

ธุรกิจขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่น

Banana Leaf Wholesale Business in Khon Kaen Province

กฤษฎากรณ์ ว่องไว (Krisdakorn Wongwai)* ไพฑูรย์ คัชมาตย์ (Paitoon Kachamart)**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวางแผนเชิงกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบธุรกิจขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ SWOT matrix จากการวิเคราะห์จุดแข็งของผู้ประกอบธุรกิจขายส่งใบตอง เช่น มีใบตองป้อนเข้าสู่ธุรกิจตลอดปี ใบตองกล้วยตานีมีชื่อเสียงในเรื่องคุณภาพที่ดี เป็นต้น และจุดอ่อน เช่น ต้นทุนที่สูงขึ้นจากค่าขนส่ง อากาศร้อนทำให้ใบตองเหี่ยวเร็ว เป็นต้น และแผนกลยุทธ์จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสามารถจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือสมาคมเพื่อพัฒนาให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการรวบรวมและขายส่งใบตองในภาคอีสานได้ภายใน 3 ปี หลังจากเริ่มใช้แผนกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยกลยุทธ์ต่างๆ 11 กลยุทธ์ คือ การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การสร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ เกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐ การวางแผนการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การจัดทำรูปแบบระบบบัญชี การวางแผนการดำเนินงาน การพัฒนาระบบตลาด การสร้างและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว การส่งเสริมกิจกรรมทางสังคมและการประชาสัมพันธ์ทางการตลาด

ABSTRACT

The objective of this research is to plan a strategic planning for banana leaf entrepreneurs in Khon Kaen Province by SWOT matrix. The results of study show that establish the group or association to develop Khon Kaen Province as accumulation and wholesale centre in the northeast next 3 years after using a strategic planning. It composes of 11-the strategy; that is, quality products- development, creating connection between the entrepreneur, the farmers and government, process planning, entrepreneur development, accounting system form, operating planning, market system development, creating and developing the marketing mix, identity brand, social activity and marketing promotion

คำสำคัญ : ธุรกิจขายส่งใบตอง การวางแผนเชิงกลยุทธ์

Key Words : Banana leaf wholesale business, Strategic planning,

* มหบัณฑิต หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจการเกษตร คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์การเกษตร คณะเกษตรศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น

บทนำ

ใบตองหรือใบกล้วย แผ่นใบใช้สำหรับห่อของ มวนบุหรี และใช้ในงานประดิษฐ์ต่างๆ ดังเช่น ทำกระทง เย็บแบบ ทำบายศรี ฯลฯ ใบกล้วยที่นิยมนำมาคือใบของกล้วยตานีเพราะมีใบที่ใหญ่เหนียว และมีสีเขียวเป็นเงา เมื่อนำไปประดิษฐ์หรือเย็บจึงสวยงามและไม่แตกง่ายเหมือนใบกล้วยชนิดอื่น ใบกล้วยที่นิยมใช้รองลงมาจากกล้วยตานีคือกล้วยน้ำว้า แผ่นใบกล้วยที่อ่อนนำไปอังไฟให้อ่อนนุ่มแล้วนำมาพอกบริเวณที่ช้ำชอก จะทำให้อาการดังกล่าวหายได้ นอกจากนี้ใช้แผ่นใบกล้วยยังมีการใช้เส้นกลางใบและก้านใบเพื่อทำของเล่นให้เด็กได้ด้วย จะเห็นได้ทั่วไปในชนบทที่เด็กๆ นำเอามาทำม้าซึ่งทำด้วยก้านเส้นกลางใบและก้านใบมาชีและเอามาทำปิ่นเด็กเล่นนอกจากนี้ยังใช้นำมาทำเชือกมัดฟางข้าวอีกด้วยคนไทยได้นำใบตองมาใช้ประโยชน์ในกิจกรรมต่างๆ อีกมากมาย (เบญจมาศ, 2545)

นอกจากนี้ใบตองยังใช้เป็นส่วนประกอบในการบรรจุหีบห่ออาหารของชาวอีสานทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน เช่น แหนม หมูยอ ห่อหมก ข้าวต้มมัด ขนมไทยต่างๆ เป็นต้น ซึ่งกลิ่นหอมจากใบตองจะทำให้อาหารนั้นๆ นำรับประทานเพิ่มมากขึ้น และนอกจากจะทำให้อาหารดูน่ารับประทานแล้ว ใบตองยังมีราคาถูกและก่อปัญหาทางด้านมลพิษน้อยกว่าการใช้วัสดุอื่นๆ จากการที่ทางรัฐบาลไทยประกาศว่าจะสร้างประเทศไทยเป็นครัวของโลกและการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาเน้นถือเป็นสัญญาณที่น่าจับตามองว่าธุรกิจใบตองนั้นน่าจะได้รับโอกาสไปในทางที่ดีขึ้นเพราะการขยายตัวทางธุรกิจและสถานการณ์ดังกล่าวจะทำให้ไทยสามารถส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารได้มากขึ้นและใบตองที่ใช้ในธุรกิจสปาที่มีความต้องการมากขึ้น ประกอบกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ทั่วโลกได้หันมาให้ความสนใจกับสภาวะโลกร้อนมากขึ้นทำให้เกิดการรณรงค์ต่างๆ รวมทั้งการรณรงค์ให้ใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติเช่น การใช้ใบตองในการบรรจุอาหารแทน

กล่องกระดาษ พลาสติกและโฟมที่ย่อยสลายยาก ซึ่งมีแนวโน้มที่สูงขึ้น อีกทั้งจากการที่จังหวัดขอนแก่นเป็นเส้นทางผ่านของถนนเศรษฐกิจหมายเลข 9 (East-West corridor) จากประเทศเวียดนามผ่านไทยสู่ประเทศพม่า ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสที่ดีของจังหวัดขอนแก่นและธุรกิจขายส่งใบตองด้วยที่จะขยายธุรกิจสู่ประเทศเพื่อนบ้านเพื่อรองรับสถานการณ์ต่างๆ

จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการพัฒนาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการขยายตัวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันจังหวัดขอนแก่นมีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) 93,634 ล้านบาท สูงเป็นลำดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเป็นลำดับที่ 15 ของประเทศ รายได้เฉลี่ยประชากรต่อหัวอยู่ที่ 56,141 บาทต่อคนต่อปี สูงเป็นลำดับที่ 1 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเป็นลำดับที่ 40 ของประเทศ รายได้ของจังหวัดมาจากภาคการผลิต 3 สาขาหลัก ได้แก่ ภาคอุตสาหกรรม 26,889 ล้านบาท ภาคการค้าส่งและค้าปลีก 16,114 ล้านบาท และภาคการเกษตร 12,191 ล้านบาท (วิโรจน์, สันต์ชัย, จักรพงษ์ และคณะ, 2549) จังหวัดขอนแก่นจึงได้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางความเจริญที่มีศักยภาพในการพัฒนา พร้อมพร้อมด้วยทรัพยากรอันมีค่ามากมายนอกจากจะมีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ความเจริญทางด้านวัฒนธรรมก็ยังคงสืบทอดกันต่อมา เพื่อยังคงรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมที่ดีของชุมชนในเขตภาคอีสาน จังหวัดขอนแก่นจึงพยายามที่จะส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม จึงได้มีการจัดเทศกาลประจำปีขึ้นทุกปีไม่ว่าจะเป็นเทศกาลไหม ประเพณีผูกเสี่ยว ลอยกระทงและเทศกาลดอกคูณ เสียงแคน วัสดุธรรมชาติอย่างหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อทั้ง 4 เทศกาลนี้คือ “ใบตอง” เพราะต้องใช้ใบตองคุณภาพดีและมีปริมาณมากทั้งในการจัดทำบายศรีสู่ขวัญที่ใช้ในพิธี ประเพณีผูกเสี่ยวและ

ลอยกระทง ส่วนเทศกาลดอกคูณเสียงแคน ที่ทางจังหวัดขอนแก่นจะจัดขึ้นทุกปีในช่วงเทศกาลสงกรานต์ไ้บ่ตองก็เป็่ันวัสดุที่สำคั่ญกล่าวคือแต่ละเขตชุมชนจะใช้ไ้บ่ตองในการตกแต่งขบวนรถบุปผชาติให้วิจิตรงดงามด้วยรูปแบบลั้ตว์ต่าง ๆ ในวรรณคดีเช่นครุฑ พญานาค หงส์ สิงห์ กิณี เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นควรว่การศึกษาธุรกิจขายส่งไ้บ่ตองเป็่ันเรื่องที่น่่าสนใจเพื่อทำการรวบรวมข้อมูลและแนวทางในการพัฒนาเพื่อเตรียมพร้อมที่จะรองรับสถานการณ์และเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพอันจะส่งผลต่อรายได้ที่ดีขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในของผู้ขายส่งไ้บ่ตองในจังหวัดขอนแก่น ทั้งในด้านการจัดการไ้บ่ตอง การจัดการธุรกิจ การจัดการการเงิน และการจัดการการตลาด
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ขายส่งไ้บ่ตองในจังหวัดขอนแก่น
3. เพื่อวางแผนเชิงกลยุทธ์ธุรกิจการค้าไ้บ่ตองของผู้ขายส่งไ้บ่ตองในจังหวัดขอนแก่นให้สามารถนำไปใช้เพื่อปรับปรุงพัฒนาและเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจของตนได้

วรรณกรรมและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ตรวจเอกสาร เนื้อหาแนวคิด และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยวิธี SWOT ประกอบด้วย ความหมายของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ องค์ประกอบของการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและการแข่งขัน (Five's force model) ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ความรุนแรง

ของการแข่งขันภายในอุตสาหกรรม (Rivalry among current competitors) การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining power of suppliers) การวิเคราะห์อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (Bargaining power of customer) การวิเคราะห์ความเสี่ยงจากสินค้าทดแทน (Treat of products or service) และการวิเคราะห์ข้อจำกัดในการเข้าสู่อุตสาหกรรมของคู่แข่งใหม่ (Treat of new entrants)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาเพื่อออกแบบภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาสำหรับใส่ผลไม้โดยมีแนวความคิดจากไ้บ่ตองเพื่อใช้ประดับตกแต่งเพื่อความสวยงามของที่พั้กอาศัยและบนโต๊ะอาหาร และสร้างบรรยากาศสดชื่น ผลการออกแบบทำให้ได้ผลงานผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาที่ชื่อว่า จั้งหะลีลาไ้บ่ตอง ซึ่งคาดว่าสามารถใช้ได้จริงทำให้ผลไม้สดเหมือนห่อด้วยไ้บ่ตอง เป็่ันทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค (กฤษดา, 2546)

วิธีการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงอธิบาย (Explanatory study) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ (Quantitative and qualitative data collection) โดยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 2 ลักษณะ

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) รวบรวมข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบพบกันโดยตรงระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถามเป็นรายบุคคล (Personal interview)

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ วารสาร รวมทั้งเอกสารของหน่วยงานราชการและเอกชนต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารและเว็บไซต์ต่าง ๆ

2. ประชากร จำนวนตัวอย่างละวิธีการสุ่มตัวอย่าง กำหนดประชากรและตัวอย่างไว้ 3 กลุ่มโดยการศึกษาประชากรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่นโดยมีการสุ่มเลือกตัวอย่างจากประชากรแต่ละกลุ่มดังนี้

2.1 ผู้ประกอบการขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่นซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่อยู่ในตลาดภายในจังหวัดขอนแก่น 4 ตลาดคือ ตลาดบางลำพู ตลาดรถไฟ ตลาดศรีเมืองทองและตลาดสดเทศบาล 1 ตลาดละ 1 ราย รวม 4 ราย โดยสอบถามข้อมูลทางด้านสภาพทั่วไป การประกอบการ ต้นทุนการผลิต เป็นต้น

2.2 พ่อค้าแม่ค้าที่ใช้ใบตองในการผลิตผลิตภัณฑ์และใช้ในกิจกรรมการดำเนินธุรกิจของตนที่ซื้อใบตองจากผู้ประกอบการในตลาดทั้ง 4 แห่งนี้ โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) โดยมีเกณฑ์ในการเลือกคือ เป็นพ่อค้าแม่ค้าที่มาซื้อใบตองจากผู้ประกอบการขายส่งซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง 15 รายและสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใบตองในการผลิต ปริมาณที่ใช้ ราคาขายผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.3 กลุ่มผู้บริโภคทั่วไป คือ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าบริโภคที่ประกอบด้วยใบตองและที่ใช้ใบตองในกิจกรรมต่างๆ โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive selection) โดยเลือกจากผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากใบตองจากพ่อค้าแม่ค้า ซึ่งมีจำนวนตัวอย่าง 50 ราย โดยสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับใบตองและผลิตภัณฑ์จากใบตอง เป็นต้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ (Interview schedule) ทั้งแบบที่มีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้างซึ่งทำให้สามารถเก็บข้อมูลได้อย่างครบถ้วน โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 3 ชุด ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ประกอบการขายส่งใบตองในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น ซึ่งประกอบด้วย ด้านการจัดการธุรกิจ ด้านการเงิน ด้านการตลาด ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจตลอดจนพฤติกรรมการณ์การซื้อใบตองของกลุ่มพ่อค้าแม่ค้าและพฤติกรรมการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์จากใบตองของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองขอนแก่น การวิเคราะห์นโยบายและมาตรการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระแสเศรษฐกิจพอเพียง โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กระแสการบริโภคเพื่อสุขภาพ เป็นต้น โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ในรูปของค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean) ค่าสูงสุด (Maximum) และค่าต่ำสุด

4.2 การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic planning) ใช้ในการวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) ประกอบกับการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและการแข่งขัน (Five's force model) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางเลือกและสร้างแผนกลยุทธ์ทั้งทางด้านการจัดการธุรกิจเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการใบตองและกระบวนการดำเนินธุรกิจกลยุทธ์ด้านการเงินเพื่อให้เกิดการจัดการด้านการเงินที่ถูกต้องมีประสิทธิภาพมากขึ้นและกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจขายส่งใบตองของผู้ประกอบการในจังหวัดขอนแก่นได้

ผลการศึกษา

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายในของผู้ประกอบการธุรกิจขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่นทำให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้ประกอบการ โดยสามารถแยกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

จุดแข็ง ได้แก่

ด้านการจัดการใบตอง

1. กลัวยัดใบตองปลูกง่ายไม่ต้องยุ่งยาก

โรคและแมลงที่เป็นศัตรูน้อย

2. ใบตองนำไปใช้ประโยชน์ได้ในหลายๆ ด้านด้วยกันทั้งด้านอาหารและผลิตภัณฑ์

3. มีผลิตภัณฑ์จากต้นกล้วยตัดใบตองอื่นๆ ที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มแก่เกษตรกร

4. ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับใบตอง เป็นอย่างดี

ด้านการดำเนินธุรกิจ

1. ใบตองหาซื้อได้ง่าย เพราะผลผลิต ใบตองมีจำหน่ายตลอดปี

2. ราคาถูก สามารถซื้อและขายได้วันต่อวัน

3. มีการติดต่อลูกค้าก่อนส่งใบตอง

4. ใบตองกล้วยตานีจากสุโขทัยมีชื่อเสียงในเรื่องของคุณภาพ

ด้านการจัดการการเงิน

1. ไม่มีหนี้สิน

2. ได้รับเงินค่าใบตองเป็นเงินสดไม่มีเงินเชื่อ

3. เกิดสภาพคล่องทางการเงินที่ดีไม่มี ปัญหาเรื่องลูกหนี้และเจ้าหนี้

ด้านการจัดการการตลาด

1. มีใบตองป้อนเข้าสู่ธุรกิจตลอดปี

2. สามารถส่งใบตองล่วงหน้าได้

3. มีบริการส่งถึงที่

จุดอ่อน ได้แก่

ด้านการจัดการใบตอง

1. ถ้าอากาศร้อนใบตองจะเหี่ยวเร็ว ทำให้ขายไม่ได้

ด้านการดำเนินธุรกิจ

1. ไม่มีป้ายบ่งบอกชื่อร้านหรือการทำธุรกิจที่ชัดเจน

2. ต้นทุนของการดำเนินการส่วนมากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ทำให้ระบบการขายมีปัญหาในเรื่องราคาที่ไม่คงที่

ด้านการจัดการการเงิน

1. ไม่มีการจัดทำระบบบัญชีและการวางแผนการเงินที่ชัดเจน

2. เงินทุนที่ใช้ในธุรกิจโดยส่วนมากเป็นเงินทุนของตนเองทำให้มีความเสี่ยงหากเกิดปัญหาทางการเงินขึ้น

3. ต้นทุนสูงเพราะระยะเวลาขนส่งใบตอง ใช้เวลาค่อนข้างนานเพราะระยะทางไกล

ด้านการจัดการการตลาด

1. ไม่มีการวางแผนการขายที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าวันนั้นมีการรับใบตองมาเท่าใดก็ขายไปเท่านั้น

2. ขาดการประชาสัมพันธ์ ลูกค้าที่มาซื้อส่วนใหญ่จึงเป็นลูกค้าประจำและผู้รู้จักเท่านั้น

3. ไม่มีหน่วยงานทางราชการเข้ามาให้ความช่วยเหลือในธุรกิจ

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกของผู้ประกอบธุรกิจขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่น ทำให้สามารถวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคของผู้ประกอบการ โดยสามารถแยกเป็นด้านต่างๆ ได้ดังนี้

โอกาส ได้แก่

ด้านการดำเนินธุรกิจ

1. ภาคอีสานใบตองกล้วยตานีหายาก ทำให้คู่แข่งทางการค้าน้อย

2. การคมนาคมขนส่งสะดวก

3. ในช่วงฤดูแล้งใบตองจะออกมาน้อย ทำให้ขายได้ราคาดี

4. จากปัญหาโลกร้อนคนได้หันมาใช้วัสดุจากธรรมชาติมากขึ้น

5. ใบตองสอดคล้องกับการดำเนินงานด้านยุทธศาสตร์ ครีวของโลกและนโยบายอาหารปลอดภัย

6. สอดคล้องกับหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง”

7. พ่อค้าและผู้บริโภคมีทัศนคติเห็นว่าควรมีการส่งเสริมให้หันมาใช้ใบตองมากขึ้น

ด้านการจัดการการเงิน

1. นโยบายด้านการประกอบธุรกิจ SMEs

ด้านการจัดการการตลาด

1. ปริมาณความต้องการใช้ใบตองเพิ่มขึ้น
2. ใบตองเป็นที่ต้องการของตลาด
3. มีลูกค้าประจำแน่นอน
4. กระแสความต้องการในเรื่องสุขภาพอนามัยและความปลอดภัยในการบริโภค
5. กระแสนนเศรษฐกิจหมายเลข 9 ทำให้เกิดความตื่นตัวทางการค้า
6. สอดคล้องกับนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจสปาไทยในต่างประเทศ
7. จากการเปรียบเทียบราคาใบตองต่ำกว่าวัสดุอื่น
8. พ่อค้าและผู้บริโภคเห็นด้วยว่าใบตองเป็นวัสดุทางธรรมชาติที่ปลอดภัย สวยงามและรักษาสีแวดล้อมลดสภาวะโลกร้อน
9. คนหันมาใช้กระทงจากใบตองมากขึ้น

อุปสรรค ได้แก่

ด้านการดำเนินธุรกิจ

1. ปัจจุบันผู้บริโภคได้นำหน่อกล้วยตานีมาปลูกเอง
2. ต้นทุนค่าขนส่งสูงขึ้นเนื่องจากราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น
3. ปัญหาในเรื่องของภัยธรรมชาติและเรื่องโรคและแมลงของใบตอง

ด้านการจัดการการตลาด

1. ช่วงหน้าฝนจะมีใบตองป้าออกมามาก
2. ในหลาย ๆ ประเทศสินค้าเกษตรที่จะนำเข้าต้องได้มาตรฐาน

3. พ่อค้าและผู้บริโภคบางส่วนยังนิยมใช้พลาสติกและโฟมอยู่

4. พ่อค้าและผู้บริโภคบางส่วนบอกว่าใบตองใช้ยากไม่คงทน

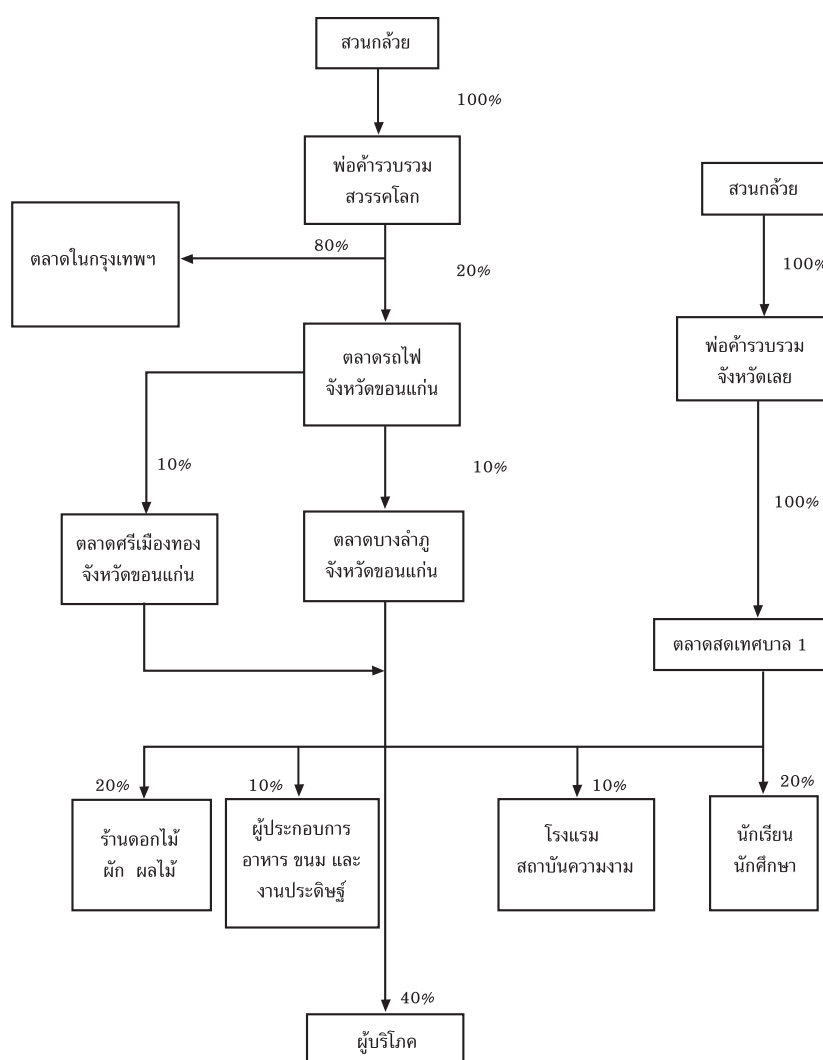
5. พ่อค้าและผู้บริโภคยังมีระดับทัศนคติไม่แน่ใจว่าใบตองมีราคาถูกกว่าวัสดุอื่น

6. การได้เปรียบของวัสดุอื่นที่คงทนและเก็บไว้ได้นานกว่า

สถานการณ์ต่างๆ ของใบตอง ได้แก่

แหล่งที่มาของใบตอง ใบตองในธุรกิจขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่นนั้นเป็นใบตองกล้วยตานีที่มาจาก 2 แหล่งใหญ่ คือ จากอำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดสุโขทัย และจากจังหวัดเลย โดยใบตองกล้วยตานีจากสุโขทัยจะเข้าสู่ตลาดรถไฟ ตลาดบางลำพู และตลาดศรีเมืองทอง ส่วนใบตองกล้วยตานีจากจังหวัดเลยจะเข้าสู่ตลาดสดเทศบาล 1

ปริมาณที่เข้าสู่ตลาดและมูลค่าธุรกิจใบตองกล้วยตานีที่เข้าสู่ตลาดในจังหวัดขอนแก่นนั้นมีปริมาณเฉลี่ยโดยรวมวันละ 1-2 ตันต่อวัน โดยมีมูลค่าของธุรกิจคิดเป็นมูลค่าประมาณ 3.5-4 ล้านบาทต่อปี โดยใบตองจากสุโขทัยจะเข้าสู่จังหวัดขอนแก่นที่ตลาดรถไฟเป็นลำดับแรก และส่งต่อไปยังตลาดบางลำพูและตลาดศรีเมืองทอง ส่วนใบตองจากจังหวัดเลยจะเข้าสู่ตลาดสดเทศบาล 1 โดยตรง ดังจะแสดงในภาพที่ 1 วิถีตลาดใบตองในจังหวัดขอนแก่น

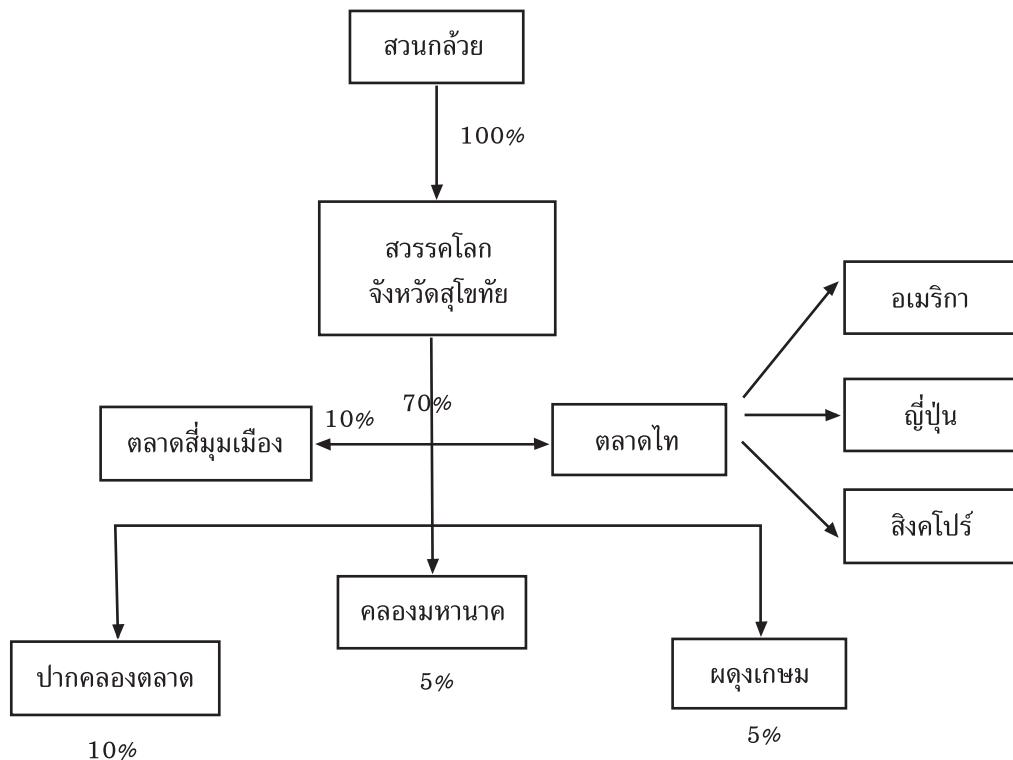


ภาพที่ 1 วิธีตลาดใบตองจังหวัดขอนแก่น

สถานการณ์ตลาดใบตองในประเทศและการส่งออก

ประเทศไทยมีแหล่งปลูกกล้วยตานีแหล่งใหญ่ที่สุดของประเทศอยู่ที่อำเภอสวรรคโลก จังหวัดสุโขทัย โดยปลูกมากที่ตำบลคลองกระเจง ตำบลย่านยาว ตำบลเมืองบางยม และตำบลปากน้ำ ซึ่งเป็นแถบเรียบแม่น้ำยม โดยมีตลาดขนาดใหญ่ในกรุงเทพฯ รองรับ ได้แก่ ตลาดไท ตลาดสี่มุมเมือง ตลาดสี่แยกมหานาค ตลาดผดุงเกษม และยังมีบางส่วนที่ส่งขายยังต่างประเทศ ส่วนตลาดในภูมิภาค

อื่นๆ นั้น จังหวัดขอนแก่นเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด นอกจากความต้องการใช้ภายในประเทศแล้วในตลาดต่างประเทศก็มีความต้องการใช้ใบตองในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้นทำให้มีการส่งออกเพิ่มขึ้น ซึ่งตลาดใหญ่ในต่างประเทศนั้น ได้แก่ อเมริกา ญี่ปุ่น ฮอลแลนด์ สิงคโปร์ ฮองกง ยุโรป ในปริมาณเฉลี่ยสัปดาห์ละไม่ต่ำกว่า 6 ตัน โดยนำไปใช้ในการประกอบอาหารและด้านความงาม และสามารถแสดงวิธีการตลาดได้ดังภาพที่ 2 นี้



ภาพที่ 2 วิธีตลาดใบตองในประเทศไทย

ในส่วนของแผนเชิงกลยุทธ์นั้นพบว่าผู้ประกอบการขายส่งใบตองสามารถจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือสมาคมเพื่อพัฒนาให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการรวบรวมและขายส่งใบตองในภาคอีสานได้ภายใน 3 ปีโดยใช้แผนเชิงกลยุทธ์ที่ประกอบด้วยวิสัยทัศน์พันธกิจเป้าหมายวัตถุประสงค์กลยุทธ์และมาตรการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมดังต่อไปนี้

วิสัยทัศน์ (Vision)

จังหวัดขอนแก่นศูนย์กลางรวมใบตองแห่งอีสาน
ผู้ประกอบการร่วมใจ นำใบตองไทยสู่สากล

พันธกิจ (Mission)

1) จัดหาใบตองที่มีคุณภาพได้มาตรฐานเพื่อพัฒนาและขยายตลาดสู่ต่างประเทศโดยการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

2) สร้างความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการขายส่งใบตองเพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มหรือสมาคม

3) เพิ่มระดับของขีดความสามารถผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจด้านการบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพ

4) พัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการค้าใบตองของภูมิภาคและส่งออกไปยังตลาดในต่างประเทศ

เป้าหมาย (Goals)

ในการกำหนดเป้าหมายเพื่อพัฒนาระบบของธุรกิจใบตองโดยการสร้างความเชื่อมโยงให้เป็นกลุ่มหรือสมาคมผู้ประกอบการและพัฒนาเป็นศูนย์กลางการรวบรวมใบตองในภาคอีสานและกระจายสู่หน่วยธุรกิจและสู่ตลาดในต่างประเทศภายใน 3 ปี หลังจากเริ่มใช้แผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งผลสรุปในการกำหนดเป้าหมายได้ ดังนี้

ปีที่ 1 มุ่งเน้นการส่งเสริมความรู้ทางด้านการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่ายและความเข้าใจของผู้ประกอบการถึงแนวทางการพัฒนาและประโยชน์ของการรวมเป็นกลุ่มหรือสมาคมผู้ประกอบการในขั้นต้น ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการ ณ ตลาดบางลำพู ตลาดรถไฟและตลาดศรีเมืองทอง อีกทั้งพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานที่ลูกค้าต้องการและมีตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะตัวของกลุ่ม

ปีที่ 2 ขยายตลาดและส่วนแบ่งการตลาดในพื้นที่ใกล้เคียงให้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ปีที่ 3 สร้างความเชื่อมั่นให้แก่สินค้าและผลิตภัณฑ์จากใบตองให้เกิดกับลูกค้าเพื่อสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้า อนึ่งการกำหนดเป้าหมายต่อจากปี 2553 จะมีการพิจารณาเป็นระยะในช่วงเวลาที่เหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์ (Objective)

- 1) พัฒนาธุรกิจขายส่งใบตองของจังหวัดขอนแก่นให้เป็นศูนย์กลางการรวบรวมและการกระจายใบตองในภูมิภาค
- 2) พัฒนาใบตองให้ได้มาตรฐานสินค้าเกษตรเพื่อให้สามารถก้าวเข้าสู่ตลาดในต่างประเทศได้อย่างเต็มรูปแบบ
- 3) ปรับปรุงและเพิ่มระดับขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มีความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาด้านการตลาด มาตรฐานสินค้าเกษตร การสร้างเอกลักษณ์หรือตราสินค้าและพัฒนาระบบการส่งเสริมการตลาด
- 4) การติดตามผลและประเมินผลแผนกลยุทธ์เป็นรายไตรมาส รายครึ่งปีและรายปี เพื่อให้ทราบผลดำเนินการของแผนโดยมีการกำหนดระดับตัวชี้วัดที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม

กลยุทธ์และมาตรการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขายส่งใบตอง

เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์และบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ จึงได้นำกลยุทธ์ในด้านต่างๆ ทั้ง 4 ด้าน คือ กลยุทธ์ด้านการจัดการใบตอง กลยุทธ์ด้านการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ด้านการจัดการการเงินและกลยุทธ์ด้านการจัดการการตลาด มาจัดทำมาตรการดำเนินงานประกอบในแต่ละกลยุทธ์ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 : กลยุทธ์และมาตรการด้านการจัดการใบตอง

การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและผู้บริโภคและพ่อค้าแม่ค้า ทำให้ทราบว่าใบตองเป็นที่ต้องการของตลาดเนื่องจาก ใบตองไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้อาหารมีกลิ่นหอมน่ารับประทาน อนุรักษ์ความเป็นไทย ปลอดภัยจากสารพิษ ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของพ่อค้าแม่ค้าและผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น จึงได้กำหนดมาตรการประกอบดังนี้

- 1) การทำให้ใบตองได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตร โดยอาจขอความร่วมมือจากหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้การรับรองมาตรฐาน
- 2) การกำหนดและการจัดระดับชั้นของใบตอง การแบ่งเกรดใบตองตามคุณภาพเป็นการคัดใบตองออกเป็นส่วนตัว เช่น สี ความยาว ความกว้าง ความเหนียว เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการจัดการในการจัดจำหน่ายว่าใบตองเกรดนี้ใช้ในงานประเภทใดเหมาะกับงานรูปแบบใด

กลยุทธ์ที่ 2 : กลยุทธ์และมาตรการด้านการดำเนินธุรกิจ

การสร้างเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการ เกษตรกรและหน่วยงานภาครัฐ เป็นการสร้างความเชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทางการค้าเข้าด้วยกัน คือ ตั้งแต่เกษตรกร ผู้ประกอบการขายส่งและหน่วยงานราชการที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยเพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิต การบริหารจัดการ การจัด

จำหน่ายและการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพให้เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในและต่างประเทศ โดยมีมาตรการ ดังนี้

1. การจัดเสวนาทางวิชาการเกี่ยวกับใบทองและธุรกิจใบทอง

2. การจัดตั้งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มเกษตรกร และจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลให้ความช่วยเหลือในทุกด้านแก่เกษตรกรและผู้ประกอบการ

3. การจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตและการประกอบธุรกิจใบทอง

การวางแผนการดำเนินธุรกิจ เป็นการวางแผนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งในด้านการจัดการ ด้านการเงินและด้านการตลาดเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจให้สามารถดำเนินต่อไปและเกิดประสิทธิภาพ เช่น การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด กำไรหรือผลตอบแทนที่ต้องการและแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตนเองอาจจะทำในลักษณะของแผนระยะสั้นและแผนระยะยาวก็ได้

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ การที่ธุรกิจจะสามารถดำเนินต่อไปได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุด เพราะหากผู้ประกอบการไม่มีศักยภาพมากพอที่จะดำเนินธุรกิจได้ก็อาจจะประสบกับปัญหาการขาดทุนหรือความล้มเหลวทางธุรกิจด้านอื่นๆ ดังนั้นตัวของผู้ประกอบการเองจึงควรมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ไม่ว่าจะเป็นด้านการพัฒนาความรู้ เช่น การศึกษาระบบการจัดการในธุรกิจ การจัดการด้านการแข่งขันหรือแม้กระทั่งการพัฒนาทางด้านสังคม

กลยุทธ์ที่ 3 : กลยุทธ์และมาตรการด้านการเงิน

การจัดทำรูปแบบระบบบัญชี กำหนดมาตรการประกอบดังนี้

1) จัดให้มีผู้รับผิดชอบดูแลในการบริหารการเงินโดยการเสริมความรู้เกี่ยวกับการจัดทำระบบบัญชีอย่างง่ายให้มีการจดบันทึกการขายประจำวัน

ต่าง ๆ ทั้งรายรับและรายจ่ายพร้อมทั้งการจดบันทึกสต็อกหรือปริมาณใบทองที่รับมาและขายในแต่ละวัน เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้อย่างถูกต้องแม่นยำ

2) การจัดทำสมุดบัญชีการเงินและสมุดบันทึกการขายการเพื่อลงบันทึกการขายรายรับและรายการขายในแต่ละวัน เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้เพื่อคำนวณรายรับและประมาณการยอดขายในครั้งต่อไปได้

การวางแผนการดำเนินงาน ประกอบด้วย

1) กำหนดปริมาณการใช้เงินทุนในการดำเนินธุรกิจให้พอดีกับการดำเนินการเพื่อป้องกันและลดปัญหาเงินทุนหมุนเวียนเกินหรือไม่เพียงพอ

2) จัดทำแผนการใช้จ่ายล่วงหน้า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้จ่ายเงินและให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้นโดยมีการแบ่งเป็นสัดส่วนว่าใช้ในธุรกิจหรือใช้ส่วนตัวเท่าไร โดยในแผนควรมีการกำหนดระยะเวลาด้วยทั้งในระยะสั้นและระยะยาวอย่างชัดเจน เพื่อให้ทราบสถานการณ์ทางการเงินในปัจจุบันและสามารถวางแผนในอนาคตได้

3) ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลทางการเงินมาใช้ในการพัฒนาธุรกิจของตนเอง คือ การกำหนดยอดขายที่ต้องการ ต้นทุนการดำเนินธุรกิจผลตอบแทนจากธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลนั้นมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อประมาณการณ์ทางการเงินในอนาคต ปัญหาด้านการดำเนินธุรกิจและประเมินการดำเนินธุรกิจของตนเอง

กลยุทธ์ที่ 4 : กลยุทธ์และมาตรการด้านการตลาด

การพัฒนาระบบตลาด มาตรการในการพัฒนาการตลาดประกอบดังนี้

1) การรักษาฐานลูกค้าเดิม โดยการวางตำแหน่งสินค้าในกลุ่มลูกค้าเดิมที่มีอยู่และผู้ประกอบการต้องเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าและส่งเสริมการเพิ่มความต้องการสินค้าในตลาด เช่น การเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว โครงการนิยมไทยต่างๆ

2) สร้างฐานลูกค้าใหม่ โดยการเข้าร่วมงานแสดง/จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ ในงานและ

นิทรรศการต่าง ๆ เช่น งานเกษตร การแสดงสินค้า OTOP นิทรรศการด้านสิ่งแวดล้อมและงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทั้งของรัฐและเอกชน รวมถึงการเชิญชวน ผู้ซื้อ/ผู้ส่งออกไปชมการจัดการและกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงการใช้ประโยชน์อื่น ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จัก

3) ระบบการตลาดใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกในยุคโลกาภิวัตน์ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีทางการขายใหม่ ๆ เช่น E-commerce, การตั้งศูนย์การให้ความรู้เกี่ยวกับใบตองและธุรกิจใบตอง, การจัดทำสายด่วนผู้บริโภค เป็นต้น

การสร้างและพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด มีมาตรการประกอบดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ ปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ กำหนดเกรดของใบตองตามมาตรฐานและการใช้งานที่ลูกค้าต้องการพัฒนาให้ได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารจาก มกอช. สร้างตราสินค้า (Brand) ให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มการบริการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า เช่น การรับประกันสินค้า เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price) ได้แก่ ใช้ส่วนลดการค้าเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น ซื้อเยอะลดเยอะ การแถม เป็นต้น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับใบตองและผลิตภัณฑ์ใบตอง เช่น การทำรูปปลั๊กชีใหม่ (Packaging) เป็นต้น การกำหนดราคาสินค้าตามมาตรฐานและคุณประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการ เช่น คุณภาพดีราคาก็สูง

3) ด้านการจัดจำหน่าย (Place or distribution) ได้แก่ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น ลดต้นทุนสินค้าคงเหลือให้ต่ำลง การพัฒนาเพื่อให้สามารถจัดจำหน่ายผ่านสถาบันกลางทางการตลาดอื่นๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือ ซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ได้แก่ การโฆษณา เป็นการสร้างความเชื่อเพื่อสร้างและเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของใบตอง การตลาดทางตรง เช่น ประกาศทางวิทยุชุมชน

การออกร้าน เป็นต้น การส่งเสริมการขาย เช่น กิจกรรมการส่งเสริมที่เป็นการกระตุ้นความสนใจหรือความต้องการใช้ใบตองหรือการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสินค้าของผู้ประกอบการว่าเป็นใบตองที่มีคุณภาพ มาจากแหล่งผลิตที่น่าเชื่อถือ

การสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว ข้อแตกต่างหรือตราผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1) การกำหนดชื่อตราสินค้า เช่น สุขุทัย ใบตอง เป็นต้น

2) การกำหนดเครื่องหมายตราสินค้าเพื่อเป็นเอกลักษณ์สร้างภาพลักษณ์ให้กับใบตอง เป็นการบ่งบอกถึงที่มาและคุณภาพ คุณประโยชน์หรือข้อแตกต่างจากใบตองทั่วไป

3) การขายตราสินค้า โดยการนำตราสินค้าที่ได้สร้างขึ้นติดหรือแสดงในใบตองหรือผลิตภัณฑ์ใบตองเพื่อเป็นการขายตราสินค้าให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น

ส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม ได้แก่

1) กิจกรรมของภาครัฐและเอกชน เช่น นิทรรศการ เทศกาลต่างๆ

2) กิจกรรมการรณรงค์ต่างๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการพัฒนา

การจัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางการตลาด ได้แก่

1) ทางวิทยุ สื่อท้องถิ่น

2) เว็บไซต์ เพื่อสร้างเป็นศูนย์ความรู้และแนะนำ

3) สายด่วนผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการขายส่งใบตองในจังหวัดขอนแก่นหรือผู้ประกอบการธุรกิจด้านอื่น ๆ สามารถนำกลยุทธ์และมาตรการการดำเนินงานด้านการจัดการการเงินนี้ เพื่อไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจของตนเองและสามารถปรับปรุงกลยุทธ์และมาตรการการดำเนินงานตามความเหมาะสมของธุรกิจได้

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาต่อจากการวิจัยครั้งนี้ โดยมีการติดตามและประเมินผลกลยุทธ์และมาตรการดำเนินธุรกิจ เมื่อมีการดำเนินการปฏิบัติ อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ได้รูปแบบการดำเนินธุรกิจ และการพัฒนาแผนกลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจชายฝั่งใบตองในส่วนอื่นๆ หรือแหล่งอื่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษดา จารุเชษฐา. 2546. จังหวะลีลาใบตอง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต.
สาขาวิชาการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เบญจมาศ ศิลาชัย. 2545. กล้วย. พิมพ์ครั้งที่ 3.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
357 หน้า.
- วิโรจน์ มงคละมณี, สันต์ชัย ประชารากุล,
จักรพงษ์ น้อยเปรม และคณะ. 2549.
ขอนแก่น แกนอีสาน. พิมพ์ครั้งที่ 1.
ประสานมิตร. 228 หน้า.

