

แผนธุรกิจ (Business Plan)

ที่พักและศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร (FARMTEL@PHUKET)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

แผนธุรกิจ (Business Plan)

ที่פקและศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร (FARMTEL@PHUKET)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 29 พฤษภาคม พ.ศ. 2560



.....
นายพิชาน จันทร์วิภาดา
ผู้วิจัย

.....
ดวงพร อภาศิลป์,

Ph.D.

คณบดี

วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

กิตติกรรมประกาศ

รายงานสารนิพนธ์เรื่อง ที่พักและศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร (FARMTEL @PHUKET) ได้สำเร็จลุล่วงด้วยความกรุณาจากอาจารย์กิตติชัย ราชมหา อาจารย์ที่ปรึกษาซึ่งให้คำแนะนำ ทั้งแนวคิด และชี้จุดบกพร่องต่างๆ ของแผนธุรกิจมาโดยตลอด จนกระทั่งแผนธุรกิจบรรลุตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ ผู้จัดทำจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบคุณวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่มอบความรู้และโอกาสต่างๆ มากมาย ในขณะที่ศึกษาอยู่

ขอขอบคุณ คุณณัฐริกา เตส่วน ซึ่งเป็นที่ปรึกษาและช่วยเหลือแผนงานธุรกิจมาโดยตลอด ขอขอบคุณ คุณศิริพงศ์ วีระพงศ์ พี่ชายที่ให้คำปรึกษา แนะนำแนวคิดและจุดบกพร่องต่างๆ ให้กับแผนธุรกิจนี้

ขอขอบคุณเพื่อนภาควิชา Management and Strategy 18B วิทยาลัยการจัดการมหิดล สำหรับกำลังใจและคำแนะนำที่มีค่าต่อแผนงานธุรกิจ

สุดท้ายนี้ทางผู้จัดทำต้องกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ซึ่งเป็นทั้งกำลังใจและส่วนสำคัญในการผลักดันให้แผนธุรกิจนี้เสร็จสิ้น

คุณประโยชน์ที่ได้ศึกษาแผนธุรกิจเล่มนี้ ขอมอบให้แก่บุคคลที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด หากผิดพลาดประการใดผู้จัดทำต้องขออภัยมา ณ ที่นี้

พิธาน จันทรวินาศ

บทสรุปผู้บริหาร

FarmTel@Phuket ก่อตั้งขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร พร้อมทั้งให้ที่พักที่ครบถ้วนไปด้วยอุปกรณ์ดำเนินการความสะดวกแก่ผู้มาเยือน โดยถ้าโครงการมองเห็นการเจริญเติบโตของจังหวัดภูเก็ต และรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร และวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น ดังนั้นโครงการจึงนำการประยุกต์ที่พักและกิจกรรมด้านเกษตรอินทรีย์ ชูจุดเด่นที่แตกต่างไปจากที่พักแบบเดิมอย่างเช่น โรงแรมหรือบ้านพักทั่วไป

จากการวางกลยุทธ์ด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ คือหัวใจหลักในการดำเนินโครงการ FarmTel@Phuket เมื่อนักท่องเที่ยวได้เข้ามายัง FarmTel@Phuket พวกเขาจะได้รับรูปแบบการบริการที่เหนือระดับ และรูปแบบด้านที่พัก กิจกรรมต่างๆ ภายในฟาร์มที่ไม่รู้ลืม

FarmTel@Phuket ตั้งอยู่บนพื้นที่ 18/321 หมู่ 6 ถนนวิจิตรสงคราม ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต 73129 โดยมีเนื้อที่ทั้งหมด 10 ไร่ 1 งาน 60 ตารางวา โดยจัดทำเป็นบ้านทรงญี่ปุ่น ทั้งหมด 15 หลัง บนเนื้อที่ 1 ไร่ โรงงานสำหรับแปรรูปสินค้าจากการเกษตร 1 ไร่ และแปลงสับปะรดอินทรีย์ จำนวน 3 ไร่ การดำเนินการของโครงการคาดว่าจะพร้อมเปิดให้บริการในช่วง ไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2562 โดยใช้เวลาก่อสร้างทั้งสิ้น 6 ไตรมาส โดยเริ่มดำเนินการก่อสร้างในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ.2561

โครงการ FarmTel@Phuket ใช้เงินลงทุนทั้งสิ้น 36,196,125.00 บาท โดยแบ่งเงินลงทุนออกเป็น 2 ส่วน คือ เงินกู้ยืมจากสถาบันการเงิน และเงินลงทุนของผู้ถือหุ้น ทั้งหมด 8 คน จากการคาดการณ์กำไรสุทธิของโครงการในปีแรกจะอยู่ที่ 3,431,687.16 บาท มีมูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV) เท่ากับ 37,464,431.73 บาท เป็นบวก มีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) เท่ากับ 19.86% ซึ่งมีค่ามากกว่าต้นทุนทางการเงิน (WACC) 6% โครงการ FarmTel@Phuket จะมีระยะเวลาคืนทุนภายในเวลา 4 ปี 9 เดือน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทสรุปผู้บริหาร	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 ความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.1 ที่ประวัติและความเป็นมาของธุรกิจ	1
1.2 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต	1
1.3 Lifestyle Hotel	2
1.4 เกษตรอินทรีย์ (Organic Farm)	2
1.5 หลักการเกษตรอินทรีย์	2
1.6 สับปะรดภูเก็ต	4
1.7 การปลูกสับปะรดภูเก็ต	4
บทที่ 2 การวิเคราะห์สภาพตลาดและแนวโน้ม	5
2.1 การวิเคราะห์โอกาสด้านปัจจัยภายนอก	5
2.1.1 ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Political factor)	5
2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic factor)	6
2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)	6
2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)	7
2.1.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factor)	7
2.1.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)	8
2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน (Industry Analysis)	8
2.2.1 ข้องจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)	9
2.2.2 แรงผลักดันจากสินค้าอื่นๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes)	10

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
	2.2.3 อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)	10
	2.2.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)	10
	2.2.5 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competitive Rivalry)	10
	2.3 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Market Opportunity Analysis)	11
	2.3.1 Strengths (จุดแข็ง)	11
	2.3.2 Weakness (จุดอ่อน)	12
	2.3.3 Opportunities (โอกาส)	13
	2.3.4 Threats (ภัยคุกคาม)	13
บทที่ 3	โครงการ “ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต (FarmTel@Phuket)”	14
	3.1 ภาพรวมของโครงการ FarmTel@Phuket	14
	3.2 ผลិតภัณฑ์และการบริการ	15
	3.2.1 รูปแบบของแผนธุรกิจ	16
	3.2.2 รายละเอียดของธุรกิจ	17
	3.3 กลยุทธ์ระดับธุรกิจและกลยุทธ์ระดับองค์กร	18
	3.3.1 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	18
	3.3.2 กลยุทธ์ระดับองค์กร	18
บทที่ 4	สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน	20
	4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)	20
	4.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง	21
	4.2.1 บ้านขวัญเคียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	21
	4.2.2 บ้านไร่ไอรุณ จังหวัดระนอง	22
	4.2.3 ดาราดาเล บ้านดิน จังหวัดเชียงใหม่	22
	4.3 กลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย	25
	4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด	28
4.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service)	29
4.5.2 ด้านราคา (Price)	34
4.5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	35
4.5.4 ด้านช่องทางส่งเสริมการขาย (Promotion)	38
บทที่ 5 แผนการดำเนินงาน	42
5.1 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการ	42
5.2 รายละเอียด FarmTel@Phuket	43
5.2.1 ไตรมาสที่ 1-2 (ปี 2561)	44
5.2.2 ไตรมาสที่ 3-4 (ปี 2561)	46
5.2.3 ไตรมาสที่ 5 (ปี 2562)	47
5.2.4 ไตรมาสที่ 6 (ปี 2562)	47
บทที่ 6 แผนการบริหารและจัดตั้งองค์กร	51
6.1 ลักษณะการบริหารงาน	52
6.2 แผนการบริหารงาน	53
6.3 แผนบุคคลกร	56
6.4 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร (เงินเดือน)	57
6.5 เงินสมทบประกันสังคม	58
บทที่ 7 แผนการเงิน Farmtel@Phuket	59
7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน	59
7.2 ประมาณการลงทุน	59
7.3 ที่มาของรายได้	61
7.4 โครงสร้างการลงทุน	71
7.5 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการและการประมาณการเงินทุนหมุนเวียน	72
7.5.1 เจ้าหนี้การค้า	72
7.5.2 สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลือง	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
7.6 แผนการเงิน	74
7.6.1 งบกำไรขาดทุน	74
7.6.2 งบกระแสเงินสด	76
7.6.3 งบแสดงฐานะทางการเงิน	78
7.6.4 ยอดขายที่จุดคุ้มทุน (Break Even Point)	81
7.6.5 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)	82
7.6.6 มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV)	83
7.6.7 อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	84
7.7 บทวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ	86
7.7.1 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	86
7.7.2 กรณี Worse Case (ยอดขายลดลง 20%)	87
บทที่ 8 แผนการพัฒนารัฐกิจและแผนฉุกเฉิน	89
8.1 แผนพัฒนารัฐกิจ	89
8.2 แผนฉุกเฉิน	89
8.2.1 กรณีที่เกิดจากภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย วินาศภัยต่างๆ	89
8.2.2 กรณีสภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ	90
8.2.3 กรณีระบบสาธารณูปโภคขัดข้อง	90
8.2.4 กรณีที่ผลกำไรไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ (ผลกำไรติดลบติดต่อกัน)	90
บรรณานุกรม	91
ภาคผนวก	92
ภาคผนวก ก: วิเคราะห์ผลการศึกษา	93
ภาคผนวก ข: เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบตลาด	101
ประวัติผู้วิจัย	108

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
4.1	อัตราการเข้าใช้บริการที่พักรวมของรัฐกิจเดิมใน ปี พ.ศ. 2552-2558	20
4.2	การเปรียบเทียบคู่แข่งในอุตสาหกรรม โดยใช้เกณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทาง และการส่งเสริมการขาย	23
4.3	แสดงค่าสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554-2558	25
4.4	การแบ่งส่วนตลาดของ FarmTel@Phuket และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ	26
4.5	อธิบายรายละเอียด Perceptual map	27
4.6	สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการภายใน FarmTel@Phuket	30
4.7	กิจกรรมเกษตรอินทรีย์และการแปรรูป	31
4.8	บริการด้านแพ็คเกจการท่องเที่ยว	32
4.9	กิจกรรมปั่นจักรยานเที่ยวตัวเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต	33
4.10	กิจกรรมท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสามารถเลือกสถานที่ได้ตามที่ นักท่องเที่ยวต้องการ (ครึ่งวัน)	33
4.11	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ต ในปี พ.ศ. 2552-2558	34
4.12	อัตราค่าบริการห้องพักของ FarmTel@Phuket	35
4.13	ที่พักที่อยู่ใกล้โครงการ FarmTel@Phuket	36
6.1	รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนเงินลงทุน	51
6.2	รายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน	53
6.3	รายละเอียดพนักงาน จำนวนและอัตราเงินเดือน	57
6.4	รายละเอียดพนักงาน จำนวนและเงินสมทบประกันสังคม	58
7.1	การลงทุนของโครงการ FarmTel@Phuket	59
7.2	การลงทุนของโครงการ FarmTel@Phuket ขยายธุรกิจ	60
7.3	ประเภทห้องพัก และประมาณการอัตราการเข้าพัก	61
7.4	ประมาณการรายได้จากการให้บริการที่พัก	62
7.5	รายได้จากห้องอาหาร	62
7.6	รายได้จากการเข้าใช้บริการฟาร์ม (นักท่องเที่ยวภายนอก)	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
7.7	รายได้จากจากของฝากและผลไม้แปรรูป	64
7.8	รายได้จากการให้บริการ Package ท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวภายใน) ผ่าน Agent	64
7.9	รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ (ไม่รวมน้ำมัน) ผ่าน Agent	65
7.10	รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยาน	66
7.11	รายได้รวมทั้งหมดของธุรกิจ	67
7.12	อัตราต้นทุนขายต่อรายได้	68
7.13	ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร	69
7.14	ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	70
7.15	ค่าใช้จ่ายด้านการขายและการตลาด	70
7.16	ประมาณการโครงการการลงทุนโครงการ FarmTel@Phuket	71
7.17	เจ้าหน้าที่การค้า	72
7.18	สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลือง	72
7.19	ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน	73
7.20	งบกำไรขาดทุน	74
7.21	งบแสดงฐานะทางการเงิน	78
7.22	จุดคุ้มทุน	81
7.23	Payback Period	82
7.24	มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV)	83
7.25	อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)	84
7.26	อัตราส่วนทางการเงิน	85

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า	
2.1	แนวโน้มน้ำพื้นที่การปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	6
2.2	ภาพโครงสร้างการวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้เครื่องมือ Five Force model	9
3.1	ตัวอย่างภาพ Farmtel@Phuket	14
3.2	แสดงแผนที่ตั้ง Farmtel@Phuket	15
3.3	แสดงแผนที่ตั้ง Farmtel@Phuket หากมองจากพื้นที่อำเภอกะทู้	16
4.1	บ้านขวัญเคียงดาว จังหวัดเชียงใหม่	21
4.2	บ้านไร่ไอรุณ จังหวัดระนอง	22
4.3	คาราคาเล บ้านดิน จังหวัดเชียงใหม่	22
4.4	Perceptual map FarmTel@Phuket	27
4.5	เว็บไซต์ FarmTel@Phuket	37
4.6	Facebook Page “FarmTel@Phuket”	38
4.7	กราฟจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกเป็นรายไตรมาส	39
4.8	Boucher FarmTel@Phuket	40
4.9	Boucher FarmTel@Phuket	40
5.1	แผนที่ตั้งโครงการ	42
5.2	ตราสัญลักษณ์	43
5.3	พื้นที่โครงการ FarmTel@Phuket	44
5.4	ตัวอย่าง FarmTel@Phuket	46
5.5	ตัวอย่าง Front Office FarmTel@Phuket	47
5.6	ตัวอย่างศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และฟาร์มสับปะรด FarmTel@Phuket	48
5.7	ตัวอย่างศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ และ ห้องอาหาร FarmTel@Phuket	48
5.8	ตัวอย่างร้านขายของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์จากฟาร์ม FarmTel@Phuket	48
5.9	ตัวอย่างห้องอาหาร FarmTel@Phuket	49
5.10	ตัวอย่างที่พักแบบ Basic	49
5.11	ตัวอย่างที่พักแบบ Premium ซึ่งถ่ายจากมุมสระน้ำ	49

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ		หน้า
5.12	ตัวอย่างทั้งโครงการ FarmTel@Phuket	50
6.1	โครงสร้างองค์กรของธุรกิจ	52



บทที่ 1

ความเป็นมาของธุรกิจ

1.1 ที่ประวัติและความเป็นมาของธุรกิจ

“ภูเก็ต” เป็นจังหวัดทางภาคใต้ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวไปยังทั่วโลก เป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวในเรื่องของภูมิทัศน์ที่สวยงาม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และความหลากหลายที่เกิดขึ้น ณ จังหวัดแห่งนี้ จากรายงานการท่องเที่ยวของกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 2559 มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ตรวมกว่า 13.47 ล้านคน โดยมองเป็นเม็ดเงินมากกว่า 3 แสนล้านบาท จากข้อมูลดังกล่าวเป็นประกายความใฝ่ฝันในเรื่องธุรกิจการท่องเที่ยวของผู้จัดทำ เนื่องจากเล็งเห็นถึงการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของภาคการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ประกอบกับทางบ้านผู้จัดทำประกอบธุรกิจด้านการบริการให้เช่าที่พัก พร้อมทั้งมีที่ดินสำหรับการเกษตรหลงเหลืออยู่ จึงเกิดแนวคิดในการสร้างแบบแผนธุรกิจโดยนำประโยชน์จากที่ดินที่ทำการเกษตรอยู่เดิม ประกอบกับความรู้ด้านการบริหารจัดการห้องพัก สร้างแหล่งเรียนรู้ด้านการเกษตร และวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พร้อมทั้งเป็นที่พักอาศัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม

1.2 สักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก จากในปี พ.ศ. 2558 เอง จังหวัดภูเก็ตได้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวทั้งสิ้น จำนวน 13,369,634 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2557 11.80% เป็นคนไทย จำนวน 3,826,229 คน และเป็นชาว ต่างประเทศ จำนวน 9,543,405 คน สร้างรายได้เข้าประเทศทั้งหมด จำนวน 326,103.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 25.77% สำหรับอัตราค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว/วัน/คน จะเฉลี่ยอยู่ที่ 6,258.59 บาท/คน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด,2559)

1.3 Lifestyle Hotel

ไลฟ์สไตล์โฮเทล เป็นลักษณะรูปแบบของโรงแรมที่มีความคล้ายคลึงกับ “โรงแรมบูติก” ซึ่งจะมีการเน้นในเรื่องของรูปแบบการตกแต่งโรงแรมให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาศัยเอารูปแบบความคิด เอกลักษณ์ของพื้นที่บริเวณนั้นมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบโรงแรม แต่ไลฟ์สไตล์โฮเทลมีรูปแบบที่แตกต่างไปเล็กน้อย ด้วยการให้ความสำคัญกับรายละเอียดในไลฟ์สไตล์ของผู้มาเข้าพัก หรืออาจหมายถึงโรงแรมที่มีบรรยากาศเอื้อต่อ “การเรียนรู้ ประสบการณ์แก่ผู้มาเข้าพัก” มีการหลอมรวมเอกลักษณ์ท้องถิ่น คนท้องถิ่น และวัฒนธรรม เพื่อถ่ายทอดให้แก่ผู้มาพัก (โครงการปรับปรุงธุรกิจห้องพักให้เข้าให้เป็น โรงแรมขนาดเล็ก “S1”, 2555)

1.4 เกษตรอินทรีย์ (Organic Farm)

“เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการผลิตที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสุขภาพดิน ระบบนิเวศ และผู้คน เกษตรอินทรีย์พึ่งพาอาศัยกระบวนการทางนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพ และวงจรธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละพื้นที่ แทนที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่มีผลกระทบทางลบ เกษตรอินทรีย์ผสมผสานองค์ความรู้พื้นบ้าน นวัตกรรม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่เป็นธรรม และคุณภาพชีวิตที่ดีของทุกคนและสิ่งมีชีวิตต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง” (สหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ, 2548)

ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้ามากยิ่งขึ้น ทุกคนย่อมต้องการสุขภาพที่ดี และปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อสุขภาพคือ การเลือกบริโภคอาหาร และด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าส่งผลให้ข้อมูลต่างเป็นสิ่งที่ถูกเปิดเผย ลูกค้านักถึงหวังโซ่การผลิต รู้ถึงที่มาที่ไปในผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมากยิ่งขึ้น ดังนั้น แนวโน้มการเติบโตของอาหาร วัตถุประสงค์จากธรรมชาติ ปราศจากการใช้สารเคมีหรือที่เราเรียกว่าผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก จึงมีแนวโน้มที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน และเมื่อการใช้สารเคมี การตัดแต่งพันธุกรรม การตัดแปลง ไม่ใช่คำตอบของผู้บริโภคยุคใหม่ การเพาะปลูกแบบเกษตรอินทรีย์จึงเข้ามามีบทบาทในยุคปัจจุบัน

1.5 หลักการเกษตรอินทรีย์

หลักการที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลกคือ หลักการที่กำหนดโดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movements – IFOAM) โดยมี

มิติในการพิจารณา 4 ด้านคือ สุขภาพ, นิเวศวิทยา, ความเป็นธรรม และการดูแลเอาใจใส่ (health, ecology, fairness and care)

1. มิติด้านสุขภาพ เกษตรอินทรีย์มุ่งเน้นปัจจัยการสร้างสุขภาวะที่มีคุณภาพต่อมนุษย์ พืช สัตว์ ซึ่งทั้งหมดทั้งมวล มีแนวคิดที่เริ่มมาจากผืนดิน หากผืนดินดี จะส่งผลต่อสุขภาวะของสัตว์ เลี้ยงที่ดี ต่อเนื่องไปยังสุขภาวะของพืชที่ดี และมนุษย์เราเองก็อาศัยพืชพรรณเหล่านั้นด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ทำให้ การทำเกษตรแบบอินทรีย์ปฏิเสธการใช้สารเคมีทุกชนิด ที่อาจส่งผลต่อดิน สัตว์ พืช และมนุษย์

2. มิติด้านนิเวศวิทยา การมองในแง่ของนิเวศวิทยา คือการมององค์ประกอบภาพรวมของห่วงโซ่อาหารทั้งหมด การผลิตนั้นต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของวิถีแห่งระบบนิเวศ อย่างเช่น การเพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ต้องสอดคล้องกันกับวัฏจักรหรือห่วงโซ่ การนำมูลสัตว์ ที่ได้รับสารอาหารจากพืชที่ไม่ใช้สารเคมี เพื่อมาเป็นปุ๋ยให้แก่พืชพรรณในพื้นที่แหล่งนั้นคือตัวอย่างที่ชัดเจน ความสมดุลของระบบนิเวศที่ว่าจะมีความเฉพาะไปยังพื้นที่แต่ละพื้นที่ ซึ่งต่างกันไปด้วยท้องถิ่น ภูมิประเทศ วัฒนธรรม ความเหมาะสมกับขนาดการผลิต ปัจจัยการผลิต และยังเกี่ยวเนื่องไปถึงความหลากหลายทางชีวภาพอื่นๆ อีกด้วย มีประโยคที่ว่า “เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องตั้งอยู่บนรากฐานของระบบนิเวศ และวัฏจักรที่มีชีวิต โดยการทำงานร่วมกับมัน เลียนแบบวิถีทางธรรมชาติ และช่วยดำรงไว้ซึ่งระบบนิเวศและวัฏจักรที่มีชีวิตดังกล่าว”

3. มิติด้านความเป็นธรรม ความเป็นธรรมหมายถึงความเท่าเทียมกัน ความเคารพกัน ความยุติธรรม และการมีส่วนร่วมในการพิทักษ์โลกที่ทุกสิ่งอาศัยอยู่ร่วมกัน ทั้งระหว่างมนุษย์ด้วยกันเอง และกับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ และกับธรรมชาติ ทั้งนี้ ผู้ที่ดำเนินการด้านเกษตรอินทรีย์จะต้องตระหนักถึงความสัมพันธ์ที่เป็นธรรม ต่อกันกับชนทุกกลุ่มและทุกระดับที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการเกษตรอินทรีย์ ทั้งเกษตรกร คนงาน ผู้แปรรูป ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้า และผู้บริโภค กล่าวคือเกษตรอินทรีย์จะมอบโอกาสในการมีคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับทุกคน ผลิตอาหารที่มีคุณภาพอย่างเพียงพอ สำหรับความเป็นธรรมต่อสัตว์ เกษตรอินทรีย์ต้องจัดสภาพการเลี้ยงให้สอดคล้องกับลักษณะตามธรรมชาติของปศุสัตว์, ความเป็นธรรมต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมนั้น การใช้ทรัพยากรในการผลิตและการบริโภคควรมีความเป็นธรรมทั้งทางสังคมและทาง นิเวศวิทยา คำนึงถึงผลกระทบต่อชนรุ่นหลัง

4. มิติด้านการดูแลเอาใจใส่ เกษตรกรสามารถดำเนินการเพื่อให้เกิดเพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มผลผลิตจาก การทำเกษตรอินทรีย์ แต่การดำเนินการดังกล่าวต้องไม่ตั้งอยู่บนความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบ ต่อสุขภาพและสภาพความเป็นอยู่ การนำเทคโนโลยีและกรรมวิธีการผลิตใหม่ๆ เข้ามาใช้กับเกษตรอินทรีย์จะต้องมีการประเมินความเสี่ยงอย่างจริงจังและรอบด้าน

1.6 สับประรดภูเก็ต

“สับประรดภูเก็ต ของดีของเด่น มีมานาน ปลูกที่อื่นไม่อร่อย เท่าที่ภูเก็ต” หากกล่าวถึงผลไม้ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดภูเก็ต หลายคนจะกล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า “สับประรด” สับประรดภูเก็ต เป็นสับประรดที่มีแหล่งที่มาจากจังหวัดภูเก็ต มีประวัติอันยาวนาน ซึ่งจากประวัติแล้วพบว่ามีกรนำเข้ามาจากเมืองปีนัง ประเทศมาเลเซีย โดยสับประรดภูเก็ตนั้น ได้มีการขึ้นทะเบียนบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จังหวัดภูเก็ตไว้เมื่อ ปี 2552 สับประรดภูเก็ตเป็นพันธุ์เดียวกับสับประรดภูแล ,สับประรดตราดสีทอง แต่ด้วยความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ ที่พื้นที่ๆ ปลูก จึงทำให้รสชาติและลักษณะของสับประรดแตกต่างกันออกไป สับประรดภูเก็ตนั้นมีสุกจะมีรสชาติหวานกรอบ แขนกลางสามารถเคี้ยวได้ หากนำไปปลูกในจังหวัดข้างเคียง เช่น จังหวัดพังงา กระบี่ จะมีรสชาติออกไปทางเปรี้ยว และไม่กรอบ เช่นกันกับสับประรดภูแล ในอดีตมีการนำสับประรดพันธุ์ภูเก็ตไปปลูกที่นางแล จังหวัดเชียงราย จึงมีการนำคำว่า ภูเก็ตและนางแลมาผสมกัน จึงกลายเป็นชื่อ “สับประรดภูแล”ในปัจจุบัน โดยผู้ที่นำสับประรดพันธุ์ภูเก็ตไปปลูกที่จังหวัดเชียงรายคือ ผศ.เอนก ประทีป ณ ถลาง ซึ่งเป็นอาจารย์ในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ในขณะนั้น

การปลูกสับประรดภูเก็ต ชาวภูเก็ตมักจะปลูกแซมกับสวนยางพารา โดยจะปลูกไปจนกระทั่งต้นยางพารามีอายุได้ประมาณ 3 ปี

1.7 การปลูกสับประรดภูเก็ต

เกษตรกรสามารถปลูกสับประรดได้ตลอดปี ซึ่งปกติแล้ว จะเริ่มเตรียมดินในช่วงหน้าร้อน (เดือนมีนาคม เมษายน) และเริ่มทยอยปลูกเป็นรุ่นๆ ซึ่งการปลูกจะปลูกด้วยระยะห่างระหว่างแถวประมาณ 100-120 เซนติเมตร และระยะห่างระหว่างต้น 40-45 เซนติเมตร โดยใช้จำนวนต้นพันธุ์สับประรด ประมาณ 4000 หน่อ ต่อไร่ การปลูกสับประรดจะต้องวางต้นพันธุ์เอียง 45 องศา โดยฝังหน่อลึก 15-25 เซนติเมตร เมื่อสับประรดมีอายุ 8-10 เดือน จะเริ่มบังคับดอกด้วยสารเนฟทาลิอะซิดิก แอซิด 0.5 มิลลิกรัมต่อต้น โดยการหยอดขอดสับประรด และจะเก็บผลผลิตเมื่ออายุ 12-14 เดือน ในฤดูฝนสับประรดจะสุกเร็วและเป็นเนื้อแก้ว (เนื้อน้ำ) มาก หน้าแล้งสับประรดจะสุกช้า ให้สังเกตสับประรดผลสุกมีร่องเหี่ยวที่ก้านผล และมีตานูนใสผิวเปลือกเริ่มเปลี่ยนเป็นสีเหลืองเล็กน้อย (เทคโนโลยีชาวบ้าน, 2560)

บทที่ 2

การวิเคราะห์สภาพตลาดและแนวโน้ม

2.1 การวิเคราะห์โอกาสด้านปัจจัยภายนอก

การวิเคราะห์โอกาสภายนอกโดยใช้เครื่องมือ PEST Analysis สามารถสรุปปัจจัยต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

2.1.1 ปัจจัยทางนโยบายและการเมือง (Political factor)

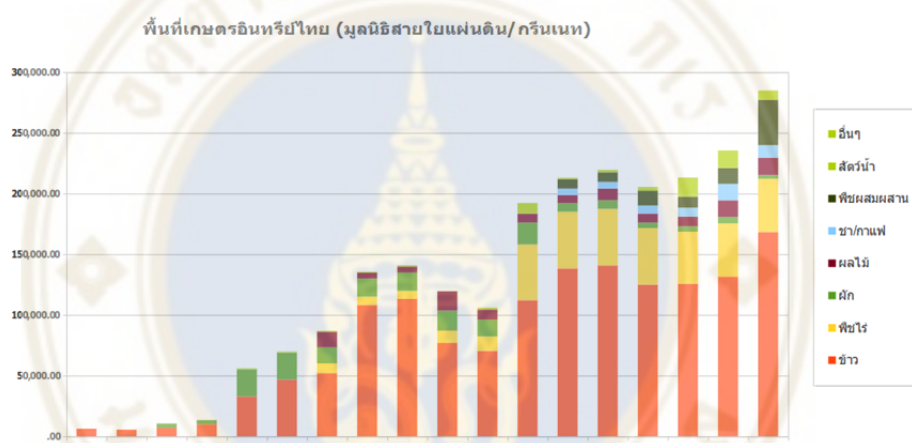
ในปัจจัยด้านนโยบายการเมือง ภาครัฐได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในด้านการพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเอาไว้ โดยกำหนดยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตเพื่อยกระดับสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวสากล ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต, 2559)

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่มาตรฐานสากล
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิต และความมั่นคง ปลอดภัยของประชาชน
- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาองค์กรให้มีสมรรถนะในระดับสากลเพื่อรองรับการแข่งขัน

อีกทั้งหากมองถึงการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี 60 ซึ่งมีแผนการตลาด “Amazing Story In Amazing Thailand” โดยให้ความสำคัญกับการสร้างประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการไปท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ถึงกรรมวิธีต่างๆ ความเป็นอยู่ของชุมชน และเกิดความเข้าใจในประเทศไทยมากขึ้น ทั้งนี้ทาง ฟาร์มเทลเองก็มีลักษณะที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรม ไม่ว่าจะทั้งวิถีการดำรงชีวิตของชาวพื้นเมืองเอง หรือการเรียนรู้กรรมวิธีการทำเกษตรอินทรีย์ จึงถือเป็นเป้าประสงค์ที่สอดคล้องกันไปกับทั้งนโยบายของภาครัฐเองที่สนับสนุนภูเก็ต และนโยบายของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยด้วยเช่นกันซึ่งในแต่ละระยะของแต่ละบุคคลก็จะมีระยะเวลาไม่เท่ากัน บางคนระยะที่สองใช้เวลาหนึ่งเดือน บางคนหนึ่งปีซึ่งจะขึ้นกับลักษณะเฉพาะตัวของบุคคลนั้น ๆ

2.1.2 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic factor)

การท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังจังหวัดภูเก็ตสูงเป็นอันดับหนึ่งของภาคใต้ โดยเฉลี่ยแล้วในปี 2559 มีนักท่องเที่ยวเข้ามายังจังหวัดภูเก็ต 13.47 ล้านคน โดยอัตราค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อหัวคิดเป็น 6,258 บาท/วัน/คน นอกจากมุมมองด้านการท่องเที่ยวแล้ว แนวโน้มของตลาดพืชผัก ผลไม้เกษตรอินทรีย์เองก็มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2557 ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์มีมูลค่ารวม 2,331.55 ล้านบาท โดยเป็นกลุ่มของสินค้าเกษตรอินทรีย์แปรรูปถึง 1,201.00 ล้านบาท และมีพื้นที่การผลิตเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับรองมาตรฐานขยายตัวจากเดิม 235,523.35 ไร่ ในปี 2557 เป็น 284,918 ไร่ ในปี 2558 (เพิ่มขึ้น 20.97%) (Greenet, 2559)



ภาพที่ 2.1 แนวโน้มพื้นที่การปลูกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2.1.3 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factor)

จากนโยบายจากทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภายใต้หัวข้อที่ว่า “Amazing Story in Amazing Thailand” ซึ่งเป็นการเพิ่มการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมและเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของชุมชนต่างๆ อย่างใกล้ชิด ทั้งนี้เพราะเล็งเห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่เริ่มเปลี่ยนไป ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมการท่องเที่ยวโดยตนเอง พร้อมทั้งชื่นชอบในการเรียนรู้วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมของสถานที่ ที่ตนเองไปพักผ่อนมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การลงมือทำผ้าบาติก ซึ่งต้องลงมือตั้งแต่ย้อมผ้าเอง กระทั่งทำลายผ้าด้วยตนเอง

2.1.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor)

ปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการท่องเที่ยวมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะช่องทางในการเข้าถึงของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยหลักที่เข้ามามีส่วนช่วยในด้านเทคโนโลยีคืออินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ต่างๆ ตัวอย่าง เช่น Agoda, Travelloka, Expedia, Booking.com ซึ่งเป็นช่องทางในการค้นหาสถานที่พักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก อีกทั้งเจ้าของธุรกิจเองสามารถติดตามข้อมูล ผลตอบรับจากทางลูกค้าได้จากการให้คำแนะนำจากลูกค้าในสื่อตัวกลางเหล่านี้ ทั้งนี้ช่องทางออนไลน์ที่กล่าวมาก็เปรียบเสมือนสื่อทางการตลาดรูปแบบหนึ่งที่จะช่วยประหยัดในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการทำการตลาด และสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคผ่านช่องทางเหล่านี้

นอกจากนี้เองประเทศไทยได้วางจังหวัดภูเก็ตเป็นรูปแบบเมือง Smart City เพื่อเป็นต้นแบบให้กับเมืองอื่นๆ ซึ่ง Smart City ที่ว่านี้ ได้มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาพัฒนาจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่การวางโครงข่ายไฟเบอร์ออปติกทั้งจังหวัด ส่งเสริมอุตสาหกรรมดิจิทัลควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และยังสนับสนุนให้เป็นจังหวัดที่ดึงดูดเหล่า Startup เข้ามายังจังหวัดอีกด้วย ทั้งนี้เปรียบเสมือนปัจจัยที่สนับสนุนเทคโนโลยี และพื้นฐานต่างๆ ของจังหวัดในดีขึ้นในอนาคตนั่นเอง

ถ่ายทอดออกมาให้กับบุคคลอื่นได้ นอกจากนี้ประสบการณ์ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งเนื่องจากความรู้แบบเดียวกันแต่การที่ประสบการณ์ต่างกัน ก็จะทำให้มุมมองที่ออกมาแตกต่างกันด้วย

โดยองค์กรที่บุคคลกรมีความสามารถในการดูซึมเป็นจำนวนมากนั้นก็จะมีความรู้สะสมอยู่ภายในองค์กร จนสามารถนำไปต่อยอดสร้างนวัตกรรม หรือกลยุทธ์ใหม่ ซึ่งเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้

2.1.5 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม (Environment Factor)

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จังหวัดภูเก็ตได้รับผลกระทบด้านมลภาวะด้านมลพิษจากน้ำเสียจากการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน ที่ขาดความรับผิดชอบ ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติในทะเลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งยังคงเป็นปัญหาที่ขาดการดูแลอย่างใกล้ชิด และจากเปอร์เซ็นต์การเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว เกิดปัญหาการบุกรุก พื้นที่ป่าสงวนเพื่อนำมาสร้างที่พักอาศัยเชิงพาณิชย์อย่างมากมาย

อีกด้านหนึ่งคือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่นิยมท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความประสงค์ที่จะท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ป่าเขา ทะเล แม่น้ำมากยิ่งขึ้น ย่อมส่งผลดีต่อจังหวัดภูเก็ตเอง ที่เป็นที่ยอมรับแหล่งท่องเที่ยวด้านธรรมชาติที่เป็นที่ยอมรับ

2.1.6 ปัจจัยด้านกฎหมาย (Legal Factor)

ด้านกฎหมายของธุรกิจที่ตัวเองมีความซับซ้อนเป็นขั้นตอนและจำแนกประเภทที่ของพักต่างๆ ตัวอย่างเช่น หากทำธุรกิจด้านที่พักอาศัยจะไม่สามารถให้นักท่องเที่ยวเช่าพักเป็นรายวันได้ หากไม่ขออนุญาตจัดตั้งเป็นโรงแรม ซึ่งการขออนุญาตจัดตั้งโรงแรมเองมีความซับซ้อนและใช้ระยะเวลาในการยื่นขอจดทะเบียนนาน ดังนั้นหากไม่มีใบอนุญาต ที่พักที่จะสามารถให้บริการได้แค่ระยะยาวตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป

นอกจากนั้นในด้านกฎหมายที่ดิน การสร้างสิ่งปลูกสร้าง ความสูงและข้อห้ามต่างๆ ย่อมเป็นประเด็นสำคัญเช่นกัน เพราะที่ดินจำนวนมากในจังหวัดภูเก็ตคือที่ดินเขตป่าสงวน ดังนั้นการสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ ต้องมีการตรวจสอบและขออนุญาตอย่างชัดเจน

จึงสรุปได้ว่าปัญหาในการจัดตั้งโรงแรมมีทั้งหมด 3 ประเด็นหลัก คือ 1.กฎหมายว่าด้วยผังเมือง ที่ได้กำหนดขอบเขต โชนพื้นที่ในการจัดตั้ง 2.กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ซึ่งเปรียบเสมือนข้อกำหนดที่เข้มงวดว่าโรงแรมจะต้องมีสิ่งใดบ้าง ตัวอย่างเช่น โรงแรมบางประเภทต้องมีที่จอดรถ 3.กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคารอีกเช่นกัน ที่ได้กำหนดให้อาคารโรงแรมเป็นอาคารควบคุมที่ต้องได้รับอนุญาตจากพนักงานท้องถิ่นก่อนจัดตั้ง ซึ่งข้อกำหนดที่มีขึ้นตอนลำดับขั้นและการทุจริตจากพนักงานท้องถิ่นทำให้ประเด็นต่างๆ ก็ความล่าช้า (ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

2.2 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมและการแข่งขัน (Industry Analysis)

การแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมสามารถใช้เครื่องมือการวิเคราะห์จากแรงผลักดันทั้ง 5 แรง (Porter's five forces analysis): ซึ่งวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้ (Michael E. Porter. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors)



ภาพที่ 2.2 ภาพโครงสร้างการวิเคราะห์อุตสาหกรรมโดยใช้เครื่องมือ Five Force model

2.2.1 ข้อจำกัดการเข้าสู่อุตสาหกรรมของผู้แข่งขันรายใหม่ (Threat of New Entrants)

- ธุรกิจโรงแรม: การลงทุนในธุรกิจที่พักอาศัย โรงแรม ใช้เงินลงทุนสูง และไม่สามารถรับผิดชอบต่อหนี้สินในระยะเวลานาน จึงเป็นความยากลำบากต่อผู้เล่นหน้าใหม่ที่จะเข้ามาเล่นธุรกิจดังกล่าว (-)

- ธุรกิจด้านเกษตรอินทรีย์: ในการเตรียมพร้อม การประกอบกิจกรรมด้านเกษตรอินทรีย์จะต้องมีขั้นตอนต่างๆ ที่ค่อนข้างซับซ้อน และต้องใช้ความรู้ความสามารถเฉพาะด้านในการจัดเตรียม อาทิเช่น การเตรียมพื้นที่เพาะปลูก ซึ่งต้องใช้เวลาในการปรับปรุงพื้นที่กินระยะเวลานานเพื่อได้การรับรองเป็นพื้นที่สำหรับปลูกเกษตรอินทรีย์ (-)

ด้านช่องทางการจำหน่ายและการเข้าถึงผู้บริโภคนั้น มีการรองรับจากอินเทอร์เน็ตและสื่อออนไลน์ต่างๆ ซึ่งสามารถใช้งบประมาณที่ต่ำในการสร้างการรับรู้สู่ผู้บริโภค (+)

ด้านนโยบายและข้อกฎหมาย เนื่องจากการขออนุญาตจัดตั้งโรงแรมนั้นต้องมีลำดับขั้นตอน และระเบียบเกณฑ์การจัดตั้งที่ค่อนข้างสูง จึงมองว่าเป็นผลในทางลบต่อผู้เล่นหน้าใหม่ที่ต้องการเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ (-)

สรุปจากข้อความข้างต้น จะเห็นว่าการเข้าสู่อุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องจาก จึงเป็นผลดีต่อผู้เล่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดิมอยู่แล้ว แต่สำหรับตัวผู้วิจัยเองเปรียบเสมือนผู้เล่นหน้าใหม่ซึ่งเป็นผลลบต่อตัวธุรกิจเอง (-)

2.2.2 แรงผลักดันจากสินค้าอื่น ๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้ (Threat of Substitutes)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์และการบริการ เป็นรูปแบบธุรกิจแนวใหม่ที่จะให้บริการในด้านความแปลกใหม่ (+) หากเปรียบเทียบกับรูปแบบที่พักอาศัยแบบเดิมๆ อาทิเช่น โรงแรม Apartment ห้างเช่า ซึ่งจากที่ทางโครงการได้ทำการสำรวจที่พักและบริการที่มีลักษณะคล้ายกันในพื้นที่อำเภอเกาะทุ่ง จังหวัดภูเก็ตนั้น พบว่าไม่มีการทำที่พักและบริการในลักษณะเดียวกับฟาร์มเทล จึงสรุปได้ว่าหากมองการทดแทนจากสินค้าที่มีลักษณะเดียวกันนั้นน้อย (+)

2.2.3 อำนาจต่อรองจากผู้ขายวัตถุดิบหรือซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

เนื่องจากลักษณะอาคารและพื้นที่เป็นลักษณะพิเศษ ที่ต้องการความแปลกใหม่ โดยประยุกต์เอาธรรมชาติและที่พักอาศัยมารวมกัน ดังนั้น ผู้รับเหมาจะต้องมีความรู้ความสามารถด้านการออกแบบค่อนข้างสูง และประเภทของวัตถุดิบ อุปกรณ์ที่ใช้ตกแต่ง ต้องมีความแปลกใหม่ (-) ทางโครงการมีเครือข่าย ที่ทำงานและให้บริการด้านการออกแบบและวิศวกรรม ซึ่งสามารถให้คำปรึกษาและจัดหาแหล่งวัสดุตกแต่งได้ (+)

2.2.4 อำนาจต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

อำนาจการต่อรองของลูกค้าจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

- กลุ่มผู้เข้าพักทั่วไป ในประเภทกลุ่มลูกค้าทั่วไป ลูกค้าเองจะมีอำนาจการต่อรองที่สูง เนื่องจากช่องทางการเข้าถึงข้อมูลที่ลูกค้าสามารถเลือกประเภทที่พักได้ (-)
- กลุ่มผู้เข้าพักที่สนใจด้านความแปลกใหม่ ในประเภทกลุ่มลูกค้าที่ต้องการความแปลกใหม่ประสบการณ์ที่แตกต่าง กลุ่มลูกค้าเหล่านี้ยินดีที่จะจ่ายและรับการให้บริการโดยมีข้อกำหนดที่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นอำนาจการต่อรองของกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะน้อยเมื่อเทียบกับ (+)

แต่หากพิจารณาในช่วงฤดูฝนซึ่งถือเป็นช่วง Low season ของจังหวัดภูเก็ต อำนาจการต่อรองของลูกค้าจะมีสูงขึ้นเนื่องจาก จำนวนลูกค้าที่น้อยลง ส่งผลกระทบให้โรงแรม ที่พักต่างปรับราคาลงเพื่อดึงดูดลูกค้าจากราคาที่ลดลง นั้นหมายความว่าอำนาจการต่อรองที่สูงขึ้นของกลุ่มลูกค้าเช่นกัน (-)

2.2.5 การแข่งขันระหว่างคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Competitive Rivalry)

ในปัจจุบันธุรกิจการให้บริการด้านที่พักอาศัยมีการแข่งขันสูง ซึ่งในจังหวัดภูเก็ตเองมีจำนวนโรงแรม อพาร์ทเมนท์ และที่พักอื่นๆ จำนวนมาก และยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นมากอีกในอนาคตเนื่องจากมีอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมดี (+) จากการสอบถามอัตราการเข้าพักเฉลี่ย

(occupancy rate) ในช่วง Seasonal มีจำนวนการเข้าพักอยู่ที่ประมาณ 90-100% ของห้องพักทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความต้องการ (demand) ของห้องพักที่ยังอยู่ในระดับสูง

การออกจากอุตสาหกรรมทำได้ยากเนื่องจากในเงินลงทุนที่สูง ส่งผลให้เกิดหนี้สินและทรัพย์สินที่ต้องบริหารจัดการ อาทิเช่น อาคาร ที่ดิน เงินกู้ยืม และกิจการเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีต้นทุนสูงจึงเป็นไปได้ยากที่จะกำหนดระยะเวลาในการปล่อยขายกิจการ (-)

สรุปได้ว่าความต้องการในการเข้าพักของลูกค้ายังคงมีอยู่มาก เมื่อเทียบกับปริมาณห้องพักที่ให้บริการในปัจจุบัน ดังนั้นอุตสาหกรรมดังกล่าวยังมีความน่าสนใจต่อผู้แข่งขันรายใหม่ๆ (+)

2.3 การวิเคราะห์โอกาสทางการตลาด (Market Opportunity Analysis)

ในการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด โครงการได้นำเครื่องมือ SWOT Analysis เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงโอกาสทางการตลาดที่เหมาะสม และน่าสนใจสำหรับการลงทุนในธุรกิจดังกล่าว ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่ควรพิจารณาดังต่อไปนี้

2.3.1 Strengths (จุดแข็ง)

ในการวิเคราะห์จุดแข็งของบริษัท โครงการขอแบ่งออกเป็นด้านต่างๆ ที่ให้ความสนใจ ประกอบด้วย ด้านการเงิน, ด้านการบริหาร, ด้านทำเลที่ตั้ง

- ด้านการเงิน: โครงการมี Resource ด้านที่ดินเป็นของตนเอง สร้างความได้เปรียบในเรื่องต้นทุนหากเปรียบเทียบกับผู้อื่นที่ทำธุรกิจในลักษณะเดียวกัน นอกจากนี้เจ้าของกิจการเป็นผู้บริหารและจัดการเองซึ่งมีส่วนช่วยในการลดต้นทุนด้านการจ้างงานพนักงาน และการบริหารต้นทุนที่ดีขึ้น

- ด้านการบริหารและการบริการ: เนื่องจากการบริหารจัดการโดยเจ้าของส่งผลต่อความเชื่อมั่นจากลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยจะสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีหัวใจด้านการบริการลงไป ตั้งแต่การต้อนรับ การใส่ใจดูแล การสอน รวมทั้งการบริการหลังจากลูกค้ากลับไปแล้ว อีกทั้ง FarmTel@Phuket เอง มี Service ในด้านความแปลกใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างการบริการที่มีความแปลกใหม่คือ การแกะสลักชื่อของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการลงบนผลอ่อนของสับปะรดภูเก็ต และเมื่อนักท่องเที่ยวกลับไปยังบ้านเกิดของตนเอง ทาง FarmTel@Phuket จะส่งรูปประยะต่างๆ ของสับปะรดที่เจริญเติบโตขึ้น เปรียบเสมือน mom & baby ซึ่งจะสร้างการเข้ามาพักซ้ำของนักท่องเที่ยวแต่ละรายเพื่อจะกลับเข้ามาดูแลสุขภาพสับปะรดที่ตนเองเคยปลูกไว้

ในเรื่องพนักงาน เนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเองเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีโรงแรม ที่พักบริการจำนวนมาก ดังนั้นพนักงานส่วนมากในจังหวัดจะมีความรู้ความสามารถด้านงานบริการเป็นอย่างดี อีกทั้งทางบ้านของโครงการเองมีประสบการณ์ด้านการบริหารที่พักแบบรายเดือนมา จึงเป็นจุดแข็งที่สามารถสร้างความแตกต่างในด้านบริการได้

- ด้านทำเลที่ตั้ง: มีความโดดเด่นในด้านของ ดีไซน์ การออกแบบรูปแบบของที่พักให้มีความแปลกใหม่ แตกต่างจากที่พักทั่วไป

อยู่ไม่ห่างจากหาดป่าตองซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชื่อดังของจังหวัดภูเก็ต โดยสามารถเดินทางไปถึงหาดป่าตองได้ในระยะเวลา 10 นาที มีระยะห่างประมาณ 3 กม. นอกจากนั้นยังอยู่ไม่ไกลจากห้างสรรพสินค้าชั้นนำในจังหวัดอย่างเซ็นทรัล ภูเก็ต ซึ่งเดินทางระยะทางประมาณ 5 กม. สะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังจุดต่าง ในบริเวณปากทางเข้า FarmTel@Phuket มีร้านสะดวกซื้อจำนวนมาก

ทัศนียภาพที่สวยงามเนื่องจากทำเลที่ตั้ง อยู่บริเวณเนินเขา สามารถมองเห็นทัศนียภาพจากมุมสูงซึ่งเป็นตัวเมืองของอำเภอกะทู้

2.3.2 Weakness (จุดอ่อน)

- ด้านการบริหาร: เจ้าของกิจการไม่มีความรู้ และประสบการณ์ในด้านการบริหารโรงแรมโดยตรง และยังเป็นธุรกิจที่ต้องการความรู้ในเชิงลึก อีกทั้งขาดประสบการณ์ในด้านการเกษตรโดยตรง จึงต้องเรียนรู้เพิ่มเติมในส่วนนี้

- ด้านการตลาด: เนื่องจากเป็นรายใหม่ในตลาด จึงยังไม่เป็นที่รู้จักในระยะเริ่มต้น ซึ่งอาจต้องใช้กลยุทธ์ และการเข้าถึงช่องทางจำหน่ายต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้ทางการตลาดให้แก่ผู้บริโภค

- ด้านทำเลที่ตั้ง: ที่พักอยู่ห่างจากถนนใหญ่ประมาณ 800 m. ซึ่งมีระยะทางค่อนข้างไกลทางเข้าซอยที่พักค่อนข้างหายาก เนื่องจากเป็นซอยที่มีขนาดเล็ก ดังนั้นทางโครงการอาจจะสร้างสำนักงานที่ตั้งอยู่บริเวณหน้าปากซอย ซึ่งปัจจุบันคือที่อยู่อาศัยของโครงการเอง เพื่อสะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเข้าพัก

- ด้านการเงิน: เนื่องจากเป็นกิจการที่ใช้เงินลงทุนสูง ในช่วงต้นต้องใช้บริการกู้ยืมจากสถาบันการเงิน ทำให้เกิดภาระด้านต้นทุน ดังนั้นจึงควรมีการวางแผนในด้านการบริหารต้นทุนและความเสี่ยงอย่างรอบครอบ

2.3.3 Opportunities (โอกาส)

- ด้านเศรษฐกิจ/ สภาพตลาด

1. ภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว โดยมีแผนยุทธศาสตร์ในการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับจังหวัดที่เป็นเมืองท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดภูเก็ตก็ได้รับการสนับสนุนเช่นกัน ตัวอย่างการสนับสนุนการใช้จ่ายของประชาชนโดยการกระตุ้นผ่านการซื้อสินค้า การท่องเที่ยวและนำค่าใช้จ่ายไปลดหย่อนภาษี ในปี 2559

2. ยุทธศาสตร์ที่จะวางจังหวัดภูเก็ตให้กลายเป็น Medical hub แห่งภาคใต้ ซึ่งรองรับเทรนด์ด้านสุขภาพ เป็นโอกาสของธุรกิจที่สนับสนุนด้านการเกษตรอินทรีย์ จะได้รับการสนับสนุนเพิ่มขึ้น

“การลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ในภูเก็ตยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยที่ดินในภูเก็ตต่างถีบตัวขึ้นสูง “ปัจจุบันที่ดินในเขตนครภูเก็ตจะอยู่ที่สนนราคาไร่ละ 10-30 ล้านบาท แต่หายากมาก เนื่องจากที่ดินเปล่าแทบนับผู้ครอบครองได้ ซึ่งล้วนเป็นนักธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และการท่องเที่ยว ส่วนที่ดินในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น หาดป่าตอง กะทู้ นั้น จะมีพื้นที่ 2 ถนน คือ ทิวังส์ และ ราษฎร์อุทิศ 200 ปี ยังคงเป็นที่ต้องการของนักลงทุนด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง” (Thairath, 2560)

3. Phuket Smart City โดยจังหวัดภูเก็ต เป็นต้นแบบในโครงการที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ต้องการให้เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยใช้นวัตกรรม ดิจิทัลในการขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัด สร้างความเชื่อมโยงกัน และใช้เทคโนโลยีเข้ามาให้ความสะดวกแก่วิถีชีวิต เพื่อให้เศรษฐกิจในภาพรวมมีการเติบโต

- ด้านภูมิประเทศและทรัพยากร: จังหวัดภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย และเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก โดยประเทศไทยได้สนับสนุนให้จังหวัดภูเก็ตเป็น “ประตูแห่งอันดามัน”

2.3.4 Threats (ภัยคุกคาม)

- เนื่องจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ยังคงเป็นที่จับตามองจากนักลงทุน ส่งผลให้ธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ยังมีการแข่งขันที่รุนแรง

- จากความก้าวหน้าในเทคโนโลยีระบบอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้การเข้าถึงช่องทางแหล่งข้อมูลที่พึกได้ง่าย ดังนั้นลูกค้าเองจึงมีตัวเลือกมากมายในการใช้บริการ

- ลักษณะการเข้ามาของนักท่องเที่ยวจะเป็นแบบ Seasonal จึงมีช่วงเดือนที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดภูเก็ตน้อย เช่น ในช่วงฤดูฝน จะกลายเป็น low season ของจังหวัด

- พนักงานในธุรกิจโรงแรมจะมีการ turnover rate ก่อนข้างสูง

บทที่ 3

โครงการ “ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต (FarmTel@Phuket)”

3.1 ภาพรวมของโครงการ FarmTel@Phuket

FarmTel@Phuket โดยคำว่าฟาร์มเทล เกิดจากการเล่นคำระหว่าง “Hotel” และ “Farm” จึงมีจุดเริ่มต้นจากแนวคิดที่นำเอาการผสมผสานระหว่างที่พักอาศัยเชิงพาณิชย์ และ ไร่สับปะรดแบบ ออแกนิก มารวมกันเพื่อจุดประสงค์ในการสร้างความแตกต่างในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ และการสร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริงให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ ซึ่งรูปแบบการให้บริการของฟาร์มเทลจะให้บริการในรูปแบบลักษณะคล้ายไลฟ์สไตล์โฮเต็ล, โรงแรมบูติก หรือโฮมสเตย์ โดยจะมอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของชาวภูเก็ต ทั้งด้านขนบธรรมเนียม, วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภูเก็ต และจุดเด่นของฟาร์มเทลคือ การให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ตั้งแต่ วิธีการเตรียมสถานที่ปลูก วิธีการปลูก การดูแลรักษา การสร้างสมดุลของระบบนิเวศที่เป็นสิ่งสำคัญของเกษตรอินทรีย์ โดยลงมือทำปฏิบัติจริงตามผู้ชำนาญด้านการเกษตรอินทรีย์ นอกจากนั้นยังได้เรียนรู้ถึงวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์สับปะรด อาทิ แยมสับปะรด น้ำสับปะรด และอาหารจากสับปะรดสดๆ จากไร่



ภาพที่ 3.1 ตัวอย่างภาพ Farmtel@Phuket

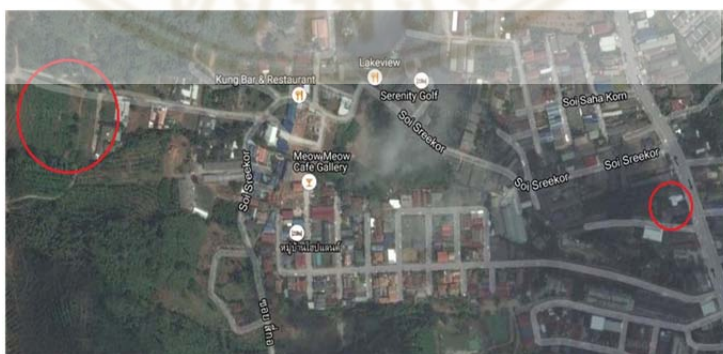
3.2 ผลลัพธ์และการบริการ

FarmTel@Phuket มีจุดเริ่มต้นจากแนวคิดที่นำเอาการผสมผสานระหว่างที่พักอาศัยเชิงพาณิชย์ และไร่สับปะรดแบบออแกนิก มารวมกันเพื่อจุดประสงค์ในการสร้างความแตกต่างในแง่ของผลิตภัณฑ์ที่ให้บริการ และการสร้างศูนย์การเรียนรู้ด้านการเกษตรแบบเกษตรอินทรีย์อย่างแท้จริงให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

ซึ่งรูปแบบการให้บริการของฟาร์มเทลจะให้บริการในรูปแบบลักษณะคล้าย Homestay โดยจะมอบประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของชาวภูเก็ต ทั้งด้านขนบธรรมเนียม, วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภูเก็ต และจุดเด่นของฟาร์มเทลคือ การให้ความรู้ด้านการเกษตรอินทรีย์

นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ตั้งแต่ วิธีการเตรียมสถานที่ปลูก วิธีการปลูก การดูแลรักษา การสร้างสมดุลของระบบนิเวศที่เป็นสิ่งสำคัญของเกษตรอินทรีย์ โดยลงมือทำปฏิบัติจริงตามผู้ชำนาญด้านการเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้ยังได้เรียนรู้ถึงวิธีการแปรรูปผลิตภัณฑ์สับปะรด อาทิ แยมสับปะรด น้ำสับปะรด และอาหารจากสับปะรดสดๆจากไร่

ธุรกิจดังกล่าวเป็นการให้บริการที่พักพร้อมสถานที่เรียนรู้การเกษตรอินทรีย์และวิถีชีวิตชาวท้องถิ่น โดยมีแผนจะจัดตั้งบริษัทภายใต้ชื่อ FarmTel@Phuket (FarmTel@Phuket) ตั้งอยู่เลขที่ 18/321 หมู่ 6 ถนนวิชิตสงคราม ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต 73129 บนพื้นที่รูป 1.4 ไร่ ที่ทั้งหมด 10 ไร่ 1 งาน 60 ตารางวา โดยจัดทำเป็นบ้านทรงญี่ปุ่น ทั้งหมด 15 หลัง บนเนื้อที่ 1 ไร่ โรงงานสำหรับแปรรูปสินค้าจากการเกษตร 1 ไร่ และแปลงสับปะรดอินทรีย์ จำนวน 3 ไร่ โดยแบ่งพื้นที่ตั้งแต่อนุบาล สับปะรด จนกระทั่งพื้นที่ๆ สามารถเก็บเกี่ยวสับปะรดได้



ภาพที่ 3.2 แสดงแผนที่ที่ตั้ง Farmtel@Phuket



ภาพที่ 3.3 แสดงแผนที่ตั้ง Farmtel@Phuket หากมองจากพื้นที่อำเภอกะทู้

3.2.1 รูปแบบของแผนธุรกิจ

ในที่นี้ทางโครงการได้แบ่งรูปแบบของแผนธุรกิจออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การบริการด้านที่พักอาศัย (Residential) และบริการ (Service)

- ที่พัก (Residential) โดยลักษณะที่พักจะเป็นบ้านทรงญี่ปุ่น เพื่อให้มีรูปแบบสอดคล้องกับสถานที่พักที่เป็นธรรมชาติ โดยมีทั้งหมด 15 หลัง ตั้งอยู่บริเวณเนินเขา เรียงขึ้นไปแบบขั้นบันได 2 ชั้น โดยในชั้นที่ 1 มีทั้งหมด 10 หลัง แบบขั้นที่ 2 มีทั้งหมด 5 หลัง โดย 5 หลังด้านบนจะมีสระว่ายน้ำที่มีลักษณะคล้ายบ่อน้ำพุร้อนของทางญี่ปุ่นในแต่ละหลัง ภายในบ้านจะประกอบด้วยชานพักที่อยู่ด้านหน้าบ้าน ซึ่งใช้สำหรับพักผ่อน และทำกิจกรรมร่วมกับครอบครัวละเพื่อนๆ ด้านในจะแบ่งกันห้องเป็นสัดส่วน ประกอบด้วยห้องนอน ห้องนั่งเล่นและห้องน้ำ

- ห้องอาหาร (Dining-room) นอกจากนั้นภายในโครงการยังมีห้องอาหารสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก โดยจะมีบริการอาหารเช้าในช่วงเช้าถึงกลางวัน หลังจากนั้น ตั้งแต่เวลาเที่ยงเป็นต้นไป จะจัดเป็นห้องอาหารที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวจากภายนอกที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในฟาร์ม ภายในร้านจะเน้นเมนูด้านสุขภาพ ความสดใหม่ และบรรยากาศที่เข้ากับฟาร์ม โดยจุดเด่นที่ “วัตถุดิบปลอดภัยจากฟาร์ม”

- จักรยานสำหรับท่องเที่ยวภายในฟาร์ม บริการให้เช่า รถจักรยาน สำหรับผู้ที่ต้องการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการเช่ารถจักรยานเพื่อท่องเที่ยวไปในตัวเมืองของอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต เรียนรู้ถึงวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านในบริเวณดังกล่าว

- Package ท่องเที่ยว แพคเกจการท่องเที่ยวของทางโครงการ โดยทางโครงการจะร่วมทำพันธมิตรทางการค้ากับบริษัทที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยว ตัวอย่าง ทัวร์ท่องเที่ยวของบริษัท Love Andaman ซึ่งมีบริการด้านการท่องเที่ยว ดำน้ำ และกิจกรรมต่างๆ

2. ศูนย์เรียนรู้ด้านสับปรดอินทรีย์ (School and Farm) ภายในศูนย์การเรียนรู้จะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

- ฟาร์มสับปรดอินทรีย์
- ห้องเรียน

โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก จะได้รับบริการ ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ โดยมุ่งเน้นไปที่สับปรดภูเก็ต ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ไปกับวิทยากร ผู้เชี่ยวชาญที่จะมาให้ความรู้ พร้อมทั้งลงมือปฏิบัติจริงในฟาร์มสับปรดอินทรีย์

3.2.2 รายละเอียดของธุรกิจ

3.2.2.1 วิสัยทัศน์ (Vision) เป็นผู้นำด้านที่พักและศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์แบบครบวงจรในจังหวัดภูเก็ต

3.2.2.2 พันธกิจ (Mission)

- สร้างความแตกต่างในด้านสินค้าและบริการ โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและชุมชน
- ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยการบริการที่เป็นเลิศตามรูปแบบท้องถิ่นชาวภูเก็ต

- สร้างความรู้และประสบการณ์ด้านเกษตรอินทรีย์แก่ลูกค้า

3.2.2.3 เป้าหมายทางธุรกิจ

- เป้าหมายระยะสั้น
 1. สร้างฐานลูกค้า เพิ่มช่องทางการเข้าถึงการจองที่พัก ทั้งในไทยและต่างประเทศ โดยผ่านทั้งช่องทางออนไลน์ และออฟไลน์ (Agency tour) โดยจะต้องมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น 10% ต่อปี

2. ธุรกิจสามารถสร้างรายได้ 20,000,000 บาทต่อปี (ภายใน 2 ปี แรก)

3. มีอัตราเข้าพักเฉลี่ย ไม่ต่ำกว่า 60% ใน 2 ปีแรก

4. สามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่เพิ่มขึ้น

- เป้าหมายระยะยาว

1. มีอัตราเข้าพักเฉลี่ย ไม่ต่ำกว่า 80% ต่อปี

2. สร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้กับจังหวัดภูเก็ต

3. ธุรกิจสามารถสร้างรายได้ 40,000,000 บาทต่อปี

3.3 กลยุทธ์ระดับธุรกิจและกลยุทธ์ระดับองค์กร

การวางแผนกลยุทธ์ เปรียบเสมือนตัวกำหนดทิศทางและผสมผสานการดำเนินงานของธุรกิจ เป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม (competitive advantage) โดยแนวโน้มการแข่งขันธุรกิจให้บริการที่พัก ในปัจจุบันที่สูงขึ้นในทุกๆ ปี เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและสร้างความมั่นคงและมั่นคงให้กับธุรกิจเองแล้ว ทาง FarmTel@Phuket จึงเลือกใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) และการเพิ่มคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Value Added) เข้าไป เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการหาสิ่งแปลกใหม่ ประสบการณ์ที่แตกต่าง ในการมาเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร ที่ตั้งไว้ คือ เป็นผู้นำด้านที่พักและศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์แบบครบวงจรในจังหวัดภูเก็ต

3.3.1 กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

การสร้างความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service differentiation)

Customer Value Proposition

- FarmTel@Phuket มีรูปแบบบ้านพักที่แตกต่างจากฟาร์มสเตย์ทั่วไป โดยทางโครงการได้ออกแบบบ้านพักให้มีลักษณะเหมือนทรงบ้านญี่ปุ่นโบราณ ผสมผสานกับความทันสมัย ซึ่งรูปแบบที่วางนี้ จะให้เกิดความกลมกลืนกับธรรมชาติ ภายในที่พักบริการด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบถ้วน ซึ่งแตกต่างจากฟาร์มสเตย์ทั่วไป
- การสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ โดยมุ่งเน้นภาพลักษณ์ของโครงการให้เป็นแหล่งเรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ ที่พร้อมที่พักที่สะดวกสบาย สามารถตอบสนองโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ใหม่ๆ เมื่อมาเที่ยวภูเก็ต
- ในด้านการบริการ ทางโครงการส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่แตกต่างจากฟาร์มสเตย์ทั่วไป โดยมีทั้งกิจกรรมที่ร่วมกับ FarmTel@Phuket เอง เช่น การเรียนรู้และลงมือปฏิบัติในฟาร์ม กิจกรรมที่ทางฟาร์มได้ร่วมเป็นพันธมิตรกับบริษัทท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวเองจะได้ทั้งท่องเที่ยวในตัวเมืองภูเก็ต เรียนรู้วัฒนธรรม ร่วมสนุกไปกับกิจกรรมทางทะเล ดำน้ำ ท่องเที่ยวตามเกาะชื่อดัง

3.3.2 กลยุทธ์ระดับองค์กร

กลยุทธ์ในระดับองค์กร ทางโครงการมุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์การเจริญเติบโต (Growth Strategic) โดยการหาพันธมิตร และคู่ค้า ซึ่งแยกออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และแหล่งชุมชนพื้นเมืองของจังหวัดภูเก็ต

- ด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรม: ทางโครงการจะร่วมเป็นพันธมิตรกับบริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาท่องเที่ยวใน FarmTel@Phuket
- ด้านวิถีชุมชน วัฒนธรรม: FarmTel@Phuket มีแนวคิดที่จะดึงเอาเกษตรกรในพื้นที่ที่มีความเชี่ยวชาญ เข้ามาให้ความรู้ แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนั้นยังสร้างพันธมิตรไปยังกลุ่มชุมชนพื้นเมือง เพื่อดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม นำนักท่องเที่ยวไปเรียนรู้วิถีชุมชนพื้นเมืองของคนภูเก็ต ตัวอย่างเช่น การทำอาหารพื้นเมือง การทำผ้าบาติก และวิถีชีวิตของชาวบ้านในละแวกดังกล่าว พร้อมกันนั้น ทางโครงการจะแสวงหาความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม



บทที่ 4

สมมติฐานทางการเงินและการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการลงทุน

4.1 เป้าหมายทางการตลาด (Marketing Goal)

แต่เดิมจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทางทะเล นักท่องเที่ยวต่างเดินทางเข้ามาเพื่อชื่นชมธรรมชาติอันสวยงามของจังหวัด แต่จากแนวคิดของทางโครงการคิดว่านักท่องเที่ยวอาจมีความต้องการที่แตกต่างไปจากเดิม โดยโครงการได้สังเกตเห็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติอื่น จึงเป็นที่มาของ FarmTel@Phuket ซึ่งจะมอบทั้งที่พักที่มีระดับและแหล่งเรียนรู้ประสบการณ์ที่คุ้มค่าแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นจากแนวคิดนี้เองทางโครงการจึงกำหนดเป้าหมายทางการตลาดให้ FarmTel@Phuket เป็นที่พักเชิงเกษตร (agro tourism) แห่งแรกในจังหวัดภูเก็ต และกลายเป็นเป้าหมายที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการที่พักและแหล่งเรียนรู้ในจังหวัดภูเก็ต

วัตถุประสงค์ทางการตลาด (Marketing Objective)

โดยมีเกณฑ์กำหนดเป้าหมายทางการตลาดดังนี้

1. การเพิ่มขึ้นของอัตราการเข้าใช้บริการด้านที่พักและด้านการเกษตร โดยวัดจากอัตราการเข้าบริการที่พักรูปแบบเดิม เช่น โรงแรม คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ รีสอร์ท ฯลฯ

ตารางที่ 4.1 อัตราการเข้าใช้บริการที่พักแรมของธุรกิจเดิมใน ปี พ.ศ. 2552-2558

	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
จำนวนห้อง	37,884	44,330	57,679	53,814	46,007	48,241	82,962
อัตราการเข้าพัก (%)	35.84	46.20	56.47	61.41	71.58	70.39	73.38

ซึ่งจากตารางที่ 1 ทางโครงการได้กำหนดเป้าหมายออกเป็น 2 ระยะ คือ

เป้าหมายระยะสั้น: ในปีที่ 1 และ 2 มีอัตราการเข้าบริการที่พักและแหล่งเรียนรู้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 60%

เป้าหมายระยะยาว: ในปีที่ 3 เป็นต้นไป มีอัตราการเข้าบริการที่พักและแหล่งเรียนรู้เฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 80%

2. การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าเมื่อเข้าใช้บริการ และการบอกต่อของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว

4.2 การวิเคราะห์คู่แข่ง

จากการสำรวจที่พักเชิงเกษตรยอดนิยมในปี พ.ศ. 2559 จากเว็บไซต์ท่องเที่ยวชื่อดังต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Painaidii, Wongnai, ซิลไปไหน และอีกหลายเว็บไซต์ท่องเที่ยวชั้นนำ พบว่าที่พักเชิงเกษตรที่เป็นที่นิยม ดังนี้

4.2.1 บ้านขวัญเคียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

“เป็นบ้านพักท่ามกลางธรรมชาติ ภูเขาล้อมรอบ เหมาะสำหรับท่านที่ต้องการความสงบ บ้านพักเป็นสไตล์ Bamboo ซึ่งเป็นบ้านพักที่ทำจากไม้ไผ่ทั้งหลัง มีความลงตัว และร่วมสมัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง รวมทั้งยังมีไร้สตรอว์เบอร์รี่ แปลงผักออแกนิกส์ที่ให้ผู้เข้าพักได้ศึกษาทดลองปลูกเอง จึงเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติที่อยากสัมผัสกับบรรยากาศอีกทั้งยังมีร้านอาหารที่ขึ้นชื่อเรื่องความอร่อยลักษณะของห้องพักจะมีแค่แบบเดี่ยวราคาปานกลาง และมีแพคเกจของจำนวนคนที่เข้าพักอย่างเช่น เข้าพัก 6 คนจะได้ราคาห้องที่ถูกลง”



ภาพที่ 4.1 บ้านขวัญเคียงดาว จังหวัดเชียงใหม่

4.2.2 บ้านไร่ไออรุณ จังหวัดระนอง

“เป็นฟาร์มสเตย์ที่กำลังโด่งดังในโซเชี่ยล ลักษณะของบ้านจะอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ เป็นเหมือนกระท่อมซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครันอีกทั้งยังมีกิจกรรมให้กับผู้พักได้ลงทำเกษตรอินทรีย์เอง และมีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่ปลอดสารพิษด้วย ราคาห้องพักเหมาะสมกับที่พักและบรรยากาศถึงแม้ว่าจะมีราคาไม่เท่ากันในช่วงวันธรรมดาและวันหยุด”



ภาพที่ 4.2 บ้านไร่ไออรุณ จังหวัดระนอง

4.2.3 ดาราศาล บ้านดิน จังหวัดเชียงใหม่

“อแกนิกส์ฟาร์มพักบ้านดิน กินผักอินทรีย์ เรียนรู้วิถีชีวิต พอเพียง” คือ คอนเซ็ปต์ของ ดาราศาล บ้านดินฟาร์ม ฟาร์มเกษตรอินทรีย์ท่ามกลางธรรมชาติ ที่เปิดเป็นที่พักพร้อมกิจกรรมแบบ ชาวฟาร์มให้ได้สัมผัส ลิ้มลองเมนูเด็ดอาหารพื้นเมืองและผักสดปลอดสารพิษจากฟาร์ม ห้องพักมีลักษณะ เป็นบ้านดินสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดี ราคาห้องพักค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับห้องพัก และการทำกิจกรรมในฟาร์ม”



ภาพที่ 4.3 ดาราศาล บ้านดิน จังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบคู่แข่งในอุตสาหกรรม โดยใช้เกณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทาง และการส่งเสริมการขาย

ชื่อโครงการ	ผลิตภัณฑ์และบริการ (product service)	ราคา (price)	ช่องทางการการจัดจำหน่าย (place)	การสนับสนุนการขาย (promotion)
Farmstay@ Phuket	รูปแบบที่พัก มีลักษณะที่พักรูปแบบบ้านทรงญี่ปุ่นมาประยุกต์เพื่อให้เข้ากับธรรมชาติ โดยมีอุปกรณ์การอำนวยความสะดวกครบถ้วนในระดับมาตรฐานของโรงแรมทั่วไป ด้านการบริการ บริการให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ เรียนรู้การปลูกสับปะรดอินทรีย์ เรียนรู้วิธีการเตรียมดิน กิจกรรมทำอาหารจากวัตถุดิบสดๆ จากฟาร์ม อีกทั้งบริการรถรับส่งไปยังถนนใหญ่และจุดท่องเที่ยวต่างๆ	ที่พัก แบ่งออก 2 ราคา - ห้องพัก Premium โดยมีสระว่ายน้ำส่วนตัว ราคา 3,000 บาท ต่อห้อง ต่อคืน - ห้องพัก Basic ราคา 2,000 บาท ต่อห้อง ต่อคืน	ช่องทาง Offline - Walk-in 24 hours - โทรศัพท์เพื่อจองที่พัก - Business Alliance - Business Partnership ช่องทาง Online - เว็บไซต์ Farmtel@phuket Application - Facebook inbox - Line Application ช่องทาง Web Agent - www.agoda.com - www.booking.com - www.tripadvisor.com - Traveloka	- ส่วนลดส่งเสริมการขายในช่วง Low Season โดยทำกิจกรรมร่วมกับช่องทางการขายต่างๆ - การนำสื่อสังคมออนไลน์ เข้ามาใช้เพื่อการโฆษณา เช่น Facebook page, Instagram, Twitter, Line Application - การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การทำ PPC กับทาง google และการทำ google Adwords
บ้านขวัญเคียงดาว	รูปแบบที่พักมีลักษณะบ้านไม้ไผ่ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการบริการ มีการ workshop ในการปลูกสตรอเบอรี่ การทำอาหารรับประทานกันเองของนักท่องเที่ยว	ราคาห้องพักรูปแบบคอตเทจ 1500 บาท ต่อห้อง	ช่องทาง Offline - Walk-In ช่องทาง Web Agent - www.agoda.com - www.booking.com	โปรโมชั่นจะขึ้นอยู่กับช่วงฤดูกาลและช่วงเทศกาล ซึ่งจะมีการกระตุ้นการขายโดยเป็นแพ็คเกจของจำนวนคนที่เข้าพักอย่างเช่น เข้าพัก 6 คนจะได้ราคาห้องที่ถูกลง

ตารางที่ 4.2 การเปรียบเทียบคู่แข่งในอุตสาหกรรม โดยใช้เกณฑ์ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางและ การส่งเสริมการขาย (ต่อ)

ชื่อโครงการ	ผลิตภัณฑ์และบริการ (product service)	ราคา (price)	ช่องทางการการจัดจำหน่าย (place)	การสนับสนุนการขาย (promotion)
บ้านไร่ ไออรุณ	บ้านพักของ ‘บ้านไร่ไออรุณ ฟาร์มสเตย์’ มี 2 หลัง คือ “บ้านพราวตะวัน” เป็นบ้าน 2 ชั้นและ“บ้านระเบียบดาว”เป็นแบบ 1 ห้องนอน ด้านการบริการ กิจกรรม บ้านไร่ไออรุณ ฟาร์มสเตย์ มี การปลูกผัก ,ขายผัก, เก็บผลผลิตจากไร่มาทำอาหาร	ราคาที่พัก 1,400 บาท (วัน จันทร์-พฤหัสบดี) 1,700 บาท (ศุกร์-อาทิตย์/วันหยุด) ต่อหนึ่งหลัง รวมอาหารเช้า	ช่องทาง Offline - เบอร์โทรศัพท์ ช่องทาง Online - Page Facebook	ไม่มี
ดาราดาเล บ้านดิน	รูปแบบที่พัก ที่พักเป็นลักษณะบ้านดิน มีทั้งหมด 4 หลัง สามารถพักได้ห้องละ 2 คน โดยมีอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการบริการ กิจกรรม ชาวฟาร์มทั้ง คอร์สอบรม วิธีการทำบ้านดิน และยังมีวิธีการทำเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่การทำปุ๋ยชีวภาพ การเพาะเมล็ด การปลูกผัก และการเก็บผักสดๆ นำไปปรุงอาหาร ให้แขกที่มาพักรับประทาน	ราคา 1,400 ต่อ 1 ท่าน/คืน รวมที่พัก อาหาร 2 มื้อ	ช่องทาง Offline - เบอร์โทรศัพท์ ช่องทาง Online - Line Application - Facebook - เว็บไซต์ ดาราดาเล	Package ที่รวมกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่การเรียนรู้ด้านเกษตร ที่พัก และอาหาร รวมในราคาเดียว

4.3 กลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของโครงการ FarmTel@Phuket ได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก คือนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยสาเหตุที่เลือกกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น เนื่องจาก โครงการยังไม่เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง ดังนั้นทางโครงการเองจึงมีจุดมุ่งหมายไปที่กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศก่อน เพื่อสร้างชื่อเสียงจากการบอกต่อ (word of mouth) หรือการให้คำแนะนำ (review) ในเว็บไซต์ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งเป็นช่องทางการจำหน่ายหนึ่งของทางโครงการ จากการอ้างอิงจากเว็บไซต์กรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2559 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเชื้อชาติไทย ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 32 เมื่อเทียบจากปี 2554 และปี 2558

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าสถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ต ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554-2558

รายการ	2554	2555	2556	2557	2558p
จำนวนนักท่องเที่ยว	8,891,039	10,211,885	11,339,885	11,312,037	12,520,769
ชาวไทย	2,600,462	2,994,910	3,304,904	3,226,421	3,425,414
ชาวต่างประเทศ	6,290,577	7,216,975	8,034,981	8,085,616	9,095,355
จำนวนห้อง	57,679	53,814	46,007	48,241	82,962
อัตราการเข้าพัก (%)	56.47	61.41	71.58	70.39	73.38

2. สำหรับกลุ่มเป้าหมายในระยะยาว คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยจากสถิติกรมการท่องเที่ยว และกีฬา ปี 2558 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเป็นจำนวน 9,095,355 คน โดยหากเทียบเป็นการเติบโตจากปี 2554-2558 แล้ว สูงขึ้น 44% และ จากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต โดยทางโครงการได้ทำแบบสอบถามไปยังกรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมที่จะท่องเที่ยวตามวิถีชีวิตของคนพื้นเมือง และสนใจที่จะเรียนรู้และลงมือปฏิบัติจริง สอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยคือ “Amazing Story in Amazing Thailand” โดยสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ FarmTel@Phuket คือ กลุ่มคนที่รักการท่องเที่ยว ชอบความแปลกใหม่ ชื่นชอบวัฒนธรรมท้องถิ่น (Culture) ของสถานที่ต่างๆ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีช่วงอายุ 26-60 ปี ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวในวัยนี้ต้องการความอิสระ และใช้เวลาว่างส่วนใหญ่กับการท่องเที่ยว และมักจะหาประสบการณ์ชีวิต นอกจากนั้นนักท่องเที่ยว

ในกลุ่มดังกล่าวยังมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการแชร์เรื่องราวต่างๆ ของตนสูงถึง 47% จากการสำรวจของ UM Wave 8

สำหรับฟาร์มเทลที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงการแล้ว การเจาะกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจะเป็นส่วนช่วยในการสร้างการรับรู้ได้อย่างดี สำหรับรายได้เฉลี่ยของกลุ่มเป้าหมายทางโครงการกำหนดไว้ในกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ย 25,000 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มคนที่มีฐานะดี โดยมีเหตุผลที่เลือกเจาะนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เพราะต้องการสร้างความพรีเมียมของที่พัก

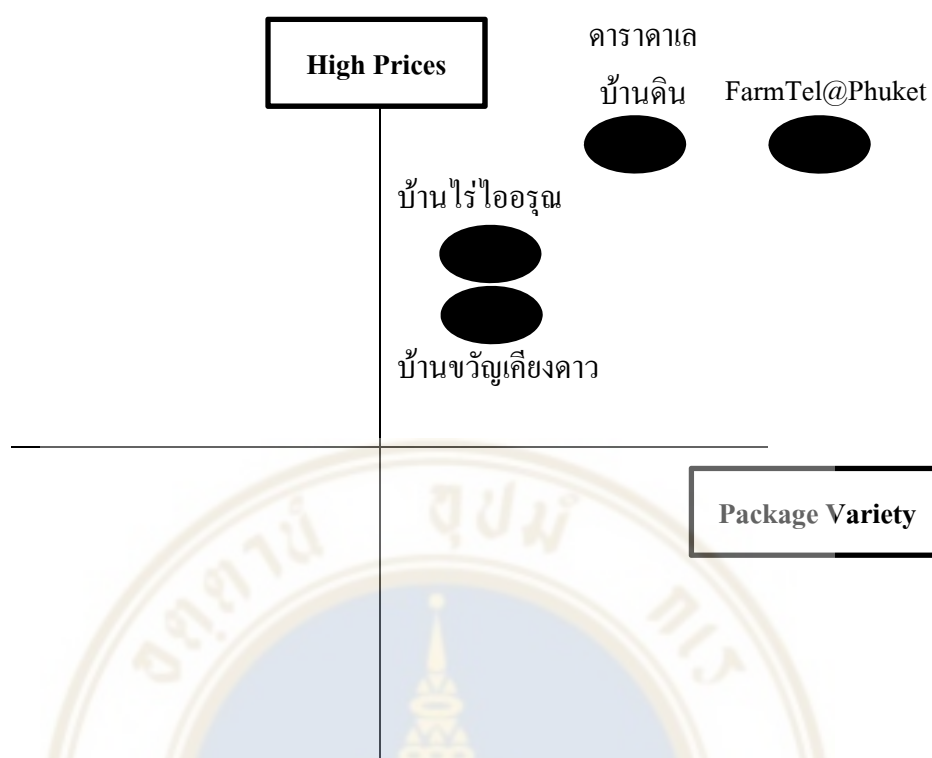
ตารางที่ 4.4 การแบ่งส่วนตลาดของ FarmTel@Phuket และกลุ่มเป้าหมายของโครงการ

Segment	Customer Characteristic	
Geographic (ภูมิศาสตร์)	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
Age (อายุ)	26-60 ปี	20-65 ปี
Sex (เพศ)	ชายและหญิง	ชายและหญิง
lifestyle	รักการท่องเที่ยว ชอบทำกิจกรรม Socialize, Active, ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ รักสุขภาพ	รักการท่องเที่ยว ชอบทำกิจกรรม Socialize, Active, ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ รักสุขภาพ
Salary (รายได้เฉลี่ย)	25,000 บาท ขึ้นไป	มากกว่า 30,000 บาท ขึ้นไป

4.4 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Positioning)

การวางภาพลักษณ์ทางการตลาด (Brand Positioning) ไว้ให้เป็นทั้งที่พักและศูนย์การเรียนรู้ โดยกำหนดภาพลักษณ์ทางการตลาดไว้ 2 มุมมองคือ ในด้านราคา และด้านความหลากหลายของการบริการ ซึ่งทางโครงการกำหนดคู่แข่งทางการตลาดที่มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่คล้ายคลึงกับโครงการ โดยแบ่งคู่แข่งในตลาดออกดังนี้

1. บ้านขวัญเคียงดาว จังหวัดเชียงใหม่
2. บ้านไร่ไออรุณ จังหวัดระนอง
3. คาราคาเล บ้านดิน จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 4.4 Perceptual map FarmTel@Phuket

ตารางที่ 4.5 อธิบายรายละเอียด Perceptual map

ชื่อโครงการ	ผลิตภัณฑ์และบริการ (product service)	ราคา (บาท)
Farmstay@Phuket	รูปแบบที่พัก มีลักษณะที่พักที่นำเอารูปแบบบ้านทรงญี่ปุ่นมาประยุกต์เพื่อให้เข้ากับธรรมชาติ โดยมีอุปกรณ์การอำนวยความสะดวกครบถ้วน ในระดับมาตรฐานของโรงแรมทั่วไป ด้านการบริการ บริการให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ เรียนรู้การปลูกสับปะรดอินทรีย์ เรียนรู้วิธีการเตรียมดิน กิจกรรมทำอาหารจากวัตถุดิบสดๆจากฟาร์ม อีกทั้งบริการรถรับส่งไปยังถนนใหญ่ และจุดท่องเที่ยวต่างๆ	ที่พัก แบ่งออก 2 ราคา - ห้องพัก Premium โดยมีสระว่ายน้ำส่วนตัว ราคา 3,000 บาท ต่อห้อง ต่อคืน - ห้องพัก Basic ราคา 2,000 บาท ต่อห้อง ต่อคืน
คาราดาล บ้านดิน	รูปแบบที่พัก ที่พักเป็นลักษณะบ้านดิน มีทั้งหมด 4 หลัง สามารถพักได้ห้องละ 2 คน โดยมีอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการบริการ กิจกรรมชาวฟาร์มทั้ง คอร์สอบรมวิธีการทำบ้านดิน และยังมีวิธีการทำเกษตรอินทรีย์ ตั้งแต่การทำปุ๋ยชีวภาพ การเพาะเมล็ด การปลูกผัก และการเก็บผักสดๆนำไปปรุงอาหาร ให้แขกที่มาพักประทับใจ	ราคา 1,400 ต่อ 1 ท่าน/คืน รวมที่พักอาหาร 2 มื้อ

ตารางที่ 4.5 อธิบายรายละเอียด Perceptual map (ต่อ)

ชื่อโครงการ	ผลิตภัณฑ์และบริการ (product service)	ราคา (บาท)
บ้านขวัญเคียงดาว	รูปแบบที่พักมีลักษณะบ้านไม้ไผ่ มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการบริการมีการ work-shop ในการปลูกสตอเบอรี่ การทำอาหารรับประทานกันเองของนักท่องเที่ยว	ราคาห้องพักรูปแบบคอตเทจ 1500 บาท ต่อห้อง
บ้านไร่โออรุณ	บ้านพักของ ‘บ้านไร่โออรุณ ฟาร์มสเตย์’ มี 2 หลัง คือ “บ้านพรสวรรค์วัน” เป็นบ้าน 2 ชั้น และ “บ้านระเบียงดาว” เป็นแบบ 1 ห้องนอน ด้านการบริการ กิจกรรม บ้านไร่โออรุณ ฟาร์มสเตย์ มี การปลูกผัก ,ขายผัก, เก็บผลผลิตจากไร่มาทำอาหาร	ราคาที่พัก 1,400 บาท (วัน จันทร์-พฤหัสบดี) 1,700 บาท (ศุกร์-อาทิตย์/วันหยุด) ต่อ หนึ่งหลัง รวมอาหารเช้า

4.5 กลยุทธ์ทางการตลาด

1. การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์และภาพลักษณ์แบรนด์ (Brand Awareness & Brand Image)
ประเด็นที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์: ชื่อของโครงการ FarmTel@Phuket ซึ่งสื่อให้เห็นถึงที่พักที่มีการผสมผสานกันระหว่าง โรงแรม (Hotel) และ ฟาร์ม (Farm) ซึ่งง่ายในการตีความจากกลุ่มลูกค้า และเป็นชื่อที่สามารถจำได้ไม่ยากนัก

ประเด็นที่ 2 การสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์: FarmTel@Phuket จะมุ่งเน้นการรับรู้ของลูกค้าว่าเป็นฟาร์มสลับประดที่ใช้เทคนิคการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ โดยภายในฟาร์มยังเป็นทั้งที่พักและแหล่งเรียนรู้ อีกทั้งภายในโครงการยังมีเครื่องอำนวยความสะดวกไว้ครบถ้วนเทียบเท่ากับโรงแรมระดับ 3 ดาว เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า พร้อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ และเป็นที่น่าสนใจเมื่อลูกค้าต้องการที่พักเชิงเกษตร

2. การสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า (Customer Satisfaction and Loyalty)
FarmTel@Phuket มุ่งเน้นการสร้าง ความพึงพอใจและการสร้างความภักดีของลูกค้า โดยมีแนวคิดที่จะสร้างฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ไปพร้อมกับรักษฐานลูกค้ากลุ่มเดิม แนวคิดในการรักษฐานลูกค้ากลุ่มเดิมคือการนำเอาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ พร้อมประยุกต์รูปแบบการทำกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้นักลูกค้าเดิมกลับมาใช้ซ้ำ

แนวคิด: การแกะสลักชื่อของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการลงบนผลสับประด

FarmTel@Phuket เป็นแหล่งเรียนรู้และลงมือปฏิบัติภายในฟาร์ม ดังนั้นนักท่องเที่ยวทุกคนจะได้ลงมือปฏิบัติตั้งแต่ขั้นตอนแรก การเตรียมดิน การปลูก การดูแล ไปจนกระทั่งการเก็บเกี่ยว ในระหว่างขั้นตอนเหล่านี้จะสร้างความคุ้นชินให้กับนักท่องเที่ยวต่อพืชผลที่เหล่านักท่องเที่ยวได้ลงมือปลูก ดังนั้นทาง FarmTel@Phuket เองจึงมีแนวคิดที่จะสลักชื่อของพวกเราลงบนผลสับปะรด เพื่อสร้างความรู้สึก (emotional) ผูกพันต่อฟาร์มเทล พร้อมทั้งนี้ จะส่งรายงานการเจริญเติบโตของสับปะรดที่นักท่องเที่ยวปลูกไว้ และเมื่อผลสับปะรดเหล่านั้นโต ทางโครงการจะสอบถามไปยังนักท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าของ ว่าต้องการซื้อหรือให้ทางโครงการนำผลสับปะรดนั้นไปทำประโยชน์อื่น หากนักท่องเที่ยวสนใจซื้อ ทางโครงการจะทำการจัดส่งผลสับปะรดไปยังนักท่องเที่ยวตามต้องการ โดยกระบวนการทั้งหมดนี้กระทำอยู่บนพื้นฐานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยใช้กลยุทธ์การบริหารความสัมพันธ์ของลูกค้า (Customer Relationship Management) ฉะนั้นด้วยวิธีการดังกล่าว ทางโครงการเชื่อว่าจะเป็นวิธีการสร้างการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeating) ของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเดิม

4.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product and Service)

โครงการ FarmTel@Phuket ได้นำกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) โดยเน้นไปที่เรื่องการตอบสนองที่หลากหลายต่อกลุ่มลูกค้า การสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีความแตกต่างกับอัตลักษณ์เดิมของจังหวัดภูเก็ตที่นักท่องเที่ยวติดภาพการท่องเที่ยวทางทะเล นอกจากนี้ทางโครงการยังตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่อง สิ่งอำนวยความสะดวก รูปแบบห้องพักที่หลากหลาย ซึ่งมีรูปแบบและผลิตภัณฑ์เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

การสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของโครงการ พร้อมกับสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ ทาง FarmTel@Phuket ได้กำหนดหัวใจหลักของโครงการ คือ “Triple E” ดังนี้

1. Education – การศึกษา การเรียนรู้: เพื่อให้หนี้อจากที่พักทั่วไปที่มีอยู่ในท้องตลาด ทาง FarmTel@Phuket จึงเพิ่มบริการการให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ และการทำเกษตร 4.0 ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในปัจจุบัน โดยสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่สนุกสนาน พร้อมให้ลงมือปฏิบัติจริงในฟาร์มเปิด ผลิตภัณฑ์ที่เป็นหัวใจหลักของ FarmTel@Phuket คือ สับปะรดภูเก็ต ซึ่งเป็นผลไม้ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัด นอกจากการเรียนรู้และการลงมือปฏิบัติในฟาร์มแล้ว การส่งเสริมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทางโครงการให้ความสำคัญ โดยยึดหลักการเกษตร 4.0 การแปรสภาพที่เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร

2. Enchanted – การหลงใหล: FarmTel@Phuket ให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่มาเข้าพัก โดยยึดหลักการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ด้วยที่พักและบรรยากาศที่น่าหลงใหล ผ่านการดูแลเอาใจใส่จากพนักงาน ด้วยการบริการที่เป็นเลิศ

FarmTel@Phuket มีรูปแบบเป็นบ้านพักสไตล์ญี่ปุ่นร่วมสมัย ภายใต้ธรรมชาติที่ผ่อนคลายอันน่าหลงใหล ซึ่งจะสร้างความประทับใจให้แก่แขกผู้มาเยือนอย่างไม่รู้ลืม

ด้านการบริการ ลูกค้าจะได้รับความประทับใจจากการบริการอย่างเอาใจใส่ จากผู้บริหารของโครงการ

3. Experience – ประสบการณ์: การมอบประสบการณ์ที่แตกต่างจากเดิม คือ จุดมุ่งหมายหนึ่งของ FarmTel@Phuket

ประสบการณ์ด้านเกษตรอินทรีย์: นักท่องเที่ยวจะได้พบกับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ จากการเรียนรู้และลงมือปฏิบัติตามแนวทางเกษตรอินทรีย์ ที่ทางโครงการได้จัดเตรียมไว้บริการนักท่องเที่ยว

ประสบการณ์ด้านที่พักและบริการ: นักท่องเที่ยวจะรับความสะดวกสบายและประทับใจจากที่พัก และการบริการที่เป็นเลิศ

ประสบการณ์การท่องเที่ยว: นักท่องเที่ยวจะได้เปิดโลกทัศน์ใหม่ๆ ซึ่งทางโครงการได้จัดเตรียมไว้ให้ จากแพ็คเกจการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้เองตามความต้องการ

ตารางที่ 4.6 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบริการภายใน FarmTel@Phuket

การบริการภายในห้องพัก	การบริการของ FarmTel@Phuket
1. ระบบเครื่องปรับอากาศ	1. กิจกรรมเกษตรอินทรีย์และการแปรรูป
2. ผ้าเช็ดตัว และอุปกรณ์อาบน้ำ	2. บริการรถรับ-ส่ง จากสนามบินและตัวเมืองภูเก็ต
3. ไม้กวาด	3. บริการห้องอาหารสำหรับการจัดเลี้ยง
4. ระบบเครื่องทำน้ำอุ่น	4. บริการด้านแพ็คเกจการท่องเที่ยว
5. ระบบโทรศัพท์	5. บริการให้เช่ารถจักรยาน และจักรยานยนต์
6. บริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wifi)	6. บริการซัก รีด
7. Cable TV	

- กิจกรรมเกษตรอินทรีย์และการแปรรูป

ตารางที่ 4.7 กิจกรรมเกษตรอินทรีย์และการแปรรูป

Objective	รายละเอียดการบริการ	เวลาการให้บริการ	ราคา (บาท)
การเกษตรและการแปรรูป	<p>ให้ความรู้ด้านเกษตรอินทรีย์โดยมีข้อหัวการเรียนรู้ดังนี้</p> <p>เกษตรอินทรีย์ คืออะไร</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ทำเกษตรอย่างไร ถึงจะเป็นเกษตรอินทรีย์ 2. การเลือกพื้นที่สำหรับทำเกษตรอินทรีย์ 3. การวางแผนจัดการในการทำเกษตรอินทรีย์ 4. การเลือกพันธุ์ปลูกในการปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์ 5. การปรับปรุงบำรุงดินในแบบเกษตรอินทรีย์ 6. อนาคตของเกษตรอินทรีย์ <p>สับปะรดภูเก็ต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. อธิบายสายพันธุ์สับปะรด 2. เล่าประวัติความเป็นมาของสับปะรดภูเก็ต 3. วิธีการปลูก การดูแลสับปะรด 4. การนำสับปะรดไปแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าทางผลิตภัณฑ์ 	1 ชั่วโมง	300 บาท
การสาธิตและการลงมือปฏิบัติ	นักท่องเที่ยวลงมือปฏิบัติในไร่สับปะรด	2 ชั่วโมง	

- บริการด้านแพ็คเกจการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.8 บริการด้านแพ็คเกจการท่องเที่ยว

Objective	รายละเอียดการบริการ	เวลาการให้บริการ	ราคา (บาท)
ทัวร์สิมิลัน	ท่องเที่ยวเกาะสิมิลัน 	1 วัน	2,400
ทัวร์เกาะไข่	ท่องเที่ยวเกาะไข่ 		1,200
ทัวร์เกาะพีพี มาหยา เกาะไข่	ท่องเที่ยวเกาะพีพี 		1,600
ทัวร์หมู่เกาะ สุรินทร์	ท่องเที่ยวเกาะสุรินทร์ 		2,800
ทัวร์เกาะราชา	ท่องเที่ยวเกาะราชา 		1,200
ทัวร์เกาะเฮ	ท่องเที่ยวเกาะเฮ		1,200

- กิจกรรมปั่นจักรยานเที่ยวตัวเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.9 กิจกรรมปั่นจักรยานเที่ยวตัวเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต

Objective	รายละเอียดการบริการ	เวลาการให้บริการ	ราคา (บาท)
กิจกรรมปั่นจักรยานเที่ยวตัวเมืองกะทู้ จังหวัดภูเก็ต	นักท่องเที่ยวสามารถปั่นรถจักรยานเพื่อเที่ยวชมตัวเมืองกะทู้ ในบริเวณที่วงกลมสีแดง 	2 ชั่วโมง	50

- กิจกรรมท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.10 กิจกรรมท่องเที่ยวภายในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสามารถเลือกสถานที่ได้ตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ (ครึ่งวัน)

รายการ	รายการ
เดินเที่ยว ย่านเมืองเก่าตึกแถวโบราณ อาคารชิโน-โปรตุกีส	ถ่ายรูป เซ็คอิน “จุดชมวิวกังหันลม”
เยี่ยมชมวัดฉลอง	หาดป่าตอง
เยี่ยมชมวัดพระทอง (พระมุด)	หาดกมลา
กราบไหว้พระพุทธรูปมิ่งมงคลนอกนาคคีรี	หาดกะตะน้อย หาดกะตะใหญ่
เยี่ยมชมพร้อมถ่ายรูป “พิพิธภัณฑภูเก็ตไทยหัว”	นั่งเรือก้อจัน ชมป่าชายเลน
ถ่ายรูปตัวเมืองภูเก็ต ณ “จุดชมวิวยะรัง”	ชมพระอาทิตย์ตก ณ แหลมพรหมเทพ
ท่องเที่ยว ดินแดน Flying Hanuman สถานที่ทำกิจกรรมผจญภัยเชิงอนุรักษ์แนว Eco-adventure สุดเร้าใจ	สนุกไปกับ บ้านดีลังกา บ้านกลับหัวสุดแปลกแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย

- กิจกรรมเยี่ยมชมวิถีชีวิตชาวพื้นเมือง (ครึ่งวัน)
 1. เรียนรู้ “บาป้า” วัฒนธรรมอันงดงามของชาวภูเก็ต
 2. เยี่ยมชม “พิพิธภัณฑ์เพอรานากันภูเก็ต”
 3. เรียนรู้วิถีชีวิตชาวเล “อูรักลาโว้ย” ภูเก็ต (ชาวเล)

หมายเหตุ FarmTel@Phuket จะดึงชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมโดยใช้บริการรถส่วนตัวของชาวบ้าน เพื่อเป็นการสร้างงานในชุมชนใกล้เคียงของโครงการ

4.5.2 ด้านราคา (Price)

FarmTel@Phuket กำหนดการตั้งราคาโดยคำนึงถึงปัจจัยหลัก คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต ตามสถิติของกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2559 พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ตอยู่ที่ 3,491 บาท ต่อคนต่อวัน ส่วนค่าเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตอยู่ที่ 5,623 บาท ต่อคนต่อวัน

ตารางที่ 4.11 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ต ในปี พ.ศ. 2552-2558

	2552	2553	2554	2555	2556	2557	2558
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)							
นักท่องเที่ยว	4,210	4,935	4,862	4,996	5,683	5,810	6,040
ชาวไทย	2,859	2,905	3,147	3,310	3,865	4,047	4,304
ชาวต่างประเทศ	4,566	5,180	5,293	5,412	6,161	6,274	6,477

โดยทาง FarmTel@Phuket เลือกใช้กลยุทธ์ด้านราคา Premium Pricing คือ การเข้าตลาดด้วยราคาสูงตั้งแต่เริ่ม แต่จะแสดงให้เห็นลูกค้าได้รับรู้ถึงความคุ้มค่าที่จะได้รับจากที่พักและการบริการตามมาตรฐานหลักของโครงการ โดยอาศัยหัวใจสำคัญคือ “Triple E” นอกจากนั้นทางโครงการยังใช้รูปแบบการตั้งราคาแบบ Optional Pricing โดยหากลูกค้าต้องการห้องที่มีสระว่ายน้ำจะต้องจ่ายในราคาที่สูงขึ้นนั่นเอง

ตารางที่ 4.12 อัตราค่าบริการห้องพักของ FarmTel@Phuket

(หน่วย : บาท)

รูปแบบห้องพัก	ราคา (ต่อคืนต่อห้อง)
บ้านพักแบบ Premium (50 ตร.ม.)	3,000
บ้านพักแบบ Basic (30 ตร.ม.)	2,000

4.5.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

การพิจารณาในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย ทางโครงการได้แบ่งประเด็นในการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ช่องทางการเข้าถึง “สถานที่”: FarmTel@Phuket ตั้งอยู่บริเวณเนินเขา ในอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต โดยมีระยะทางจากถนนใหญ่ถึงที่พัก เป็นระยะทางประมาณ 1 กิโลเมตร ทั้งนี้ทางโครงการจึงออกแบบให้มีรถเวียนรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวจากที่พักและถนนใหญ่ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งบริเวณถนนใหญ่จะมีรถโดยสารประจำทางให้บริการเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดภูเก็ต จุดเด่นที่สำคัญอีกประการคือ โครงการตั้งอยู่บริเวณเนินเขา นักท่องเที่ยวจะสามารถเห็นบรรยากาศของตัวเมืองอำเภอกะทู้ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ในบริเวณทางเข้าโครงการยังมีร้านสะดวกซื้อให้บริการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกสบายจากทำเลและที่ตั้งของโครงการอย่างแน่นอน

2. ช่องทางการเข้าถึงโครงการ (ช่องทางการจัดจำหน่าย): FarmTel@Phuket ได้กำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ

4.5.3.1 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์

FarmTel@Phuket มีพนักงานต้อนรับ ตามมาตรฐานที่พักทั่วไป ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง walk-in เพื่อเข้ามาจองห้องพักและบริการโดยตรงจากทางโครงการ หรือสามารถโทรศัพท์เพื่อจองห้องพักและบริการได้ตามหมายเลขโทรศัพท์ของโครงการ (076-203-098)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ที่ทางโครงการเลือกพิจารณาใช้คือ การทำพันธมิตรและคู่ค้า กับบริษัททัวร์และโรงแรมอื่นๆ (Business Alliances & Business Partnership)

การทำคู่ค้าทางธุรกิจ (Business Alliances) ทางโครงการมีแนวคิดในการหา คู่ค้าทางธุรกิจ โดยพิจารณาที่พักที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการ ซึ่งโครงการสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากโรงแรมคู่ค้าที่จะเข้ามาใช้บริการด้านเกษตรอินทรีย์ หรือในกรณีที่โรงแรมคู่ค้ามีจำนวนห้องพัก

ให้บริการไม่พื่อนักท่องเที่ยว ทางโครงการยินดีรองรับนักท่องเที่ยวเหล่านั้น หากห้องพักของทางโครงการยังมีที่พักเหลืออยู่

ตารางที่ 4.13 ที่พักที่อยู่ใกล้โครงการ FarmTel@Phuket

ชื่อโครงการ	รายละเอียดที่พัก
ทินิดี กอล์ฟ รีสอร์ท แอท ภูเก็ต (Tinidee Golf Resort @ Phuket) 	ทินิดี กอล์ฟ รีสอร์ท แอท ภูเก็ต ได้รับการออกแบบเพื่อรองรับทั้งนักเดินทางเพื่อธุรกิจและการพักผ่อน โดยตั้งอยู่อย่างเหมาะสมเจาะในกะทู้ ซึ่งเป็นย่านที่ได้รับความนิยมที่สุดย่านหนึ่งของเมือง ที่พักอยู่ห่างจากใจกลางเมืองเพียง 10 km และโดยปกติแล้ว สามารถเดินทางไปสนามบินได้ภายในเวลาประมาณ 25 นาที สำหรับผู้ที่รักการท่องเที่ยวผจญภัย ภูเก็ต สกี เคนบีล เวฟ, ลอช ปาล์ม กอล์ฟ คลับ, ศาลเจ้ากะทู้ เป็นเพียงตัวอย่างของสถานที่ท่องเที่ยวอีกมากมายที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปสัมผัสได้
ฟรุ๊ต แวลลีย์ รีสอร์ท (Fruit Valley Resort) 	ฟรุ๊ต แวลลีย์ รีสอร์ท ตั้งอยู่ในเขตกะทู้อันรื่นรมย์ ในทำเลที่ตั้งอันโดดเด่นใจกลางการพักผ่อนริมชายหาด, กีฬาของภูเก็ต ที่พักอยู่ห่างจากใจกลางเมือง 3 km และเดินทางไปยังสถานที่สำคัญต่างๆ ของเมืองได้อย่างสะดวก ที่พักแห่งนี้ตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่ได้รับความนิยม เช่น วัดกะทู้, ภูเก็ต คันทรีคลับ, สนามฟุตบอลภูเก็ต

จากตารางที่ 4.13 คือ ที่พักที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับโครงการและมีลักษณะที่พักใกล้เคียงกับ FarmTel@Phuket โดยชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของที่พัก ซึ่งในจุดนี้จะช่วยเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึง FarmTel@Phuket ได้

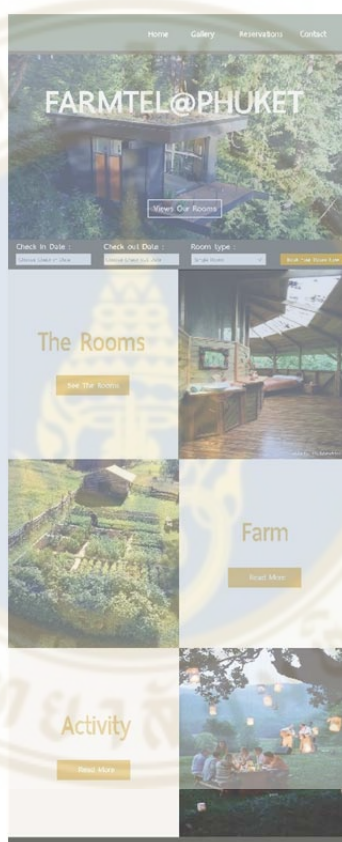
การทำพันธมิตรทางธุรกิจกับบริษัทนำเที่ยว(Business Partnership) คืออีกหนึ่งช่องทางที่ลูกค้าสามารถเข้าถึงFarmTel@Phuket โดยทางโครงการได้ติดต่อไปยังบริษัทนำเที่ยวที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัด

บริษัท Phuket Sea Land ซึ่งให้บริการด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยมีกลุ่มลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้ทาง FarmTel@Phuket จึงเสนอแพ็คเกจสำหรับการท่องเที่ยวด้านเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร ให้ทางบริษัทนำเที่ยวเพื่อพิจารณาเป็นพันธมิตรทางธุรกิจต่อกัน

4.5.3.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออนไลน์

ช่องทางออนไลน์ที่ลูกค้าสามารถเข้าถึง FarmTel@Phuket มีด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ ผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายของโครงการโดยตรงและแบบผ่านช่องทางการจัดจำหน่ายโดย Web Agent

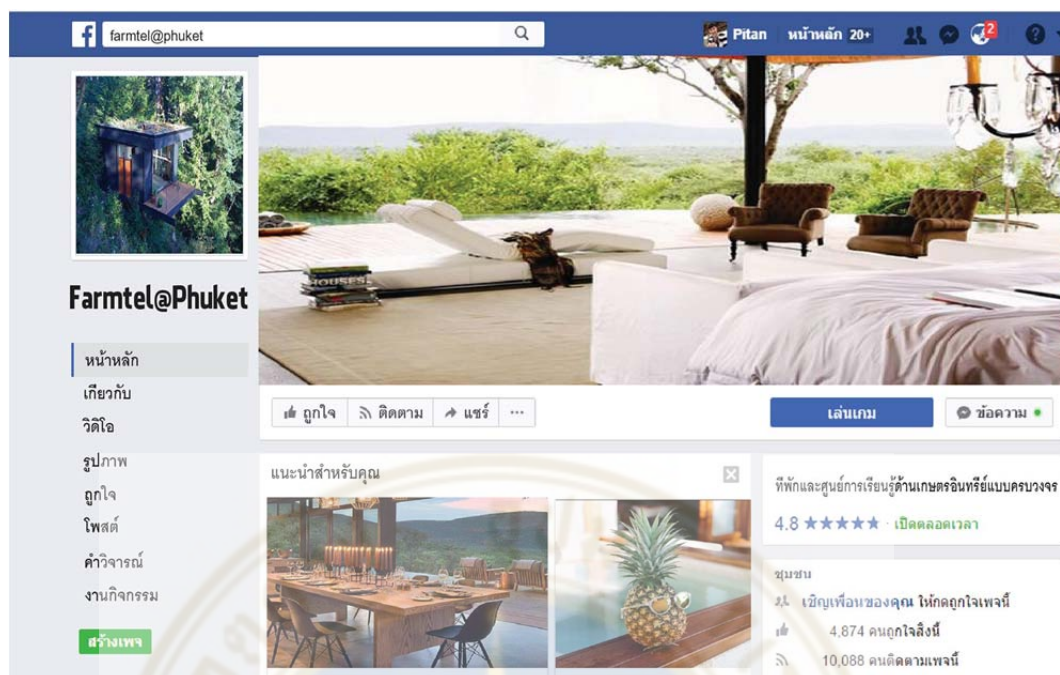
สำหรับเว็บไซต์ของทาง FarmTel@Phuket ลูกค้าสามารถเข้าผ่าน www.farmtel@phuket.co.th ซึ่งภายในเว็บไซต์ ลูกค้าสามารถเข้าไปจองโรงแรมได้ นอกจากนี้ยังมี เกร็ดความรู้ต่าง ตารางกิจกรรม และข่าวสารจากทางโครงการให้บริการอย่างเต็มรูปแบบ



ภาพที่ 4.5 เว็บไซต์ FarmTel@Phuket

นอกจากช่องทางเว็บไซต์แล้ว ช่องทางอื่นๆ เช่น ช่องทางที่สามารถติดต่อกับลูกค้าได้โดยตรง โดยทางโครงการจะส่งผ่านข้อมูลที่สำคัญ ข่าวสารที่ทางโครงการต้องการจะสื่อสารผ่านทางช่องทางเหล่านี้

- Line Application
- Facebook: FarmTel@Phuket



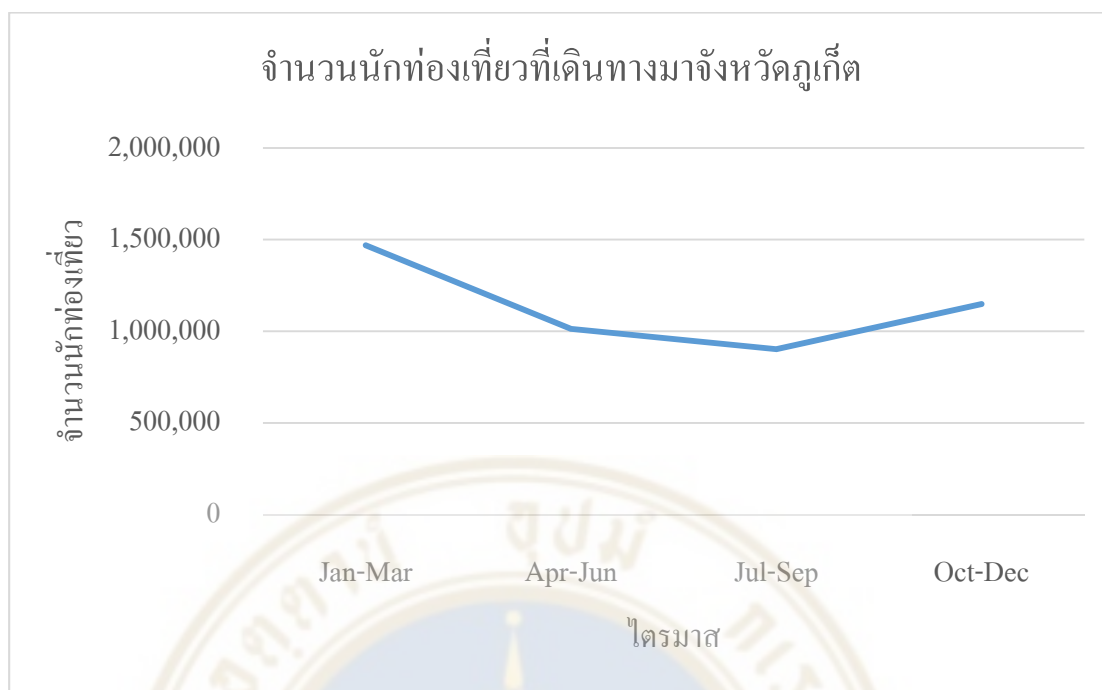
ภาพที่ 4.6 Facebook Page “FarmTel@Phuket”

4.5.3.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน Web Agent

การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางตัวแทนจำหน่าย (Web Agent) ซึ่งเป็นช่องทางที่ลูกค้าสามารถเลือกที่จะเข้าไปใช้บริการจองที่พักได้ด้วยตัวเอง ซึ่งทางโครงการสามารถนำเสนอข้อมูลของที่พัก โปรแกรมกิจกรรมต่างๆ ให้ทาง ตัวแทนจำหน่าย เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นขึ้นยังเว็บไซต์ของตัวแทนจำหน่าย โดยจะมีการหักค่าจ่ายจากทางโครงการหากมีการจองเกิดขึ้น ซึ่งคิดเป็นรายครั้ง โดยจากการสำรวจเว็บไซต์ที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการมากที่สุดคือ www.agoda.com และ www.traveloka.com ดังนั้น ทางโครงการจึงเลือกเว็บไซต์ต่อไปนี้จะในการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายออนไลน์

4.5.4 ด้านช่องทางส่งเสริมการขาย (Promotion)

การส่งเสริมด้านการขาย ทางโครงการมีกลยุทธ์การกระตุ้นยอดขายในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว (Low Season) โดยจากภาพที่ 13 จะพบว่าในช่วงไตรมาสที่ 2 – ไตรมาสที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตลดน้อยลง โดยทางโครงการมีเป้าหมายที่จะกระตุ้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ และเว็บไซต์ตัวแทนขาย (Web Agent) ร่วมกัน ตัวอย่างการกระตุ้นการขาย เช่น การมอบแพ็คเกจการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและข้อตกลงกับช่องทางการจัดจำหน่ายของโครงการด้วย



ภาพที่ 4.7 กราฟจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจังหวัดภูเก็ต โดยจำแนกเป็นรายไตรมาส

นอกจากนั้น จุดเด่นของ FarmTel@Phuket คือการบริการให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของการปลูกสับปะรดอินทรีย์และการเกษตรอินทรีย์ ทั้งนี้สับปะรดสามารถปลูกได้ในทุกฤดูกาล แต่จะให้ผลผลิตที่มีรูปแบบที่แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องคุณภาพของผลผลิต และรูปแบบและวิธีการปลูกที่แตกต่างกัน ในช่วงไตรมาสที่ 2 - 3 นี้ หากเทียบฤดูในประเทศไทย คือฤดูร้อนที่กำลังเข้าใกล้ช่วงฤดูฝน ซึ่งหากปลูกสับปะรดในช่วงเวลานี้ จะให้ผลผลิตที่มีคุณภาพดี ลักษณะของผลจะมีความสมบูรณ์ไม่แห้งกร้าน จึงเป็นจุดขายที่ขายโครงการนำขึ้นมา โปรโมทเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวด้วย

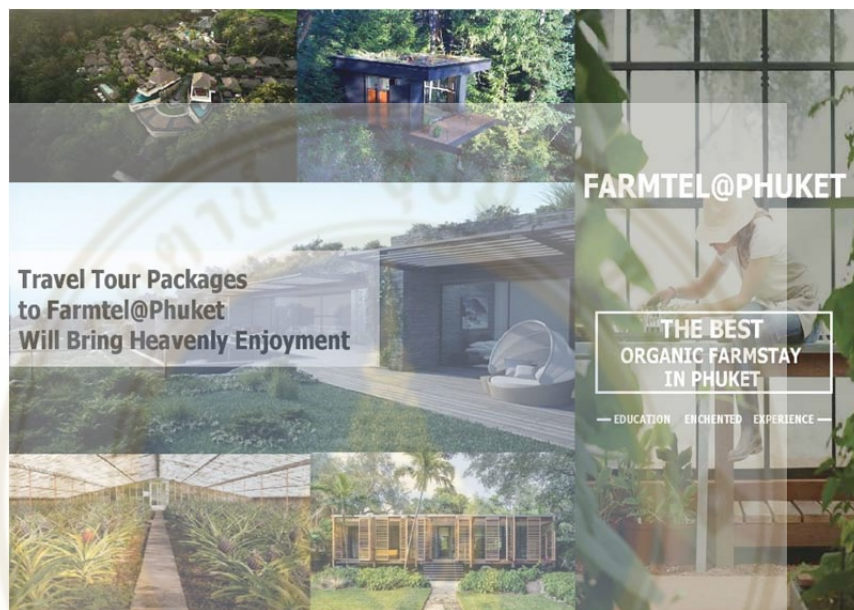
กลยุทธ์การตลาดแบบ IMC (Integrated Marketing Communication: IMC)

IMC คือ กระบวนการพัฒนาแผนงานการสื่อสารการตลาด ที่ต้องใช้การสื่อสารหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นการสร้างพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยมีหัวใจหลักสำคัญของ IMC คือ การกระตุ้นพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือในรูปแบบต่างๆ เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลาดตรง การส่งเสริมการขาย การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า กิจกรรมต่อลูกค้า ทั้งนี้เป็นกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจในระยะยาวและต่อเนื่อง ให้เกิดพฤติกรรมที่ต้องการของผู้บริโภค

และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการสื่อสารการตลาดข้างต้น ทางโครงการได้กำหนดรูปแบบการสื่อสารการตลาดไว้ดังนี้

1. การโฆษณา (Advertising)

- แผ่นพับ (Boucher) โดยทางโครงการจะเลือกสถานที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต เมืองหลวงและหัวเมืองหลักที่มีประชากรหนาแน่น โดยประสานไปยังภาครัฐและภาคเอกชน เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดต่างๆ เพื่อนำแผ่นพับไปวาง และขอความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 4.8 Boucher FarmTel@Phuket



ภาพที่ 4.9 Boucher FarmTel@Phuket

- สื่อออนไลน์ โดยทางโครงการมีเว็บไซต์ www.farmtel@phuket ซึ่งเป็นช่องทางในการโฆษณา พร้อมทั้งตั้งคอมออนไลน์อย่าง Facebook Page FarmTel@Phuket นอกจากนี้ทางโครงการเตรียมสร้างแบนเนอร์ออนไลน์เพื่อหาพื้นที่ในการโฆษณาในช่องทางออนไลน์ ผ่านทางเว็บไซต์อื่นๆ ที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว

2. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ทางโครงการจะมุ่งเน้นงาน Road Show ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น งานท่องเที่ยวไทย ที่มีจัดประจำปี ประสานงานไปยังหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมหอการค้า จังหวัดภูเก็ต เพื่อหาช่องทางในการออกงานร่วมด้วย นอกจากนี้ทางโครงการประสานงานไปยังหน่วยงานเทศบาลและอำเภอในจังหวัด ในการประชาสัมพันธ์โครงการเช่นกัน

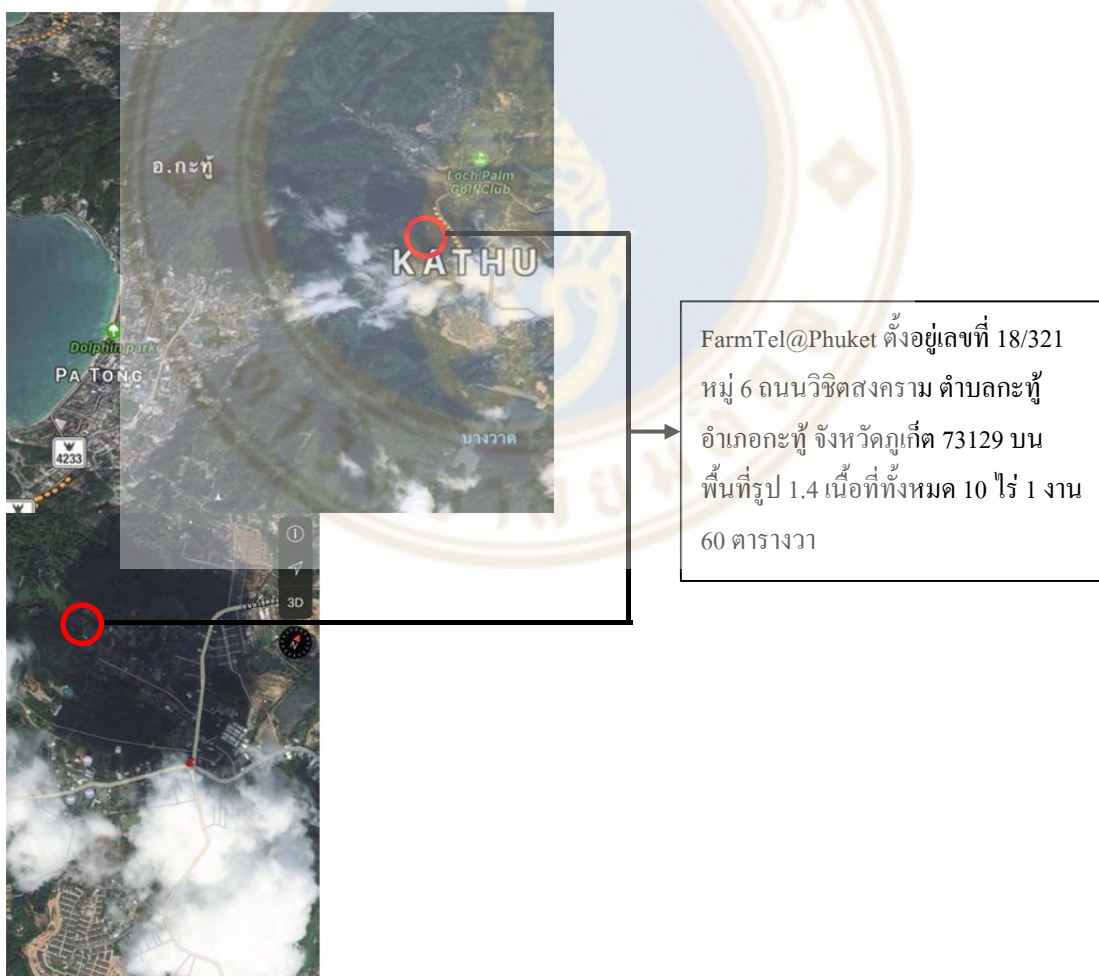
3. กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (CRM Activity) ในส่วนนี้ทางโครงการให้ความสำคัญในเรื่องการกลับมาใช้ซ้ำของลูกค้า โดยใช้แนวคิดการสักรักซื้อลูกค้าลงบนผลไม้ เพื่อให้ลูกค้าเพื่อความประทับใจ และจดจำ นอกจากนี้ โครงการยังจัดทำระบบฐานข้อมูลของลูกค้าที่มาใช้บริการ โดยบันทึกข้อมูลการใช้บริการต่างๆของลูกค้า พร้อมนำเสนอ ช่วงเวลาการเจริญเติบโตของพันธุ์พืชที่ลูกค้าได้ปลูกเอาไว้ในโครงการ พร้อมหาช่องทางสำหรับรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงการทำงานและการบริการของโครงการ

บทที่ 5

แผนการดำเนินงาน

5.1 ข้อมูลเบื้องต้นโครงการ

ชื่อโครงการ	ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต (FarmTel@Phuket)
ที่ตั้งโครงการ	18/321 หมู่ 6 ถนนวิจิตรสงคราม ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต 73129
ขนาดพื้นที่โครงการ	10 ไร่ 1 งาน 60 ตารางวา



ภาพที่ 5.1 แผนที่ตั้งโครงการ

ตราสัญลักษณ์ FarmTel@Phuket



ภาพที่ 5.2 ตราสัญลักษณ์

ตราสัญลักษณ์ของ FarmTel@Phuket ออกแบบบนพื้นโทนสีขาว เพื่อสื่อถึงความปลอดภัย สะอาด นอกจากนั้นสีขาวยังสามารถชูสัญลักษณ์ของ FarmTel@Phuket ให้ดูเด่นขึ้นอีกด้วย สำหรับสัญลักษณ์จะเป็นรูปบ้านที่ถูกล้อมไปด้วยใบไม้ บ่งบอกถึงธรรมชาติที่โอบล้อมพื้นที่แห่งนี้ไว้ และสีเขียวของสัญลักษณ์ก็สื่อถึง ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติและผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพ

5.2 รายละเอียด FarmTel@Phuket

FarmTel@Phuket มีลักษณะที่พับแบบโฮมสเตย์ ซึ่งในปัจจุบัน ผู้ประกอบการมีแนวคิด นำรูปแบบบริการที่หลากหลายผนวกเข้ากับธุรกิจโฮมสเตย์ แนวโน้มธุรกิจที่มาแรงในปัจจุบัน “ฟาร์มสเตย์” คือการนำการบริการด้านการเกษตรเข้าไปผสมผสาน ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่รักในการท่องเที่ยว ชื่นชอบในการเรียนรู้สิ่งใหม่ โดย FarmTel@Phuket ตั้งอยู่ในอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต ใกล้แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมในจังหวัด อย่างเช่น หาดป่าตอง และหาดกมลา

สำหรับการศึกษาขั้นตอนในการดำเนินธุรกิจ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การดำเนินธุรกิจของ FarmTel@Phuket ได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยใช้เวลาในการดำเนินการทั้งสิ้น 1 ปี 3 เดือน แบ่งเป็น 5 ไตรมาส คือ

1. แปลงสัปดาห์อินทรีย์
2. สิ่งปลูกสร้างและภูมิทัศน์

ในปีที่ 1 ของโครงการจะเริ่มดำเนินการเตรียมสถานที่ การปรับปรุงดินเพื่อปลูกสับปะรด ปรับพื้นที่เป็นขั้นบันไดสำหรับก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างละอุมิทัศน์

5.2.1 ไตรมาสที่ 1-2 (ปี 2561)

5.2.1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

● ดำเนินการตกลงเงินกู้กับทางธนาคาร โดยจำนวนเงิน 14,900,000 บาท โดยใช้หลักค้ำประกันเป็นที่ดินดังกล่าว พร้อมเงินในบัญชีธนาคาร นอกจากนี้โครงการได้รวบรวมผู้ถือหุ้นที่มีความเชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของโครงการ



ภาพที่ 5.3 พื้นที่โครงการ FarmTel@Phuket

● ดำเนินการจดทะเบียนบริษัท โดยใช้ทุนจดทะเบียน 1,000,000 บาท ทั้งนี้ต้องเสียค่าธรรมเนียมในการจดทะเบียนทั้งสิ้น 26,000 บาท

● ออกแบบและจัดทำพิมพ์เขียวสำหรับแปลงพื้นที่ทั้งหมดของโครงการ โดยคำนึงถึง ปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ด้านความปลอดภัยและความสะดวกสบาย

- ติดตั้งระบบตัดไฟ กันไฟรั่ว ไฟดูด
- ติดตั้งระบบ CCTV ในจุดสำคัญต่างๆ ทั่วโครงการ
- ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัย สัญญาณอัคคีภัย อุปกรณ์ป้องกัน

อัคคีภัย

2. การประหยัดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

- การเลือกใช้วัสดุคุณภาพดีเป็นมิตรต่อธรรมชาติ แต่ใช้เรื่องการประหยัดต่อขนาดในการต่อตรงกับผู้รับเหมา

- เน้นการระหัดพลังงาน โดยใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ได้รับมาตรฐานประหยัดไฟ เบอร์ 5 และการวางตำแหน่งของโครงการให้สอดคล้องกับทิศทางลมเพื่อลดปริมาณการใช้ไฟฟ้าในระยะยาว

- ว่าจ้างผู้รับเหมา เพื่อดำเนินการปรับปรุงดิน และก่อสร้าง ซึ่งในส่วนการปรับปรุงดิน ทางโครงการมีพันธมิตรทางการค้า ซึ่งเป็นบริษัทรับขุดเจาะ ปรับพื้นที่ ดังนั้นจึงสามารถลดรายจ่ายในส่วนที่ไม่จำเป็นไปได้บางส่วน

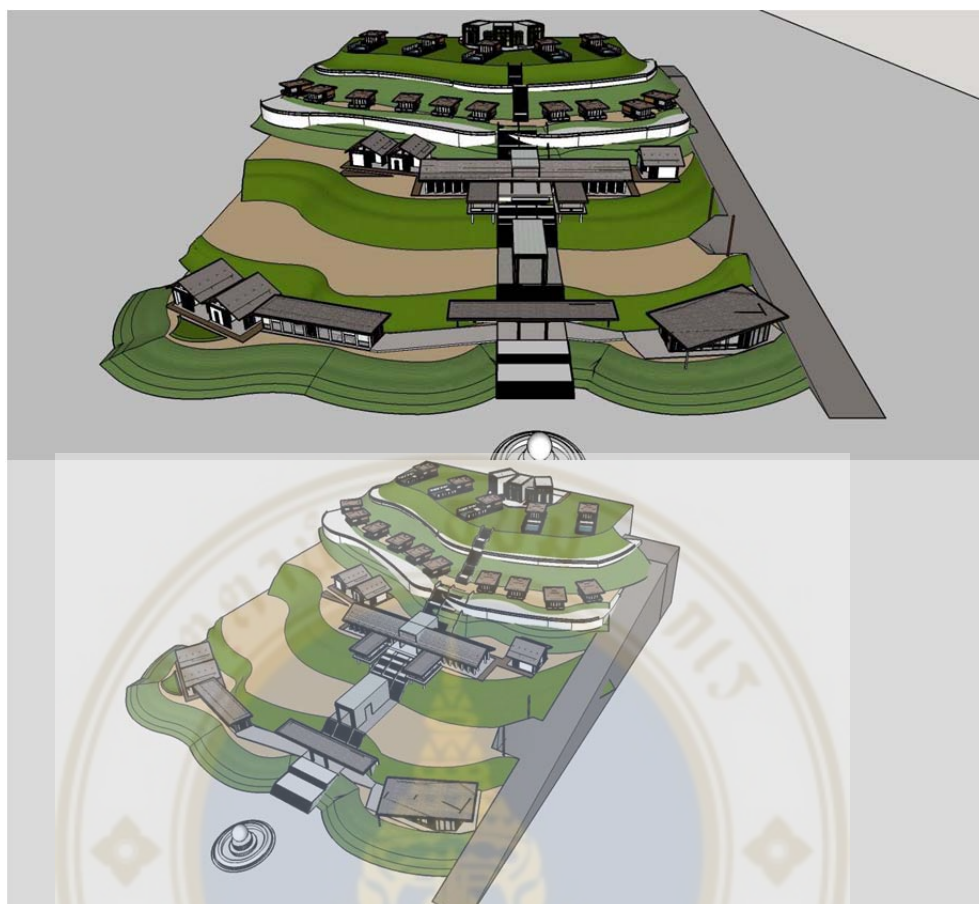
- ปรับปรุงพื้นที่สำหรับทำแปลงเกษตรอินทรีย์ โดยต้องเข้าใจกันก่อนว่าหลักการของเกษตรอินทรีย์นั้น ส่วนสำคัญที่สุดคือดิน พื้นที่ของทางโครงการ แต่เดิมมีการปรับปรุงพื้นดินอยู่เป็นประจำ มีการปลูกพืชตามหลักของเกษตรอินทรีย์ โดยคำนึงถึงระบบนิเวศวิทยา เน้นการใช้ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสดในการปรับปรุงดิน แต่เดิมพื้นที่ดังกล่าวปลูกต้นไม้หลากหลายชนิด ไม่ว่าจะเป็นต้นยาง ต้นกล้วย พืชสวนครัว และปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างของการทำเกษตรอินทรีย์คือแหล่งน้ำ ในพื้นที่ดังกล่าวมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่อยู่ไม่ไกลจากโครงการ เป็นธารน้ำธรรมชาติที่ไหลลงมาจากภูเขา จึงมั่นใจได้ว่าพื้นที่ดังกล่าว มีคุณสมบัติที่จะปลูกพืชพันธุ์ที่ปลอดภัยได้

- การดำเนินการขออนุญาตรับรองมาตรฐาน มกษ. ซึ่งเป็นการรองรับผลผลิตในพื้นที่ดังกล่าวเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งหาหน่อสับปะรดพันธุ์ภูเก็ตจากฟาร์มในจังหวัดภูเก็ต

- ว่าจ้างผู้รับเหมาในการก่อสร้าง และตกแต่ง โดยมีการควบคุมงานโดยวิศวกรผู้เชี่ยวชาญ

5.2.1.2 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดทำ Boucher แผ่นพับ โดยอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สาขาจังหวัดภูเก็ต สำหรับโฆษณาโครงการ จัดทำเว็บไซต์ www.farmtel@phuket.co.th เพื่อเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ นอกจากนี้ยังดำเนินการด้านช่องทางสังคมออนไลน์ อาทิเช่น เปิดหน้า Page ของ FarmTel@Phuket และ Line Application สำหรับโครงการ



ภาพที่ 5.4 ตัวอย่าง FarmTel@Phuket

5.2.2 ไตรมาสที่ 3-4 (ปี 2561)

- ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

1. จัดซื้อเฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์สำนักงาน วัสดุสิ้นเปลือง ยานพาหนะสำหรับรับ-ส่งลูกค้า
2. จัดจ้างพนักงานทุกตำแหน่งที่ได้วางแผนไว้ โดยแบ่งเป็นพนักงานประจำและพนักงาน

สัญญาจ้าง (ผ่านบริษัทตัวกลางในการจัดหา)

- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. ติดต่อช่องทางจำหน่าย จัดจ้างเอเจนซี่ในการทำแผนการตลาด สื่อโฆษณา
2. ติดต่อหน่วยงานไทยเที่ยวไทย เพื่อเข้าร่วมงานไทยเที่ยวไทยซึ่งเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์โครงการ (หมายเหตุ ติดต่อผ่าน โทร 0-2307-8555)
3. ติดต่อพันธมิตรทางธุรกิจ บริษัทนำเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต หน่วยงานภาครัฐ (เสนอโครงการ แบบ Grouping) และติดต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดภูเก็ต
4. แจก Boucher ตามสถานที่สำคัญในจังหวัดภูเก็ต อาทิเช่น สนามบินภูเก็ต แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ และบริษัทนำเที่ยว

5.2.3 ไตรมาสที่ 5 (ปี 2562)

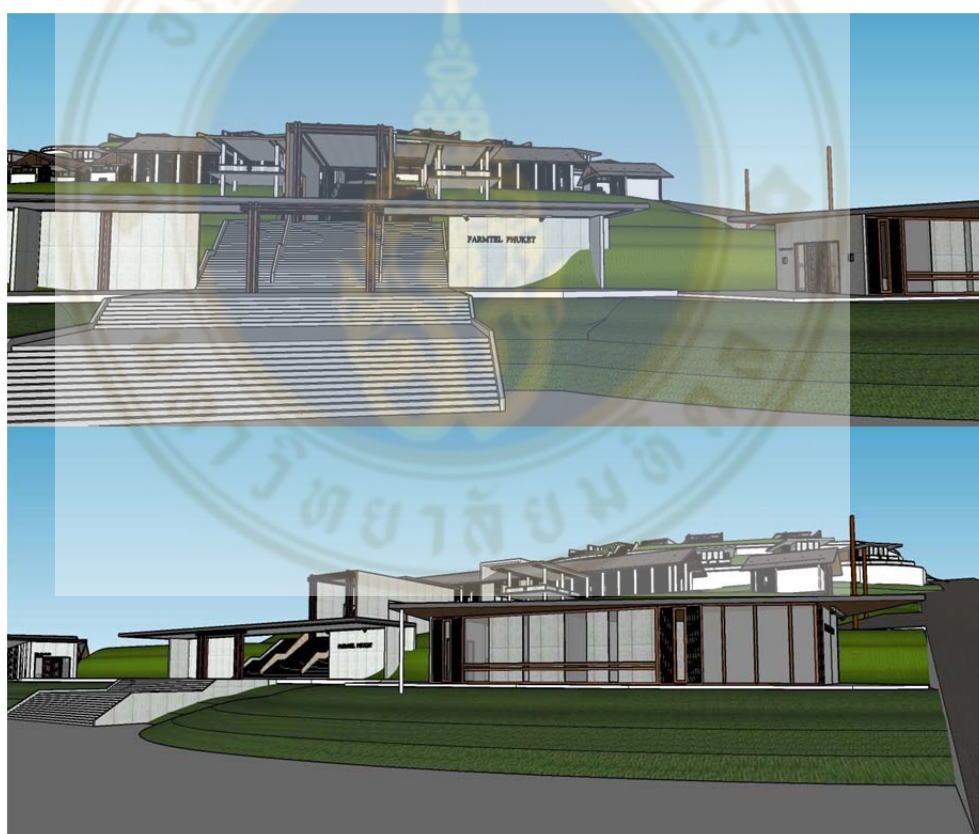
- ก่อสร้างเสร็จสิ้น พร้อมตกแต่งภูมิทัศน์ และพิจารณาเซ็นรับมอบ โครงการ
- เริ่มฝึกอบรมพนักงานที่เข้ามาทำงาน พร้อมทั้งเตรียมความพร้อมในการบริการทั้งหมด
- ตรวจสอบความพร้อมของระบบการทำงานทั้งหมดของโครงการ พร้อมระบบ

เทคโนโลยีสารสนเทศต่างๆ

- ขออนุญาตจัดตั้งโรงแรม (ร.ร.1) ผ่านที่ว่าการอำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต

5.2.4 ไตรมาสที่ 6 (ปี 2562)

- เปิดให้บริการ FarmTel@Phuket ในส่วนศูนย์เรียนรู้ ที่พัก ห้องอาหาร
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Road tour ในการออกงานประชาสัมพันธ์เพิ่มเติม



ภาพที่ 5.5 ตัวอย่าง Front Office FarmTel@Phuket



ภาพที่ 5.6 ตัวอย่างศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์และฟาร์มสัปดาห์ FarmTel@Phuket



ภาพที่ 5.7 ตัวอย่างศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์ และ ห้องอาหาร FarmTel@Phuket



ภาพที่ 5.8 ตัวอย่างร้านขายของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์จากฟาร์ม FarmTel@Phuket



ภาพที่ 5.9 ตัวอย่างห้องอาหาร FarmTel@Phuket



ภาพที่ 5.10 ตัวอย่างที่พักแบบ Basic



ภาพที่ 5.11 ตัวอย่างที่พักแบบ Premium ซึ่งถ่ายจากมุมสระน้ำ



ภาพที่ 5.12 ตัวอย่างทั้งโครงการ FarmTel@Phuket

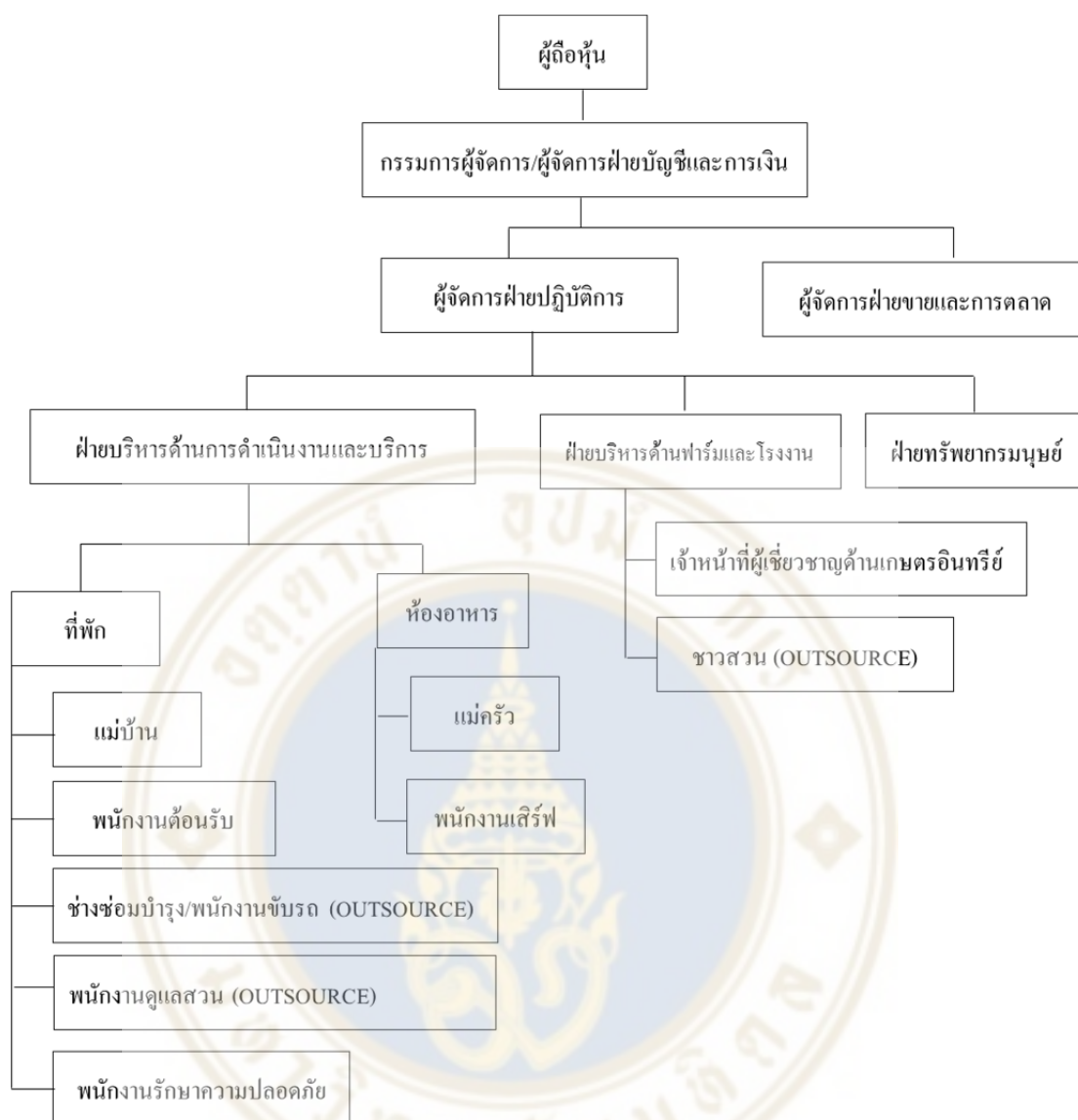


บทที่ 6
แผนการบริหารและจัดตั้งองค์กร

ข้อมูลบริษัท : บริษัท ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต จำกัด
ที่ตั้งบริษัท : 18/321 หมู่ 6 ถนนวิชิตสงคราม ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต 73129
รายละเอียด : บริษัทฟาร์มเทลแอทภูเก็ต จำกัด มีจำนวนผู้ถือหุ้นทั้งสิ้น 8 ราย โดยมีเงินลงทุนจากผู้ถือหุ้นเป็นจำนวนเงิน 20,000,000 บาท โดยมีการจัดสรรจำนวนหุ้นทั้งหมด 200,000 หุ้น ในราคาหุ้นละ 100 บาท
ทุนจดทะเบียน : 1,000,000 บาท

ตารางที่ 6.1 รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนเงินลงทุน

ลำดับ	ผู้ร่วมทุน	จำนวนหุ้น (หุ้น)	สัดส่วน (%)	เงินลงทุน(บาท)
1	นายพิธาน จันทรวีภาดา	60,000	30%	6,000,000.00
2	นางปราณี จันทรวีภาดา	40,000	20%	4,000,000.00
3	นายธีระยุทธ จันทรวีภาดา	40,000	20%	4,000,000.00
4	นางสาวณัฐริกา เตส่วน	20,000	10%	2,000,000.00
5	นายปรัชญา สิทธิทอง	10,000	5%	1,000,000.00
6	นายคุณันท์ หลิมรักษาสิน	10,000	5%	1,000,000.00
7	นายศิริพงศ์ วีระพงศ์	10,000	5%	1,000,000.00
8	นายวิศรุต บัวคงหนาม	10,000	5%	1,000,000.00
	รวม	200,000	100%	20,000,000.00



ภาพที่ 6.1 โครงสร้างองค์กรของธุรกิจ

6.1 ลักษณะการบริหารงาน

FarmTel@Phuket วางรูปแบบโครงสร้างการบริหารงานแบบหน้าที่งาน (Functional Organization Structure) เพื่อแสดงให้เห็นว่าในแต่ละแผนกนั้นมีหน้าที่ต้องทำอะไรบ้าง โดยข้อดีของการวางโครงสร้างแบบนี้คือ สร้างบุคคลากรให้มีความสามารถ ความเชี่ยวชาญในงานที่ตนเองรับผิดชอบ สำหรับฝ่ายบริหารมีหน้าที่เพียงกำหนดนโยบายไว้กว้างๆ เพราะในระดับปฏิบัติการนั้นมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่คอยป้อนข้อมูลที่ถูกต้องให้พิจารณาและตัดสินใจ ผลดีอีกส่วนในการเลือกใช้โครงสร้างองค์กรแบบนี้ คือ เมื่อทุกคนมีความเชี่ยวชาญในหน้าที่การงานชนิดเดียวกันย่อมก่อให้เกิดการ

ประสานงานได้ง่ายขึ้น เนื่องจากทุกคนมีความเข้าใจและสนใจในสิ่งเดียวกันสามารถสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับองค์กรได้อีกด้วย

6.2 แผนการบริหารงาน

ตารางที่ 6.2 รายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน

ลำดับที่	ตำแหน่งงาน	ความรับผิดชอบ
1	กรรมการผู้จัดการ	<ol style="list-style-type: none"> กำหนดนโยบายกำกับดูแลกิจการ เพื่อให้ฝ่ายบริหารนำไปปฏิบัติ ซึ่งรวมถึงการทบทวนประเมินผลการปฏิบัติ เพื่อนำมาพิจารณาปรับปรุงให้เหมาะสม พิจารณาความเหมาะสม ให้คำแนะนำ และอนุมัติวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ ตลอดจนเป้าหมายและนโยบายการดำเนินงานของบริษัทฯ ที่นำเสนอโดยฝ่ายบริหาร รวมถึงกำกับ ควบคุม ดูแลการบริหาร และการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย แผนงาน และเป้าหมายที่กำหนดไว้
2	ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ	<ol style="list-style-type: none"> วางแผนและกำหนดกลยุทธ์องค์กร 3 ด้าน ประกอบด้วย <ul style="list-style-type: none"> ด้านทรัพยากรมนุษย์ วางแผนกำหนดนโยบายการจัดจ้างพนักงาน รวมทั้งสวัสดิการของพนักงาน ด้านบริหารจัดการฟาร์ม ด้านที่พักและห้องอาหาร มอบหมายความรับผิดชอบต่อหน่วยงานและพนักงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในแต่ละส่วน พร้อมทั้งติดตามประเมินผลการดำเนินงานร่วมกับฝ่ายต่างๆ ของบริษัท

ตารางที่ 6.2 รายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน (ต่อ)

ลำดับที่	ตำแหน่งงาน	ความรับผิดชอบ
3	ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด	<ol style="list-style-type: none"> วางแผนการตลาด ควบคุมกำกับดูแลการทำงาน การตลาดทั้งหมด บริหารงานในฝ่ายขายทั้งหมด ติดต่อชักจูง และให้บริการแก่ตัวแทนการนำเที่ยว และกลุ่มธุรกิจต่างๆ เพื่อให้มาใช้บริการห้องพัก <ul style="list-style-type: none"> ติดต่อกับลูกค้าที่จองเป็นกลุ่ม (Group Bookings) หรือที่ติดต่อมาเพื่อจัดประชุมหรือจัดงานเลี้ยงที่โรงแรม ติดต่อกับบริษัททัวร์และบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว ติดต่อกับบุคคลที่มีโอกาสเป็นลูกค้าของโรงแรม
4	เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์	<ol style="list-style-type: none"> ดูแลความเรียบร้อยภายในฟาร์ม และ โรงงานแปรรูป ให้ความรู้ แก่พนักงานท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการฟาร์ม พร้อมทั้งสาธิตวิธีการต่างๆ โดยละเอียด ให้ความรู้แก่ชาวบ้านในชุมชนรอบโครงการ เพื่อดึงชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วม ปรับปรุงพันธุ์พืชภายในฟาร์มให้ได้มาตรฐานและคุณภาพ
5	ชาวสวน (OUTSOURCE)	<ol style="list-style-type: none"> ดูแลผลผลิต และพันธุ์พืชภายในฟาร์ม รับผิดชอบงานตามหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์
6	พนักงานรักษาความปลอดภัย	<ol style="list-style-type: none"> คอยเฝ้าติดตาม และระมัดระวังบุคคลที่มีพฤติกรรมที่น่าสงสัยว่าจะขโมยทรัพย์สินของโรงแรม หรือทำอันตรายบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องกับโรงแรม ติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่แผนกอื่นๆ เกี่ยวกับเรื่องรักษาความปลอดภัยและทรัพย์สินที่สูญหายไป ดูแลควบคุมเรื่องต่างๆ และรักษาความปลอดภัย

ตารางที่ 6.2 รายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน (ต่อ)

ลำดับที่	ตำแหน่งงาน	ความรับผิดชอบ
7	ช่างซ่อมบำรุง/ พนักงาน ชั่วคราว (OUTSOURCE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ซ่อมบำรุงมีหน้าที่ควบคุมรักษาอาคารและระบบอาคาร ตลอดจนครุภัณฑ์ต่างๆ ภายในที่พัก ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานอยู่เสมอ 2. ชั่วคราวไปยังที่ต่างๆที่ทางโครงการกำหนดไว้ 3. ชั่วคราวรับส่งลูกค้าตามสถานที่ กิจกรรมต่างๆ ภายในที่พัก
8	แม่บ้าน	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีหน้าที่ทำความสะอาดและให้บริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าพักของแขก เช่น ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องอาบน้ำ และห้องส้วม รวมถึงทางเดิน หน้าห้องพักด้วย 2. มีหน้าที่ยกหรือขนย้ายพวกเฟอร์นิเจอร์ หรือนำขยะไปทิ้ง รับผิดชอบด้านทำความสะอาดบริเวณใช้ร่วมภายในที่พัก 3. รับผิดชอบผ้าทุกชนิดที่ใช้ในห้องพักแขก (เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดตัว ผ้าห่ม เป็นต้น) ผ้าของห้องอาหาร และแผนกจัดเลี้ยง (ได้แก่ ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดปาก ผ้ารองถาด) และเครื่องแบบพนักงาน โดยการจ่ายผ้าที่ซักสะอาดแล้ว เก็บรวบรวมผ้าที่ใช้แล้ว ปะชุมชนผ้าที่ขาด และดูแลควบคุมการส่งผ้าไปซักที่แผนกซักรีด และการรับคืน ผ้าที่ซักแล้ว
9	พนักงานต้อนรับ	<p>เมื่อแขกเดินเข้ามาในโรงแรมพนักงานต้อนรับจะเป็นบุคคลแรกที่แขกพุดด้วย โดยพนักงานต้อนรับจะต้องทักทายและให้การต้อนรับแขก ลงทะเบียนแขกและจ่ายห้อง จ่ายกุญแจ รวมการตอบข้อซักถามและจัดการเกี่ยวกับเรื่องที่แขกไม่พอใจ รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มจากห้องอาหารและบาร์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวกับการซักรีด เป็นต้น และนอกจากนี้อาจจะต้องคิดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับแขกด้วย</p>

ตารางที่ 6.2 รายละเอียดหน้าที่การทำงานของพนักงาน (ต่อ)

ลำดับที่	ตำแหน่งงาน	ความรับผิดชอบ
10	พนักงานดูแลสวน (OUTSOURCE)	บำรุงรักษาสวน สนามหญ้า ต้นไม้ทำความสะอาด ถนน เก็บขยะ กิ่งไม้ และวัสดุไม่พึงประสงค์ ในพื้นที่ ส่วนกลางทั้งหมด
11	แม่ครัว	ทำหน้าที่รับผิดชอบงานทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับด้าน อาหารและเครื่องดื่ม วางแผนและควบคุมการจัดซื้อของ ดูแลให้การ จัดเตรียมอาหารเป็น ไปโดยมีมาตรฐาน
12	พนักงานเสิร์ฟ	1. ทำหน้าที่ดูแลครัวให้สะอาดและถูกสุขลักษณะ 2. นำขยะไปทิ้ง ทำความสะอาดพื้น กำแพง เตา รวมถึง อุปกรณ์ในครัวทั้งหมด ขนของที่มีคนนำมาส่ง ไป จัดเรียงไว้ที่ชั้นเก็บของหรือใส่ไว้ตามถังเก็บของต่าง ๆ หรือเข้าสู่เย็นแล้วแต่กรณี 3. บริการยกอาหารเสิร์ฟให้แขกด้วยมาตรฐาน การบริการที่ดีเยี่ยม

6.3 แผนบุคลากร

ในด้านการวางแผนกำลังคนของ FarmTel@Phuket นั้น ได้แบ่งกลุ่มพนักงานออกเป็น 2 ส่วน คือ พนักงานประจำ และกลุ่มพนักงานสัญญาจ้าง (Outsource) ทั้งนี้เนื่องจาก การประหยัดใน ต้นทุนสำหรับกิจกรรมบางอย่าง ตัวอย่างเช่น ในตำแหน่งพนักงานดูแลสวน ทางบริษัทได้วางแผนการ จัดจ้างบุคลากรเป็นแบบสัญญาจ้าง โดยกำหนดจำนวนวันทำงาน ในช่วงเวลาหนึ่งเดือน ที่พนักงาน จะต้องเข้ามาดูแลความเรียบร้อยภายในสวน โดยกำหนดจ่ายค่าจ้างเป็นรายวันแทน

1. พนักงานประจำ

เป็นกลุ่มพนักงานที่ทำงานตามเวลาธุรกิจ โดยเริ่มงานเวลา 08:00 น - 17:00 น. ทำงาน สัปดาห์ละ 6 วัน (จันทร์-เสาร์) หยุดวันอาทิตย์

พนักงานต้อนรับ และพนักงานรักษาความปลอดภัยจะแบ่งกำลังคนแบ่งเป็นกะการทำงาน เพราะฟาร์มเทลดำเนินธุรกิจในรูปแบบการให้บริการ 24 ชั่วโมง จึงจำเป็นที่จะต้องแบ่งเวลาการทำงาน ของพนักงานออกเป็นกะ ตามช่วงเวลา

2. พนักงานสัญญาจ้าง

ในกลุ่มพนักงานสัญญาจ้างทางบริษัทกำหนดรูปแบบสัญญาเป็นสัญญารายปี โดยว่าจ้างผ่านบริษัทจัดจ้างงาน (Outsourcing) โดยรูปแบบการชำระค่าจ้างเป็นดังนี้

- ชาวสวน (Outsource) ใช้รูปแบบคิงคนในพื้นที่ โดยให้ค่าตอบแทนรายวันที่เข้ามาทำงาน ซึ่งในส่วนนี้จะใช้ตัวกลางจากทางรัฐ เกษตรตำบล หน่วยงานเทศบาล ในการจัดหากำลังคนที่ต้องการทำงาน

- พนักงานดูแลสวน ทางบริษัทใช้บริษัทตัวกลางในการจัดจ้าง ซึ่งในหนึ่งเดือนจะจ้างพนักงานดูแลสวนเข้ามา 12 ครั้ง เฉลี่ยอาทิตย์ละ 3 ครั้ง โดยชำระค่าจ้างตามจำนวนครั้งที่เข้ามาบริการ

6.4 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร (เงินเดือน)

ตารางที่ 6.3 รายละเอียดพนักงาน จำนวนและอัตราเงินเดือน

ตำแหน่ง		ปีที่ 1	
		จำนวน (คน)	เงินเดือน (บาท)
ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการและทรัพยากรมนุษย์	50,000.00	1	50,000.00
ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด	50,000.00	1	50,000.00
ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ (ฟาร์ม)	40,000.00	1	40,000.00
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (ฟาร์ม)	20,000.00	1	20,000.00
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (โรงงาน)	20,000.00	0	-
แม่บ้าน	10,000.00	2	20,000.00
คนครัว	15,000.00	1	15,000.00
พนักงานเสิร์ฟ	10,000.00	1	10,000.00
พนักงานรักษาความปลอดภัย	10,000.00	2	20,000.00
พนักงานต้อนรับ	12,000.00	2	24,000.00
รวม (ต่อเดือน)		12	249,000.00
รวม (ต่อปี)			2,988,000.00

หมายเหตุ: ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (โรงงาน) จะถูกว่าจ้างเข้ามาในปีที่ 3

6.5 เงินสมทบประกันสังคม

ตารางที่ 6.4 รายละเอียดพนักงาน จำนวนและเงินสมทบประกันสังคม

ตำแหน่ง	ปีที่ 1	
	จำนวน (คน)	เงินสมทบประกันสังคม (บาท)
ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการและทรัพยากรมนุษย์	1	750
ผู้จัดการฝ่ายขายและการตลาด	1	750
ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการ (ฟาร์ม)	1	750
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (ฟาร์ม)	1	750
เจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (โรงงาน)	0	0
แม่บ้าน	2	900
คนครัว	1	750
พนักงานเสิร์ฟ	1	450
พนักงานรักษาความปลอดภัย	2	900
พนักงานต้อนรับ	2	900
รวม (ต่อเดือน)	12	6,900
รวม (ต่อปี)		82,800

หมายเหตุ: ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ (โรงงาน) จะถูกว่าจ้างเข้ามาในปีที่ 3

บทที่ 7

7.1 โครงสร้างและนโยบายทางการเงิน

โครงการ FarmTel@Phuket ดำเนินธุรกิจที่พักร่วมศูนย์การเรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและยั่งยืน ทางโครงการจึงมีแนวคิดในการผสมผสานที่พักรและการเกษตรเข้าด้วยกัน และยังเป็น การเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับโครงการอีกด้วย โดยทางโครงการประมาณการลงทุนไว้ทั้งหมด 36,196,125.00 บาท

1. ทุนจดทะเบียน: โดยบริษัท FarmTel@Phuket มีทุนจดทะเบียนทั้งสิ้น 1 ล้านบาท มีผู้ร่วมก่อตั้งทั้งหมด 8 คน โดยมีข้อมูลการถือหุ้น ตามที่กล่าวไว้ใน บทที่ 6 โครงสร้างองค์กร
2. ที่มาของเงินทุน: แหล่งที่มาของเงินทุนแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ จากส่วนของเจ้าของ 59% และจากการกู้ยืมธนาคาร 49% โดยการกู้ยืมจะต้องเสียดอกเบี้ย MLR ในอัตรา 7.62%

7.2 ประมาณการลงทุน

ตารางที่ 7.1 การลงทุนของโครงการ FarmTel@Phuket

เดือนที่ 1 ในปี 0				
รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเป็นเงิน (บาท)
1. งบประมาณสำหรับการเตรียมงาน				
1.1 ค่าออกแบบและก่อสร้าง	4.00%	%	19,900,000.00	796,000.00
1.2 ค่าควบคุมงานก่อสร้าง	1.75%	%	19,950,000.00	349,125.00
1.3 ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	1	ครั้ง	26,000.00	26,000.00
2. งบประมาณในการก่อสร้าง				
2.1 ค่าปรับปรุงที่ดิน เพื่อเป็นขั้นบันได	10	ไร่	10,000.00	100,000.00
2.2 ที่พักรูปแบบ Premium	5	หลัง	500,000.00	2,500,000.00

ตารางที่ 7.1 การลงทุนของโครงการ FarmTel@Phuket (ต่อ)

เดือนที่ 1 ในปี 0				
รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเป็นเงิน (บาท)
2.3 ที่พักแบบ Basic	10	หลัง	300,000.00	3,000,000.00
2.4 ศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์	1	หลัง	800,000.00	800,000.00
2.5 ห้องอาหาร	1	หลัง	800,000.00	800,000.00
2.6 ค่าตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์	1		3,900,000.00	3,900,000.00
2.7 ค่างานภูมิสถาปัตย์	800	ตร.ม	7,000.00	5,600,000.00
3. ไร่สัปรดอินทรีย์				
3.1 ค่าปรับปรุงพื้นที่ให้ได้รับการ รองรับการปลูกพืชแบบเกษตรอินทรีย์	3	ไร่	50,000.00	150,000.00
4. ยานพาหนะ				
4.1 จักรยานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	10	คัน	5,000.00	50,000.00
5. งบประมาณสำหรับงานสาธารณูปโภค และอุปกรณ์ไฟฟ้า	1		3,000,000.00	3,000,000.00
รวม				21,071,125.00

ตารางที่ 7.2 การลงทุนของโครงการ FarmTel@Phuket ขยายธุรกิจ

งบประมาณสำหรับการขยายธุรกิจ (เฟส 2)				
รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเป็นเงิน (บาท)
1. งบประมาณในการก่อสร้าง				
1.1 ที่พักแบบ Premium	5	ไร่	500,000.00	2,500,000.00
1.2 ที่พักแบบ Basic	10	หลัง	300,000.00	3,000,000.00
1.3 โรงงานแปรรูปขนาดเล็ก	1	หลัง	1,000,000.00	1,000,000.00
1.4 เครื่องจักรในการแปรรูป ขนาดเล็ก	2	เครื่อง	50,000.00	100,000.00
1.5 ค่าตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์	1		3,500,000.00	3,500,000.00

ตารางที่ 7.2 การลงทุนของโครงการ FarmTel@Phuket ขยายธุรกิจ (ต่อ)

งบประมาณสำหรับการขยายธุรกิจ (เฟส 2)				
รายการ	จำนวน	หน่วย	ราคาต่อหน่วย (บาท)	รวมเป็นเงิน (บาท)
2. ยานพาหนะ				
2.1 จักรยานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	5	คัน	5,000.00	25,000.00
3. งบประมาณสำหรับงานสาธารณูปโภค และอุปกรณ์ไฟฟ้า	1		1,000,000.00	1,000,000.00
รวม				11,125,000.00

7.3 ที่มาของรายได้

รายได้ของ FarmTel@Phuket มาจากการให้บริการที่พัก ศูนย์เรียนรู้ และกิจกรรมต่างๆ

ดังนี้

1. รายได้จากบริการที่พักและศูนย์เรียนรู้

FarmTel@Phuket มีห้องพักเปิดให้บริการทั้งสิ้น 15 หลัง ประกอบด้วย

- ที่พักแบบ Premium 5 หลัง ขนาดห้องพัก 50 ตร.ม. โดยมีสระว่ายน้ำส่วนตัวในแต่ละหลัง
- ที่พักแบบ Basic 10 หลัง ขนาดห้องพัก 30 ตร.ม.

ตารางที่ 7.3 ประเภทห้องพัก และประมาณการอัตราการเข้าพัก

ประเภทที่พัก	ประมาณการอัตราการเข้าพัก	ราคา(บาท) ต่อห้องต่อปี
ที่พักแบบ Premium	60%	657,000.00
ที่พักแบบ Basic	70%	511,000.00

สมมติฐานการประมาณการยอดขายจากที่พัก โดยคำนวณมาจากอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของห้องพักในจังหวัดภูเก็ต ย้อนหลัง 5 ปี ซึ่งมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ 75% ดังนั้นทางโครงการจึงประมาณการอัตราเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวอยู่ที่ 60%-70% และเพิ่มขึ้นเป็น 70%-80% ในปีซึ่งสอดคล้องกับการขยายธุรกิจของโครงการ

ตารางที่ 7.4 ประมาณการรายได้จากการให้บริการที่พัก

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
อัตราการใช้ห้องพัก Premium	60%	60%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
อัตราการใช้ห้องพัก Basic	70%	70%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
ที่พักแบบ Premium ที่ถูกใช้บริการ ต่อปี	219	219	255.5	255.5	255.5	255.5	255.5	255.5	255.5	255.5
จำนวนห้องแบบ Premium	5	5	10	10	10	10	10	10	10	10
ที่พักแบบ Basic ที่ถูกใช้บริการ ต่อปี	256	256	292	292	292	292	292	292	292	292
จำนวนห้องแบบ Basic	10	10	20	20	20	20	20	20	20	20
ราคาที่พักแบบ Premium	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,000.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00	3,500.00
ราคาที่พักแบบ Basic	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
รายรับจากห้องแบบ Premium ต่อ 1 ห้อง	657,000.00	657,000.00	766,500.00	766,500.00	766,500.00	894,250.00	894,250.00	894,250.00	894,250.00	894,250.00
รายรับจากห้องแบบ Basic ต่อ 1 ห้อง	511,000.00	511,000.00	584,000.00	584,000.00	584,000.00	730,000.00	730,000.00	730,000.00	730,000.00	730,000.00
รายรับจากที่พักทั้งหมด	8,395,000.00	8,395,000.00	19,345,000.00	19,345,000.00	19,345,000.00	23,542,500.00	23,542,500.00	23,542,500.00	23,542,500.00	23,542,500.00

2. รายได้จากห้องอาหาร

ตารางที่ 7.5 รายได้จากห้องอาหาร

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
เฉลี่ยรอบการใช้บริการต่อวัน	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
รายรับจากห้องอาหารต่อ 1 ที่นั่ง ต่อรอบ	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	200.00	200.00
รายรับจาก 1 ที่นั่ง ต่อปี	109,500.00	109,500.00	109,500.00	109,500.00	109,500.00	109,500.00	109,500.00	109,500.00	146,000.00	146,000.00
จำนวนที่นั่งทั้งหมด	20	20	30	30	30	30	30	30	30	30

ตารางที่ 7.5 รายได้จากห้องอาหาร (ต่อ)

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายรับจากห้องอาหาร	2,190,000.00	2,190,000.00	3,285,000.00	3,285,000.00	3,285,000.00	3,285,000.00	3,285,000.00	3,285,000.00	4,380,000.00	4,380,000.00
อัตราคนที่เข้าใช้บริการทั้งหมดต่อปี	60%	60%	75%	75%	75%	75%	75%	75%	75%	75%
รายรับจากห้องอาหารทั้งหมด	1,314,000.00	1,314,000.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	3,285,000.00	3,285,000.00

3. รายได้จากการเข้าใช้บริการฟาร์ม (นักท่องเที่ยวภายนอก)

ตารางที่ 7.6 รายได้จากการเข้าใช้บริการฟาร์ม (นักท่องเที่ยวภายนอก)

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามา จังหวัดภูเก็ต (คน)	12,520,769	14,158,661	15,796,553	17,434,445	19,072,337	20,710,229	22,348,121	23,986,013	25,623,905	27,261,797
อัตราผู้เข้าใช้บริการ	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
จำนวนผู้ให้บริการทั้งหมด(คน)	12,521	14,159	15,797	17,434	19,072	20,710	22,348	23,986	25,624	27,262
ค่าบริการต่อคน	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00
รายได้จากการเข้าใช้บริการฟาร์ม (นักท่องเที่ยวภายนอก) ทั้งหมด	3,756,230.70	4,247,598.30	4,738,965.90	5,230,333.50	5,721,701.10	6,213,068.70	6,704,436.30	7,195,803.90	7,687,171.50	8,178,539.10

หมายเหตุ: สมมติฐานการคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยคำนวณค่าเฉลี่ยในการเพิ่ม-ลดของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2552-2558 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นคือ 1,637,892.00 คนต่อปี ดังนั้นการคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวจึงเพิ่มขึ้นเฉลี่ยตามตัวเลขดังกล่าว โดยทางโครงการตั้งเป้าอัตราผู้เข้าใช้บริการ 0.1% จากจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ต

4. รายได้จากของฝากและผลไม้แปรรูป

ตารางที่ 7.7 รายได้จากของฝากและผลไม้แปรรูป

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาจังหวัดภูเก็ต (คน)	12,520,769	14,158,661	15,796,553	17,434,445	19,072,337	20,710,229	22,348,121	23,986,013	25,623,905	27,261,797
อัตราผู้เข้าใช้บริการ	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%	0.10%
จำนวนผู้ให้บริการทั้งหมด(คน)	12,521	14,159	15,797	17,434	19,072	20,710	22,348	23,986	25,624	27,262
รายรับจากผลิตภัณฑ์แปรรูป (ต่อคน)	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00
รายได้จากของฝากและผลไม้แปรรูป	1,878,115.35	2,123,799.15	2,369,482.95	2,615,166.75	2,860,850.55	3,106,534.35	3,352,218.15	3,597,901.95	3,843,585.75	4,089,269.55

หมายเหตุ: สมมติฐานการคำนวณจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยคำนวณค่าเฉลี่ยในการเพิ่ม-ลดของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี 2552-2558 ซึ่งได้ค่าเฉลี่ยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นคือ 1,637,892.00 คนต่อปี ดังนั้นการคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวจึงเพิ่มขึ้นเฉลี่ยตามตัวเลขดังกล่าว

5. รายได้จากการให้บริการ Package ท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวภายใน) ผ่าน Agent

ตารางที่ 7.8 รายได้จากการให้บริการ Package ท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวภายใน) ผ่าน Agent

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จำนวนห้องพักทั้งหมด	3650	3650	8395	8395	8395	8395	8395	8395	8395	8395
เฉลี่ยผู้มาใช้บริการห้องพัก 2 คน	7300	7300	16790	16790	16790	16790	16790	16790	16790	16790
อัตราผู้ใช้บริการ	80%	80%	50%	50%	50%	30%	30%	30%	30%	30%
จำนวนคนที่ต้องการใช้บริการ	5840	5840	8395	8395	8395	5037	5037	5037	5037	5037

ตารางที่ 7.8 รายได้จากการให้บริการ Package ท่องเที่ยว (นักท่องเที่ยวภายใน) ผ่าน Agent (ต่อ)

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้จากค่าบริการ Package ต่อคน (หัก Agent)	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
รายได้จากการให้บริการ Package ทั่วประเทศ	2,920,000.00	2,920,000.00	4,197,500.00	4,197,500.00	4,197,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00

หมายเหตุ: สมมติฐานในการคำนวณค่าบริการ Package การท่องเที่ยวมาจาก ทางโครงการหักค่าส่วนต่างจากทางบริษัทนำเที่ยว เป็นจำนวนเงิน 500 บาท ต่อคน โดยคาดการณ์อัตราผู้ให้บริการ Package ท่องเที่ยว ในช่วง 1-2 ปี แรกที่ 80% เนื่องจาก นักท่องเที่ยวยังคงติดภาพการท่องเที่ยวทางทะเลเมื่อมาจังหวัดภูเก็ต แต่ระยะยาวทางโครงการพยายามปรับลดและสอดแทรกกิจกรรมในโครงการให้เพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนกิจกรรมจาก Package ซึ่งแสดงให้เห็นถึงหัวใจหลักในการมาท่องเที่ยวที่ FarmTel@Phuket ว่าเป็นการท่องเที่ยวแบบเกษตรอินทรีย์แบบครบวงจร

6. รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ (ไม่รวมน้ำมัน) ผ่าน Agent

ตารางที่ 7.9 รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ (ไม่รวมน้ำมัน) ผ่าน Agent

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จำนวนห้องพักทั้งหมด	3650	3650	8395	8395	8395	8395	8395	8395	8395	8395
เฉลี่ยผู้มาใช้บริการห้องพัก 2 คน	7300	7300	16790	16790	16790	16790	16790	16790	16790	16790
อัตราผู้ให้บริการ	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
จำนวนคนที่ต้องการใช้บริการ	2190	2190	5037	5037	5037	5037	5037	5037	5037	5037
ค่าบริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ ต่อวัน	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ (ไม่รวมน้ำมัน)	109,500.00	109,500.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00

หมายเหตุ: ทางโครงการสร้างพันธมิตรกับบริษัทให้เช่ารถจักรยานยนต์ โดยหักค่าส่วนต่างจากบริษัทให้เช่า 50 บาท ต่อคน

7. รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยาน

ตารางที่ 7.10 รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยาน

ที่มาของรายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
จำนวนจักรยาน 1 คัน	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
เฉลี่ยรอบการใช้บริการต่อวัน	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
รายรับจากจักรยาน 1 คัน	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
รายรับจาก จักรยาน 1คัน ต่อปี	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00	18,250.00
จำนวนจักรยานทั้งหมด	10	10	15	15	15	15	15	15	15	15
รายรับจากจักรยานทั้งหมด	182,500.00	182,500.00	273,750.00	273,750.00	273,750.00	273,750.00	273,750.00	273,750.00	273,750.00	273,750.00
อัตราคนที่เข้าใช้บริการ ทั้งหมดต่อปี	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
รายรับจากจักรยานทั้งหมด หลังหักอัตราการใช้บริการ	109,500.00	109,500.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00

8. รายได้รวมทั้งหมดของรัฐกิจ

ตารางที่ 7.11 รายได้รวมทั้งหมดของรัฐกิจ

รวมรายได้ทั้งหมดของกิจการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายรับจากที่พักทั้งหมด	8,395,000.00	8,395,000.00	19,345,000.00	19,345,000.00	19,345,000.00	23,542,500.00	23,542,500.00	23,542,500.00	23,542,500.00	23,542,500.00
รายรับจากห้องอาหาร	1,314,000.00	1,314,000.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	2,463,750.00	3,285,000.00	3,285,000.00
รายได้จากการเข้าใช้บริการฟาร์ม (นักท่องเที่ยว ภายนอก) ทั้งหมด	3,756,230.70	4,247,598.30	4,738,965.90	5,230,333.50	5,721,701.10	6,213,068.70	6,704,436.30	7,195,803.90	7,687,171.50	8,178,539.10
รายได้จากของฝากและผลไม้แปรรูป	1,878,115.35	2,123,799.15	2,369,482.95	2,615,166.75	2,860,850.55	3,106,534.35	3,352,218.15	3,597,901.95	3,843,585.75	4,089,269.55
รายได้จากการให้บริการ Package ทัวร์ทั้งหมด	2,920,000.00	2,920,000.00	4,197,500.00	4,197,500.00	4,197,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00	2,518,500.00
รายได้จากการบริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ (ไม่ รวมน้ำมัน)	109,500.00	109,500.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00	251,850.00
รายรับจากบริการให้เช่ารถจักรยาน	109,500.00	109,500.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00	164,250.00
รวมรายได้ทั้งหมด	18,482,346.05	19,219,397.45	33,530,798.85	34,267,850.25	35,004,901.65	38,260,453.05	38,997,504.45	39,734,555.85	41,292,857.25	42,029,908.65

8. อัตราต้นทุนขายต่อรายได้

ตารางที่ 7.12 อัตราต้นทุนขายต่อรายได้

รายการ	ร้อยละ/ รายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
		(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)
ต้นทุนจากที่พัก	10%	839,500.00	839,500.00	1,934,500.00	1,934,500.00	1,934,500.00	2,354,250.00	2,354,250.00	2,354,250.00	2,354,250.00	2,354,250.00
ต้นทุนค่าอาหารและเครื่องดื่ม (ห้องอาหาร)	30%	394,200.00	394,200.00	739,125.00	739,125.00	739,125.00	739,125.00	739,125.00	739,125.00	985,500.00	985,500.00
ต้นทุนจากการดูแลรักษาฟาร์มและ ภูมิสถาปัตยกรรม	20%	751,246.14	849,519.66	947,793.18	1,046,066.70	1,144,340.22	1,242,613.74	1,340,887.26	1,439,160.78	1,537,434.30	1,635,707.82
ต้นทุนจากการผลิตของฝากและผลไม้ แปรรูป	30%	563,434.61	637,139.75	710,844.89	784,550.03	858,255.17	931,960.31	1,005,665.45	1,079,370.59	1,153,075.73	1,226,780.87
ต้นทุนจากบริการให้เช่ารถจักรยาน	10%	10,950.00	10,950.00	16,425.00	16,425.00	16,425.00	16,425.00	16,425.00	16,425.00	16,425.00	16,425.00
ต้นทุนจากบริการอื่นๆ	5%	924,117.30	960,969.87	1,676,539.94	1,713,392.51	1,750,245.08	1,913,022.65	1,949,875.22	1,986,727.79	2,064,642.86	2,101,495.43
รวม		3,483,448.05	3,692,279.28	6,025,228.01	6,234,059.24	6,442,890.47	7,197,396.70	7,406,227.93	7,615,059.16	8,111,327.89	8,320,159.12

9. ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร

ตารางที่ 7.13 ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการบริหาร

รายการ	ร้อยละ/รายได้	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
		(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)	(บาท)
ค่าประกันภัย	0.00%	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
ค่าภาษีโรงเรือน	12.50%	1,049,375.00	1,049,375.00	2,418,125.00	2,418,125.00	2,418,125.00	2,942,812.50	2,942,812.50	2,942,812.50	2,942,812.50	2,942,812.50
ค่าวัสดุสิ้นเปลือง	1.00%	184,823.46	192,193.97	335,307.99	342,678.50	350,049.02	382,604.53	389,975.04	397,345.56	412,928.57	420,299.09
ค่าน้ำ	5 บาทต่อคืนต่อห้อง	23,250.00	23,250.00	46,975.00	46,975.00	46,975.00	46,975.00	46,975.00	46,975.00	46,975.00	46,975.00
ค่าไฟ	30 บาทต่อคืนต่อห้อง	229,500.00	229,500.00	371,850.00	371,850.00	371,850.00	371,850.00	371,850.00	371,850.00	371,850.00	371,850.00
ค่าทำบัญชี (Out Source)	0%	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	3.00%	554,470.38	576,581.92	1,005,923.97	1,028,035.51	1,050,147.05	1,147,813.59	1,169,925.13	1,192,036.68	1,238,785.72	1,260,897.26
รวม		2,104,418.84	2,133,900.90	4,241,181.95	4,270,664.01	4,300,146.07	4,955,055.62	4,984,537.68	5,014,019.73	5,076,351.79	5,105,833.85

10. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร

ตารางที่ 7.14 ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
เงินเดือน	2,988,000.00	3,137,400.00	4,218,270.00	4,429,183.50	4,650,642.68	4,883,174.81	5,127,333.55	5,383,700.23	5,652,885.24	5,935,529.50
สมทบ ประกันสังคม	82,800.00	82,800.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00	122,400.00
รวม	5,175,218.84	5,354,100.90	8,581,851.95	8,822,247.51	9,073,188.74	9,960,630.43	10,234,271.23	10,520,119.96	10,851,637.03	11,163,763.35

11. ค่าใช้จ่ายด้านการขายและการตลาด

ตารางที่ 7.15 ค่าใช้จ่ายด้านการขายและการตลาด

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
Sales and Marketing	1,848,234.61	1,921,939.75	3,353,079.89	3,426,785.03	3,500,490.17	3,826,045.31	3,899,750.45	3,973,455.59	4,129,285.73	4,202,990.87
รวม	1,848,234.61	1,921,939.75	3,353,079.89	3,426,785.03	3,500,490.17	3,826,045.31	3,899,750.45	3,973,455.59	4,129,285.73	4,202,990.87

7.4 โครงสร้างการลงทุน

ตารางที่ 7.16 ประมาณการโครงสร้างการลงทุนโครงการ FarmTel@Phuket

รายการ	ส่วนของเจ้าของ	เจ้าหนี้เงินกู้	รวม
1. สินทรัพย์ถาวร			
งบประมาณในการก่อสร้าง			
ที่พักแบบ Premium		2,500,000.00	2,500,000.00
ที่พักแบบ Basic		3,000,000.00	3,000,000.00
ศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์		800,000.00	800,000.00
ห้องอาหาร		800,000.00	800,000.00
ค่าตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์	3,900,000.00		3,900,000.00
ค่างานภูมิสถาปัตย์	5,600,000.00		5,600,000.00
จักรยานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว		50,000.00	50,000.00
งบประมาณสำหรับงานสาธารณูปโภคและอุปกรณ์ไฟฟ้า	3,000,000.00		3,000,000.00
รวม	12,500,000.00	7,150,000.00	19,650,000.00
งบประมาณในการก่อสร้าง (ขยายกิจการ)			
ที่พักแบบ Premium		2,500,000.00	2,500,000.00
ที่พักแบบ Basic		3,000,000.00	3,000,000.00
โรงงานแปรรูปขนาดเล็ก		1,000,000.00	1,000,000.00
เครื่องจักรในการแปรรูป ขนาดเล็ก	100,000.00		100,000.00
ค่าตกแต่ง และเฟอร์นิเจอร์	3,500,000.00		3,500,000.00
จักรยานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	25,000.00		25,000.00
งบประมาณสำหรับงานสาธารณูปโภคและอุปกรณ์ไฟฟ้า	1,000,000.00		1,000,000.00
รวม	3,625,000.00	7,500,000.00	11,125,000.00
2. ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ			
ค่าออกแบบและก่อสร้าง	796,000.00		796,000.00
ค่าควบคุมงานก่อสร้าง	349,125.00		349,125.00
ค่าจดทะเบียนจัดตั้งบริษัท	26,000.00		26,000.00
ค่าปรับปรุงที่ดิน เพื่อเป็นขั้นบันได		100,000.00	100,000.00
ค่าปรับปรุงพื้นที่ที่ได้รับการรองรับการปลูกพืชแบบ		150,000.00	150,000.00
เกษตรอินทรีย์			
รวม	1,171,125.00	250,000.00	1,421,125.00
3. เงินทุนหมุนเวียน			
เงินสดสำรองในการดำเนินการ	4,000,000.00	-	4,000,000.00
รวม	4,000,000.00	-	4,000,000.00
รวมเงินลงทุนการดำเนินการ (1+2+3)	21,296,125.00	14,900,000.00	36,196,125.00

7.5 การคำนวณเงินทุนหมุนเวียนของกิจการและการประมาณการเงินทุนหมุนเวียน

7.5.1 เจ้าหนี้การค้า

ตารางที่ 7.17 เจ้าหนี้การค้า

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
เจ้าหนี้การค้า	286,310.80	307,689.94	502,102.33	519,504.94	536,907.54	599,783.06	617,185.66	634,588.26	675,943.99	693,346.59
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น	286,310.80	21,379.14	194,412.39	17,402.60	17,402.60	62,875.52	17,402.60	17,402.60	41,355.73	17,402.60

7.5.2 สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลือง

ตารางที่ 7.18 สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลือง

	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลือง	429,466.20	461,534.91	753,153.50	779,257.40	805,361.31	899,674.59	925,778.49	951,882.39	1,013,915.99	1,040,019.89
สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น	429,466.20	32,068.71	291,618.59	26,103.90	26,103.90	94,313.28	26,103.90	26,103.90	62,033.59	26,103.90

ตารางที่ 7.19 ประมาณการเงินทุนหมุนเวียน

ความต้องการเงินทุนหมุนเวียน	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5
ลูกหนี้การค้า					
<i>บวก</i> สินค้าคงเหลือ	429,466.20	32,068.71	291,618.59	26,103.90	26,103.90
<i>หัก</i> เจ้าหนี้การค้า	286,310.80	21,379.14	194,412.39	17,402.60	17,402.60
คงเหลือ	143,155.40	10,689.57	97,206.20	8,701.30	8,701.30
<i>บวก</i> ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	2,104,418.84	2,133,900.90	4,241,181.95	4,270,664.01	4,300,146.07
เงินทุนหมุนเวียนทั้งหมดที่ต้องการ	2,247,574.24	2,144,590.47	4,338,388.15	4,279,365.31	4,308,847.37
หัก เงินกู้เงินทุนหมุนเวียนที่ใช้อยู่เดิม					
เงินกู้เงินทุนหมุนเวียนที่ต้องการจาก ๒					
วงเงินที่ต้องการ - P/N					
ส่วนของเจ้าของ	2,247,574.24	2,144,590.47	4,338,388.15	4,279,365.31	4,308,847.37

7.6 แผนการเงิน

7.6.1 งบกำไรขาดทุน

ตารางที่ 7.20 งบกำไรขาดทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้จากการขาย	18,482,346.05	19,219,397.45	33,530,798.85	34,267,850.25	35,004,901.65	38,260,453.05	38,997,504.45	39,734,555.85	41,292,857.25	42,029,908.65
ต้นทุนขาย	3,483,448.05	3,692,279.28	6,025,228.01	6,234,059.24	6,442,890.47	7,197,396.70	7,406,227.93	7,615,059.16	8,111,327.89	8,320,159.12
กำไรขั้นต้น	14,998,898.00	15,527,118.17	27,505,570.84	28,033,791.01	28,562,011.18	31,063,056.35	31,591,276.52	32,119,496.69	33,181,529.36	33,709,749.53
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร										
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,848,234.61	1,921,939.75	3,353,079.89	3,426,785.03	3,500,490.17	3,826,045.31	3,899,750.45	3,973,455.59	4,129,285.73	4,202,990.87
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	5,175,218.84	5,354,100.90	8,581,851.95	8,822,247.51	9,073,188.74	9,960,630.43	10,234,271.23	10,520,119.96	10,851,637.03	11,163,763.35
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	1,421,125.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรขาดทุนจากการดำเนินงาน	6,554,319.56	8,251,077.53	15,570,639.00	15,784,758.48	15,988,332.28	17,276,380.62	17,457,254.85	17,625,921.15	18,200,606.61	18,342,995.32
(EBITDA)										
ค่าเสื่อมราคา	965,000.00	965,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และดอกเบี้ย	5,589,319.56	7,286,077.53	14,055,639.00	14,269,758.48	14,473,332.28	15,761,380.62	15,942,254.85	16,110,921.15	16,685,606.61	16,827,995.32
เงินกู้ (EBIT)										
หักค่าดอกเบี้ยเงินกู้	1,099,768.49	1,018,179.92	930,152.51	835,178.11	732,708.48	622,152.11	502,870.80	374,176.01	235,324.82	85,515.71
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	1,057,863.91	1,397,215.51	2,751,127.80	2,793,951.70	2,834,666.46	3,092,276.12	3,128,450.97	3,162,184.23	3,277,121.32	3,305,599.06
กำไรสุทธิ	3,431,687.16	4,870,682.11	10,374,358.70	10,640,628.67	10,905,957.34	12,046,952.38	12,310,933.08	12,574,560.91	13,173,160.47	13,436,880.55
เงินปันผล	171,584.36	243,534.11	518,717.93	532,031.43	545,297.87	602,347.62	615,546.65	628,728.05	658,658.02	671,844.03
กำไรสะสม	3,260,102.80	7,887,250.80	17,742,891.56	27,851,488.80	38,212,148.27	49,656,753.04	61,352,139.46	73,297,972.33	85,812,474.77	98,577,511.29

ประมาณการงบกำไรขาดทุน: โครงการ FarmTel@Phuket เริ่มดำเนินโครงการก่อสร้างตั้งแต่ Q1 ของปี 2561 และเริ่มเปิดบริการในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปี 2562 จากการประมาณการงบกำไรขาดทุนของโครงการ พบว่าในปีที่ 1 (2562) โครงการได้เปิดดำเนินการอย่างสมบูรณ์และมีความสามารถในการทำกำไร โดยมียอดขาย 18,482,346.05 บาท มีกำไรจากการดำเนินงาน 6,554,319.55 บาท และจากการประมาณการในช่วงปีที่ 3 ที่เปิดบริการห้องพักเพิ่ม ทำให้โครงการมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้น 77 % ทั้งนี้คาดการณ์จากปริมาณห้องพักที่เพิ่มขึ้น และอัตราผู้เข้าพักและใช้บริการ FarmTel เพิ่มขึ้น



7.6.2 งบกระแสเงินสด

ตารางที่ 38 งบกระแสเงินสด

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
แหล่งที่มาของเงินลงทุน											
เงินลงทุน	21,296,125.00										
เงินกู้ยืม	14,900,000.00										
รายได้		18,482,346.05	19,219,397.45	33,530,798.85	34,267,850.25	35,004,901.65	38,260,453.05	38,997,504.45	39,734,555.85	41,292,857.25	42,029,908.65
เจ้าหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น		286,310.80	21,379.14	194,412.39	17,402.60	17,402.60	62,875.52	17,402.60	17,402.60	41,355.73	17,402.60
รวมแหล่งที่มาของเงินทุน (ก)	36,196,125.00	18,768,656.85	19,240,776.59	33,725,211.24	34,285,252.85	35,022,304.25	38,323,328.57	39,014,907.05	39,751,958.45	41,334,212.98	42,047,311.25
แหล่งที่ใช้ไปของเงินลงทุน											
เงินลงทุนในสินทรัพย์ถาวร	21,071,125.00		11,125,000.00								
ต้นทุนขาย - ไม่รวมค่าเสื่อมราคา		3,483,448.05	3,692,279.28	6,025,228.01	6,234,059.24	6,442,890.47	7,197,396.70	7,406,227.93	7,615,059.16	8,111,327.89	8,320,159.12
ค่าใช้จ่ายในการขายฯ - ไม่รวมค่าเสื่อม		7,023,453.45	7,276,040.64	11,934,931.84	12,249,032.54	12,573,678.91	13,786,675.74	14,134,021.67	14,493,575.55	14,980,922.75	15,366,754.21
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ		1,421,125.00									
ภาษีเงินได้		1,057,863.91	1,397,215.51	2,751,127.80	2,793,951.70	2,834,666.46	3,092,276.12	3,128,450.97	3,162,184.23	3,277,121.32	3,305,599.06
ลูกหนี้การค้าที่เพิ่มขึ้น											
สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลืองที่เพิ่มขึ้น		429,466.20	32,068.71	291,618.59	26,103.90	26,103.90	94,313.28	26,103.90	26,103.90	62,033.59	26,103.90
เงินปันผลจ่าย		171,584.36	243,534.11	518,717.93	532,031.43	545,297.87	602,347.62	615,546.65	628,728.05	658,658.02	671,844.03
รวมแหล่งที่ใช้ไป (ข.)	21,071,125.00	13,586,940.96	23,766,138.24	21,521,624.17	21,835,178.81	22,422,637.60	24,773,009.45	25,310,351.13	25,925,650.88	27,090,063.58	27,690,460.32
การเปลี่ยนแปลงของกระแสเงินสด	15,125,000.00	5,181,715.89	4,525,361.65	12,203,587.07	12,450,074.05	12,599,666.65	13,550,319.11	13,704,555.93	13,826,307.57	14,244,149.40	14,356,850.93
เงินสดคงเหลือต้นงวด		15,125,000.00	20,306,715.89	15,781,354.24	27,984,941.31	40,435,015.35	53,034,682.01	66,585,001.12	80,289,557.05	94,115,864.62	108,360,014.02
เงินสดคงเหลือปลายงวด	15,125,000.00	20,306,715.89	15,781,354.24	27,984,941.31	40,435,015.35	53,034,682.01	66,585,001.12	80,289,557.05	94,115,864.62	108,360,014.02	122,716,864.95

ประมาณการงบกระแสเงินสด: จากการประมาณการงบกระแสเงินสดของโครงการ พบว่า ภาพรวมของกระแสเงินสดตั้งแต่ปี 2562-2572 มีกระแสเงินสดเป็นบวก โดยผลมาจากกระแสเงินสดรับเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี สืบเนื่องมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากอัตราการใช้บริการโครงการที่มากขึ้น ประกอบกับการบริหารต้นทุนของโครงการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ทั้งนี้จึงส่งผลให้งบกระแสเงินสดของโครงการมีภาพรวมที่เพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี



7.6.3 งบแสดงฐานะทางการเงิน

ตารางที่ 7.21 งบแสดงฐานะทางการเงิน

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
สินทรัพย์											
สินทรัพย์หมุนเวียน											
- เงินสดและเงินในธนาคาร	4,000,000.00	20,306,715.89	15,781,354.24	27,984,941.31	40,435,015.35	53,034,682.01	66,585,001.12	80,289,557.05	94,115,864.62	108,360,014.02	122,716,864.95
- ลูกหนี้การค้า		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- สต็อกวัตถุดิบสิ้นเปลือง		429,466.20	461,534.91	753,153.50	779,257.40	805,361.31	899,674.59	925,778.49	951,882.39	1,013,915.99	1,040,019.89
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน	4,000,000.00	20,736,182.09	16,242,889.14	28,738,094.81	41,214,272.76	53,840,043.31	67,484,675.71	81,215,335.54	95,067,747.01	109,373,930.00	123,756,884.84
สินทรัพย์ถาวร											
- ที่ดินและการปรับปรุง	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00	250,000.00
- ที่พักแบบ Premium	2,500,000.00	2,500,000.00	2,500,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00	5,000,000.00
- ที่พักแบบ Basic	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00	6,000,000.00	s	s	s
- ศูนย์เรียนรู้ด้านเกษตรอินทรีย์	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00
- ห้องอาหาร	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00	800,000.00
- จักรยานสำหรับบริการนักท่องเที่ยว	50,000.00	50,000.00	50,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00	75,000.00
- สาธารณูปโภคและอุปกรณ์ไฟฟ้า	3,000,000.00	3,000,000.00	3,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00	4,000,000.00
- โรงงานแปรรูปขนาดเล็ก				1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00	1,000,000.00
- เครื่องจักรในการแปรรูปขนาดเล็ก				100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00	100,000.00
- ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00	1,171,125.00
รวมสินทรัพย์ถาวร	11,571,125.00	11,571,125.00	11,571,125.00	19,196,125.00	19,196,125.00	19,196,125.00	19,196,125.00	19,196,125.00	13,196,125.00	13,196,125.00	13,196,125.00
- หักค่าเสื่อมราคาสะสม	-	965,000.00	965,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00
รวมสินทรัพย์ถาวรสุทธิ	11,571,125.00	10,606,125.00	10,606,125.00	17,681,125.00	17,681,125.00	17,681,125.00	17,681,125.00	17,681,125.00	11,681,125.00	11,681,125.00	11,681,125.00
รวมสินทรัพย์	15,571,125.00	31,342,307.09	26,849,014.14	46,419,219.81	58,895,397.76	71,521,168.31	85,165,800.71	98,896,460.54	106,748,872.01	121,055,055.00	135,438,009.84

ตารางที่ 7.21 งบแสดงฐานะทางการเงิน (ต่อ)

รายการ	ปีที่ 0	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น											
หนี้สินหมุนเวียน											
- เจ้าหนี้การค้า		286,310.80	307,689.94	502,102.33	519,504.94	536,907.54	599,783.06	617,185.66	634,588.26	675,943.99	693,346.59
รวมหนี้สินหมุนเวียน		286,310.80	307,689.94	502,102.33	519,504.94	536,907.54	599,783.06	617,185.66	634,588.26	675,943.99	693,346.59
หนี้สินระยะยาว	15,571,125.00	6,499,768.49	-2,642,051.6	6,878,100.92	9,228,279.02	11,475,987.5	13,613,139.61	15,631,010.42	11,520,186.42	13,270,511.24	14,871,026.96
รวมหนี้สิน	15,571,125.00	6,786,079.29	2,334,361.66	7,380,203.25	9,747,783.96	12,012,895.04	14,212,922.67	16,248,196.08	12,154,774.68	13,946,455.23	15,564,373.55
ส่วนของผู้ถือหุ้น											
เงินลงทุน		21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00	21,296,125.00
กำไรสะสม		3,260,102.80	7,887,250.80	17,742,891.56	27,851,488.80	38,212,148.27	49,656,753.04	61,352,139.46	73,297,972.33	85,812,474.77	98,577,511.29
รวมส่วนของผู้ถือหุ้น		24,556,227.80	29,183,375.80	39,039,016.56	49,147,613.80	59,508,273.27	70,952,878.04	82,648,264.46	94,594,097.33	107,108,599.77	119,873,636.29
รวมหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น	15,571,125.00	31,342,307.09	26,849,014.14	46,419,219.81	58,895,397.76	71,521,168.31	85,165,800.71	98,896,460.54	106,748,872.01	121,055,055.00	135,438,009.84

ประมาณการงบประมาณฐานะทางการเงิน: จากการประมาณการงบประมาณฐานะทางการเงินของโครงการ FarmTel@Phuket สามารถวิเคราะห์ได้เป็น 3 ส่วนคือ สินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นในส่วนแรกส่วนของสินทรัพย์ของโครงการ จะเห็นว่าโครงการมีสินทรัพย์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะเงินสดซึ่งถือเป็นสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูงที่สุด และนั่นก็สามารถบ่งบอกถึงสภาพคล่องของโครงการได้อีกด้วย



7.6.4 ยอดขายที่จุดคุ้มทุน (Break Even Point)

ตารางที่ 7.22 จุดคุ้มทุน

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้	18,482,346.05	19,219,397.45	33,530,798.85	34,267,850.25	35,004,901.65	38,260,453.05	38,997,504.45	39,734,555.85	41,292,857.25	42,029,908.65
ต้นทุนคงที่	8,444,578.45	7,276,040.64	11,934,931.84	12,249,032.54	12,573,678.91	13,786,675.74	14,134,021.67	14,493,575.55	14,980,922.75	15,366,754.21
ต้นทุนแปรผัน	3,483,448.05	3,692,279.28	6,025,228.01	6,234,059.24	6,442,890.47	7,197,396.70	7,406,227.93	7,615,059.16	8,111,327.89	8,320,159.12
กำไรส่วนเกิน	14,998,898.00	15,527,118.17	27,505,570.84	28,033,791.01	28,562,011.18	31,063,056.35	31,591,276.52	32,119,496.69	33,181,529.36	33,709,749.53
อัตรากำไรส่วนเกิน	81%	81%	82%	82%	82%	81%	81%	81%	80%	80%
จุดคุ้มทุน	56%	47%	43%	44%	44%	44%	45%	45%	45%	46%
ยอดขาย ณ จุดคุ้มทุนจุดคุ้มทุน	10,405,805.89	9,006,250.58	14,549,336.24	14,972,930.79	15,409,993.04	16,981,086.91	17,447,587.87	17,929,788.64	18,643,055.84	19,159,539.44

จุดคุ้มทุนคือ จุดหรือระดับของรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการที่เท่ากับต้นทุนที่ธุรกิจได้จ่ายออกไป หรือจุดหรือระดับของรายได้ที่ธุรกิจ “เท่าทุน” โดยส่วนที่เลยจุดหรือระดับของรายได้ดังกล่าวคือผลกำไรที่ธุรกิจจะได้ซึ่งการวิเคราะห์จุดคุ้มทุนที่มีประสิทธิภาพจะทำให้โครงการสามารถดำเนินการวางแผนในส่วนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมไม่ว่าจะเป็นการบริหารต้นทุนหรือ การจัดการด้านการตลาด สำหรับ โครงการ FarmTel@Phuket นั้น ภายในปีแรก ทางโครงการมีจุดคุ้มทุนอยู่ที่ 10,405,805 บาท หากเฉลี่ยเป็นรายเดือนพบว่าทางโครงการต้องสร้างรายได้ 867,150 บาท เพื่อให้ถึงจุดคุ้มทุนนั่นเอง และหากมองในช่วงระยะเวลา 10 ปี พบว่า จุดคุ้มทุนของทางโครงการนั้นเพิ่มขึ้นในทุกๆปี อันเป็นผลมาจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นของโครงการ

7.6.5 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period)

ตารางที่ 7.23 Payback Period

Term (N)	Cash Flow	Accumulated CF
0	-36,196,125.00	-36,196,125.00
1	5,181,715.89	-31,014,409.11
2	-4,525,361.65	35,539,770.76
3	12,203,587.07	23,336,183.69
4	12,450,074.05	10,886,109.65
5	12,599,666.65	1,713,557.01
6	13,550,319.11	15,263,876.12
7	13,704,555.93	28,968,432.05
8	13,826,307.57	42,794,739.62
9	14,244,149.40	57,038,889.02
10	14,356,850.93	71,395,739.95
Total	107,591,864.95	
Average	10,759,186.49	

Regular PB (Year) = 4.86
Regular PB (Month) = 58.37

ระยะเวลาการคืนทุนของโครงการ FarmTel@Phuket จากการคำนวณพบว่าโครงการจะคืนทุนเท่ากับ 4.86 หรือเป็นระยะเวลา 4 ปี 9 เดือน ในการคืนทุนทั้งหมด 36,196,125 บาท หากวิเคราะห์จากระยะเวลาการคืนทุนแล้ว จะเห็นว่าโครงการมีสภาพคล่องค่อนข้างสูง เพราะใช้ระยะเวลาไม่นานในการคืนทุนเมื่อเทียบกับขนาดของโครงการ

7.6.6 มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV)

ตารางที่ 7.24 มูลค่าปัจจุบันของโครงการ (NPV)

Term (N)	Cash Flow	Accumulated CF
0	-36,196,125.00	
1	5,181,715.89	5,181,715.89
2	-4,525,361.65	656,354.24
3	12,203,587.07	12,859,941.31
4	12,450,074.05	25,310,015.35
5	12,599,666.65	37,909,682.01
6	13,550,319.11	51,460,001.12
7	13,704,555.93	65,164,557.05
8	13,826,307.57	78,990,864.62
9	14,244,149.40	93,235,014.02
10	14,356,850.93	107,591,864.95
	WACC	= 6.1%
	PV of NCF	= 73,660,556.73
	NPV	= 37,464,431.73

มูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุน (Net Present Value : NPV) จากการคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของโครงการ FarmTel@Phuket มีค่าเท่ากับ 37,464,431 ซึ่งมีค่าเป็นบวก นั้นแสดงให้เห็นว่า โครงการมีความคุ้มค่าต่อการลงทุน โดยโครงการมีมูลค่าปัจจุบันสุทธิตั้งแต่แรกเริ่มมากกว่ามูลค่าการลงทุนของโครงการ

7.6.7 อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)

ตารางที่ 7.25 อัตราผลตอบแทนในการลงทุน (IRR)

Term (N)	Cash Flow	Accumulated CF
0	-36,196,125.00	
1	5,181,715.89	5,181,715.89
2	-4,525,361.65	656,354.24
3	12,203,587.07	12,859,941.31
4	12,450,074.05	25,310,015.35
5	12,599,666.65	37,909,682.01
6	13,550,319.11	51,460,001.12
7	13,704,555.93	65,164,557.05
8	13,826,307.57	78,990,864.62
9	14,244,149.40	93,235,014.02
10	14,356,850.93	107,591,864.95
	WACC =	6.1%
	IRR =	19.86%

อัตราผลตอบแทนโครงการ (Internal Rate of Return : IRR) อัตราผลตอบแทนโครงการ FarmTel@Phuket มีค่าเท่ากับ 19.86% ซึ่งหมายถึงในการลงทุนโครงการดังกล่าว จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน ประมาณ 19.86 % ต่อปี

ตารางที่ 7.26 อัตราส่วนทางการเงิน

อัตราส่วน	หน่วย	ปี									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratios)											
อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (Current Ratio)	เท่า	72.43	52.79	57.24	79.33	100.28	112.52	131.59	149.81	161.81	178.49
อัตราส่วนสภาพคล่อง (Quick หรือ Acid Test Ratio)	เท่า	70.93	51.29	55.74	77.83	98.78	111.02	130.09	148.31	160.31	176.99
อัตราส่วนเงินสดหมุนเวียน (Cash Ratio)	เท่า	70.93	51.29	55.74	77.83	98.78	111.02	130.09	148.31	160.31	176.99
อัตราส่วนประสิทธิภาพจากการใช้สินทรัพย์ (Activity Ratios)											
อัตราการหมุนเวียนของสต็อกสินค้า (Inventory Turnover)	ครั้ง	5.01	4.97	4.68	4.71	4.74	4.63	4.65	4.68	4.80	4.82
ระยะเวลาหมุนเวียนของสต็อก (Day's Sales in Inventory)	วัน	71.89	72.38	76.88	76.41	75.97	77.80	77.37	76.96	74.97	74.68
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ถาวร (Fixed Assets Turnover)	ครั้ง	1.60	1.81	3.16	1.94	1.98	2.16	2.21	2.25	3.54	3.60
อัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม (Total Assets Turnover)	ครั้ง	0.59	0.72	0.72	0.58	0.49	0.45	0.39	0.37	0.34	0.31
อัตราส่วนวิเคราะห์ความสามารถในการก่อหนี้ (Leverage and Solvency Ratios)											
อัตราส่วนหนี้สิน (Debt Ratio)	%	45.15%	48.64%	25.96%	18.28%	13.12%	9.32%	6.39%	4.29%	2.25%	0.51%
อัตราส่วนหนี้สินระยะยาวต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Long Term Debt to Equity Ratio)	%	56.47%	43.69%	29.58%	20.85%	14.87%	10.34%	6.90%	4.17%	1.91%	0.00%
อัตราส่วนหนี้สินต่อทุน (Total Debt to Equity Ratio)	%	57.63%	44.75%	30.87%	21.91%	15.77%	11.19%	7.65%	4.84%	2.54%	0.58%
อัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย (Time Interest Earned)	เท่า	5.08	7.16	15.11	17.09	19.75	25.33	31.70	43.06	70.90	196.78
อัตราส่วนความสามารถในการชำระหนี้ (EBITDA Coverage Ratio)	เท่า	3.07	3.87	7.30	7.40	7.49	8.10	8.18	8.26	8.53	8.60
อัตราส่วนประสิทธิภาพในการบริหาร (Profitability Ratios)											
อัตราส่วนกำไรขั้นต้น (Gross Profit Margin)	%	81.15%	80.79%	82.03%	81.81%	81.59%	81.19%	81.01%	80.84%	80.36%	80.20%
อัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit Margin)	%	30.24%	37.91%	41.92%	41.64%	41.35%	41.19%	40.88%	40.55%	40.41%	40.04%
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin)	%	18.57%	25.34%	30.94%	31.05%	31.16%	31.49%	31.57%	31.65%	31.90%	31.97%
อัตราส่วนประสิทธิภาพการดำเนินงานจากสินทรัพย์รวม (Basic Earnings Power)	%	17.83%	27.14%	30.28%	24.23%	20.24%	18.51%	16.12%	15.09%	13.78%	12.42%
อัตราส่วนผลตอบแทนจากสินทรัพย์รวม (Return on Assets)	%	10.95%	18.14%	22.35%	18.07%	15.25%	14.15%	12.45%	11.78%	10.88%	9.92%
อัตราส่วนผลตอบแทนจากผู้ถือหุ้น (Return on Equity)	%	13.97%	16.69%	26.57%	21.65%	18.33%	16.98%	14.90%	13.29%	12.30%	11.21%

7.7 บทวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

ตามประมาณการ โครงการจะมีรายได้เท่ากับ 18.48 , 19.21 และ 33.53 ล้านบาท ในปีที่ 1 ถึงปีที่ 3 ตามลำดับ โดยมีกำไรเริ่มต้นของโครงการเท่ากับ 14.99, 15.52 และ 27.5 ล้านบาท คิดเป็น 81% มีต้นทุนคิดเป็น 18.85% โดยมีอัตราส่วนความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ยเท่ากับ 5.08 เท่า ซึ่งค่าที่มากกว่า 1 นั้นหมายถึงกิจการ ไม่มีความเสี่ยง ด้านความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย สามารถนำกำไรจากการดำเนินงานมาจ่ายดอกเบี้ยได้อย่างสบาย

7.7.1 การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน

1. อัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity Ratio) ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพคล่องของโครงการ ว่ามีสภาพคล่องหรือความสามารถในการชำระหนี้มากน้อยเพียงใด จากอัตราส่วนสภาพคล่องทางการเงินของบริษัทพบว่ามีค่าค่อนข้างสูง โดยเป็นผลมาจากการบริหารสัดส่วนงบประมาณการลงทุน โดยทางโครงการกำหนดสัดส่วนร้อยละของการกู้หนี้สินประมาณ 40% และใช้ส่วนของเจ้าของ 60% เพื่อลดภาระหนี้สินของโครงการที่ต้องแบกรับ

2. อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร โดยเป็นอัตราส่วนที่ใช้วัดความสามารถในการหารายได้จากการดำเนินงาน ซึ่งหากมองในอัตราส่วนแรกคือ อัตราส่วนกำไรขั้นต้นพบว่าโครงการมีอัตราส่วนกำไรต่อยอดขายที่ค่อนข้างสูง อยู่ที่ประมาณ 80% นั้นแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ในส่วนอัตราส่วนกำไรสุทธิที่ ในปีที่ 1 และ 2 นั้นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 20% เนื่องจากมีการลงทุนอย่างต่อเนื่องของโครงการ แต่ในช่วงหลังจากปีที่ 3 พบว่าอัตราส่วนกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นเป็น 30% และมีค่าเฉลี่ยสูงขึ้นทุกๆปี สอดคล้องกับปริมาณยอดขายที่คาดการณ์ว่าจะสูงขึ้นนั่นเอง

3. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity: ROE) เป็นตัวที่บ่งบอกถึงความสามารถของบริษัทในการนำเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นไปทำให้งอกเงยได้ในอัตราผลตอบแทนเท่าไร ค่า ROE นี้ยิ่งสูงยิ่งดี และจากการคำนวณผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น พบว่า ROE ของบริษัทนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 16% โดยแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของบริษัทที่สามารถเปลี่ยนเงินลงทุนของผู้ถือหุ้นเป็นกำไรนั่นเอง

7.7.2 กรณี Worse Case (ยอดขายลดลง 20%)

ตารางที่ 45 งบกำไรขาดทุนกรณีเกิด Worse Case

รายการ	ปีที่ 1	ปีที่ 2	ปีที่ 3	ปีที่ 4	ปีที่ 5	ปีที่ 6	ปีที่ 7	ปีที่ 8	ปีที่ 9	ปีที่ 10
รายได้จากการขาย	14,785,876.84	15,375,517.96	26,824,639.08	27,414,280.20	28,003,921.32	30,608,362.44	31,198,003.56	31,787,644.68	33,034,285.80	33,623,926.92
ต้นทุนขาย	3,483,448.05	3,692,279.28	6,025,228.01	6,234,059.24	6,442,890.47	7,197,396.70	7,406,227.93	7,615,059.16	8,111,327.89	8,320,159.12
กำไรขั้นต้น	11,302,428.79	11,683,238.68	20,799,411.07	21,180,220.96	21,561,030.85	23,410,965.74	23,791,775.63	24,172,585.52	24,922,957.91	25,303,767.80
ค่าใช้จ่ายในการขายและการบริหาร										
ค่าใช้จ่ายทางการตลาด	1,848,234.61	1,921,939.75	3,353,079.89	3,426,785.03	3,500,490.17	3,826,045.31	3,899,750.45	3,973,455.59	4,129,285.73	4,202,990.87
ค่าใช้จ่ายในการบริหาร	5,175,218.84	5,354,100.90	8,581,851.95	8,822,247.51	9,073,188.74	9,960,630.43	10,234,271.23	10,520,119.96	10,851,637.03	11,163,763.35
ค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการ	1,421,125.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
กำไรขาดทุนจากการดำเนินงาน(EBITDA)	2,857,850.35	4,407,198.04	8,864,479.23	8,931,188.43	8,987,351.95	9,624,290.01	9,657,753.96	9,679,009.98	9,942,035.16	9,937,013.59
ค่าเสื่อมราคา	965,000.00	965,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00	1,515,000.00
กำไรก่อนหักภาษีเงินได้และดอกเบี้ยเงินกู้(EBIT)	1,892,850.35	3,442,198.04	7,349,479.23	7,416,188.43	7,472,351.95	8,109,290.01	8,142,753.96	8,164,009.98	8,427,035.16	8,422,013.59
หักค่าดอกเบี้ยเงินกู้	1,099,768.49	1,018,179.92	930,152.51	835,178.11	732,708.48	622,152.11	502,870.80	374,176.01	235,324.82	85,515.71
ภาษีเงินได้นิติบุคคล	318,570.07	628,439.61	1,409,895.85	1,423,237.69	1,434,470.39	1,561,858.00	1,568,550.79	1,572,802.00	1,625,407.03	1,624,402.72
กำไรสุทธิ	474,511.79	1,795,578.51	5,009,430.88	5,157,772.63	5,305,173.08	5,925,279.90	6,071,332.36	6,217,031.98	6,566,303.31	6,712,095.16
เงินปันผล	23,725.59	89,778.93	250,471.54	257,888.63	265,258.65	296,263.99	303,566.62	310,851.60	328,315.17	335,604.76
กำไรสะสม	450,786.20	2,156,585.79	6,915,545.12	11,815,429.12	16,855,343.55	22,484,359.45	28,252,125.19	34,158,305.57	40,396,293.72	46,772,784.12

ในกรณีที่ยอดขายไม่เป็นไปตามคาดการณ์ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยภายนอกที่ไม่อาจควบคุมได้ เช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ เศรษฐกิจโลก ส่งผลให้ปริมาณนักท่องเที่ยวลดลง โดยประมาณการณียอดขายลดลง 20% ซึ่งประมาณการจากอัตราการเข้าพักแบบ Premium ลดลงเหลือ 30% และอัตราการเข้าพักแบบ Basic ลดลงเหลือ 50% ซึ่งเป็นนำมาจากค่าเฉลี่ยอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตที่ต่ำที่สุดในช่วงปี 2552-2554 โดยจากบทวิเคราะห์ของกรณีที่เป็น Worse Case พบว่า ในปีที่ 1-3 บริษัทจากมีกำไรสุทธิของโครงการ คือ 474,511.79 ล้านบาท และ 5 ล้านบาท ในปีที่ 1-3 ตามลำดับ ซึ่งจากการประมาณยอดขายดังกล่าว บริษัทยังมีความสามารถในการชำระดอกเบี้ยที่ 1 ล้านบาทได้อยู่



บทที่ 8

แผนการพัฒนารัฐกิจและแผนฉุกเฉิน

8.1 แผนพัฒนารัฐกิจ

โครงการในอนาคตสำหรับ FarmTel@Phuket คือ การขยายในส่วนทางด้านเกษตรอินทรีย์ โดยปัจจุบันทางโครงการมีผลผลิตที่เป็นหัวใจสำคัญของโครงการเพียงอย่างเดียวคือ สับปะรด โดยในอนาคตมีแนวคิดที่จะเพิ่มชนิดของพืชพันธุ์ที่แตกต่างกันให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อสอดคล้องกับแนวคิดของการทำเกษตรอินทรีย์ที่สมบูรณ์แบบพร้อมทั้งเพิ่มกิจกรรมทางการเกษตร และประยุกต์นำเอาเทคโนโลยีด้านการเกษตรเข้ามาใช้ นอกจากนี้จะอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อสร้างชื่อเสียงโครงการ เพิ่มอัตลักษณ์ใหม่ของจังหวัดภูเก็ต ที่ไม่เป็นเพียงจุดมุ่งหมายสำหรับกิจกรรมทางทะเล แต่เป็นจุดมุ่งหมายที่จะมาพักผ่อนและสนุกไปกับกิจกรรมของ FarmTel@Phuket นั้นเอง

8.2 แผนฉุกเฉิน

เพื่อให้โครงการสามารถปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงาน ในกรณีที่สถานการณ์ไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ ดังนั้นทางโครงการจึงจัดทำแผนสำรองในกรณีต่างๆไว้ดังนี้

8.2.1 กรณีที่เกิดจากภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย วินาศภัยต่างๆ

เนื่องจากในปัจจุบันสถานการณ์การก่อการร้ายในโลก ทวีความรุนแรงขึ้น อีกทั้งปัญหาจากภัยธรรมชาติที่เกิดขึ้นบ่อยครั้ง

แนวทางการป้องกัน/แก้ไข: สำหรับทางโครงการมีการจัดทำประกันภัยวินาศภัย ความเสี่ยงต่างๆ โดยจะคุ้มครองทรัพย์สินจากเหตุภัยพิบัติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นน้ำท่วม ไฟไหม้ แผ่นดินไหว นอกจากนี้ทางโครงการห่วงใยในเรื่องความปลอดภัยและทรัพย์สินของผู้มาเข้าพัก โดยในโครงการติดตั้ง CCTV ในจุดสำคัญต่างๆ พร้อมทั้งมีพนักงานรักษาความปลอดภัยทั้ง 24 ชั่วโมง

8.2.2 กรณีสถานะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ

ในกรณีที่เกิดสถานะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกย่อมส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยว อาจส่งผลให้รายได้และกำไรไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

แนวทางการป้องกัน/แก้ไข: การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย อาทิเช่น มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้าแบบกลุ่มทัวร์ โดยติดต่อทั้งหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน โดยให้ส่วนลดพิเศษเพื่อเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมตลาด นอกจากนี้ ทางโครงการต้องเพิ่มการทำตลาดมากขึ้น โดยอาศัยสื่อโฆษณาต่างๆ นอกจากนี้ จะเน้นช่องการทำตลาดไปยังต่างประเทศ โดยการสร้างพันธมิตรทางการค้าไปยังประเทศกลุ่มเป้าหมาย อาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในประเทศ

8.2.3 กรณีระบบสาธารณูปโภคขัดข้อง

แนวทางการป้องกัน/แก้ไข: ตัวอย่างระบบสาธารณูปโภคขัดข้อง เช่น ไฟโครงการดับ น้ำไม่ไหล หรือระบบขนส่งมีปัญหา ในกรณีนี้ทางบริษัทได้ทำสัญญากับบริษัท OUTSOURCE ช่างซ่อมบำรุง โดยมีเงื่อนไขสัญญาในการเรียกบริการได้ 24 ชั่วโมง แต่จ่ายค่าล่วงเวลาในส่วนดังกล่าว นอกจากนี้ ในโครงการยังติดตั้งระบบสัญญาณไฟฉุกเฉิน ระบบปั่นไฟ ในกรณีที่เกิดเหตุไฟฟ้าดับหรือลัดวงจร

8.2.4 กรณีที่ผลกำไรไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้ (ผลกำไรติดลบติดต่อกัน)

ซึ่งอาจเกิดจากการบริหารงานที่ผิด ทั้งด้านค่าใช้จ่าย ต้นทุน หรือเกิดจากรายรับที่ต่ำกว่าแผนที่วางไว้ ซึ่งอาจเป็นผลมาจากรูปแบบการท่องเที่ยวของลูกค้าที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วในอนาคต ทำให้โครงการเกิดปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน

แนวทางการป้องกัน/แก้ไข: ทางโครงการจะพิจารณาถึงที่มาของสาเหตุ วิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ โดยอาจมีการใช้ OUTSOUCRE เฉพาะทางด้านการบริหารธุรกิจให้คำปรึกษา หากรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น ทางโครงการจะพิจารณาหาทางแก้ไขภายใต้งบประมาณที่เหมาะสม แต่หากทำยที่สุดแล้วการแก้ไขใดๆไม่เป็นผล อาจเนื่องมาจากทำเลที่ตั้ง หรือปัจจัยภายในต่างๆ ทางโครงการจะวางแผนสำหรับการออกจากธุรกิจ โดยการขายโครงการดังกล่าว

บรรณานุกรม

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2559). *บรรยายสรุปข้อมูลจังหวัดภูเก็ต 2559*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.phuket.go.th/webpk/contents.php?str=intropk> (วันที่ค้นข้อมูล 3 มกราคม 2560).
- ฐานธุรกิจ. (2560). *โรงแรมไทยสร้างง่าย แต่ทำไม! ขอใบอนุญาตยาก*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.thansettakij.com/content/105146> (วันที่ค้นข้อมูล 3 มีนาคม 2560).
- สหพันธ์เกษตรกรอินทรีย์นานาชาติ. (2548). *หลักการเกษตรอินทรีย์*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.greennet.or.th/article/317> (วันที่ค้นข้อมูล 3 มกราคม 2560).
- สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. (2559). *รายงานวิเคราะห์สถานการณ์จังหวัดภูเก็ต*. เข้าถึงได้จาก: http://phuket.nso.go.th/index.php?option=com_content&view=featured&Itemid=435 (วันที่ค้นข้อมูล 15 มกราคม 2560).
- Greennet. (2559). *ภาพรวมสถานการณ์เกษตรอินทรีย์ไทย 2559*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.greennet.or.th/article/411> (วันที่ค้นข้อมูล 27 มกราคม 2560).
- Thairath. (2560). *นักลงทุนไทย-เทศ ชอบที่ดินภูเก็ต พบ70% ซื้อลงทุนทำธุรกิจรับท่องเที่ยวโต*. เข้าถึงได้จาก: <http://www.thairath.co.th/content/910485> (วันที่ค้นข้อมูล 3 มีนาคม 2560).



ภาคผนวก ก
วิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างด้าน demand side จำนวน 402 คน ด้วยแบบสอบถาม ทางโครงการสามารถสรุปผลการสำรวจได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

โดยแสดงถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ สถานภาพ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน อาชีพ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา

1. ค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	190	47.26%
หญิง	212	52.74%
รวม	402	100.00%
2. อายุ		
ต่ำกว่า 15 ปี	3	0.75%
ระหว่าง 16 – 20 ปี	18	4.48%
ระหว่าง 21 – 25 ปี	110	27.36%
ระหว่าง 26 – 30 ปี	155	38.56%
ระหว่าง 31 – 35 ปี	75	18.66%
มากกว่า 35 ปี	41	10.20%
รวม	402	100.00%

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. สถานภาพ		
โสด	295	73.38%
สมรส	102	25.37%
หย่าร้าง	3	0.75%
หม้าย	2	0.50%
รวม	402	100.00%
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	41	10.20%
ระดับปริญญาตรี	207	51.49%
ระดับปริญญาโท	138	34.33%
ระดับปริญญาเอก	16	3.98%
รวม	402	100.00%
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	51	12.69%
พนักงานเอกชน	190	47.26%
ข้าราชการ	57	14.18%
เจ้าของธุรกิจ	79	19.65%
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	25	6.22%
รวม	402	100.00%
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
น้อยกว่า 10,000 บาท	37	9.20%
ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท	20	4.98%
ระหว่าง 15,001-20,000 บาท	49	12.19%
ระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท	68	16.92%
ระหว่าง 25,001 - 30,000 บาท	70	17.41%
มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป	158	39.30%
รวม	402	100.00%

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ภูมิลำเนา		
กรุงเทพมหานคร และ ปริมณฑล	136	33.83%
ภาคเหนือ	45	11.19%
ภาคกลาง	72	17.91%
ภาคตะวันออก	18	4.48%
ภาคตะวันตก	9	2.24%
ภาคใต้	102	25.37%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	20	4.98%
รวม	402	100.00%

จากตารางผลสำรวจด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีเพศชายและหญิงในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน โดยเป็นเพศชาย 47.26% และเพศหญิง 52.74% โดยมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 21-30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ย มากกว่า 30,000 บาทขึ้นไป และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล

ส่วนที่ 2: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่พัก

2. ค่าความถี่ ค่าถ่วงน้ำหนัก และค่าร้อยละของข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เมื่อท่านท่องเที่ยวต่างจังหวัด ท่านเลือกที่พักประเภทใด		
โรงแรม	209	51.99%
อพาร์ทเมนท์/ คอนโดมิเนียม	16	3.98%
รีสอร์ท/ บ้านพักตากอากาศ	100	24.88%
บ้านเช่า	2	0.50%
โฮมสเตย์/ เกสต์เฮ้าส์	75	18.66%
รวม	402	100.00%

ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
2. ท่านเคยใช้บริการพักรแแบบ “โฮมสเตย์” หรือไม่		
เคย	325	80.85%
ไม่เคย	77	19.15%
รวม	402	100.00%
3. ท่านเดินทางท่องเที่ยวแบบพักรแค้ำคืน กี่ครั้งต่อปี		
ไม่เคย	2	0.50%
1 – 2 ครั้ง	167	41.54%
3 – 4 ครั้ง	141	35.07%
มากกว่า 5 ครั้ง	92	22.89%
รวม	402	100.00%
4. จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพักร		
1 คน	23	5.72%
2 คน	246	61.19%
ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป	133	33.08%
รวม	402	100.00%
5. ระยะเวลาในการเข้าพักร		
1-2 คืน	224	55.72%
3-4 คืน	165	41.04%
5-6 คืน	12	2.99%
มากกว่า 6 คืน	1	0.25%
รวม	402	100.00%
6. ท่านจองห้องพักรผ่านเว็บไซต์ใด		
เว็บไซต์ Agoda.com	175	43.53%
เว็บไซต์ Booking.com	49	12.19%
เว็บไซต์ Traveloka.com	70	17.41%
เว็บไซต์ของโรงแรม วิธีการอื่นๆ	108	26.87%
รวม	402	100.00%

ข้อมูลพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
7. ท่านชำระเงินด้วยวิธีใด		
บัตรเครดิต	299	74.38%
เงินสด	84	20.90%
วิธีการอื่นๆ	19	4.73%
รวม	402	100.00%

จากตารางจะแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมทางเลือกที่พักของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเลือกที่พัก คือ โรงแรม ตามมาด้วยรีสอร์ทและโฮมสเตย์ตามลำดับ โดยกว่า 80% ของผู้ตอบแบบสอบถามนั้น เคยพักที่พักรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่ง FarmTel@Phuket เองมีลักษณะที่พักและการให้บริการไปในรูปแบบคล้ายกับโฮมสเตย์ ตัวเลขดังกล่าวจึงมีนัยสำคัญในการกำเนิดแผนธุรกิจนี้ นอกจากนี้ข้อมูลเบื้องต้นยังได้แสดงให้เห็นถึงรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว โดยส่วนมากผู้ตอบแบบสอบถามจะท่องเที่ยวเป็นกลุ่มคณะ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยจะพักแรมทั้งหมด 2 คืน วิธีการจองห้องพักส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามจะจองผ่านเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่าย (Agent) และมีส่วนหนึ่งที่ใช้ช่องทางอื่นๆ ในการหาห้องพัก เช่นการ walk-in ไปยังโรงแรม ในส่วนวิธีการชำระเงิน จะพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกชำระเงินผ่านบัตรเครดิต ซึ่งเป็นผลมาจากการเลือกใช้ช่องทางในการจองที่พักผ่าน Agent นั้นเอง

ส่วนที่ 3: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าใช้บริการที่พัก

ส่วนผสมทางการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฟาร์มเทล (สับประรดแปรรูป ของที่ระลึก)					
1.1 ท่านมีความพึงพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูป	13.93%	63.18%	19.65%	2.49%	0.75%
1.2 ท่านให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์แปรรูป	36.82%	49.00%	13.18%	0.75%	0.25%
1.3 รูปลักษณ์ Packaging ของผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ทันสมัย	41.79%	41.54%	14.68%	1.49%	0.50%
1.4 เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น	41.54%	42.54%	13.68%	1.74%	0.50%

ส่วนผสมทางการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ด้านที่พัก					
2.1 ที่พัก (Farmtel@Phuket) ใกล้ชิดธรรมชาติ	27.86%	60.95%	9.70%	0.75%	0.75%
2.2 ภายในห้องพักมีอุปกรณ์เครื่องใช้ไว้ให้บริการครบถ้วน	40.55%	48.51%	9.20%	1.74%	0.00%
2.3 มีประเภทที่พักให้เลือกหลากหลาย มีดีไซน์ลักษณะเป็นเอกลักษณ์	47.26%	38.81%	11.69%	1.99%	0.25%
2.4 ความสะอาด	61.94%	30.60%	6.72%	0.75%	0.00%
2.5 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่แน่นหนา	52.99%	37.81%	8.46%	0.75%	0.00%
2.6 ที่พักมีสระว่ายน้ำและศูนย์ออกกำลังกาย	33.58%	41.04%	19.15%	4.98%	1.24%
ด้านการบริการ					
1. บริการต้อนรับตามมาตรฐานของโรงแรมทั่วไป	19.65%	69.15%	10.70%	0.50%	0.00%
2. บริการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวพื้นเมือง	30.60%	51.99%	15.67%	1.49%	0.25%
3. บริการสาธิตและฝึกปฏิบัติในฟาร์มด้วยตนเอง (ด้านเกษตร)	38.56%	45.02%	15.17%	0.75%	0.50%
4. บริการสาธิตและฝึกปฏิบัติในฟาร์มด้วยตนเอง (การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากฟาร์ม)	34.08%	49.00%	15.42%	1.00%	0.50%
ด้านราคา(Price)					
1. มีราคาห้องพักที่หลากหลาย	22.64%	60.45%	16.67%	0.25%	0.00%
2. มีความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นๆ	37.31%	51.24%	11.19%	0.25%	0.00%
3. ราคาที่พักถูกค้ำกลุ่มทัวร์ที่แบ่งตามประเภทคำร้องขอบริการเสริมของกลุ่มลูกค้าโดยเสนอให้ทั้งแบบ Package tour, School Farm Package และแบบพักอย่างเดียว	36.82%	47.76%	13.43%	1.74%	0.25%
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. สถานที่					
1.1 ที่พักตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ	19.65%	64.18%	13.93%	2.24%	0.00%
1.2 ที่พักสามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ใกล้บริการรถสาธารณะ	32.09%	51.24%	15.42%	1.24%	0.00%
1.3 ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร	35.07%	48.26%	15.92%	0.75%	0.00%
1.4 ที่พักตั้งอยู่บนเนินเขา สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ของเมืองได้อย่างกว้างขวาง	35.82%	48.26%	15.42%	0.50%	0.00%
2 ช่องทาง Online					
2.1 มีข้อมูลเข้าถึงลูกค้าหลากหลายช่องทาง	23.88%	60.45%	13.68%	1.99%	0.00%
2.2 มีบริการสำรองห้องพักผ่านอินเตอร์เน็ต	36.07%	49.50%	12.69%	1.49%	0.25%
2.3 มีบริการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์ของห้องชั้นนำ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka	42.04%	43.28%	12.69%	1.99%	0.00%

ส่วนผสมทางการตลาด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)					
1. มีรายการส่งเสริมการขายแบ่งประเภทตามฤดูกาล, เทศกาล	20.15%	62.94%	15.92%	1.00%	0.00%
2. มีบริการชำระค่าบริการสำหรับลูกค้าที่ไม่ผ่าน Agent โดยผ่านระบบออนไลน์ อาทิเช่น ผ่านบัตรเครดิต, Paypal, online Banking	40.55%	43.03%	14.68%	1.74%	0.00%
3. มีบริการชำระค่าบริการต่างๆสำหรับลูกค้าผ่าน Agent ด้วยวิธีวางบิล (45 วัน)	32.84%	42.79%	19.65%	3.23%	1.49%
4. มี Package บริการที่พักรวม บริการเสริม การถ่ายทอดความรู้วิถีเกษตรชุมชน และแปรรูปผลิตภัณฑ์	30.35%	51.74%	15.17%	1.99%	0.75%

จากตารางแสดงให้เห็นถึงส่วนผสมทางการตลาดที่ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการสนับสนุนการขาย

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการนั้นทางโครงการได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ ที่พักและบริการให้ความรู้ทางด้านการปลูกสับปะรดเกษตรอินทรีย์ พร้อมทั้งจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสับปะรดที่ได้จากฟาร์ม ในส่วนนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมาก จะเห็นด้วยกับแนวคิดดังกล่าว โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 50% ที่ให้ความสำคัญต่อการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ได้จากฟาร์ม อีกทั้งยังให้ความสำคัญในด้านการเรียนรู้เกี่ยวกับการปลูกสับปะรดอินทรีย์ เรียนรู้วิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองของภูเก็ต ในด้านที่พักอาศัยพบว่าร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อที่พักที่อยู่ใกล้ธรรมชาติและมีอุปกรณ์ เครื่องใช้ที่ครบคั้น ในประเด็นถัดมาคือเรื่องของที่พักที่มีรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญถึงร้อยละ 47

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการนั้น สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับที่พักและบริการที่มีรูปแบบใหม่ มีกิจกรรมต่างๆ ในที่พัก เช่น การลงมือปลูกสับปะรดไปกระทั่งการเก็บเกี่ยวและแปรรูปผลิตภัณฑ์

ด้านราคาสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบและความต้องการของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจากผลสำรวจพบว่า ร้อยละ 60 ของผู้ตอบแบบสำรวจ ให้ความสำคัญกับราคาของห้องพักที่มีความหลากหลาย นอกจากนั้นร้อยละ 47 ของผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อเรื่องการจัดรูปแบบของราคาตามคำร้องขอบริการของลูกค้า โดยมีราคาเสนอให้ลูกค้าตามรูปแบบการบริการต่างๆ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ทางโครงการได้แบ่งส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 หัวข้อ คือ ด้านการเข้าถึงสถานที่พักอาศัย (FarmTel@Phuket) และด้านการเข้าถึงการจัดจำหน่ายในรูปแบบออนไลน์ เช่นการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของ FarmTel@Phuket หรือการบริการจองที่พัก ในด้าน

การเข้าถึงสถานที่พัก พบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเน้นความสะดวกสบายและียบพร้อม
ข้อสรุปดังกล่าวมาจากร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญในเรื่องของการเดินทาง
ที่สะดวกสบาย และสถานที่พักอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

ด้านการสนับสนุนการขาย จากตารางแสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามให้
ความสำคัญในเรื่องของรายการส่งเสริมการขายให้แบ่งประเภทตามฤดูกาล และเทศกาล อีกทั้ง
การสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เช่นการมีส่วนลดส่งเสริมการขายผ่านทางระบบออนไลน์

ส่วนที่ 4: การตัดสินใจในการใช้บริการ “FarmTel@Phuket”

การตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ "FarmTel@Phuket"	จำนวน(คน)	ร้อยละ
		
สนใจ	347	86.32%
ไม่สนใจ	28	6.97%
รวม	402	100.00%

จากตาราง พบว่าผลสำรวจในขั้นต้น (Concept test) พบว่ามีผู้สนใจในรูปแบบการบริการ
ของ FarmTel@Phuket ถึง 86.32% จากผลสำรวจ 402 คน

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการตรวจสอบตลาด

ทางโครงการใช้การสำรวจตลาดโดยใช้วิธีการสำรวจเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีเครื่องมือที่ใช้สำรวจตลาด ดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจตลาด

กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการ
กลุ่มตัวอย่างด้าน Demand ของโครงการ	<p>ใช้วิธีการสร้างแบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งกำหนดแบบสอบถามเป็น 2 รูปแบบ คือแบบสอบถามปลายปิด และแบบสอบถามปลายเปิด โดยกำหนดจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน ซึ่งกระจายแบบสอบถามไปยังเป้าหมายของโครงการ</p> <p>แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้</p> <p>ส่วนที่ 1: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์</p> <p>ส่วนที่ 2: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงความต้องการของผู้เข้าใช้บริการที่พัก</p> <p>ส่วนที่ 3: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าใช้บริการที่พัก</p> <p>ส่วนที่ 4: การตัดสินใจในการใช้บริการ "FarmTel@Phuket"</p> <p>ส่วนที่ 5: ข้อเสนอแนะ</p>
กลุ่มตัวอย่างด้าน Supply ของโครงการ	<p>ใช้วิธีการเก็บผลสำรวจเชิงคุณภาพ (Qualitative) ซึ่งสัมภาษณ์ไปยังผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อโครงการ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สัมภาษณ์รองนายกเทศบาล ตำบลกะทู้ เพื่อสอบถามถึงผลกระทบหากมีการจัดตั้งโครงการ 2. สำนักงานที่ดินจังหวัดภูเก็ต สำนักงานเขตกะทู้ เพื่อสอบถามถึงกฎเกณฑ์ในการจัดตั้งโครงการในพื้นที่ดังกล่าว 3. สำนักงานการท่องเที่ยวประเทศไทย (ภูเก็ต) เพื่อสอบถามถึงการสนับสนุนโครงการที่จะจัดตั้งขึ้น

กลุ่มตัวอย่าง	วิธีการ
	4. ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว(พันธมิตรทางธุรกิจ) เพื่อสอบถามถึงการสนับสนุนโครงการ พร้อมทั้งข้อเสนอในการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน





แบบสอบถามงานวิจัย

แบบสอบถามการวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของวิชา Thematic Paper : Independent Study (Business Plan for Food-Business Entrepreneurs) ของนักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี สาขาการจัดการ วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็ก”ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต” ประเภทโฮมสเตย์ กรณีศึกษา พื้นที่อำเภอกะตุ๋ จังหวัดภูเก็ต

คำชี้แจง: แบบสอบถามการวิจัยนี้จัดทำเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสำรวจทัศนคติที่ผู้บริโภคมิต่อ “ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต” ซึ่งเป็นที่พักที่มีลักษณะเป็นฟาร์มสัปดาห์แบบออแกนิก ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการกรอกแบบสอบถาม โดยข้อมูลที่ท่านตอบจะถูกเก็บเป็นความลับและนำไปใช้ในการวิเคราะห์เท่านั้น ทั้งนี้ขอขอบพระคุณสำหรับความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามของท่านเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

รายละเอียด: แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1: ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้เข้าใช้บริการที่พัก

ส่วนที่ 3: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าใช้บริการที่พัก

ส่วนที่ 4: การตัดสินใจในการใช้บริการ”ฟาร์มเทลแอทภูเก็ต”

ส่วนที่ 5: ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ต้องการและเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. เพศ

- หญิง ชาย

2. อายุ

- ต่ำกว่า 15 ปี 16 – 20 ปี 21 – 25 ปี
 26 – 30 ปี 31 – 35 ปี มากกว่า 36 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- โสด สมรส หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาตรี
 ระดับปริญญาโท อื่นๆ.....(โปรดระบุ)

5. อาชีพ

- นักเรียน / นักศึกษา พนักงานเอกชน ข้าราชการ
 เจ้าของธุรกิจ รัฐวิสาหกิจ อื่นๆ..... (โปรดระบุ)

6. รายได้ต่อเดือน

- ต่ำกว่า 10,000 บาท 10,000 - 15,000 บาท 15,001-20,000 บาท
 20,001 - 25,000 บาท 25,001 - 30,000 บาท 30,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการที่พัก

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ต้องการและเติมค่าลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. ท่านเดินทางท่องเที่ยวแบบพักรแรมค้างคืน กี่ครั้งต่อปี

- ไม่เคย 1-2 ครั้ง 3-4 ครั้ง มากกว่า 5 ครั้ง

2. จำนวนสมาชิกในการร่วมเดินทางเข้าพัก

- 1 คน 2 คน ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

3. ระยะเวลาในการเข้าพัก
- 1 – 2 คืน 3 -4 คืน 5 – 6 คืน มากกว่า 6 คืน
4. เมื่อท่านท่องเที่ยวต่างจังหวัด ท่านเลือกที่พักประเภทใด
- โรงแรม อพาร์ทเมนท์/ คอนโดมิเนียม รีสอร์ท/บ้านพักตากอากาศ
- บ้านเช่า โฮมสเตย์/ เกสต์เฮาส์
5. ท่านรู้จักโรงแรมขนาดเล็ก “โฮมสเตย์” ที่มีลักษณะเชิงนิเวศหรือไม่
- รู้จัก ไม่รู้จัก
6. ท่านจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ใด
- เว็บไซต์ Agoda.com เว็บไซต์ Booking.com เว็บไซต์ Traveloka.com
- เว็บไซต์ของโรงแรม อื่นๆ.....
7. คุณชำระเงินด้วยวิธีใด
- บัตรเครดิต เงินสด อื่นๆ.....

ส่วนที่ 3: คำถามข้อมูลเกี่ยวกับส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวต่อการเข้าใช้บริการที่พัก
คำชี้แจง: (โปรดเลือกลำดับความสำคัญมากที่สุด (1) มาก (2) ปานกลาง(3) น้อย (4) น้อยที่สุด (5) ตามลำดับ ให้เลือกเพียง 5 อันดับ) โดย 5 = สำคัญมากที่สุด 1 = สำคัญน้อยสุด

ส่วนผสมทางการตลาด	5	4	3	2	1
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1. ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูปจากฟาร์มเทล (สับปะรดแปรรูป ของที่ระลึก)					
1.1 ท่านมีความพึงพอใจในการซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูป					
1.2 ท่านให้ความสำคัญต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์แปรรูป					
1.3 รูปลักษณ์ Packaging ของผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ทันสมัย					
1.4 เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่น					
2. ด้านที่พัก					
2.1 ที่พัก (Farmtel@Phuket) ใกล้เคียงธรรมชาติ					
2.2 ภายในห้องพักมีอุปกรณ์เครื่องใช้ไว้ให้บริการครบถ้วน					
2.3 มีประเภทที่พักให้เลือกหลากหลาย มีดีไซน์ลักษณะเป็นเอกลักษณ์					
2.4 ความสะอาด					
2.5 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่แน่นหนา					
2.6 ที่พักมีสระว่ายน้ำและศูนย์ออกกำลังกาย					

ส่วนผสมทางการตลาด	5	4	3	2	1
ด้านการบริการ					
1. บริการต้อนรับตามมาตรฐานของโรงแรมทั่วไป					
2. บริการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวพื้นเมือง					
3. บริการสาธิตและฝึกปฏิบัติในฟาร์มด้วยตนเอง (ด้านเกษตร)					
4. บริการสาธิตและฝึกปฏิบัติในฟาร์มด้วยตนเอง (การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากฟาร์ม)					
ด้านราคา(Price)					
1. มีราคาห้องพักที่หลากหลาย					
2. มีความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับที่พักอื่นๆ					
3. ราคาที่ลูกค้ากลุ่มทัวร์ที่แบ่งตามประเภทคำร้องขอบริการเสริมของกลุ่มลูกค้า โดยเสนอให้ทั้งแบบ Package tour, School Farm Package และแบบพักอย่างเดียว					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. สถานที่					
1.1 ที่พักตั้งใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ					
1.2 ที่พักสามารถเดินทางได้สะดวกสบาย ใกล้บริการรถสาธารณะ					
1.3 ใกล้ร้านค้า ร้านอาหาร					
1.4 ที่พักตั้งอยู่บนเนินเขา สามารถมองเห็นวิวทิวทัศน์ของเมือง ได้อย่างกว้างขวาง					
2 ช่องทาง Online					
2.1 มีข้อมูลเข้าถึงลูกค้าหลากหลายช่องทาง					
2.2 มีบริการสำรองห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ต					
2.3 มีบริการสำรองห้องพักผ่านเว็บไซต์จองห้องชั้นนำ เช่น Agoda, Booking.com, Traveloka					
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion)					
1. มีรายการส่งเสริมการขายแบ่งประเภทตามฤดูกาล, เทศกาล					
2. มีบริการชำระค่าบริการสำหรับลูกค้าที่ไม่ผ่าน Agent โดยผ่านระบบออนไลน์ อาทิ เช่น ผ่านบัตรเครดิต, Paypal, online Banking					
3. มีบริการชำระค่าบริการต่างๆสำหรับลูกค้าผ่าน Agent ด้วยวิธีวางมัด (45 วัน)					
4. มี Package บริการที่พักพร้อม บริการเสริม การถ่ายทอดความรู้วิถีเกษตรชุมชน และแปรรูปผลิตภัณฑ์					

Questionnaire Concept Test (Supply Side)

สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ภูเก็ต)

ท่านคิดว่ารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแบบลักษณะของฟาร์มเทล มีความน่าสนใจ
มากน้อยเพียงใด และท่านสามารถช่วยเหลือด้านการโปรโมท และสนับสนุนแนวคิดดังกล่าวหรือไม่?
เพราะอะไร?

เทศบาลกะฐี่ ชุมชนในพื้นที่

หากมีที่พัก รูปแบบสถานที่พักเชิงนิเวศ โดยมีลักษณะการผสมผสานกันระหว่างโรงแรม
และ ฟาร์มสัปปะรดเกษตรอินทรีย์ โดยจะมีการดึงผู้คนในชุมชนที่มีความรู้ความสามารถด้านการเกษตร
เพื่อเป็นวิทยากร ผู้ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพัก ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร?

สำนักงานที่ดินจังหวัดภูเก็ต สอบถามไปยังเทศบาลในพื้นที่แทน

เนื่องจากลักษณะพื้นที่ดังกล่าวอยู่บริเวณเชิงเขา ตามกฎหมายสามารถจัดตั้งโรงแรมได้
หรือไม่ หรือต้องดำเนินการใดเพื่อขออนุญาตในการสร้างโรงแรม?

ผู้ประกอบการด้านธุรกิจท่องเที่ยว(พันธมิตรทางธุรกิจ) อาทิเช่น Agency ด้านการท่องเที่ยว

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับลักษณะรูปแบบการให้บริการของฟาร์มเทล?