

แผนธุรกิจของบริษัท Betel Palm (โภชนาการจากกาบหมาก)

เบญจพร สัตยธรรม¹
ดร.รชฎ ขำบุญ²

บทคัดย่อ

แผนธุรกิจบริษัท Betel Palm จำกัด เป็นแผนที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับการรักษาสภาพโลกมากยิ่งขึ้น จึงทำให้เกิดสิ่งใหม่ขึ้นได้ทุกวัน จึงนำการนำใบกาบหมากมาผลิตเป็นโภชนาการไว้รองรับอาหารไม่ว่าจะเป็นของทอด ของนึ่ง และของทานเล่นก็ได้ ซึ่งคุณแล้วก็ได้ใช้ยุ่งยาก กินเสร็จก็สามารถทิ้งได้เลย ใบกาบหมากก็จะย่อยสลายเองไปตามธรรมชาติ แต่สิ่งสำคัญอยู่ที่ความสะอาดและการใส่ใจสิ่งแวดล้อม ถือว่าเป็นไอเดียที่ดีมากสำหรับยุคสมัยนี้เพราะช่วยในการลดใช้ถุงพลาสติกและโฟมได้ดี โดยกลุ่มเป้าหมายจะเป็นกลุ่มพนักงานออฟฟิศที่ทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้หลักวิสัยทัศน์เป็นผู้ผลิตและจำหน่ายบรรจุภัณฑ์อาหารจากกาบหมากที่มีคุณภาพสูง และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุดในประเทศไทย

ด้วยเหตุนี้จึงเห็นได้ว่า บริษัท Betel Palm มีโอกาสและกลยุทธ์ที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่งขั้นสูง สามารถที่จะสร้างความแตกต่างโดยการจำหน่ายรูปทรงโภชนาการจากกาบหมากได้หลายรูปแบบและมีมาตรฐานอุตสาหกรรม ซึ่งมีให้ผู้บริโภคสามารถเลือกหลากหลาย

สินค้าของบริษัท Betel Palm มุ่งเน้นจัดจำหน่ายสินค้าที่มีวัตถุดิบมาจากธรรมชาติราคาถูก สะอาดไร้สารตกค้าง สามารถใช้ได้ทุกเพศ ทุกวัยและจากการวิเคราะห์ธุรกิจโภชนาการจากกาบหมาก ใช้เงินลงทุน 3,000,000 บาท และสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลา 2 ปี

แนวคิดในการจัดตั้งธุรกิจ (หรือประวัติความเป็นมา)

การใช้ชีวิตประจำวันเป็นอะไรที่เร่งรีบ ต้องเร็วไวก่อนกล่องโฟมจึงเป็นสิ่งที่เราเห็นจนชินตา และหยิบจับใช้กันทุกวันจนเคยชิน ทั้งที่เราได้รับรู้ถึงอันตรายจากกล่องโฟมมาบ้าง แต่มันไม่ได้ทำให้เรากลัว อาจจะเพราะความเคยชินจากการสัมผัสทุกวันทำให้เรามองข้ามอันตรายร้ายแรงเหล่านั้นไป อันตรายใกล้ตัวที่เราได้รับรู้กันอยู่แล้วแต่ผู้คนส่วนใหญ่ยังมองข้ามกันอยู่ คือการใช้กล่องโฟมใส่อาหารที่ร้อนจัด วันนี้กรมอนามัย ย้ำว่าการรับประทานอาหารจากกล่องโฟม ติดต่อกันนาน 10 ปี เสี่ยงมะเร็งสูงกว่าคนปกติ 6 เท่า ขณะที่หลายประเทศไม่ใช้กล่องโฟมบรรจุอาหารเด็ดขาด โดยกล่องโฟมที่ใช้ตามท้องตลาดทั่วไป (Styrofoam) เป็นของเสียเหลือทิ้งสีดำๆ จากกระบวนการกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม โภชนาการบรรจุอาหารที่ทำจาก

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

² ที่ปรึกษาหลัก

โฟมนี้มีอันตราย เพราะมีสารก่อมะเร็งอย่างสไตรีน ซึ่งสามารถปนเปื้อนกับอาหารที่บรรจุในกล่องโฟมได้ สไตรีนหากสะสมอยู่ในร่างกายเป็นเวลานานอาจก่อให้เกิดมะเร็ง สไตรีนมีลักษณะคล้ายกับฮอร์โมน เอสโตรเจน ซึ่งเป็นฮอร์โมนที่อยู่ในเพศหญิง เมื่อร่างกายได้รับสไตรีนเข้าไปแล้ว จะส่งผลทำให้ฮอร์โมนในร่างกายทำงานผิดปกติ เป็นสาเหตุของโรคมะเร็ง โดยเฉพาะมะเร็งเต้านม ส่วนผู้ชายก็ส่งผลต่อการเป็นมะเร็งต่อมลูกหมาก หญิงมีครรภ์ที่รับประทานอาหารบรรจุในกล่องโฟม มีโอกาสทำให้ลูกสมองเสื่อม และอวัยวะบางส่วนพิการ และการรับประทานอาหารจากกล่องโฟมอย่างน้อยวันละ 1 มื้อ ติดต่อกันเป็นเวลานาน 10 ปี จะทำให้มีความเสี่ยงโรคมะเร็งสูงกว่าคนปกติถึง 6 เท่า

กระแสรักษ์โลกและรักสุขภาพ เป็นเทรนด์ที่ผู้บริโภคทั่วโลกกำลังให้ความสนใจอย่างมาก ส่งผลให้ผู้ประกอบต่างๆ ค้นหาวัสดุเพื่อนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะวัสดุที่มาจากธรรมชาติซึ่งเป็นตัวกระตุ้นสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นของผู้บริโภค'กาบหมาก' เป็นอีกหนึ่งวัสดุธรรมชาติ ธุรกิจนี้มาจากความห่วงใยสิ่งแวดล้อมและความกังวลใจในการใช้ "โฟม" เป็นภาชนะบรรจุอาหาร ที่ผู้ประกอบการ จึงได้คิดค้นวัสดุที่มาจากธรรมชาติมาใช้ผลิตเป็นภาชนะบรรจุอาหารทดแทนการใช้พลาสติก นอกจากกาบหมากจะไร้สารตกค้างแล้ว ยังมีสีสันทันที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีกลิ่นหอม ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากขึ้น ที่สำคัญสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ แถมยังใช้กับเตาไมโครเวฟและเตาอบได้อย่างปลอดภัยอีกด้วย

จากใบกาบหมาก ที่ร่วงจากต้นอย่างไร้ค่า ถูกนำมาสร้างแบรนด์ บริษัท Betel Palm เพิ่มมูลค่า และดีไซน์ให้เป็นภาชนะใส่อาหารคาว – หวาน และสร้างสามารถนำมาเพิ่มมูลค่าจนกลายเป็นบรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากกาบหมาก

รายละเอียดสินค้าและ/หรือการบริการ



ภาพที่ 1 รูปแบบทรงภาชนะอาหารจากกาบหมาก

สถานะอุตสาหกรรม สถานะตลาดและแนวโน้ม

ในปี 2561 ปัจจัยบวกที่อาจช่วยหนุนธุรกิจสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ อาทิ การแข่งขันฟุตบอลโลก ช่วงกลางปี รวมถึงการเลือกตั้งในแต่ละระดับที่คาดว่าจะเริ่มทยอยเกิดขึ้น อาทิ การเลือกตั้งท้องถิ่นที่น่าจะเกิดขึ้นในปีนี้ และการเลือกตั้งทั่วไปในช่วงต้นปี 2562 ทำให้การวางแผนใช้สิ่งพิมพ์ในช่วงครึ่งปีหลังมีความชัดเจนมากขึ้น ขณะที่การเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ก็ช่วยสนับสนุนการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์กระดาษให้เติบโตเช่นกัน

ที่ผ่านมามีการเติบโตของธุรกิจแพ็คเกจจิ้ง โดยเฉพาะในกลุ่มที่เป็นบรรจุภัณฑ์ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะถูกขับเคลื่อนจากกระแสในเรื่องของการดูแลสุขภาพเป็นหลัก ทำให้การเติบโตยังไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์โดยรวมของประเทศมูลค่ากว่าแสนล้านบาท ซึ่งราว 90% เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติกและโฟมทั้งสิ้น แต่ในปีที่ผ่านมา มีกระแสเรื่องขยะพลาสติกที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ค่อนข้างรุนแรงและมี Impact ในวงกว้าง ทำให้เริ่มเห็นความตื่นตัวสูงขึ้น

ขณะที่ปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์ก็มีแนวโน้มที่จะเติบโตได้จากหลากหลายปัจจัย โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านไลฟ์สไตล์ไปสู่ความเป็นเมือง รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้มีปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและเครื่องดื่ม จากการทานอาหารนอกบ้าน การขยายตัวของธุรกิจเดลิเวอรี่ต่างๆ รวมทั้งกระแสการดูแลสุขภาพและรักษาสิ่งแวดล้อมที่ถูกพูดถึงและกระจายไปในวงกว้าง เป็นแนวโน้มที่หลายธุรกิจโดยเฉพาะ

แบรนด์ต่างๆ ให้ความสำคัญกับเรื่องของแพ็คเกจจิ้งที่ตอบโจทย์สุขภาพและสิ่งแวดล้อมสามารถเข้ามาทดแทนในตลาดพลาสติกและโฟมได้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

หนึ่งปัจจัยที่ผลักดันการเติบโตของตลาดบรรจุภัณฑ์คือ การขยายตัวของธุรกิจอาหาร โดยเฉพาะในกลุ่ม Food Service ต่างๆ โดยมีการคาดการณ์ว่าจะมีจำนวน Food Shop ทั่วประเทศในปี 2020 ไม่ต่ำกว่า 190,000 แห่ง ขณะที่ปัจจุบันมีสัดส่วนตลาด 31.3% หรือมูลค่ารวมกว่า 35,000 ล้านบาท ซึ่งจะมีทั้งกลุ่มธุรกิจ Street Food, SME -Food Restaurant และ Chain Restaurant ซึ่งในปัจจุบัน นอกเหนือจากกลุ่ม Chain Restaurant แล้ว กลุ่ม SME และ Food Restaurant

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

ปัจจัยการพิจารณา	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
ด้านการบริหารจัดการ	มีผู้เชี่ยวชาญในด้านการบริหารการจัดการองค์กร	พนักงานขาดทักษะในความรู้ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่
ด้านผลิตภัณฑ์	-สินค้าไม่เกิดผลกระทบข้างเคียงต่อผู้บริโภคในด้านโรคต่างๆ -สินค้าไม่มีสารให้เกิดสารสะสมหรือสารกระตุ้นต่อมะเร็ง -สินค้าคงทน ไม้เน่าเสีย เมื่อขายไม่หมดก็สามารถเก็บไว้ได้	- ตัวสินค้า บุคคลทั่วไปมองเห็นเป็นสินค้ามีราคาแพง
ด้านการตลาด	สามารถขายได้ทุกช่องทาง	คู่แข่งสินค้าประเภทเดียวกันมีมาก
ด้านการบริการ	มีบริการจัดส่งสินค้าได้ทั่วประเทศ	ผลิตภัณฑ์มีการแตกหักได้ ต้องมีการระมัดระวังในด้านการขนส่ง
ด้านการเงิน	มีงบประมาณในการบริหารได้ในธุรกิจ SME	มีแหล่งเงินทุนจำกัด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

ปัจจัยการพิจารณา	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
ตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	การรณรงค์ตามนโยบายภาครัฐ และองค์กร มีการรณรงค์การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง	สินค้าสามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย
สถานการณ์การแข่งขัน	ค่อนข้างสูง	สามารถมีสินค้าอื่นเข้ามาทดแทนได้
สังคม	สามารถซื้อได้ทุกเพศทุกวัย	สินค้าไม่มีการวางขายทั่วไป
เทคโนโลยี	สามารถใช้เทคโนโลยีมาแทนแรงงานคนได้	ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเทคโนโลยีสูง
สภาพเศรษฐกิจ	ราคาสินค้าสามารถซื้อได้ทุกสภาพเศรษฐกิจ	ในสถานะที่เศรษฐกิจไม่ดี ปริมาณการซื้อจะลดลง
กฎหมาย, ระเบียบ, ข้อบังคับ	เป็นสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	วัตถุดิบไม่สามารถปลูกได้ทุกจังหวัด

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting)

จากการแบ่งกลุ่มลูกค้าในช่วงต้น จากการแบบสอบถามในวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่ตัดสินใจจะซื้อสินค้า ของบริษัท betel Palm เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก ลูกค้าจะรายได้ประมาณ 30,001-40,000 บาท อาชีพพนักงานออฟฟิศ

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ กลุ่มที่มีรายได้อยู่ประมาณ 15,000 -20,000 บาท เป็นกลุ่มลูกค้ารองลงมา ในการซื้อจากกบหมาก

กำหนดเป้าหมายระยะสั้น (ปีที่ 1)

- สร้างผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักโดยเน้นการเข้าถึงผู้ประกอบการร้านอาหารภายในองค์กรต่างๆ ที่อยู่กรุงเทพมหานครเป็นหลัก ตามแหล่งออฟฟิศและชุมชน โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาด 5% ของมูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหาร
- สร้างยอดขาย แต่ละไตรมาส เพิ่มขึ้น ทุก 1%

กำหนดเป้าหมายระยะกลาง (ปีที่ 2 – ปีที่ 4)

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่จดจำของลูกค้า โดยมุ่งเน้นตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ให้
- ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ โดยมีสินค้าวางจำหน่ายตามสาขาขององค์กรทั่วประเทศ ภายในระยะเวลา 2 ปี
- เพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด 3% ของมูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหารที่ขายในประเทศ
- ครองส่วนแบ่งให้ได้ 5 % ขึ้น ของมูลค่าบรรจุภัณฑ์อาหารที่ทำจากกบหมาก

กำหนดเป้าหมายระยะยาว (ตั้งแต่ปีที่ 5 ขึ้นไป)

- ครองส่วนแบ่งทางการตลาดให้ได้ 10 % ขึ้น ในปีที่ 5
- เข้าร่วม โครงการของรัฐบาล และหน่วยงานรัฐในการรณรงค์การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารจากกบหมาก และสร้างตราสินค้าให้เป็นที่จดจำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยเน้นการเข้าถึงลูกค้า

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Branding Strategy)

การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก เนื่องจากการต้องการให้สินค้าเป็นเอกลักษณ์ การสร้างแบรนด์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะหากต้องการหลบหลีกการแข่งขันที่ตัวสินค้าทางตรง และจากผลวิจัยทำให้ทราบว่า การสร้างแบรนด์จะช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์สินค้าให้ดีขึ้น เพื่อให้แบรนด์เป็นที่จดจำเราจะใช้แบรนด์ชื่อ บริษัท Betel nut และมีการออกแบบ โลโก้ที่บอกว่าสินค้าของทางบริษัททำจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็น ต้นหมาก



ภาพที่ 2 โลโก้แบรนด์

โดย Brand Personality คือเหมาะกับคนยุคใหม่ ที่สนใจนวัตกรรมใหม่กับสังคมยุคปัจจุบันที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม พร้อมกับการใส่ใจสุขภาพของตนเอง และนโยบายการตั้งราคากำหนดราคาตามสายราคา (Price Lining-Policy) เป็นรูปแบบการกำหนดราคาสินค้า แบบต่อเนื่องตามขนาด และปริมาณของสินค้า โดยแบ่งตามขนาด ใหญ่ กลาง เล็ก ทั้งนี้เพื่อความสะดวกแก่พนักงานขาย และตัวลูกค้าเอง

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (Personal Strategy) การขายสินค้า ที่มีพนักงานขายคอยให้คำแนะนำลูกค้าแบบตัวต่อตัวโดยหวังผลที่ชัดเจน อาจใช้เอกสาร โบว์ชัวร์ ใบปลิว หรืออุปกรณ์อื่นๆ เพื่อช่วยในการนำเสนอขายของพนักงาน การขายสินค้าโดยใช้พนักงานเป็นกลยุทธ์ที่ ลอกเลียนแบบได้ยากเพราะพนักงานขายที่มีความรู้ความสามารถ และมีประสบการณ์จะมีเทคนิคในการจูงใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้ในที่สุด

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ มีการออกแบบโลโก้ที่บอกว่าคุณค่าของทางบริษัททำจากวัตถุดิบธรรมชาติ เป็น ต้นหมาก และกระบวนการให้บริการ ใช้กลยุทธ์ระดับองค์กร ของบริษัท Betel Palm โดยใช้หลัก 4 S (ออกมาเป็น 4 หัวข้อด้วยกัน คือ Simple, Small Details, Story และ Selfless

การจัดซื้อวัตถุดิบ จะมีการเซ็นสัญญาซื้อเหมาถาวรทุก 1 ปี แต่ละหมู่บ้านเพื่อจัดส่งถาวรหมากให้กับ บริษัท Betel Palm ที่เดียวเท่านั้น และเป็นการประกันราคาให้กับชาวสวน ส่งผลดีคือวัตถุดิบ จะไม่มีการขาดตลาด โดยเป็นการการรับซื้อถาวรหมากจากชาวสวน คิดอัตราละ 25 บาทต่อกิโลกรัม โดยใช้อัตราเดียวตลอดทั้งปี

ตารางที่ 3 แสดงรายได้ จากการขายบรรจุภัณฑ์อาหารจากถาวรหมาก ของบริษัท Betel Palm

จำนวนพนักงานออฟฟิศบริษัทเอกชนที่งานในกรุงเทพมหานคร จากสถิติปี พ.ศ. 2561	5,326,300 คน
คาดคะเนผู้ซื้ออาหารตามศูนย์อาหาร ในกรุงเทพมหานคร (ที่มาจากผล รายงาน เเจาะตลาดงานกลุ่มพนักงานออฟฟิศ)	9,000 คน
ราคาเฉลี่ยต่อครั้งที่ลูกค้ายอมจ่าย (ที่มาจากแบบสอบถาม)	5 บาท/ชิ้น
การซื้อสินค้าต่อครั้ง/เดือน	20 ครั้ง/เดือน
ประมาณการรายได้จากการซื้อบรรจุภัณฑ์ภาชนะจากถาวรหมาก	900,000 บาท/เดือน

ตารางที่ 4 แสดงงบกำไรขาดทุน (ประมาณการ) สิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม 2561 – 2564

	ปีที่ 1 2561	ปีที่ 2 2562	ปีที่ 3 2563	ปีที่ 4 2564
รายได้				
รายได้จากการขาย	10,800,000	13,608,000	14,288,400	15,002,820
ต้นทุนขาย				
ต้นทุนจากการทำระบบ	750,000	800,000	870,000	990,000
กำไรขั้นต้น	10,050,000	12,808,000	13,418,400	14,012,820
ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร				
เงินเดือน	3,826,800	4,018,140	4,219,047	4,429,999
ประกันสังคม	198,000	198,000	198,000	198,000
โบนัสประจำปี	-	334,845	351,587	369,166
ค่าน้ำ ค่าไฟ	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าโทรศัพท์ และค่าอินเทอร์เน็ต	60,000	60,000	60,000	60,000
ค่าใช้จ่าย อื่นๆ	120,000	120,000	120,000	120,000
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	200,000	650,000	700,000	750,000
ค่าตรวจสอบบัญชี	20,000	20,000	20,000	20,000
รวมค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร	4,544,800	5,520,985	5,788,634	6,067,165
กำไร(ขาดทุน)ก่อนหักภาษี	5,505,200	7,287,015	7,629,766	7,945,655
ดอกเบี้ยจ่าย	120,000	120,000	120,000	120,000
กำไรก่อนภาษี	5,385,200	7,167,015	7,509,766	7,825,655
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,615,560	2,150,104	2,252,929	2,347,696
กำไร(ขาดทุน)สุทธิ	3,769,640	5,016,911	5,256,837	5,477,959

วิเคราะห์งบการเงิน

1. งบดุล จากการวิเคราะห์งบดุล จะเห็นว่าบริษัทมีสินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้น จากปริมาณกระแสเงินสดจากการดำเนินงาน และสินทรัพย์หมุนเวียนไม่สูง แสดงถึงสภาพคล่องที่ดีต่อบริษัท

2. งบกำไรขาดทุน พิจารณาจากงบกำไรขาดทุน พบว่าบริษัทมี และปีที่ 2 มีกำไรเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แสดงว่าบริษัทสามารถดำเนินกิจการตามนโยบายการบริหารทางการเงินได้ดี

3. งบกระแสเงินสด จากการวิเคราะห์งบกระแสเงินสด บริษัทมีผลประกอบการเป็นบวกสามารถชำระหนี้ตามข้อตกลงของธนาคารได้ดี

โครงการของบริษัท Betel Palm มีผลตอบแทนโครงการอยู่ที่ 30.86 % ในระยะเวลา 1 ปี ซึ่งเป็นไปตามกลยุทธ์และเป็นการดำเนินงานของบริษัทที่ดี

บรรณานุกรม

นายปิยชาติ ศิลปสุวรรณ.(2557,เมษายน).บทความวิชาการขยะมูลฝอยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2562,

จาก : <http://nrei.rmutsv.ac.th/sites/default/files/poprosal/บทความวิชาการขยะมูลฝอย>

ชุมชนปัญหาใหญ่ที่ประเทศกำลังเผชิญ.PDF

กรมส่งเสริมการเกษตร.(2560,13 กรกฎาคม)ระบบสารสนเทศการผลิตทางด้านเกษตร สืบค้นเมื่อ11

เมษายน 2562,จาก <http://production.doae.go.th>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2561)สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ปี 2561 สืบค้นเมื่อ 11 เมษายน 2562,จาก

<https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/index.aspx>

ประวีรา โพธิสุวรรณ.(2561,เมษายน).รายงานการศึกษารายบุคคล เรื่องรายงานการศึกษาภาวะอุตสาหกรรม

บรรจุภัณฑ์.สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2562,จาก

http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/study_report/packaging_praveera.pdf