษชำระ
ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ซึ่งในปัจจุบันสก็อตต์เท็กซ์มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11 รอง
จากเคลซี ซึ่งมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 13 โดยแผนการตลาดในปีนี้นั้นเน้นการดำเนินกลยุทธ์
ต่อเนื่องจากที่ผ่านมา เพื่อตอกย้ำแบรนด์และเตือนความจำของผู้บริโภคโดยวางงบประมาณ
ส่งเสริมการขายและโฆษณาทั้งปีประมาณ 30 ล้านบาท ทั้งยังให้ความสำคัญกับการขยาย
ออกสู่ตลาดต่างจังหวัด และร้านค้าปลีกมากขึ้นด้วย โดยบริษัทได้เพิ่มหน่วยขายและรถ
กระจายสินค้ามากขึ้น เพื่อเพิ่มความถี่ในการกระจายสินค้าเข้าร้าน จึงทำให้ผู้ประกอบการ
หลายค่ายต่างก็เริ่มให้ความสนใจหันมาส่งเสริมการขายมากขึ้น

วิธีการศึกษา

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูล

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ใช้กระดาษชำระ จากกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครโดย

1.1.1 การสร้างแบบสอบถาม เพื่อทดสอบความเข้าใจในคำถามต่าง ๆ โดยทำการทดสอบแบบสอบถาม (Pretest) จากประชากรตัวอย่าง 10 คน แล้วจึงนำข้อมูลนั้น มาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้ปฏิบัติจริง

โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วยคำถาม 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้กระดาษชำระ

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้กระดาษชำระและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้กระดาษชำระ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ใช้กระดาษชำระ

1.1.2 การสุ่มตัวอย่าง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีเวลาและงบประมาณจำกัด จึงเลือกประชากรตัวอย่างเพียง 150 ตัวอย่าง โดยกำหนดอายุเป็นเกณฑ์ในการเลือก จำนวนประชากรตัวอย่าง มีรายละเอียดดังนี้

ระดับอายุ(ปี)	จำนวนประชากรตัวอย่าง(คน)
10-20	30
21-30	30
31-40	30
41-50	30
มากกว่า 50	30
รวม	150

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้รวบรวมข้อมูลมาจากหนังสือและ เอกสารต่าง ๆ ทั้งจากส่วนของรัฐบาล เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร กรมโรงงานอุตสาหกรรม เป็นต้น และส่วนของเอกชน เช่น หนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ หนังสือพิมพ์ประชาชาติธุรกิจ เป็นต้น

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ แล้วแจกแจงคะแนนเพื่อคำนวณความถี่แต่ละรายการ เพื่อเสนอเป็นตารางเปรียบเทียบร้อยละ

และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้และการตัดสินใจซื้อกระดาษชำระ โดยสรุปออกมาในรูปของคำบรรยาย เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

กระดาษชำระในประเทศไทย

ประวัติความเป็นมา

กระดาษชำระ หมายถึง กระดาษที่เหมาะสมสำหรับใช้ทำความสะอาดหลังการขับถ่าย เป็นกระดาษอ่อนมีลักษณะนุ่ม ดูชื้นน้ำได้ดี และย่อยง่ายเมื่อถูกน้ำ

อุตสาหกรรมกระดาษชำระเริ่มผลิตเป็นครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2511 ซึ่งในปัจจุบันนี้มีโรงงานผลิตกระดาษชำระอยู่จำนวน 6 โรงงาน (ตารางที่ 1) รวมกำลังการผลิตประมาณ 75,000 ตันต่อปี โดยโรงงานแห่งแรกที่ก่อตั้งคือ บริษัทกระดาษทหาร จำกัด และในขณะนี้มีบริษัทผู้ผลิตรายใหญ่ 3 ราย คือ บริษัทกระดาษไทย-สก๊อตต์ จำกัด บริษัทคิมเบอร์ลี-คลีค จำกัด และบริษัทกระดาษเชลล์ล็อกซ์ จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ที่สุดของไทย โดยสองบริษัทแรกเป็นบริษัทข้ามชาติจากประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัทที่ทำการผลิตกระดาษชำระมากที่สุด คือบริษัทกระดาษไทย-สก๊อตต์ จำกัด เนื่องจากความต้องการใช้กระดาษชำระที่สูงขึ้น และมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในอัตราร้อยละ 12 ต่อปี

อุตสาหกรรมผลิตกระดาษอนามัย สามารถแบ่งแยกออกเป็นชนิดต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. กระดาษชำระ (Toilet Tissue) มีน้ำหนักมาตรฐานที่ 16-18 กรัมต่อตารางเมตร
2. กระดาษเช็ดปาก (Napkin Paper) มีน้ำหนักมาตรฐาน 22-23 กรัมต่อตารางเมตร
3. กระดาษเช็ดหน้า (Facial Tissue) มีน้ำหนักมาตรฐานที่ 14-16 กรัมต่อตารางเมตร
4. กระดาษเช็ดครัว (Kitchen Towel Paper) มีน้ำหนักมาตรฐานที่ 44-48 กรัมต่อตารางเมตร

ตารางที่ 1 จำนวนผู้ผลิตและกำลังผลิตกระดาษชำระ

บริษัทผู้ผลิต	ปีที่เปิด ดำเนินการผลิต	กำลังผลิต (ตัน/ปี)	ผลิตภัณฑ์ภายใต้ เครื่องหมายการค้า
1. บ.กระดาษธนธาร จำกัด	2511	10,000	- ฟินน์ ทิช คามี กรีนแอนด์คลีน อื่น ๆ
2. บ. คิมเบอร์ลีย์-คลีการ์ด ประเทศไทย จำกัด	2514	18,000	- เดลซี คลีนเก็ช ทิสซ์ อื่น ๆ
3. บ. กระดาษไทย-สก็อตต์ จำกัด	2514	20,000	- สก็อตต์ ซ็อฟ เลตส์สก็อตต์ สก็อตเท็กซ์ อื่น ๆ
4. บ. กระดาษบูรพา จำกัด	2518	8,000	- เมเบิล อื่น ๆ
5. บ. พิชร์วิทย์ จำกัด	2522	5,000	- บอนนี่ อื่น ๆ
6. บ. กระดาษเชลล์ล็อกซ์ จำกัด	2531	17,000	- เชลล์ล็อกซ์ เชลโลล-ดี ปรีแอส เชลล์ล็อกซ์โกลด์ อื่น ๆ

ที่มา : (กรมโรงงานอุตสาหกรรม , 2536)

กรรมวิธีการผลิตกระดาษชำระ

โดยทั่วไปกระบวนการผลิตกระดาษชำระนั้น ก็เหมือนกับการผลิตกระดาษชนิดอื่น ๆ จะมีแตกต่างกันบ้างเล็กน้อยเกี่ยวกับทางด้านเครื่องจักรและวิธีการปฏิบัติ

วัตถุดิบ

วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. เชือกกระดาษ
2. สารเคมีต่าง ๆ

ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุดิบ ดังนี้คือ

1. เชือกกระดาษ (Pulp)

ในการผลิตเชือกกระดาษต้องใช้วัตถุดิบจากส่วนที่เรียกว่า เซลลูโลส (เป็นสารคาร์โบไฮเดรตในพืช ที่สร้างความแข็งแรงและให้ความเหนียวกับเส้นใย) ของพืช ซึ่งในพันธุ์ไม้แต่ละชนิดจะมีเซลลูโลส ประกอบมากหรือน้อยไม่เท่ากัน และมีเส้นใยที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถจำแนกตามความยาวของเยื่อได้ดังนี้

- เยื่อใยสั้น (Short Fiber) ขนาดของเส้นใยยาวประมาณ 0.5-1.5 มิลลิเมตร ทำจากไม้เบญจพรรณ (Hardwood) และพืชเส้นใย ได้แก่ ชานอ้อย ปอแก้ว ยูคาลิปตัส เป็นต้น ซึ่งเยื่อใยสั้นเป็วัตถุดิบหลักของการผลิตกระดาษ

- เยื่อใยยาว (Long Fiber) ขนาดของเส้นใยยาวประมาณ 2-4 มิลลิเมตร ทำจากไม้เนื้ออ่อน (Softwood) เช่น สันสองใบและสันสามใบ เยื่อใยยาวนี้ใช้เป็นวัตถุดิบผสมในการผลิตกระดาษเพื่อเพิ่มความแข็งแรง

เยื่อที่ได้จากไม้เนื้ออ่อนเรียกว่า Primary Fiber หรือ Virgin Pulp ซึ่งเป็นเยื่อที่ได้จากแหล่งเริ่มต้น ยังไม่เคยผ่านการใช้งาน เยื่อประเภทนี้ในปัจจุบันจึงมีราคาสูงขึ้นเป็นลำดับและยังมีปริมาณค่อนข้างจำกัด ขณะที่ความต้องการใช้ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีการทดแทนเยื่อจากแหล่งเริ่มต้น ด้วยการใส่เศษกระดาษรีไซเคิล ซึ่งเป็นเยื่อที่ผ่านการใช้งานมาแล้ว ที่เรียกว่า Secondary Fiber

วัตถุดิบที่โรงงานเอ็กโกระดาษในประเทศไทยใช้อยู่ในปัจจุบัน ได้แก่

1. ชานอ้อย เป็นผลผลิตพลอยได้จากโรงงานผลิตน้ำตาล เชื้อที่ผลิตได้จะเป็นเชื้อยีสัน และเชื้อยีสานกลาง สามารถผลิตเป็นกระดาษขอนามือได้ ปัจจุบันมีโรงงานที่ใช้ชานอ้อยเป็นวัตถุดิบ คือ บริษัทเอ็กกระดาษสยาม จำกัด มีกำลังการผลิตเชื้อปีละประมาณ 335,000 ตัน แต่เนื่องจากชานอ้อยส่วนใหญ่ถูกใช้ เป็นเชื้อเพลิง ในโรงงานผลิตน้ำตาลและส่วนหนึ่งถูกใช้ผลิตอาหารสัตว์ นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้ผลิตวัสดุก่อสร้างชนิดต่าง ๆ ประกอบกับชานอ้อยมีราคาสูงขึ้น และผลจากนโยบายการลดพื้นที่การปลูกอ้อยรวมทั้งปัญหาทางด้าน การเสื่อมสภาพได้ง่ายทำให้มีอุปสรรคในการเก็บรักษา

2. ปอแก้ว เป็นพืชที่มีคุณสมบัติใช้ทำกระดาษได้คุณภาพดี ทั้งนี้เพราะเชื้อที่ได้จากปอแก้วทั้งต้นเป็นเชื้อผสมทั้งเชื้อยีสขาวและยีสัน ปัจจุบันมีโรงงานที่ใช้ปอแก้วเป็นวัตถุดิบคือ บริษัท ฟิล์มส์ แอนด์ เพเพอร์ จำกัด มีกำลังการผลิตประมาณ 100,000 ตัน/ปี ใช้ปอแก้วเป็นวัตถุดิบในการผลิตประมาณ ร้อยละ 10 ของวัตถุดิบที่ใช้ทั้งหมด เนื่องจากการปลูกปอในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ผลผลิตต่อไร่ต่ำ และราคาจำหน่ายปอไม่สูงนักจึงทำให้ประชาชนแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดพื้นที่การปลูกปอลงทุกปี คือจากเดิมในปี 2530 มีพื้นที่เพาะปลูกถึง 1.005 ล้านไร่ และในปีต่อมา มีการลดพื้นที่การปลูกปอลงจนถึงปี 2534 มีพื้นที่เพาะปลูกเพียง 0.62 ล้านไร่ ทำให้ผลผลิตปอลดลงจาก 158,000 ตัน ในปี 2530 เหลือเพียง 127,000 ตัน ในปี 2534

3. ไม้ไผ่ เป็นไม้โตเร็วที่ให้เส้นใยสั้นที่ยาวกว่า และได้เชื้อคุณภาพดี ไม้ไผ่เป็นไม้ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ตั้งแต่อายุ 2-3 ปีขึ้นไป โดยให้ผลผลิตเฉลี่ยประมาณ 4.5 ตันต่อไร่ มีมากแถบภาคตะวันตก เช่น กาญจนบุรี ราชบุรี สุพรรณบุรี และตาก รองลงมา ได้แก่ ลำปาง แลย นครนายก สระบุรี ปราชินบุรี และจันทบุรี บริษัท ฟิล์มส์ แอนด์ เพเพอร์ จำกัด ใช้ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบในการผลิต ประมาณร้อยละ 70 ของวัตถุดิบทั้งหมด และบริษัทเอ็กกระดาษสยาม จำกัด ก็ได้ใช้ไม้ไผ่เป็นวัตถุดิบ ในการผลิตอีกส่วนหนึ่งเช่นกัน แต่ไม้ไผ่ก็เป็นพืชที่ใช้ประโยชน์ได้หลายอย่าง เช่น ใช้ในอุตสาหกรรมคริว เรือยนต์ ได้แก่ เครื่องเรือน เครื่องจักสาน และภาชนะบรรจุ หรือใช้เพื่อการบริโภค ดังนั้นจึงควรมีการปรับปรุงรักษาพันธุ์ไม้ไผ่ เพิ่มจำนวน คัดเลือกพันธุ์ที่ดี เหมาะในการทำเชื้อ

กระดาษ ปลูกไว้ทดแทนป่าธรรมชาติสำหรับในส่วนของผู้ผลิตกระดาษชำระเองก็ได้ส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่ใกล้เคียงโรงงานปลูกสวนป่าไปด้วย

4. ยูคาลิปตัส ให้ผลผลิตเป็นเยื่อใยสั้น เป็นไม้โตเร็ว ที่มีการนำมาใช้ประโยชน์ หรือรอบระยะเวลาการตัดฟัน ประมาณ 5 ปี ให้ผลผลิตประมาณ 15 ตันต่อไร่ ปัจจุบันเป็นส่วนป่าที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาลและเอกชน ให้มีการขยายพื้นที่เพาะปลูก โดยส่วนใหญ่มีการปลูกแถบจังหวัด ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี ราชบุรี กาญจนบุรี และโครงการอีสานเขียว ซึ่งมีแผนงานการปลูกป่ายูคาลิปตัส เพื่อทำเยื่อกระดาษ แถบจังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ นครราชสีมา ชลบุรี บุรีรัมย์ และเลย มีผู้ได้รับการส่งเสริมการลงทุนผลิตเยื่อกระดาษจากยูคาลิปตัส เช่น บริษัท สวนกิตติพัลล์แอนด์เพเพอร์ จำกัด มีกำลังการผลิต 330,000 ตันต่อปี บริษัท ปัญจพลพัลพ์อินดัสตรี จำกัด มีกำลังการผลิต 99,000 ตันต่อปี โดยประมาณครึ่งหนึ่งของกำลังการผลิตเยื่อใยสั้นใช้ยูคาลิปตัสเป็นวัตถุดิบ และบริษัทสยามเชลลูโลส จำกัด มีกำลังการผลิต 49,500 ตันต่อปี นอกจากนี้ยูคาลิปตัสยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ได้อีก เช่น ชี้นไม้สับ ปาร์เกตต์ เฟอร์นิเจอร์ ถ่าน อุตสาหกรรมก่อสร้าง ข้าราชการโรค น้ำหอม ใบยูคาลิปตัสนำไปใช้ย้อมสี และดอกนำไปใช้เลี้ยงผึ้ง โดยมีบริษัทขอรับการส่งเสริมการลงทุนปลูกป่ายูคาลิปตัส เช่น บริษัท สวนกิตติ จำกัด และบริษัท สยามกิตติ จำกัด มีโครงการปลูกป่าแถบจังหวัดปราจีนบุรี และฉะเชิงเทรา ประมาณ 230,000 ไร่ ภายในปี 2535

2. สารเคมีต่าง ๆ

- เคมีที่ทำให้กระดาษนุ่ม (Softening Agent)
- สารเคมีช่วยต้านการฉีกขาดเมื่อเปียกน้ำ (Wet Strength Agent)
- สารเคมีที่ใช้ในการผลิตเยื่อกระดาษ ได้แก่ แบเรียมคลอไรด์ โซดาไฟ โซเดียมโตนโซลไฟล์ โซดาแอส ดินขาว โซเดียมซัลเฟต ปูนขาว โซเดียมคลอไรด์ กรดกำมะถัน คลอรีนเหลว โบคลอไรด์ คลอรีน ไดออกไซด์
- ฯลฯ

กระบวนการผลิตเยื่อกระดาษ

กระบวนการผลิตเยื่อกระดาษ ประกอบด้วยขั้นตอนหลัก 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเตรียมวัตถุดิบ (Raw Material Preparation) วัตถุดิบหลัก ได้แก่ เนื้อไม้ ชานอ้อย ปอแก้ว เป็นต้น ตัดให้มีขนาดพอเหมาะที่จะนำไปใช้ในการผลิตเยื่อ ถ้าเป็นลำต้นจะนำไปลอกเปลือกก่อนจึงเข้าเครื่องตัดให้เป็นชิ้นเล็ก ๆ

2. การต้มเยื่อ (Digesting or Pulping) หลังจากเตรียมวัตถุดิบแล้วจะนำเข้าสู่หม้อต้มเยื่อหรือย่อยเยื่อ การต้มเยื่อจะต้องใช้สารเคมีผสมเข้าไปด้วย และใช้น้ำที่มีความดันสูงต้มเป็นระยะเวลาพอที่จะทำให้ชิ้นไม้สุกเกิดการแตกออกเป็นเส้นใยได้ สารเคมีที่ใช้ในกระบวนการต้มเยื่อมีหลายประเภท ขึ้นอยู่กับวัตถุดิบและชนิดของเยื่อที่ต้องการในกระบวนการต้มเยื่อที่ประหยัด และมีประสิทธิภาพสารเคมีที่ใยยังไม่หมดติดอยู่ในน้ำล้างเยื่อ ซึ่งสามารถนำของเหลวนี้เข้าสู่กระบวนการแยกเอาสารเคมีหมุนเวียนกลับมาใช้ได้อีก

3. การตีเยื่อหรือการทำให้เยื่อกระดาษกระจายตัว (Fiber Disintegration) เมื่อต้มเยื่อสุกแล้วจึงนำเข้าเครื่องตีเยื่อเพื่อให้กระดาษกระจายตัวไม่เกาะติดกัน

4. การล้างเยื่อ (Pulp or Brown - Stock washing) จากนั้นจะนำไปล้างน้ำโดยเครื่องล้าง (Vacuum Washer) เพื่อเอาน้ำยาต้มเยื่อที่ตกค้างอยู่ออกให้หมด

5. การร่อนคัดกาก (Pulp Screening and Cleaning) จากนั้นจะนำเยื่อที่ล้างแล้วผ่านเข้าเครื่องร่อนที่มีตะแกรงร่อนเยื่อแบบต่าง ๆ เพื่อร่อนเอาชิ้นไม้ที่ต้มสุกไม่แตกเป็นเส้นใยออกให้หมด เยื่อในขั้นตอนนี้จะมีสีน้ำตาล

6. การทำเยื่อให้ข้น (Thickener) นำเยื่อผ่านไปยังเครื่องควบคุมความข้นเยื่อ (Thickener Filter) เพื่อทำให้ข้น และนำไปทำความสะอาดอีกครั้งหนึ่ง จากนั้นนำไปเก็บยังถังพักเพื่อรอขนส่งไปยังโรงงานฟอกเยื่อต่อไป

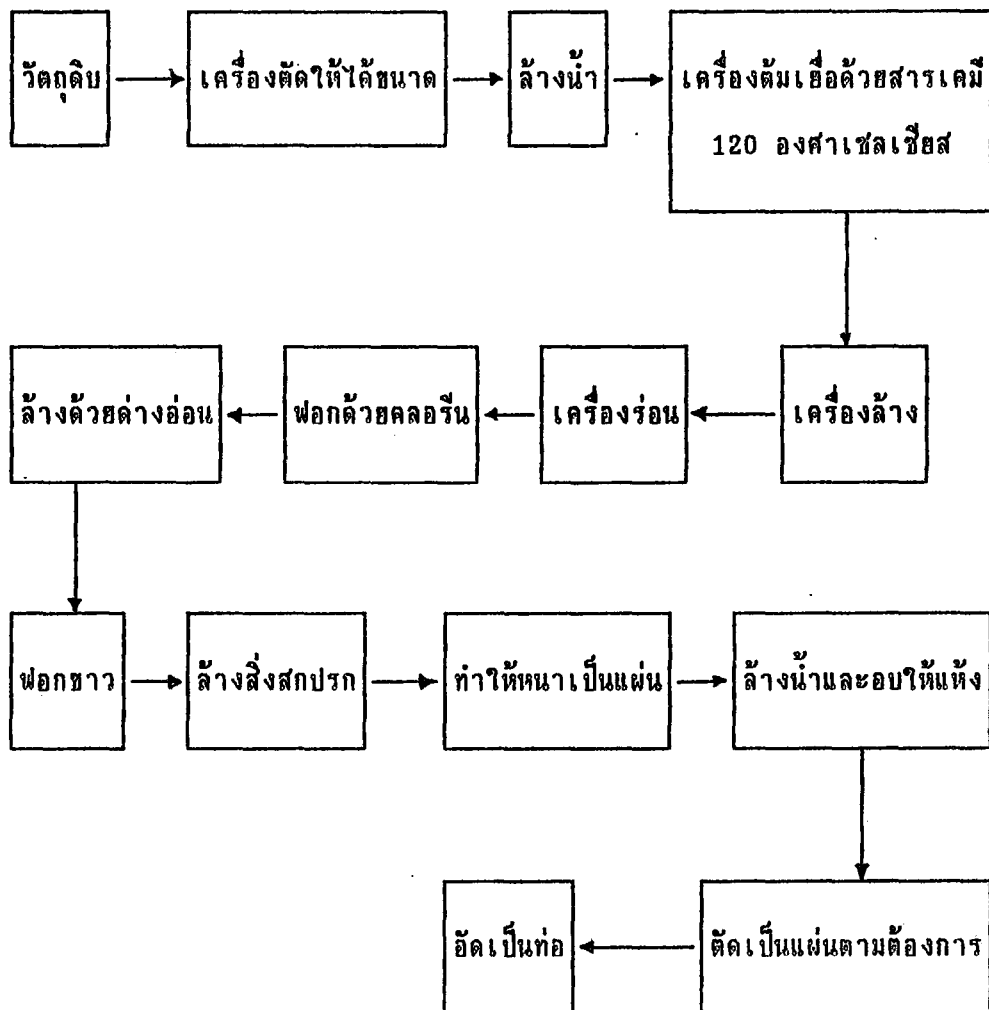
7. การฟอกเยื่อ (Bleaching) สามารถแบ่งกรรมวิธีออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การฟอกให้ขาวโดยไม่ละลายสารในเยื่อออก (Yield Preserving

or Lignin Bleaching) เป็นการฟอกขาวโดยการเปลี่ยนโครงสร้างของสาร ที่ทำให้เกิดสีในเยื่อให้เป็นโครงสร้างที่ดูดกลืนแสงน้อยลง ได้แก่การฟอกด้วย ไฮโดรเจนเปอร์ออกไซด์และไดไฮโตไนท์ ส่วนใหญ่ใช้ในการฟอกเยื่อเชิงกล

2) การฟอกให้ขาวโดยสลายสารที่ทำให้เกิดสีออกจากเยื่อ (Lignin Removal) การฟอกเยื่อแบบนี้เหมาะสมสำหรับการฟอกเยื่อเคมี ซึ่งมีสีคล้ำกว่าเยื่อจากกระบวนการอื่น แต่มีลิกนินซึ่งเป็นสารที่เป็นต้นเหตุของสีในเยื่ออยู่ในปริมาณต่ำ ดังนั้นเมื่อแยกลิกนินออกมาแล้วจะทำให้ผลผลิตเยื่อลดลงเล็กน้อย การฟอกแบบนี้จะใช้คลอรีน และสารประกอบของคลอรีนเป็นพื้นฐาน ส่วนใหญ่เป็นการฟอกแบบหลายขั้นตอน โดยจะเริ่มจากการใช้คลอรีนเป็นอันดับแรก

หลังจากฟอกเยื่อแล้วจะถูกนำไปทำเป็นแผ่นแห้งหรือแผ่นเปียกขนาด ๆ ที่มีความชื้นรวมร้อยละ 50 เพื่อส่งไปให้แก่โรงงานผลิตภัณฑ์กระดาษชำระ นำไปแปรรูปเป็นกระดาษชำระต่อไป ดังภาพที่ 1 แสดงกระบวนการผลิตเยื่อกระดาษดังนี้ คือ



ภาพที่ 1 กระบวนการผลิตเชื้อกระดาษ

ที่มา : (กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม , 2527)

อุปกรณ์และเครื่องจักรต่าง ๆ

1. หน่วยเตรียมเชื้อ (Stock Preparation) อุปกรณ์ต่าง ๆ ในส่วนเตรียมเชื้อของกระดาษชำระนั้นก็เหมือนกับกระดาษชนิดอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย ถังตีเชื้อ (Pulper) ถังเก็บเชื้อ (Dump Chest) เครื่องทำความสะอาดโดยใช้ความหนาแน่น (High and Low Density Cleaner) เครื่องแยกเชื้อ (Deflaker) เครื่องบดเชื้อ (Refiner) เครื่องควบคุมความชื้น (Consistency Controller) เครื่องปั๊มแบบพัดลม (Fan Pump) เครื่องกรองเชื้อภายใต้ความดัน (Pressure Screen)
2. เครื่องผลิตกระดาษและเครื่องรอกกระดาษ (Paper Machine and Rewinder)

เราสามารถแบ่งชนิดของเครื่องผลิตกระดาษชำระ ออกเป็นชนิดต่างๆได้ดังนี้

- 2.1 เครื่องผลิตกระดาษความเร็วต่ำ (Low Speed) มีความเร็วต่ำกว่า 200 เมตร/นาที
- 2.2 เครื่องผลิตกระดาษความเร็วระดับกลาง (Medium Speed) มีความเร็ว 200 - 1,000 เมตร/นาที
- 2.3 เครื่องผลิตกระดาษความเร็วสูง (High Speed) มีความเร็วตั้งแต่ 1,000 เมตร/นาทีขึ้นไป

ส่วนเครื่องรอกกระดาษนั้น จะแตกต่างจากเครื่องรอกกระดาษชนิดอื่นตรงที่จะมีแท่นตั้งลูกกลิ้งกระดาษสำหรับรอก 2 หรือ 3 แท่น เพื่อที่จะทำกระดาษให้เป็นชั้นเดียว หรือ 2 - 3 ชั้นตามชนิดของผลิตภัณฑ์

3. เครื่องจักรในการแปรรูปกระดาษ (Converting Machine)

เครื่องจักรในการแปรรูปนั้น จะถูกออกแบบให้สามารถแปรรูปกระดาษ (Jumbo Roll) ให้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ ซึ่งเครื่องแปรรูปเหล่านี้สามารถพิมพ์ลาย อัดลาย (Emboss) ทำรอยปรุ ตัด รวมถึงสามารถพับ และนับจำนวนแผ่นได้ในกรณีกระดาษเช็ดหน้า และกระดาษเช็ดปาก ก่อนที่จะส่งไปห่อและบรรจุส่งให้ลูกค้าต่อไป

กระบวนการผลิตกระดาษชำระ

กระบวนการผลิตกระดาษชำระ จากเครื่องผลิตกระดาษชนิดโฟร์ไดร์โรเลอร์ (Fourdrinier) ดังภาพที่ 2 3 และ 4 มีขั้นตอน ดังนี้

1. การเตรียมเยื่อ ซึ่งกระดาษแต่ละชนิด จะใช้อัตราส่วนของเยื่อใยยาว เยื่อใยสั้น หรือเยื่อเส้นกระดาษในสัดส่วนที่แตกต่างกัน
2. นำเยื่อไปตีรวมกับน้ำ ในถังตีเยื่อ (Pulper) โดยจะมีความชื้นประมาณ ร้อยละ 5 - 6 ในกรณีของเครื่องจักรรุ่นใหม่จะแยกตีเยื่อต่างหากระหว่างเยื่อใยยาวและเยื่อใยสั้น
3. ใช้คอมพิวเตอร์ในการควบคุมอัตราส่วนระหว่างเยื่อแต่ละชนิด โดยทั่วไป ใช้เวลาในการตีเยื่อประมาณ 20 - 30 นาที
4. สู้บเยื่อไปเก็บในถังเก็บเยื่อ (Dump Chest) ต่อมาเยื่อจะถูกสูบลำผ่านเครื่องทำความสะอาดภายใต้ความหนาแน่นสูง (High Density Cleaner) เพื่อแยกสิ่งแปลกปลอมที่หนักกว่าเยื่อออกมา โดยอาศัยแรงหนีศูนย์กลาง (Centrifugal Force)
5. เยื่อที่ผ่านเครื่องทำความสะอาดภายใต้ความหนาแน่นสูง (High Density Cleaner) แล้วจะถูกส่งไปยังเครื่องแยกเยื่อ เพื่อแยกกลุ่มของเยื่อ (Bundle) ให้เป็นเส้นใยเดี่ยว ๆ
6. แล้วส่งไปเก็บไว้ที่เครื่องเก็บเยื่อ (Machine Chest) ก่อนผ่านไปตั้งเครื่องบดเยื่อ ซึ่งเครื่องบดเยื่อจะทำให้เยื่อมีพื้นที่ผิวมากขึ้น เกิดไมโครไฟบริล (Microfibrils) ซึ่งจะช่วยให้เส้นใยผสมกันได้ดี มีผลทำให้กระดาษเหนียวขึ้น
7. เยื่อจะผ่านไปตั้งเครื่องควบคุมความชื้น เพื่อควบคุมความชื้นของเยื่อให้อยู่ที่ประมาณร้อยละ 3 ก่อนที่จะผสมกับน้ำจากเครื่องปั๊มแบบพัดลม (Fan Pump) ทำให้ความชื้นของเยื่อเหลือเพียงร้อยละ 0.2 - 0.4
8. จากนั้นน้ำเยื่อ (Stock) จะผ่านไปตั้งเครื่องกรองภายใต้ความดัน (Pressure Screen) เพื่อที่จะแยกสิ่งแปลกปลอมต่าง ๆ ที่เบากว่าเยื่อและมีขนาดใหญ่กว่ารูตะแกรงของเครื่องกรองภายใต้ความดัน (Pressure Screen) ออกไป

9. น้ำเยื่อที่สะอาดแล้วจะเข้าสู่เฮดบ็อกซ์ (Head Box) และจะพุ่งออกจากปากเปิด (Slice) ไปบนลวดเดินแผ่น น้ำจะค่อส ๆ ระบายออกมาจากเส้นใยโดยแรงดึงดูดของโลก และอุปกรณ์คูดน้ำต่าง ๆ ที่รองรับอยู่ใต้ลวดเดินแผ่น

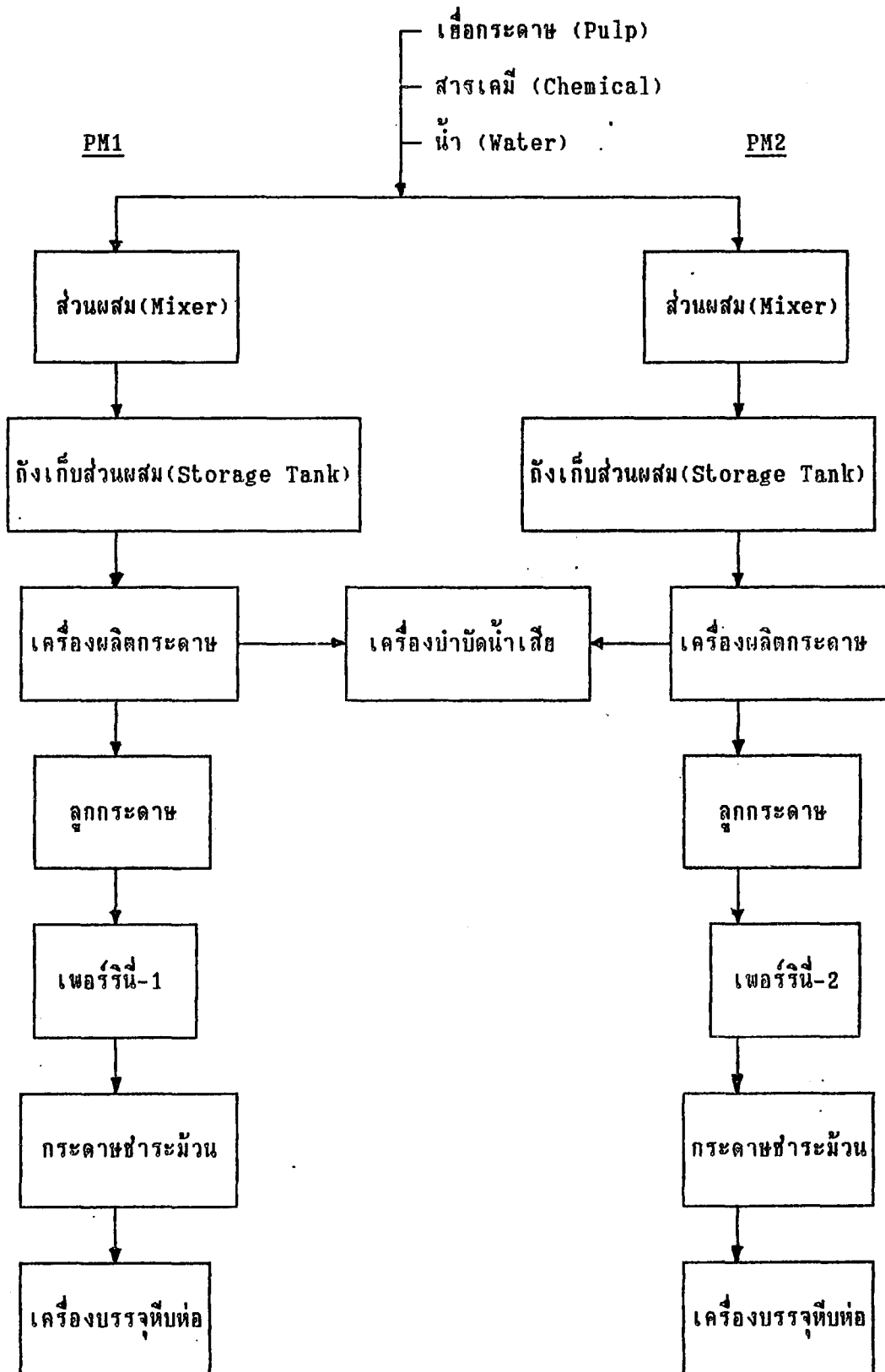
10. กระดาษถูกถ่ายจากลวดเดินแผ่น เข้าสู่ผ้าสักหลาด (Pick up Felt) ที่ผ้าสักหลาดนี้จะมีการดึงน้ำออกจากกระดาษอีกเช่นกัน โดยอาศัยรางลมดูด (Suction Box) และการกดของลูกกลิ้ง (Pressure Roll) จนกระดาษมีความชื้นประมาณร้อยละ 60 - 64

11. กระดาษจะถูกส่งต่อเข้าสู่ลูกอบ (Yankee Dryer) ซึ่งมีลูกเดี่ยว กระดาษจะถูกทำให้แห้งจากความร้อนในตัวลูกอบและลมร้อนที่เป่าออกจากชุด (Hood) ทั้ง 2 ข้างที่หุ้มลูกอบโดยแผ่นเหล็กกว้างประมาณ 3-4 นิ้ว ซึ่งเรียกว่า ดอกเตอร์ เบลด (Doctor blade) ซึ่งจะวางขนานสัมผัสผิวลูกอบ (Yankee)

12. กระดาษที่ถูกขูดออกมาแล้วจะม้วนเข้ากับแกนที่เตรียมไว้ที่ เครื่องม้วนกระดาษ (Reel) เมื่อได้ขนาดตามที่ต้องการ ลูกกระดาษจะถูกตัดออกมา แล้วแกนอันใหม่ก็จะเข้าไปรับกระดาษแทนลูกเก่า เพื่อการเริ่มต้นการผลิตต่อไป

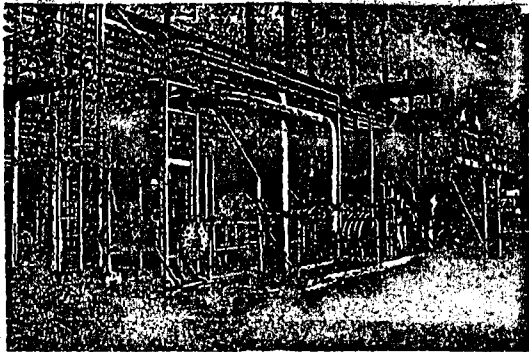
13. ลูกกระดาษจะถูกส่งเข้าเครื่องตัดลูกกระดาษ (Log saw) ทำให้เป็นท่อนได้ขนาดที่เท่ากันตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ ได้เป็นกระดาษชำระม้วน ที่ได้มาตรฐาน

14. นำกระดาษชำระแต่ละม้วนมาบรรจุลงในหีบห่อที่มีตราสินค้าหรือสัญลักษณ์ตราสินค้าและราคา ที่เครื่องบรรจุหีบห่อ (Wrapping Machine) ซึ่งจะบรรจุหีบห่อในขนาดบรรจุที่แตกต่างกันไป คือขนาด ม้วนเดี่ยว 6 ม้วน และ 12 ม้วน แล้วนำไปบรรจุลงในกล่องกระดาษขนาดใหญ่อีกครั้งหนึ่ง เพื่อส่งไปจำหน่ายให้แก่ลูกค้าต่อไป



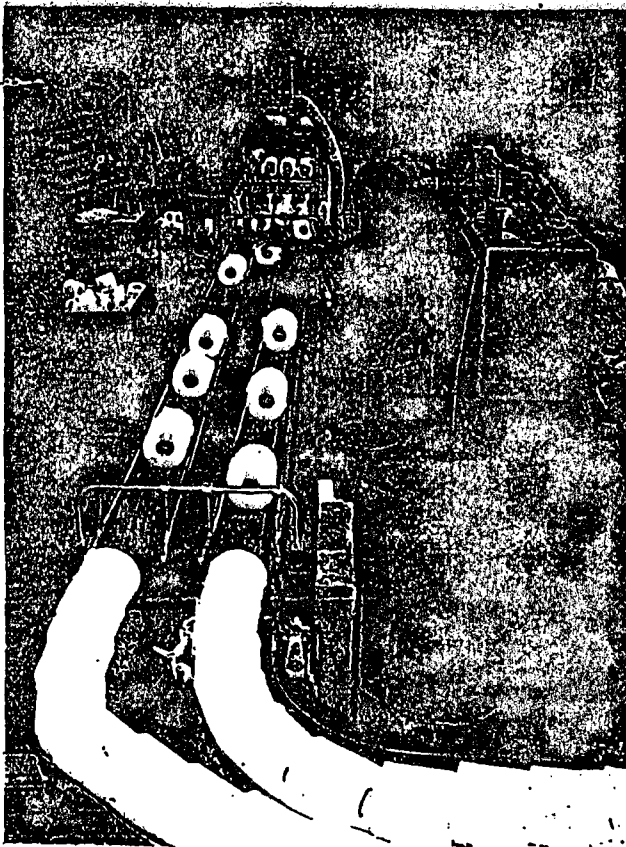
ภาพที่ 2 กระบวนการผลิตกระดาษชำระ

ที่มา : (บริษัทกระดาษเซลล์ล็อกซ์ จำกัด , 2537)



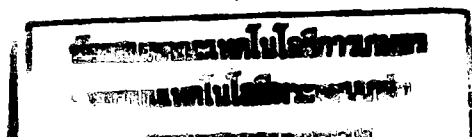
ภาพที่ 3 เครื่องผลิตกระดาษชำระ

ที่มา : (บริษัทกระดาษเซลลูลอส จำกัด , 2537)



ภาพที่ 4 เครื่องตัดลูกกระดาษ/เครื่องบรรจุที่บ่อ

ที่มา : (บริษัทกระดาษเซลลูลอส จำกัด , 2537)



ปัญหาการผลิตกระดาษชำระ

1. ปัญหาวัตถุดิบ ปัญหาวัตถุดิบนับเป็นปัญหาที่สำคัญที่สุด ที่อุตสาหกรรมเยื่อกระดาษกำลังเผชิญอยู่ ไม้ไผ่ ตัเปอแก้ว และไม้เนื้ออ่อนชนิดอื่น ๆ ที่ใช้เป็นวัตถุดิบหลัก เกิดขาดแคลนและจัดหาได้ยากขึ้นโดยเฉพาะไม้ไผ่ที่ใช้ส่วนใหญ่ต้องจัดหาจากแหล่งเพาะปลูกในภูมิภาคอื่น อีกทั้งการเพาะปลูกสวงป่าไม้โตเร็ว ได้แก่ ไม้ยูคาลิปตัส ยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับเรื่องนี้ ยังขาดความชัดเจนแน่นอน โครงการปลูกสวงป่าไม้โตเร็วประสบกับปัญหาการรुक้าที่ป่าสงวน และวัตถุดิบรองซึ่งได้แก่ ไม้สนซึ่งเป็นเชื้อเื้อยขาวต้องนำเข้าจากต่างประเทศเกือบทั้งหมด ปัญหาวัตถุดิบจะเป็นปัญหาเรื่องปริมาณไม้เพียงพอมากกว่าปัญหาทางด้านราคา กล่าวคือโรงงานไม่มีความมั่นใจต่อปริมาณวัตถุดิบที่จะจัดหามาให้เพียงพอสำหรับป้อนโรงงานได้ในอนาคต จึงต้องสต็อกวัตถุดิบไว้ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นกว่าที่ควรจะเป็น

2. ปัญหาเทคโนโลยีการผลิตค่อนข้างล้าสมัย และประสิทธิภาพในการผลิตยังไม่สามารถอยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ทั้งที่ผู้ผลิตหลาย ๆ รายตระหนักดีว่าสามารถนำระดับเทคโนโลยีที่ดีกว่ามาใช้ในการผลิตที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพ และลดต้นทุนลงได้บ้าง แต่สภาพการขาดทุนที่ต้องประสบอยู่จากการมีสินค้าล้นตลาด และการแข่งขันทางด้านราคาเป็นไปอย่างรุนแรงในตลาด ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นเงื่อนไขที่ทำให้ผู้ผลิตหลาย ๆ ราย ยังจำเป็นต้องใช้เครื่องจักรเก่าและใช้เทคโนโลยีที่ล้าสมัยอยู่

3. ปัญหาปัจจัยพื้นฐานที่มีผลโดยตรงต่อต้นทุนการผลิตเช่น อัตราค่าน้ำ อัตราค่าไฟฟ้า และอัตราดอกเบี้ยที่ค่อนข้างสูง ซึ่งปัจจัยพื้นฐานเหล่านี้ทุก ๆ อุตสาหกรรมในประเทศไทยก็ต้องประสบกับปัญหาดังกล่าวเหมือน ๆ กับอุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระ แต่เมื่อพิจารณาในประเด็นที่ว่าอุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระนั้นเป็นอุตสาหกรรมที่ลักษณะการใช้ น้ำ และไฟฟ้ามาก คือ เป็นอุตสาหกรรมในจำพวก Energy Intensive ราคาค่าน้ำ ราคาค่าไฟฟ้า เป็นสัดส่วนที่สำคัญของต้นทุนการผลิตการผลิตเยื่อกระดาษ ดังนั้นผลกระทบต่อต้นทุนย่อมมีมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ๆ

4. ปัญหามลภาวะ อุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระ เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมในเกณฑ์ค่อนข้างสูงทั้งมลภาวะทางอากาศและมลภาวะจากน้ำทั้ง

ที่มีสารเจือปนอยู่ เมื่อสารเคมีเหล่านี้ถูกปล่อยลงสู่แหล่งน้ำ ก็จะทำปฏิกิริยากับสารอินทรีย์ต่าง ๆ เป็นสารประกอบบางชนิด ซึ่งสารประกอบบางชนิดเป็นพิษอย่างร้ายแรงต่อมนุษย์ สัตว์ และสภาพแวดล้อมเช่น สารประกอบไดออกซินที่เกิดจากการใช้ก๊าซคลอรีนในกระบวนการฟอกเยื่อ สารประกอบเหล่านี้เป็นสารก่อให้เกิดมะเร็งที่มีพิษร้ายแรงและไม่สลายตัวในธรรมชาติ ดังนั้นแม้ว่าโรงงานจะมีระบบกำจัดของเสียที่มีประสิทธิภาพก็ไม่สามารถขจัดสารพิษบางชนิดให้หมดไปได้ ปัญหาด้านมลภาวะจึง เป็นปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งของอุตสาหกรรมผลิตกระดาษชำระ

สภาพการตลาดกระดาษชำระ

อุตสาหกรรมกระดาษประเภทกระดาษชำระเคยเป็นสินค้าที่ต้องสั่งนำเข้าจากต่างประเทศ แต่ในปัจจุบันสามารถผลิตได้เองภายในประเทศโดยมีขอบข่ายการจำหน่ายกว้างขวางไปถึงขั้นส่งออก ปัจจุบันตลาดกระดาษชำระมีมูลค่าประมาณ 2,000 ล้านบาทต่อปี และมีอัตราการขยายตัวประมาณร้อยละ 12 (คู่แข่งธุรกิจ , 2537 : 30) ซึ่งนับเป็นสาขาอุตสาหกรรมที่ถูกผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจซบเซาค่อนข้างน้อย เนื่องจากความต้องการใช้ภายในประเทศยังคงสูงขึ้นเรื่อย ๆ แต่ในปัจจุบันมีกำลังการผลิตรวม 75,000 ตัน/ปี ซึ่งสูงกว่าความต้องการภายในประเทศ คือมีปริมาณความต้องการ 58,000 ตัน/ปี โดยเกินความต้องการอยู่ประมาณ 17,000 ตัน/ปี (หิรัญญา สุจินัยและคณะ , 2536 : 101) จากการที่ตลาดภายในประเทศค่อนข้างอิ่มตัวในช่วงนี้ จึงทำให้มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในรูปของการลดราคา หรือใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดต่าง ๆ เพื่อแย่งส่วนแบ่งตลาด กล่าวคือ บริษัทผู้ผลิตกระดาษชำระในปัจจุบันเร่งขยายกำลังการผลิต และมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็น การเพิ่มสีสันทันให้กับผลิตภัณฑ์ การเพิ่มกลิ่นหอมเข้าไป และมีความยาวของกระดาษชำระเพิ่มขึ้นแล้วละ 16.8 เมตร มีการออกผลิตภัณฑ์กระดาษชำระแบบรีไซเคิล ในยุคกระแสอนุรักษ์ธรรมชาติ มีการผสมสารบางอย่างเพื่อฆ่าเชื้อหวัดเข้าไป และกระดาษที่มีการอัดโลชั่นเข้าไปเพื่อป้องกันแสงแดด เพื่อทำให้กระดาษชำระเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อคุณภาพ หรือเครื่องใช้ส่วนตัว นอกจากนี้มีการเพิ่มหน่วยขายและรถกระจายสินค้ามากขึ้น โดยบริษัทผู้ผลิตมีการศึกษาระบบจำหน่าย ซึ่งจะนำเอาระบบ

ลวจิสติกเข้ามาปรับระบบการกระจายสินค้าทั่วประเทศ และสร้างคลังสินค้าขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ และความเร็วในการกระจายสินค้าเข้าร้าน โดยวางเป้าหมายเพิ่มส่วนครองตลาดให้ได้มากที่สุด มีการแข่งขันในด้านการโฆษณาเป็นการใหญ่ โดยเน้นสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ ทางหนังสือพิมพ์เพื่อตอกย้ำตราสินค้า และเตือนความจำผู้บริโภค และจัดทำโปสเตอร์ติดตามร้านค้าต่าง ๆ เนื่องจากตลาดของกระดาษชำระภายในประเทศ สามารถขยายตัวได้อีก มากกว่าร้อยละ 10 โดยเฉพาะในต่างจังหวัดเพราะ

1. การขยายตัวทางด้านการลงทุนที่กระจายออกสู่ต่างจังหวัดมากขึ้น เป็นผลให้ตลาดกระดาษชำระขยายตัวตามระบบเศรษฐกิจ

2. ตลาดขยายตัวตามอัตราการขยายตัวของห้างสรรพสินค้า และเป็นเช่นสตรีต่าง ๆ คาดว่าในระยะยาวจะมีสัดส่วนการจำหน่ายในต่างจังหวัด ประมาณร้อยละ 50 และกรุงเทพฯ ร้อยละ 50 จากเดิมต่างจังหวัดมีสัดส่วนการจำหน่ายร้อยละ 40 และกรุงเทพฯ ร้อยละ 60 พบวกกับอัตราการใช้ผลิตภัณฑ์ในเมืองไทยนั้นยังน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศที่เจริญแล้ว ซึ่งเฉลี่ยแล้วคนไทยใช้กระดาษชำระ 8 ซีด/คน/ปี แบ่งเป็นคนในกรุงเทพฯ 3 กิโลกรัม/คน/ปี ต่างจังหวัด 3 ซีด/คน/ปี ในขณะที่ประเทศที่เจริญแล้วอย่างอเมริกาใช้ 42 กิโลกรัม/คน/ปี อังกฤษ 15 กิโลกรัม/คน/ปี เป็นต้น

การแข่งขันส่วนใหญ่เป็นการแข่งขันกันเองภายในประเทศ แนวทางด้านการตลาดนั้นไม่มีผู้นำตลาดอย่างแท้จริง โดยมีการผลัดเปลี่ยนกันเป็นเจ้าของตลาดแล้วแต่สภาพการแข่งขัน กล่าวคือ หากบริษัทไหนทำการส่งเสริมการขายมากในช่วงใด ช่วงนั้นชื่อหรือที่ทำการโปรโมทก็จะมีส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด โดยเฉพาะตลาดพรีเมียมราคาเม็ดละ 7 บาท มีศักยภาพสูงสุด เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันได้รับการศึกษาค่อนข้างสูงจึงต้องการสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้นด้วย ซึ่งส่วนแบ่งตลาดของกระดาษชำระเม็ดละ 6 บาท หรือตลาดมีเดียมเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในขณะนี้ มีอัตราการขยายตัวเร็วมาก และส่วนแบ่งตลาดราคาถูกที่สุดคือเม็ดละ 5 บาท หรือตลาดเศรษฐกิจ มีอัตราการขยายตัวถดถอย เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนหนึ่งขาดหายไปจากตลาด คือเปลี่ยนจากการใช้กระดาษชำระราคาถูกเป็นการไม่ใช้สินค้านิดนี้เลย เพราะการที่มีรายได้ตกต่ำจากภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอย

นอกจากนี้อัตราการผลิตข้าวได้ควบคู่ไปกับการที่มีการผลิต เพื่อส่งออกไปยังตลาดฮ่องกง สิงคโปร์ มาเลเซีย และตะวันออกกลาง ตามข้อตกลงกับบีโอไอ (B.O.I.) ส่วนอินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ยังไม่สามารถกระจายสินค้าไปได้ เพราะติดกำแพงภาษี

ในด้านราคาของกระดาศาข้าว หลังจากรัฐบาลได้ปล่อยให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามภาวะตลาด ทำให้ผู้ผลิตสามารถปรับราคาได้ตามภาวะต้นทุน ซึ่งต้นทุนส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 50 มาจากเยื่อกระดาษ หากเยื่อกระดาษมีราคาสูง กระดาศาข้าวก็จะมีราคาสูงตาม ถึงแม้ว่าในขณะที่ราคาเยื่อกระดาษจะขยับตัวสูงขึ้นจากระยะที่ผ่านมา แต่อย่างไรก็ตามคาดว่าในช่วงนี้ราคากระดาศาข้าวไม่มีการปรับตัวอย่างแน่นอน (กิตติมา , คู่แข่ง : 61)

บทที่ 3

ผลการศึกษา

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร โดย
สุ่มตัวอย่าง จากประชากรตัวอย่างที่ใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งสิ้น
150 ตัวอย่าง โดยกำหนดอายุเป็นเกณฑ์ สรุปผลการศึกษาดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ใช้กระดาษชำระ

ในตอนนี้จะกล่าวถึง สภาพพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้ใช้กระดาษ
ชำระ ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระดับรายได้
ต่อเดือน สมาชิกในครอบครัว และลักษณะที่อยู่อาศัย โดยแจกแจงความถี่พร้อมทั้งปรับให้อยู่
ในรูปร้อยละ ปรากฏผลการศึกษา ดังนี้คือ

1. เพศ

จากประชากรตัวอย่างที่ทำการศึกษาทั้งหมด 150 คน พบว่า เป็นเพศชาย
จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 40.67 และเป็นเพศหญิงจำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ
59.33 จะเห็นได้ว่าผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงมักจะให้
ความสนใจต่อการดูแลรักษาความสะอาด รวมทั้งความสนใจในเรื่องของการรักษาความ
สวยความงามด้วย เพราะกระดาษชำระเป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกในแง่ของการทำความ
สะอาด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมภายในห้องน้ำ กิจกรรมในการรับประทานอาหาร การใช้เช็ด
สิ่งของ และอื่น ๆ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 เพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	61	40.67
หญิง	89	59.33
รวม	150	100.00

2. อายุ

ช่วงอายุของประชากรตัวอย่าง มีการแบ่งเป็น 5 ช่วง แต่ละช่วงเลือกจำนวนตัวอย่าง 30 ตัวอย่างเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 20.00 เท่ากัน

3. สถานภาพการสมรส

จากการศึกษาสถานภาพการสมรสของผู้ใช้กระดาษชำระ พบว่ามีสถานภาพโสดเป็นจำนวนมากที่สุด คือ 100 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือสถานภาพสมรสแล้วจำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 และสถานภาพการหย่าร้างจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.66 (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 สถานภาพการสมรส

สถานภาพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	100	66.67
สมรส	43	28.67
หย่าร้าง	7	4.66
รวม	150	100.00

4. ระดับการศึกษา

จากการศึกษาระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ใช้กระดาษชำระ พบว่าระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ 87 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาผู้มีการศึกษาระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่ามีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.66 ผู้ได้รับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาและผู้ได้รับการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีจำนวนเท่ากันจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.67 และในระดับประถมศึกษาที่มีจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 8.00

(ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ระดับการศึกษาของผู้ใช้กระดาษชำระ

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	12	8.00
มัธยมศึกษา	16	10.67
อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า	19	12.66
ปริญญาตรี	87	58.00
สูงกว่าปริญญาตรี	16	10.67
รวม	150	100.00

5. อาชีพ

ผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.33 รองลงมาคือ อาชีพรับราชการ 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 เป็นนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ผู้ประกอบอาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.33 ผู้ประกอบอาชีพรัฐวิสาหกิจและเป็นแม่บ้านมีจำนวนเท่ากันคือ 7 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และผู้ที่ยังไม่ได้ทำงานอีก 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 อาชีพของผู้ใช้กระดาษชำระ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	20	13.33
รับราชการ	34	22.67
พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	56	37.33
รัฐวิสาหกิจ	7	4.67
รับจ้าง	8	5.33
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	17	11.33
แม่บ้าน	7	4.67
อื่น ๆ ^{1/}	1	0.67
รวม	150	100.00

หมายเหตุ 1/ ยังไม่ได้ประกอบอาชีพ

6. ระดับรายได้ต่อเดือน

จากการศึกษาระดับรายได้ต่อเดือนของผู้ใช้กระดาษชำระพบว่า ผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่จะมีรายได้ระหว่าง 9,001-12,000 บาทมีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 เนื่องจากกระดาษชำระกลายเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นสำหรับผู้บริโภคในปัจจุบันและเป็นสินค้าประเภทสะดวกซื้อ การกระจายตัวของสินค้าประเภทนี้จึงมีความใกล้เคียงกันในแต่ละกลุ่มรายได้ รองลงมาคือกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001 - 9,000 บาทจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 22.67 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 12,000 บาทมีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 3,001-6,000

มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 และผู้ที่มีรายได้น้อยต่อเดือนไม่เกิน 3,000 บาทมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ระดับรายได้น้อยต่อเดือนของผู้ใช้กระดาษชำระ

ระดับรายได้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่เกิน 3,000 บาท	19	12.67
3,001 - 6,000 บาท	26	17.33
6,001 - 9,000 บาท	34	22.67
9,001 - 12,000 บาท	39	26.00
สูงกว่า 12,000 บาท	32	21.33
รวม	150	100.00

7. สมาชิกในครอบครัว

จากการศึกษาจำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ใช้กระดาษชำระ ซึ่งมีลักษณะของแบบสอบถามแบบเปิดเพื่อจะได้แบ่งแต่ละช่วงจำนวนสมาชิกในครอบครัวให้เหมาะสมซึ่งแบ่งออกเป็นช่วงละ 3 คน จะพบว่า จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4-6 คน มีจำนวนผู้ใช้กระดาษชำระสูงสุดเป็นจำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาเป็นผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 1-3 คน เป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัว 7-9 คนมีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 19.33 และผู้ที่มีสมาชิกในครอบครัวมากกว่า 9 คน มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 2.67 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ใช้กระดาษชำระ

จำนวนสมาชิก	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 - 3 คน	51	34.00
4 - 6 คน	66	44.00
7 - 9 คน	29	19.33
มากกว่า 9 คน	4	2.67
รวม	150	100.00

8. ลักษณะที่อยู่อาศัย

จากการศึกษาลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ใช้กระดาษชำระ พบว่าส่วนใหญ่จะมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็น บ้าน มีจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 รองลงมาคือลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นคอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์ จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 28.67 เนื่องจากลักษณะที่อยู่อาศัยดังกล่าวมีพื้นที่จำกัดในการตากแห้งโดยเฉพาะในเขตเมืองหลวงมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นแบบคอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์มากขึ้น จึงทำให้มีผู้ใช้กระดาษชำระเพิ่มจำนวนสูงขึ้นด้วย ผู้ที่มีที่อยู่อาศัยเป็นตึกแถว/ทาวเฮ้าส์ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และผู้ที่มีที่อยู่อาศัยเป็นหอพัก มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 10.66 (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้ใช้กระดาษชำระ

ลักษณะที่อยู่อาศัย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
บ้าน	70	46.67
คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์	43	28.67
ตึกแถว/ทาวเฮ้าส์	21	14.00
หอพัก	16	10.66
รวม	150	100.00

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการใช้กระดาษชำระและปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้
กระดาษชำระ

ตอนนี้จะกล่าวถึงพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระ ซึ่งพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระของผู้บริโภคแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป เช่น ลักษณะกิจกรรมการใช้กระดาษชำระตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้ใช้กระดาษชำระเลือกใช้กระดาษชำระปรากฏผลการศึกษาค้นคว้านี้คือ

1. ลักษณะกิจกรรมการใช้กระดาษชำระนอกจากใช้ในห้องน้ำ

จากการศึกษาลักษณะกิจกรรมการใช้กระดาษชำระนอกจากที่ใช้ในห้องน้ำแล้วพบว่าจากประชากรตัวอย่าง 150 คน มีผู้ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมเช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ สูงที่สุดจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 เนื่องจากกระดาษชำระชนิดม้วนเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสะดวกต่อการหยิบใช้ทั้งนี้ไม่ต้องเสียเวลาชักล้าง ราคาไม่แพงและสะดวกต่อการทำลาย รองลงมาคือ ผู้ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมเช็ดปาก มีจำนวน 45 คน คิด

เป็นร้อยละ 30.00 เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี สามารถนำมาใช้ทดแทนผ้าเช็ดปาก ในกิจกรรมรับประทานอาหารเช้า ผู้ใช้กระดาษชำระเช็ดมือมีจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 24.67 ผู้ที่ใช้กระดาษชำระเช็ดหน้ามีจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.33 และผู้ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมอื่น ๆ ได้แก่ ใช้เช็ดน้ำมัน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.33 (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ลักษณะกิจกรรมการใช้กระดาษชำระนอกจากใช้ในห้องน้ำ

ลักษณะกิจกรรมการใช้	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ	49	32.67
เช็ดมือ	37	24.67
เช็ดปาก	45	30.00
เช็ดหน้า	14	9.33
อื่น ๆ ^{1/}	5	3.33
รวม	150	100.00

หมายเหตุ 1/ ใช้เช็ดน้ำมัน

2. ผู้ใช้กระดาษชำระที่ใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ แยกตามระดับอายุ

ผู้ใช้กระดาษชำระที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมเช็ดปากมากที่สุดร้อยละ 33.33 รองลงมาคือใช้เช็ดโต๊ะ/สิ่งของ คิดเป็นร้อยละ 30.00 ใช้เช็ดมือร้อยละ 16.67 ใช้เช็ดหน้าร้อยละ 10.00 และใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ อีกร้อยละ 10.00

ผู้ใช้กระดาษชำระที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ใช้กระดาษชำระในกิจกรรม
เช็ดปากเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.67 ใช้เช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ และใช้เช็ดมือ ร้อยละ
26.67 เท่ากัน ใช้เช็ดหน้าร้อยละ 6.67 และใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ อีกร้อยละ 3.33

ผู้ใช้กระดาษชำระที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ใช้กระดาษชำระในกิจกรรม
เช็ดโต๊ะ/สิ่งของ มากที่สุด มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ใช้เช็ดมือร้อยละ
20.00 ใช้เช็ดปากร้อยละ 23.33 ใช้เช็ดหน้าร้อยละ 13.34 และใช้ในกิจกรรมอื่น ๆ
อีกร้อยละ 3.33

ผู้ใช้กระดาษชำระที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ใช้กระดาษชำระในกิจกรรม
เช็ดปากเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 36.67 รองลงมา คือใช้สำหรับเช็ดโต๊ะ/สิ่งของ ร้อยละ
33.33 ใช้เช็ดมือร้อยละ 23.33 ใช้เช็ดหน้าร้อยละ 6.67

ผู้ใช้กระดาษชำระที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป ใช้กระดาษชำระในกิจกรรม
เช็ดมือมากที่สุด ร้อยละ 36.67 รองลงมาใช้เช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ ร้อยละ 33.33
เช็ดปากร้อยละ 20.00 ใช้เช็ดหน้าร้อยละ 10.00 (ตารางที่ 10)

ตารางที่ 10 ผู้ใช้กระดาษชำระที่ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมต่าง ๆ แยกตามระดับอายุ

กิจกรรม	10-20	21-30	31-40	41-50	>50
เช็ดโต๊ะ/สิ่งของ	9(30.00)	8(26.67)	12(40.00)	10(33.33)	10(33.33)
เช็ดมือ	5(16.67)	8(26.67)	6(20.00)	7(23.33)	11(36.67)
เช็ดปาก	10(33.33)	11(36.67)	7(23.33)	11(36.67)	6(20.00)
เช็ดหน้า	3(10.00)	2(6.67)	4(13.34)	2(6.67)	3(10.00)
อื่น ๆ	3(10.00)	1(3.33)	1(3.33)		
รวม	30 (100)	30(100)	30(100)	30(100)	30(100)

2. สถานที่ที่ใช้กระดาษชำระนอกจากในห้องน้ำ

จากการศึกษาสถานที่ที่ใช้กระดาษชำระนอกจากในห้องน้ำ จะเห็นได้ว่าผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่ใช้ในห้องรับประทานอาหาร/ร้านอาหาร มีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือใช้กระดาษชำระในสถานที่ทำงาน มีจำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ผู้ใช้กระดาษชำระในห้องครัว มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ผู้ที่ใช้กระดาษชำระในรถยนต์/รถเมล์ มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.66 และผู้ใช้กระดาษชำระในห้องรับแขก มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 11 สถานที่ที่ใช้กระดาษชำระนอกจากใช้ในห้องน้ำ

สถานที่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ห้องรับประทานอาหาร/ร้านอาหาร	60	40.00
ห้องครัว	25	16.67
ห้องรับแขก	10	6.67
สถานที่ทำงาน	42	28.00
รถยนต์/รถเมล์	13	8.66
รวม	150	100.00

3. ยี่ห้อของกระดาษชำระที่ผู้ใช้กระดาษชำระรู้จัก

จากการสำรวจยี่ห้อของกระดาษชำระที่มีจำหน่ายในปัจจุบันตามท้องตลาด ทั้งในซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านค้าสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 20 ยี่ห้อ ซึ่งผู้ใช้กระดาษชำระรู้จักกระดาษชำระยี่ห้อเชลล์ล็อกซ์ มากที่สุด เนื่องจากการโฆษณาและมีจำหน่ายมานานจนมีชื่อเสียงแพร่หลายเป็นที่รู้จักอย่างดีมีจำนวน 140 คนคิดเป็นร้อยละ 12.12 รองลงมาคือยี่ห้อ สก็อตต์ มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 9.95 ยี่ห้อ เดลซี มีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 ยี่ห้อ สก็อตเท็กซ์ มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 7.18 ยี่ห้อ คลีเน็กซ์ มีจำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 ยี่ห้อฟินน์ มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ยี่ห้อปรีนเซส มีจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66 ยี่ห้อเลดสก็อตต์ มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66 ยี่ห้อเชลโล-ดี มีจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 4.84 ยี่ห้อซ็อฟ มีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 4.68 ยี่ห้อเซ็นทรัล มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 ยี่ห้อเมเปิล มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 3.98 ยี่ห้อกิสซ์ มีจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ยี่ห้อเชลล์ล็อกซ์โกลด์ มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 2.42 ยี่ห้อกรีนแอนด์คลีน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 2.34 ยี่ห้อกัทซ์ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 2.25 ยี่ห้อซิลค์ มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90 ยี่ห้อเชลล์ล็อกซ์เลิฟลี่ มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 1.73 ยี่ห้อคามิ มีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 1.47 และยี่ห้อวาเร็กซ์ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 0.77

(ตารางที่ 12)

ตารางที่ 12 ยี่ห้อของกระดาษชำระที่ผู้ใช้กระดาษชำระรู้จัก ^{1/}

ยี่ห้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เชลล์ล็อกซ์	140	12.12
สก็อตต์	115	9.95

ตารางที่ 12 (ต่อ)

ชื่อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เคลซี	104	9.00
คลีเน็กซ์	81	7.00
สก็อตเท็กซ์	83	7.18
เลคส์ก๊อตต์	76	6.66
ปรีนเซส	77	6.66
พินน์	78	6.75
เชลโล-ดี	56	4.84
ซีออฟ	54	4.68
ซิลค์	22	1.90
เมเปิล	46	3.98
คามิ	17	1.47
วาเร็กซ์	9	0.77
กรีนแอนด์คลีน	27	2.34
เชลล์ออกซ์โกลด์	44	3.80
เชลล์ออกซ์เลิฟลี่	20	1.73
ทิสส์	28	2.42
ทัช	26	2.25
เซ็นทรัล	52	4.50

หมายเหตุ 1/ ประชากรตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

4. ยี่ห้อของกระดาษชำระที่ผู้ใช้กระดาษชำระเลือกใช้

ผู้ใช้กระดาษชำระเลือกใช้กระดาษชำระยี่ห้อ เซลลูล็อกซ์ มากที่สุด เนื่องจากเป็นยี่ห้อที่มีชื่อเสียงมานานแล้วและผู้ใช้กระดาษชำระก็นิยมในคุณภาพ และเนื้อผิวผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67 รองลงมาคือ ยี่ห้อ สก็อตต์ มีจำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ เดลชี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 ผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ สก็อตเท็กซ์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 ผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ คลีเน็กซ์ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 ผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ เลดสก็อตต์ มีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ ปรีนเซส มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 ผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ ซอฟ มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.33 และผู้ที่เลือกใช้ยี่ห้อ ฟินน์ และ ยี่ห้อเซลโล-ดี มีจำนวนเท่ากันคือ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.67 (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ยี่ห้อของกระดาษชำระที่ผู้ใช้กระดาษชำระเลือกใช้

ยี่ห้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เซลลูล็อกซ์	49	32.67
สก็อตต์	35	23.33
เดลชี	20	13.33
คลีเน็กซ์	11	7.33
สก็อตเท็กซ์	15	10.00
เลดสก็อตต์	10	6.67
ปรีนเซส	6	4.00
ฟินน์	1	0.67

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ยี่ห้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซีเอฟ	2	1.33
เชลโล-ดี	1	0.67
รวม	150	100.00

5. เหตุผลที่นิยมใช้กระดาษชำระยี่ห้อดังกล่าว

เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้ยี่ห้อของกระดาษชำระ ส่วนใหญ่พบว่าชอบคุณภาพของเนื้อกระดาษชำระ มีจำนวน 123 คนคิดเป็นร้อยละ 35.65 รองลงมาเป็นเพราะเห็นว่าราคาถูก มีจำนวน 57 คนคิดเป็นร้อยละ 16.52 เหตุผลที่เลือกเพราะชอบลวดลายของกระดาษชำระ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 ผู้ที่เลือกเพราะชอบสีสันทองกระดาษชำระ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 7.54 ผู้ที่เลือกเพราะเห็นว่ามีคุณภาพมากกว่ายี่ห้ออื่น ๆ มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 ผู้ที่เลือกเพราะชอบกลิ่นหอมพิเศษของกระดาษชำระและชอบโฆษณา มีจำนวน 22 คนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 6.38 ผู้ที่เลือกเพราะชอบในตราสินค้า มีความภักดีในตัวสินค้ายี่ห้อนั้น มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ผู้ที่เลือกเพราะชอบบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.35 และผู้ที่เลือกเพราะเหตุผลอื่น ๆ ได้แก่มีประจำอยู่ที่บ้านและหาซื้อได้สะดวก มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.03 (ตารางที่ 14)

ตารางที่ 14 เหตุผลที่นิยมใช้กระดาษชำระยี่ห้อดังกล่าว ^{1/}

เหตุผล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชอบคุณภาพ	123	35.65
ชอบโฆษณา	22	6.38
ชอบตราสินค้า	19	5.50
ชอบบรรจุภัณฑ์	15	4.35
ราคาถูก	57	16.52
ชอบลวดลายของกระดาษ	29	8.40
ชอบสีสีนของกระดาษ	26	7.54
ชอบกลิ่นหอม	22	6.38
มีความยาวมากกว่า	25	7.25
อื่น ๆ ^{2/}	7	2.03

หมายเหตุ 1/ ประชากรตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2/ มีประจำอยู่ที่บ้านและหาซื้อได้สะดวก

6. ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษชำระ

ผู้ใช้กระดาษชำระร้อยละ 58 คิดว่า คุณภาพของกระดาษชำระมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษชำระมากที่สุด ประชากรร้อยละ 42.67 คิดว่าความสะดวกในการซื้อ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษชำระมาก ประชากรร้อยละ 41.33 คิดว่าขนาดบรรจุและการดึงให้ขาดจากกันตามรอยพับของกระดาษชำระมีผลต่อการตัดสินใจเลือก

ใช้มาก ประชากรร้อยละ 44.00 คิดว่าราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษชำระปานกลาง ประชากรร้อยละ 42.00 เห็นว่าตราสินค้าและการโฆษณา มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปานกลาง ประชากรร้อยละ 34.67 เห็นว่าวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระดาษชำระมีผลต่อการเลือกใช้ปานกลาง เนื่องจากในปัจจุบันผู้ใช้กระดาษชำระเริ่มให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการรักษาสุขภาพแวดล้อม (ตารางที่ 15)

ตารางที่ 15 ปัจจัยต่าง ๆ ในการตัดสินใจเลือกใช้กระดาษชำระ ^{1/}

ปัจจัย	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
คุณภาพ	87(58.00)	46(30.67)	16(10.67)	1(0.66)	
ความสะดวกในการซื้อ	43(28.67)	64(42.67)	34(22.67)	6(4.00)	3(2.00)
ขนาดบรรจุ	15(10.00)	62(41.33)	54(36.00)	15(10.00)	4(2.67)
การดึงให้ขาดจากกันตามรอยพับ	38(25.33)	62(41.33)	36(24.00)	10(6.67)	4(2.67)
ราคา	34(22.67)	45(30.00)	66(44.00)	4(2.67)	1(0.66)
ยี่ห้อ	15(10.00)	40(26.67)	63(42.00)	18(12.00)	14(9.33)
การโฆษณา	10(6.67)	36(24.00)	63(42.00)	31(20.67)	10(6.67)
ลักษณะการบรรจุหีบห่อ	14(9.33)	51(34.00)	68(45.33)	14(9.34)	3(2.00)
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	31(20.67)	36(24.00)	52(34.67)	23(15.33)	8(5.33)

หมายเหตุ 1/ ประชากรตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นต่าง ๆ ของผู้ใช้
กระดาดชำระ

สำหรับในตอนนี้จะกล่าวถึงปัจจัย และความคิดเห็นที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อกระดาดชำระ เช่น ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจในการซื้อกระดาดชำระ ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นหอมพิเศษ และลวดลายบนกระดาดชำระ เป็นต้น ปรากฏผลการศึกษาดังนี้คือ

1. ลักษณะการซื้อของผู้ใช้กระดาดชำระ

ในปัจจุบันกระดาดชำระเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันเกี่ยวกับการใช้ทำความสะอาดของคนไทยมากขึ้น และเป็นสินค้าประเภทสะดวกซื้อ คือจำเป็นต้องใช้บ่อยๆ ราคาไม่แพงและสามารถซื้อหาได้สะดวก ผู้ใช้กระดาดชำระส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ซื้อเอง ซึ่งจากการศึกษาพบว่า มีจำนวน 131 คนคิดเป็นร้อยละ 87.33 ที่เป็นผู้ซื้อเอง และผู้ใช้กระดาดที่ไม่ได้เป็นผู้ซื้อ มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 12.67 (ตารางที่ 16)

ตารางที่ 16 ลักษณะการซื้อของผู้ใช้กระดาดชำระ

เป็นผู้ซื้อเอง	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ใช่	131	87.33
ไม่ใช่	19	12.67
รวม	150	100.00

2. ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อกระดาษชำระ

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อกระดาษชำระ ส่วนใหญ่ผู้ซื้อกระดาษชำระจะเป็นคนตัดสินใจเลือกซื้อด้วยตัวเอง มีจำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 81.68 รองลงมาผู้ซื้อที่พ่อแม่ เป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อ มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.21 ญาติ/พี่น้อง มีส่วนในการตัดสินใจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.82 เพื่อน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกซื้อ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.53 และบุคคลอื่น ๆ ที่มีส่วนตัดสินใจ ได้แก่ บุตร มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.76 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17 ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อ

ผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ตัวเอง	107	81.68
พ่อ/แม่	16	12.21
ญาติ/พี่น้อง	5	3.82
เพื่อน	2	1.53
อื่น ๆ ^{1/}	1	0.76
รวม	131	100.00

หมายเหตุ 1/ บุตร

3. สถานที่ซื้อกระดาษชำระ

สำหรับผู้ที่ซื้อกระดาษชำระเองจำนวน 131 คน ส่วนใหญ่จะซื้อกระดาษชำระใน ซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านค้าสะดวกซื้อ เช่น เซเว่นอีเลฟเว่น แฟมมีลิ้มาร์ท เป็นต้น ซึ่งมีจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 51.91 เนื่องจากว่าเป็นสถานที่ดังกล่าวอยู่ใกล้บ้านและมีสินค้าให้เลือกซื้อครบครัน ผู้ซื้อจึงได้รับความสะดวกและนิยมซื้อกระดาษชำระจากสถานที่ดังกล่าวมากที่สุด รองลงมาคือผู้ซื้อจากห้างสรรพสินค้า มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 39.69 ร้านค้าชายปลีกมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 6.87 และซื้อจากสหกรณ์ร้านค้ามีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.53 (ตารางที่ 18)

ตารางที่ 18 สถานที่ที่เลือกซื้อกระดาษชำระ

สถานที่ซื้อ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านค้าสะดวกซื้อ	68	51.91
ห้างสรรพสินค้า	52	39.69
ร้านค้าชายปลีก	9	6.87
สหกรณ์ร้านค้า	2	1.53
รวม	131	100.00

4. ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง

ในปัจจุบันขนาดบรรจุของกระดาษชำระมี 3 ขนาด คือขนาด 1 ม้วนต่อห่อ 6 ม้วนต่อห่อ และ 12 ม้วนต่อห่อ จากการศึกษาพบว่าประชากรตัวอย่างนิยมเลือกซื้อกระดาษชำระในปริมาณครั้งละ 6 ม้วนมากที่สุด มีจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 63.36 รองลงมา คือซื้อในปริมาณครั้งละ 12 ม้วน มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 24.43 ผู้ที่ซื้อครั้งละ 1 ม้วน มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และผู้ที่ซื้อครั้งละมากกว่า 12 ม้วน มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.81 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19 ปริมาณที่ซื้อในแต่ละครั้ง

ปริมาณ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ม้วน	11	8.40
6 ม้วน	83	63.36
12 ม้วน	32	24.43
มากกว่า 12 ม้วน	5	3.81
รวม	131	100.00

5. ความถี่ในการเลือกซื้อกระดาษชำระ

โดยส่วนใหญ่แล้วผู้ใช้กระดาษชำระ จะมีความถี่ในการหาซื้อกระดาษชำระเดือนละ 2 ครั้ง มีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 35.11 รองลงมา คือผู้ที่ซื้อกระดาษชำระเดือนละ 1 ครั้ง มีจำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 27.48 ผู้ที่ไม่กำหนดความถี่แน่นอน ในการซื้อกระดาษชำระในแต่ละเดือน มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 21.37 ผู้ที่ซื้อกระดาษชำระเดือนละ 3 ครั้งมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 8.40 และผู้ที่ซื้อกระดาษชำระเดือนละ 4 ครั้ง มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8.11 ส่วนผู้ที่มีความถี่ในการซื้ออื่น ๆ คือ น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.53 (ตารางที่ 20)

ตารางที่ 20 ความถี่ในการเลือกซื้อกระดาษชำระ

ความถี่	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง / เดือน	36	27.48
2 ครั้ง / เดือน	46	35.11
3 ครั้ง / เดือน	11	8.40
4 ครั้ง / เดือน	8	8.11
ไม่แน่นอน	28	21.37
อื่น ๆ ^{1/}	2	1.53
รวม	131	100.00

หมายเหตุ 1/ น้อยกว่า 1 ครั้ง / เดือน

6. ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ใช้กระดาษชำระประสบหลังการใช้

ถึงแม้ผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่จะไม่ประสบกับปัญหาหลังการใช้เลย ซึ่งมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 แต่สำหรับผู้ที่ประสบปัญหาก็กังคงมีอยู่ซึ่งเป็นปัญหาเกี่ยวกับกระดาษชำระเป็นขุยและยุ่ยง่าย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 21.43 ผู้ที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับเนื้อกระดาษชำระหยาบคิดเป็นร้อยละ 18.83 ผู้ประสบปัญหาการดึงกระดาษชำระให้ขาดจากกันตามรอยปรุ ร้อยละ 18.18 และปัญหากระดาษชำระหิมจับได้ไม่ดี ร้อยละ 16.88 (ตารางที่ 21)

ตารางที่ 21 ปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ใช้กระดาษชำระประสบหลังการใช้ ^{1/}

ปัญหา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ไม่มีปัญหา	38	24.68
เป็นขุยและยุ่ยง่าย	33	21.43
เนื้อกระดาษหยาบ	29	18.83
หิมจับได้ไม่ดี	26	16.88
ดึงให้ขาดตามรอยปรุได้ยาก	28	18.18

หมายเหตุ 1/ ประชากรตัวอย่างตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

7. การตัดสินใจหลังประสบกับปัญหาของผู้ใช้กระดาษชำระ

ผู้ใช้กระดาษชำระที่ประสบปัญหาส่วนใหญ่ จะเลิกใช้กระดาษชำระเฉพาะยี่ห้อ นั้น เพราะต้องการทดลองเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่นที่มีคุณภาพดีกว่ายี่ห้อเดิม มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 55.91 ส่วนผู้ที่ประสบปัญหา และยังคงใช้กระดาษชำระยี่ห้อเดิมนั้นต่อไป เพราะเห็นว่ามียี่ห้อถูก หาซื้อได้ง่าย และมีความเคยชิน ถึงแม้จะมีปัญหาบ้างก็ตาม ซึ่งมีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 44.09 (ตารางที่ 22)

ตารางที่ 22 การตัดสินใจหลังประสบปัญหาของผู้ใช้กระดาษชำระ

การตัดสินใจ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ยังซื้อยี่ห้อเดิมมาใช้	41	44.09
เลิกใช้เฉพาะยี่ห้อนั้น	52	55.91
รวม	93	100.00

8. ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและคุณภาพของกระดาษชำระ

เมื่อได้สอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับราคา และคุณภาพของกระดาษชำระในปัจจุบันพบว่า ผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่เห็นว่าราคาเหมาะสมกับคุณภาพดีอยู่แล้ว จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 73.28 รองลงมา คือผู้ที่มีความเห็นว่าราคาของกระดาษชำระถูกเมื่อเทียบกับคุณภาพ มีจำนวน 22 คนคิดเป็นร้อยละ 16.80 และผู้ที่มีความเห็นว่าราคาของกระดาษชำระแพงแต่คุณภาพไม่เหมาะสม มีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 9.92 (ตารางที่ 23)

ตารางที่ 23 ความคิดเห็นเกี่ยวกับราคาและคุณภาพของกระดาดชำระ

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	96	73.28
ราคาถูกคุณภาพสูง	22	16.80
ราคาแพงคุณภาพต่ำ	13	9.92
รวม	131	100.00

9. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีส้มของกระดาดชำระ

จะเห็นได้ว่าผู้ใช้กระดาดชำระส่วนใหญ่ยังมีความนิยมและความเคยชินในการใช้กระดาดชำระที่มีสีขาว ซึ่งเป็นสีที่คุ้นแล้วสะอาด บริสุทธิ์ เหมาะสมสำหรับใช้เช็ดทำความสะอาดสิ่งต่าง ๆ มากที่สุด มีจำนวนถึง 104 คน คิดเป็นร้อยละ 69.33 ผู้ที่ชอบกระดาดชำระสีชมพู มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.33 ผู้ที่มีความคิดว่ากระดาดชำระน่าจะเป็นสีเหลืองอ่อน มีจำนวน 14 คนคิดเป็นร้อยละ 9.34 และผู้ที่เห็นว่าน่าจะเป็นสีอื่น ๆ ได้แก่ สีฟ้าและสีส้ม มีจำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 4.00 (ตารางที่ 24)

ตารางที่ 24 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีส้มของกระดาดช้ำระ

สีของกระดาดช้ำระ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ขาว	104	69.33
ชมพู	26	17.33
เหลืองอ่อน	14	9.34
อื่น ๆ ^{1/}	6	4.00
รวม	150	100.00

หมายเหตุ 1/ สีฟ้าและสีส้ม

10. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นหอมพิเศษของกระดาดช้ำระ

เมื่อถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นหอมพิเศษของกระดาดช้ำระ พบว่าผู้ใช้กระดาดช้ำระ ร้อยละ 63.33 มีความเห็นว่ากระดาดช้ำระไม่จำเป็นต้องมีกลิ่นหอมพิเศษ เพราะ อาจจะทำให้ผู้บริโภคเกิดอาการแพ้ต่อกลิ่นหอมนั้น ไม่ชอบกลิ่น กลิ่นฉุนเกินไป เป็นการทำให้ต้นทุนการผลิตของกระดาดช้ำระสูงขึ้นและราคาจำหน่ายก็สูงขึ้นด้วยโดยไม่จำเป็น ซึ่งผู้ใช้กระดาดช้ำระส่วนใหญ่ จะคำนึงถึงแต่ประโยชน์ใช้สอยเพียงอย่างเดียว คือใช้เพื่อทำความสะอาดแล้วทิ้งไป ส่วนผู้ที่มีความเห็นว่า กลิ่นหอมพิเศษของกระดาดช้ำระมีความจำเป็นนั้นมีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67 (ตารางที่ 25)

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นหอมพิเศษของกระดาษชำระ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลิ่นหอม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
จำเป็น	55	36.67
ไม่จำเป็น	95	63.33
รวม	150	100.00

11. ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของกลิ่นหอมพิเศษ

ผู้ใช้กระดาษชำระที่เห็นว่ากลิ่นหอมของกระดาษจำเป็นต้องมี และส่วนใหญ่เห็นว่าน่าจะเป็นกลิ่นหอมอ่อน ๆ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 เพราะเป็นกลิ่นที่ไม่ฉุน ผู้บริโภคจึงสามารถรับกลิ่นหอมอ่อน ๆ นี้ ได้ตลอดเวลาที่ใช้ โดยไม่มีอาการเวียนศีรษะ รองลงมาคือผู้ที่ชอบกลิ่นเย็นสดชื่น มีจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 29.09 และกลิ่นดอกไม้ร้อยละ 10.91 (ตารางที่ 26)

ตารางที่ 26 ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของกลิ่นหอมพิเศษ

ชนิดของกลิ่นหอม	จำนวน(คน)	ร้อยละ
กลิ่นอ่อน ๆ	33	60.00
เย็นสดชื่น	16	29.09
ดอกไม้	6	10.91
รวม	55	100.00

12. ความคิดเห็นเกี่ยวกับลวดลายของกระดาษชำระ

ผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าจะมีลวดลายบนกระดาษชำระ มีจำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.67 ส่วนผู้ที่เห็นว่ากระดาษชำระไม่ควรจะมีลวดลาย ซึ่งจะทำให้ดูแล้วไม่สะอาด สีของลวดลายอาจจะหลุดลอกออกมาได้ และทำให้เป็นการเพิ่มต้นทุนการผลิตโดยไม่จำเป็น มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 41.33 (ตารางที่ 27)

ตารางที่ 27 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลผลิตของกระดาดข่าระ

ความคิดเห็น	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ควรมี	88	58.67
ไม่ควรมี	62	41.33
รวม	150	100.00

14. ความคิดเห็นของผู้ใช้กระดาดข่าระเกี่ยวกับผลผลิตแยกตามระดับอายุ

ผู้ใช้กระดาดข่าระที่มีอายุระหว่าง 10-20 ปี ซึ่งมีความเห็นว่ากระดาดข่าระน่าจะมีผลผลิตมีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 63.33 และผู้ที่เห็นว่าไม่ควรจะมีผลผลิตมีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 36.67

ผู้ใช้กระดาดข่าระที่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ซึ่งมีความเห็นว่ากระดาดข่าระควรจะมีผลผลิตมีจำนวน 25 คนคิดเป็นร้อยละ 83.33 และผู้ที่เห็นว่าไม่ควรจะมีผลผลิตมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ผู้ใช้กระดาดข่าระที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งมีความเห็นว่ากระดาดข่าระควรจะมีผลผลิตมีจำนวน 20 คนคิดเป็นร้อยละ 66.67 และผู้ที่เห็นว่าไม่ควรจะมีผลผลิตมีจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ผู้ใช้กระดาดข่าระที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ซึ่งมีความเห็นว่ากระดาดข่าระน่าจะมีผลผลิตมีจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.33 และผู้ที่เห็นว่าไม่ควรจะมีผลผลิตมีจำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 56.67

ผู้ใช้กระดาดข่าระที่มีอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปซึ่งมีความเห็นว่ากระดาดข่าระน่าจะมีผลผลิตมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และผู้ที่เห็นว่าไม่ควรจะมีผลผลิต

มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 (ตารางที่ 28)

ตารางที่ 28 ความคิดเห็นของผู้ใช้กระดาษชำระเกี่ยวกับลวดลายแยกตามระดับอายุ

ควรมี/ไม่ควรมี	10-20	21-30	31-40	41-50	>50
ควรมี	19 (63.33)	25 (83.33)	20 (66.67)	13 (43.33)	12 (40.00)
ไม่ควรมี	11 (36.67)	5 (16.67)	10 (33.33)	17 (56.67)	18 (60.00)
รวม	30 100.00	30 100.00	30 100.00	30 100.00	30 100.00

13. ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของลวดลายบนกระดาษชำระ

ผู้ที่เห็นว่าควรมีลวดลายบนกระดาษชำระจำนวน 88 คนนั้น ส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นลวดลายประเภทลายหนู มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 55.68 เนื่องจากว่าลวดลายประเภทนี้ เป็นลวดลายที่ทำจากเครื่องอัดลาย ไม่มีการใช้สีเหมือนลวดลายประเภทภาพพิมพ์ ซึ่งผู้ใช้กระดาษชำระเกรงว่าสีของภาพพิมพ์นั้นจะหลุดลอกออกมา ทำให้ใช้ทำความสะอาดได้ไม่ดีเท่าที่ควรและอาจจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพได้ ส่วนผู้ที่เห็นว่าน่าจะเป็นลวดลายแบบภาพพิมพ์ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 44.32 (ตารางที่ 29)

ตารางที่ 29 ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเภทของลวดลายบนกระดาดชา๊ะ

ประเภทของลวดลาย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ภาพพิมพ์	39	44.32
ลายนูน	49	55.68
รวม	88	100.00

14. ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของลวดลายบนกระดาดชา๊ะ

สำหรับความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของลวดลายบนกระดาดชา๊ะนั้นผู้ใช้กระดาดมีความคิดเห็นที่น่าจะเป็นลายดอกไม้มากที่สุด ถึงร้อยละ 60.23 และรองลงมาคือผู้ที่มีชอบลวดลายรูปการ์ตูนต่าง ๆ เช่น ลวดลายรูปผีเสื้อ รูปหมี ฟุตบอล การ์ฟิลด์ โดเรมอน มัคกีเม้าส์ เป็นต้น ซึ่งมีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 34.09 และผู้ที่เห็นที่น่าจะเป็นลายเส้น มีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5.68 (ตารางที่ 30)

ตารางที่ 30 ความคิดเห็นเกี่ยวกับชนิดของลวดลายบนกระดาษชำระ

ชนิดของลวดลาย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ดอกไม้	53	60.23
รูปการ์ตูน	30	34.09
ลายเส้น	5	5.68
รวม	88	100.00

15. ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุของกระดาษชำระ

ในปัจจุบันกระดาษชำระมีขนาดบรรจุ 3 ขนาด คือ 1 ม้วน/ท่อ 6 ม้วน/ท่อ และ 12 ม้วน/ท่อ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ใช้กระดาษชำระ มีความเห็นว่าขนาดบรรจุดังกล่าวมีความเหมาะสมอยู่แล้ว จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 74.00 ส่วนผู้ที่มีความคิดเห็นว่าขนาดบรรจุดังกล่าวยังไม่เหมาะสม ควรจะมีขนาด 2 ม้วน/ท่อ 4 ม้วน/ท่อ และ 10 ม้วน/ท่อ เพื่อให้ผู้ใช้กระดาษชำระได้เลือกซื้อตามความต้องการ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 (ตารางที่ 31)

ตารางที่ 31 ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุของกระดาษชำระ

ขนาดบรรจุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เหมาะสม	111	74.00
ไม่เหมาะสม	39	26.00
รวม	150	100.00

16. ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการขายของกระดาษชำระ

สำหรับกิจกรรมการส่งเสริมการขายกระดาษชำระของบริษัทผู้ผลิต จะออกมาในรูปแบบของการลดราคาเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งผู้ใช้กระดาษชำระเองก็มีความนิยมให้มกิจกรรมดังกล่าวมากที่สุด มีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 57.33 รองลงมาคือกิจกรรมการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย มีจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 18.67 ผู้ที่ชอบในกิจกรรมการแจกของแถม มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และกิจกรรมการส่งชิ้นส่วนชิงโชค มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 (ตารางที่ 32)

ตารางที่ 32 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการขายของกระดาษชำระ

กิจกรรมการส่งเสริมการขาย	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การลดราคา	86	57.33
การจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย	28	18.67
แจกของแถม	25	16.67
ส่งชิ้นส่วนชิงโชค	11	7.33
รวม	150	100.00

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

กระดาษชำระเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดชนิดหนึ่ง ซึ่งมีความจำเป็นต่อการดำเนินชีวิตประจำวันและผู้บริโภคมีความต้องการใช้มากขึ้นเรื่อย ๆ จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระ โดยกลุ่มตัวอย่างจากประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน ซึ่งกำหนดอายุเป็นเกณฑ์ สามารถสรุปผลการศึกษาดังนี้ คือ

ทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้ใช้กระดาษชำระ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.33 เพศชายร้อยละ 40.67 มีสถานภาพเป็นโสดร้อยละ 66.67 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 58.00 รองลงมาคือระดับอาชีวศึกษาหรือเทียบเท่าร้อยละ 12.66 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ห้างร้านร้อยละ 37.33 โดยมีระดับรายได้ต่อเดือนระหว่าง 9,001 - 12,000 บาท ร้อยละ 26.00 จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ใช้กระดาษชำระส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4 - 6 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 โดยมีลักษณะที่อยู่อาศัยเป็นบ้าน ร้อยละ 46.67

ทางด้านพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 32.67 ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมเกี่ยวกับการเช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ นอกจากใช้ในห้องน้ำ และถ้าแยกตามระดับอายุจะเห็นว่าผู้ที่อายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นผู้ที่ใช้กระดาษชำระในกิจกรรมเช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ ร้อยละ 40.00 นอกจากใช้กระดาษชำระในห้องน้ำแล้ว ผู้บริโภคจะใช้ในห้องรับประทานอาหาร/ร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 40.00 ผู้บริโภคจะรู้จักกระดาษชำระยี่ห้อ เชลล์ล็อกซ์ มากที่สุด ร้อยละ 12.12 รองลงมาคือยี่ห้อ สก็อตต์ ร้อยละ 9.95 และนิยมใช้กระดาษชำระยี่ห้อ เชลล์ล็อกซ์ เป็นส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 32.67 สำหรับเหตุผลที่ผู้ใช้กระดาษชำระนิยมใช้ยี่ห้อดังกล่าว เนื่องจากชอบคุณภาพของเนื้อ

กระดาดข่าระร้อยละ 35.65 รองลงมาคือราคาถูก ร้อยละ 16.52 สำหรับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้กระดาดข่าระร้อยละ 58.00 เห็นว่าคุณภาพของกระดาดข่าระมีผลมากที่สุด ร้อยละ 64.00 เห็นว่าความสะดวกในการซื้อที่มีผลมากที่สุด ร้อยละ 44.00 เห็นว่าราคามีผลปานกลาง

ทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อการใช้กระดาดข่าระ และความคิดเห็นต่าง ๆ ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อกระดาดข่าระ พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 87.33 เป็นผู้ซื้อกระดาดข่าระเอง และตัวเองเป็นผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อมากที่สุดร้อยละ 81.68 ผู้บริโภคร้อยละ 51.91 มักจะซื้อกระดาดข่าระจากซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านค้าสะดวกซื้อ ในปริมาณที่ซื้อคือครั้งละ 6 ม้วน คิดเป็นร้อยละ 63.36 และมีความถี่ในการเลือกซื้อ 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 35.11 สำหรับปัญหาที่เกิดจากการใช้กระดาดข่าระที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ส่วนใหญ่ จะไม่เกิดปัญหา ร้อยละ 24.68 แต่ถ้ามีปัญหาส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากเนื้อกระดาดข่าระเป็นหยาบและยุ่งง่าย ร้อยละ 21.43 หลังจากประสบปัญหาต่าง ๆ แล้ว ผู้บริโภคร้อยละ 55.91 เลิกใช้กระดาดข่าระเฉพาะยี่ห้อนั้น และเปลี่ยนไปใช้กระดาดข่าระยี่ห้ออื่น ๆ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพเมื่อเทียบกับราคา ส่วนใหญ่เห็นว่า มีความเหมาะสมดีอยู่แล้ว ร้อยละ 73.28 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีส้มของกระดาดข่าระผู้บริโภค เห็นว่าควรเป็นสีขาวมากที่สุด ร้อยละ 69.33 รองลงมาเห็นว่าควรจะเป็นสีชมพู ร้อยละ 17.33 สำหรับกลิ่นหอมพิเศษของกระดาดข่าระ ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องมี ร้อยละ 63.33 ส่วนผู้ที่มีความเห็นว่าน่าจะมีกลิ่นหอม ร้อยละ 36.67 และควรจะเป็นกลิ่นอ่อน ๆ ร้อยละ 60.00 สำหรับผลตลาดของกระดาดข่าระผู้บริโภคเห็นว่าควรมี ร้อยละ 58.67 และถ้าแยกตามระดับอายุแล้ว ผู้บริโภคอายุระหว่าง 21-30 ปี เห็นว่าควรมีผลตลาดของกระดาดข่าระมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83.33 เป็นผลตลาดประเภทลาซุน ร้อยละ 55.68 และชนิดของผลตลาดควรเป็นผลตลาดดอกไม้ ร้อยละ 60.23 ความคิดเห็นเกี่ยวกับขนาดบรรจุของกระดาดข่าระผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าเหมาะสมแล้ว คือมีขนาดบรรจุต่อห่อ ตั้งแต่ 1 ม้วน 6 ม้วน และ 12 ม้วน คิดเป็นร้อยละ 74.00 และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายกระดาดข่าระ โดยการลดราคาร้อยละ 57.33 มีการจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย ร้อยละ 18.67 มีการแจกของแถม ร้อยละ 16.67

ข้อเสนอแนะ

ทางด้านบริษัทผู้ผลิต

1. ทางบริษัทผู้ผลิตกระดาษชำระควรจะรักษาคุณภาพและปริมาณของกระดาษชำระให้เป็นไปตามที่ได้โฆษณาหรือระบุเอาไว้บนหีบห่อ ไม่ควรใช้วิธีการลดต้นทุนโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ แล้วนำต้นทุนเหล่านั้นไปใช้ในการแข่งขันกันทางการตลาดด้วยวิธีการส่งเสริมการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหรือการลดราคา เพื่อต้องการส่วนแบ่งตลาดสูงสุดแต่เพียงอย่างเดียว
2. ควรมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย และเพียงพอมาใช้ในการผลิตกระดาษชำระ เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตให้มากขึ้น ตลอดจนทำให้ได้ผลผลิตที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. ธุรกิจเกี่ยวกับกระดาษชำระ ไม่ควรคำนึงถึงประโยชน์ทางด้านธุรกิจมากเกินไปกว่าประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ โดยพยายามปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานในด้านการผลิต เช่น การใช้สารเคมีเพื่อฟอกขาวในปริมาณที่ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค
4. การพัฒนารูปแบบการบรรจุหีบห่อ ซึ่งส่วนใหญ่ใช้บรรจุภัณฑ์เป็นถุงพลาสติก ทางบริษัทผู้ผลิตจึงควรที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวให้สามารถย่อยสลายได้ด้วยแสงแดด เพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อม และมีการใช้สีสันทนหลายที่แปลกใหม่ เพื่อดึงดูดผู้บริโภคให้เลือกรื้อมากยิ่งขึ้น

ทางด้านรัฐบาล

1. ทางรัฐบาลควรเร่งรัดพัฒนาการเกษตรเพื่อผลิตวัตถุดิบสำหรับป้อนโรงงาน โดยมีมาตรการ ดังนี้
 - 1.1 ส่งเสริมให้เกษตรกรเพาะปลูกพืชที่ใช้ทำเยื่อกระดาษเช่น ปอ ทุเรียน และยูคาลิปตัส ซึ่งมีการส่งเสริมจากทางภาครัฐบาลบ้างแล้วแต่ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับป้อนโรงงานผลิตกระดาษชำระอย่างเพียงพอและยังเป็นการสร้าง

อาชีพและกระจายรายได้ให้กับเกษตรกรที่เพาะปลูกพืชดังกล่าวในชนบทได้อีกด้วย

1.2 ส่งเสริมให้มีการสำรวจเขตป่าไม้สนและไม้พรวง เพื่อให้สัมปทานแก่ผู้ลงทุนผลิตกระดาษชำระ และส่งเสริมโครงการปลูกป่าสนเพิ่มเติม

2. รัฐควรกำหนดราคาประกันสำหรับพืชที่ใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตเยื่อ เพื่อให้เกษตรกรมีความมั่นใจในราคามลผลิตที่ผลิตได้

3. รัฐควรสนับสนุนในด้านการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ ในเรื่องน้ำประปา ไฟฟ้า ถนน เป็นต้น เพื่อให้โรงงานตั้งอยู่ใกล้แหล่งวัตถุดิบได้รับความสะดวกมากยิ่งขึ้น

4. รัฐบาลควรกำหนดอัตราค่าเช่าของเยื่อและกระดาษชำระให้สูงขึ้นกว่าในปัจจุบัน โดยเฉพาะเยื่อใยสั้นซึ่งผลิตได้เองภายในประเทศ หรืออาจจะกำหนดสัดส่วนในกรณีที่น่าเยื่อจากต่างประเทศเข้ามาว่าจะต้องใช้เยื่อในประเทศในอัตราที่มากกว่า นอกจากนั้นการจะขยายระยะเวลาการเก็บค่าธรรมเนียมพิเศษออกไปอีก หรือกำหนดโควต้าในการนำเข้าเพื่อคุ้มครองผู้ผลิตในประเทศที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน

5. รัฐบาลควรพิจารณาลดค่ากระแสไฟฟ้าให้กับโรงงานอุตสาหกรรม โดยเฉพาะโรงงานผลิตกระดาษชำระ ให้ต่ำกว่าในปัจจุบัน ทั้งนี้เพื่อช่วยลดต้นทุนการผลิตและควรแก้ไขป้องกันในกรณีไฟตกและดับบ่อย มีผลให้เครื่องจักรชำรุด และก่อให้เกิดการสูญเสียค่าทางเศรษฐกิจอีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

กองเศรษฐกิจอุตสาหกรรม . 2527 . รายงานภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเฉพาะประเภท . กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภา .

กิตติมา พิมพ์เสน . 2537 . "ตลาดพืชถึงยุคถัดโฆษณาหวังกระตุ้นตลาด" .
คู่แข่ง . (มิถุนายน 2537) : น. 59-62 .

โกสินทร์ เมฆสิงห์วี . 2537 . รองผู้อำนวยการบริษัทกระดาษเซลล์ล็อกซ์ จำกัด .
สัมภาษณ์ , 8 สิงหาคม 2537 .

นิรนาม . 2535 . "ศรีลังกา นิยมกระดาษพืชไทย" . ผู้ส่งออก . (เมษายน 2535) : น. 33-34 .

_____ . 2536 ก. "เหนียว นุ่ม ชิมชัดกับพินน์" . ธุรกิจและการตลาด .
(มีนาคม 2536) : น. 82-84 .

_____ . 2536 ข. "คิมเบอร์ลี-คล้าคปรับระบบขายกระดาษชำระ" .
คู่แข่งธุรกิจ . (14-20 มิถุนายน 2536) : น. 17 .

_____ . 2536 ค. "การตลาดยุคใหม่ สีก 3 พืชซึ่งฮีดอานตา" .
กรุงเทพธุรกิจ . (6 กรกฎาคม 2536) : น. 1-2 .

_____ . 2536 ง. "กระดาษชำระที่ผู้หนึ่งทำงานนิยมใช้" .
ฐานเศรษฐกิจ . (5-8 กันยายน 2536) : น. 33-34 .

นิรนาม . 2537 ก. "คิมเบอร์ลีย์ชิงตำแหน่งไทยสก็อตต์" .

ประชาชาติธุรกิจ . (10-30 เมษายน 2537) : น. 33 .

_____ . 2537 ข. "กระดาษไทย-สก็อตต์ บุกอุตสาหกรรมหวังแชร์ 14 % ครองเจ้าตลาด" . คู่แข่งธุรกิจ . (27 มิถุนายน-3 กรกฎาคม 2537) : น. 30 .

นันทนา ลีทธิธารณ . 2537 . การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานของเยื่อกระดาษในประเทศไทย . กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยนิพนธ์ปริญญาโท , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ .

ฝ่ายทะเบียนและสถิติโรงงาน . 2536 . รายละเอียดโรงงานฉบับที่ 40 . กรมโรงงานอุตสาหกรรม . (โรเนียว) .

วิสันต์ ปิ่นอารุณ . 2537 . "ขบวนการผลิตกระดาษทิชชู" . ปาปิรุส . 1(3) : น. 6-7 .

เสาวพร เมืองแก้ว . 2533 . "คุณภาพและการบริโภคกระดาษชำระในครอบครัวกรุงเทพมหานคร" . เกษตรศาสตร์สาขาสังคมศาสตร์ . 11 (กรกฎาคม - กันยายน 2533) : น. 126-140 .

หิรัญญา สัจใจ และคณะ . 2537 . ทิศทางเศรษฐกิจไทยปี 2537 . คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .

තනතුරු

แบบสอบถาม

โครงการปัญหาพิเศษ เรื่อง "พฤติกรรมการใช้กระดาษชำระในเขตกรุงเทพมหานคร"

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง () หน้าคำตอบที่ท่านเลือกและกรอกข้อความ
ในช่องว่างที่กำหนดไว้

กระดาษชำระในการศึกษาคั้งนี้ คือ "กระดาษชำระชนิดม้วน"

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ

() 1.ชาย

() 2.หญิง

2. อายุ

() 1.10-20 ปี

() 2.21-30 ปี

() 3.31-40 ปี

() 4.41-50 ปี

() 5.มากกว่า 50 ปี

3. สถานภาพการสมรส

() 1.โสด

() 2.สมรส

() 3.หย่าร้าง

() 4.อื่น ๆ (ระบุ).....

4. ระดับการศึกษา

() 1.ประถมศึกษา

() 2.มัธยมศึกษา

() 3.อาชีวศึกษาหรือเทียบเท่า

() 4.ปริญญาตรี

() 5.สูงกว่าปริญญาตรี (ระบุ).....

5. อาชีพ

() 1.นักเรียน/นักศึกษา

() 2.รับราชการ

() 3.พนักงานบริษัทห้างร้าน

() 4.รัฐวิสาหกิจ

() 5.รับจ้าง

() 6.ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว

() 7.แม่บ้าน

() 8.อื่น ๆ (ระบุ).....

6. รายได้ต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 3,000 บาท () 2. 3,001 - 6,000 บาท
 () 3. 6,001 - 9,000 บาท () 4. 9,001 - 12,000 บาท
 () 5. สูงกว่า 12,000 บาท

7. สมาชิกในครอบครัว.....คน (รวมผู้ให้สัมภาษณ์)

8. ลักษณะที่อยู่อาศัยของท่าน

- () 1. บ้าน () 2. คอนโดมิเนียม/อพาร์ทเมนท์
 () 3. หอพัก () 4. ตึกแถว/ทาวน์เฮ้าส์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้กระดาษชำระ

1. ท่านมักจะใช้กระดาษชำระในกิจกรรมใดมากที่สุดนอกจากใช้ในห้องน้ำ

- () 1. เช็ดโต๊ะ/สิ่งของต่าง ๆ () 2. เช็ดมือ
 () 3. เช็ดปาก () 4. เช็ดหน้า
 () 5. อื่น ๆ (ระบุ).....

2. ท่านมักจะใช้กระดาษชำระในสถานที่ใดบ่อยที่สุดนอกจากในห้องน้ำ

- () 1. ห้องครัว () 2. ห้องรับประทานอาหาร
 () 3. ร้านอาหาร () 4. รถยนต์/รถเมล์
 () 5. สถานที่ทำงาน () 6. อื่น ๆ (ระบุ).....

3. ท่านรู้จักกระดาษชำระยี่ห้อใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ชื่อ)

- () 1. เซลล์ล็อกซ์ () 2. เซลล์ล็อกซ์โกลด์
 () 3. เคลซี่ () 4. คลีเน็กซ์
 () 5. สก็อตต์ () 6. สก็อตเท็กซ์
 () 7. เลคส์สก็อตต์ () 8. ปรีนเซส
 () 9. ฟินน์ () 10. เซลโลล-ดี
 () 11. ซ็อฟ () 12. ซิลค์
 () 13. เมเปิล () 14. คามิ
 () 15. วาเร็กซ์ () 16. กรีนแอนด์คลีน
 () 17. เซลล์ล็อกซ์เลฟลี่ () 18. ทิสซ์
 () 19. ทิช () 20. เซ็นทรัล
 () 21. อื่น ๆ (ระบุ).....

4. ท่านมักจะเลือกซื้อกระดาษชำระยี่ห้อใดมากที่สุด (ระบุ).....
5. เพราะเหตุใดท่านจึงนิยมใช้กระดาษทิชชูยี่ห้อดังกล่าว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. ชอบคุณภาพเนื้อกระดาษ () 2. ชอบโฆษณา
- () 3. ชอบตราชื่อยี่ห้อ () 4. ชอบบรรจุภัณฑ์
- () 5. ราคาถูก () 6. ชอบลวดลายของกระดาษ
- () 7. ชอบสีสັນของกระดาษชำระ () 8. ชอบกลิ่นหอม
- () 9. มีความยาวมากกว่า () 10. อื่น ๆ (ระบุ).....
6. ท่านคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ อย่างไรในการตัดสินใจเลือกซื้อกระดาษชำระ

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
1. ราคา
2. ยี่ห้อ
3. คุณภาพของเนื้อกระดาษ
4. การโฆษณา
5. ความสะดวกในการซื้อ
6. ลักษณะการบรรจุหีบห่อ
7. ขนาดบรรจุ
8. วัตถุประสงค์ที่ใช้ผลิตกระดาษชำระ
9. การดึงให้ขาดจากกันตามรอยพับ
10. อื่น ๆ โปรดระบุ.....					

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อและความคิดเห็นเกี่ยวกับกระดาษชำระ

1. ท่านเป็นผู้ซื้อกระดาษชำระเองหรือไม่
- () 1. ใช่ () 2. ไม่ใช่ (ข้ามไปตอบข้อ 9)

ข้อ 2 - 8 สำหรับท่านที่เป็นผู้ซื้อกระดาษชำระเอง

2. ใครเป็นผู้มีส่วนในการตัดสินใจซื้อกระดาษชำระของท่านมากที่สุด
- () 1. ตัวท่านเอง () 2. พ่อ/แม่
- () 3.ญาติ/พี่น้อง () 4. เพื่อน
- () 5. อื่น ๆ (ระบุ).....

3. ท่านเลือกซื้อกระดาษชำระจากที่ใดมากที่สุด
- () 1. ซูเปอร์มาร์เก็ต/ร้านสะดวกซื้อ () 2. ห้างสรรพสินค้า
- () 3. ร้านค้าปลีก () 4. สหกรณ์ร้านค้า
- () 5. อื่น ๆ (ระบุ).....
4. ปริมาณที่ท่านซื้อกระดาษชำระในแต่ละครั้ง
- () 1. 1 ม้วน () 2. 6 ม้วน
- () 3. 12 ม้วน () 4. มากกว่า 12 ม้วน
5. ท่านซื้อกระดาษชำระกี่ครั้งใน 1 เดือน
- () 1. 1 ครั้ง () 2. 2 ครั้ง
- () 3. 3 ครั้ง () 4. 4 ครั้ง
- () 5. ไม่นแน่นอน () 6. อื่น ๆ (ระบุ).....
6. เมื่อท่านใช้กระดาษชำระที่ซื้อไปท่านประสบปัญหาใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- () 1. เนื้อกระดาษหยาบ () 2. เป็นขุยและยุ่ยง่าย
- () 3. ซึมซับได้ไม่ดี () 4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
7. เมื่อท่านประสบปัญหาดังกล่าว ท่านยังซื้อกระดาษชำระมาใช้หรือไม่
- () 1. ยังซื้อมาใช้ก็ เพราะ.....
-
- () 2. เลิกใช้กระดาษชำระเฉพาะยี่ห้อนั้น เพราะ.....
-
8. กระดาษชำระที่ท่านซื้อนั้นท่านคิดว่าราคาเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับคุณภาพ
- () 1. ราคาถูกคุณภาพสูง
- () 2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
- () 3. ราคาแพงแต่คุณภาพต่ำ

ข้อ 9-20 สำหรับทุกท่านที่ใช้กระดาษชำระ

9. ท่านคิดว่าสีของกระดาษชำระควรเป็นสีใด

- () 1. ทาว () 2. ชมพู
- () 3. เหลืองอ่อน () 4. อื่น ๆ (ระบุ).....

10. ท่านคิดว่ากลิ่นหอมพิเศษของกระดาษชำระจำเป็นหรือไม่
 1. จำเป็น 2. ไม่จำเป็น (ข้ามไปตอบข้อ 12)
11. ถ้าท่านคิดว่ากลิ่นหอมพิเศษของกระดาษชำระจำเป็น ท่านคิดว่าควรจะเป็นกลิ่นใด
 1. ดอกไม้ 2. เย็นสดชื่น
 3. กลิ่นอ่อน ๆ 4. อื่น ๆ (ระบุ).....
12. ไม่จำเป็นต้องมีกลิ่นหอมพิเศษ เพราะ ระบุ.....
13. ท่านคิดว่าลวดลายบนกระดาษชำระ ควรจะมีหรือไม่
 1. ควรมี 2. ไม่ควรมี (ข้ามไปตอบข้อ 16)
14. ถ้าท่านคิดว่าลวดลายบนกระดาษชำระควรมี ท่านคิดว่าควรจะเป็นลวดลายชนิดใด
 1. ภาพพิมพ์ 2. ลายนูน
15. ท่านคิดว่าควรเป็นลวดลายใด
 1. ดอกไม้ 2. ลายเส้น
 3. รูปการ์ตูน ระบุ..... 4. อื่น ๆ ระบุ.....
16. ไม่ควรมีลวดลาย เพราะ ระบุ.....
17. ท่านคิดว่าขนาดบรรจุกระดาษชำระต่อห่อเหมาะสมหรือไม่
 1. เหมาะสม
 2. ไม่เหมาะสม ควรเป็น.....ม้วนต่อห่อ
18. ท่านชอบกิจกรรมการส่งเสริมการขายของกระดาษชำระวิธีใดมากที่สุด
 1. ชอบให้ลดราคา 2. แจกของแถม
 3. ส่งชิ้นส่วนเชิงโชค 4. การจัดส่งสินค้า ณ จุดขาย
 5. อื่น ๆ (ระบุ).....



ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือ

...../...../.....