

# การทำโฮมสเตย์และฟาร์มปลอดสารเคมี

## บริษัท ฟาร์มรักโฮมสเตย์ จำกัด

โดย กัญญาภา งามปลั่ง

### บทคัดย่อ

ฟาร์มรักโฮมสเตย์เป็นโฮมสเตย์และฟาร์มแบบบูรณาการทำการเกษตรสวนผสม มีบริการหลักอยู่ 3 แบบ คือ โฮมสเตย์, ฟาร์มทัวร์ และการส่งผลผลิตไปยังบ้านผู้บริโภคโครงการผูกปิ่นโต (Farm to Table)

สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวมาอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 19 ล้านคนในปี 2554 เป็น 29.9 ล้านคนในปี 2558 โดยตลาดหลักยังคงเป็น 10 ตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ จีน อินเดีย อังกฤษ มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ และฝรั่งเศส

สำหรับในปี 2560 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับรายได้ทางการท่องเที่ยวให้อยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของเอเชียต่อไปได้โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

บริษัทมีการลงทุนทั้งสิ้น 26,900,000 บาท โดยมีกู้เงินจากสถาบันการเงินในระยะสั้นเป็นจำนวนเงิน 3,500,000 บาท และส่วนของผู้ถือหุ้นเป็น 23,400,000 บาท โดยตั้งเป้าหมายยอดขายในปีแรก 9,690,000 บาท และจะเพิ่มยอดขายปีต่อไปให้ไม่น้อยต่ำกว่า 25% คาดว่าจะมีระยะเวลาคืนทุนภายใน (Payback Period) เท่ากับ 1 ปีกับ 8 เดือน โดยมีอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) 30% และมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) เท่ากับ 11,505,264 บาท

จากการวิเคราะห์ทางการเงินจะเห็นว่าอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน และมูลค่าปัจจุบันสุทธิจากการลงทุนอยู่ในระดับที่น่าพอใจ ส่งผลให้โครงการนี้ได้รับผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน อีกทั้งบริษัทเชื่อมั่นว่าแผนธุรกิจฉบับนี้จะเป็นแนวทางที่ทำให้บริษัทเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คำสำคัญ โฮมสเตย์ ฟาร์มปลอดสารเคมี เกษตรสวนผสม โครงการผูกปิ่นโต

## 1. บทนำ

ยุคปัจจุบันที่มีแต่ความเร่งรีบ ทำให้คนส่วนใหญ่ โดยเฉพาะคนเมือง ไม่มีเวลาดูแลสุขภาพ และเลือกซื้อวัตถุดิบในการทำอาหารที่มาจากพ่อค้าคนกลาง ซึ่งมีสารเคมีตกค้างทำให้ผู้บริโภคได้รับประทานอาหารที่อันตรายและก่อให้เกิดโรคร้ายไข้เจ็บรุนแรงนอกจากนี้คนเมืองมีชีวิตประจำวันที่เคร่งเครียด อยู่ในสถานะที่กดดันเป็นเวลานาน รวมทั้งเจอมลพิษทางเสียง ทางกลิ่นจึงไม่ได้สัมผัสกับอากาศที่บริสุทธิ์

ดังนั้นผู้ประกอบการจึงคิดธุรกิจโฮมสเตย์และฟาร์มเกษตรสวนผสมปลอดสารเคมีขึ้นมา เพื่อเป็นสถานที่ที่ทุกคนสามารถซื้อผลผลิตทางการเกษตรแบบปลอดสารเคมีโดยมีบริการจัดส่งตรงถึงบ้านผู้บริโภคโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และยังมีที่พักของทางโฮมสเตย์ที่ให้บริการสำหรับผู้ที่ต้องการพักผ่อนอย่างใกล้ชิดกับธรรมชาติ หลีกหนีชีวิตในเมืองที่แออัด พร้อมทั้งได้มาเรียนรู้การใช้ชีวิตเรียบง่าย โดยมีการทำเวิร์คช็อปให้ความรู้ในการทำเกษตรสวนผสม

## 2. รายละเอียดผลิตภัณฑ์

บริษัทได้ให้บริการธุรกิจที่พักโฮมสเตย์และฟาร์มเกษตรสวนผสมปลอดสารเคมี ที่มีทุ่งนา ข้าว สวนผลไม้ บ่อปลา บ่อกึ่ง สำหรับผู้ที่ต้องการมาพักผ่อนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ หลีกหนีความวุ่นวายในเมือง โดยนำวัตถุดิบที่ฟาร์มมาทำอาหารขายที่ร้านอาหารในโฮมสเตย์ด้วย นอกจากนี้เรายังมีโครงการ Farm to Table หรือการผูกปิ่นโต ซึ่งเป็นบริการส่งผลผลิตทางการเกษตรปลอดสารเคมี โดยส่งตรงถึงบ้านของผู้บริโภคทั่วประเทศไทยผ่านทางไปรษณีย์ ฟาร์มรักโฮมสเตย์ยังได้มีกิจกรรมหลักนั้นคือฟาร์มทัวร์ การพาทำเวิร์คช็อปต่างๆ อาทิ การสอนทำนาปลูกข้าว สอนวิธีปลูกผักสวนครัว การทำปุ๋ยหมัก และกิจกรรมเก็บผลไม้สดในฟาร์มมาทานแบบบุฟเฟต์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้มาสัมผัสกับวิถีชีวิตการเกษตรแบบไทย

## 3. ข้อบ่งชี้ความเป็นนวัตกรรม

นวัตกรรมของบริษัทคือ นวัตกรรมด้านการบริการที่ต้องการเสิร์ฟวัตถุดิบปลอดสารเคมีส่งตรงจากฟาร์มถึงบ้านของผู้บริโภคโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และใช้บริการผ่านทางไปรษณีย์ ทั้งนี้จะจัดส่งอย่างน้อยเดือนละครั้ง ถึงเดือนละห้าครั้งเป็นระยะเวลา 1 ปีเต็ม สำหรับโครงการ Farm to Table หรือเรียกว่าการผูกปิ่นโตนั่นเอง เพื่อแก้ปัญหาเรื่องการซื้อวัตถุดิบที่มีสารเคมีตกค้าง เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค เพิ่มความสะดวกสบายในการซื้อสินค้า

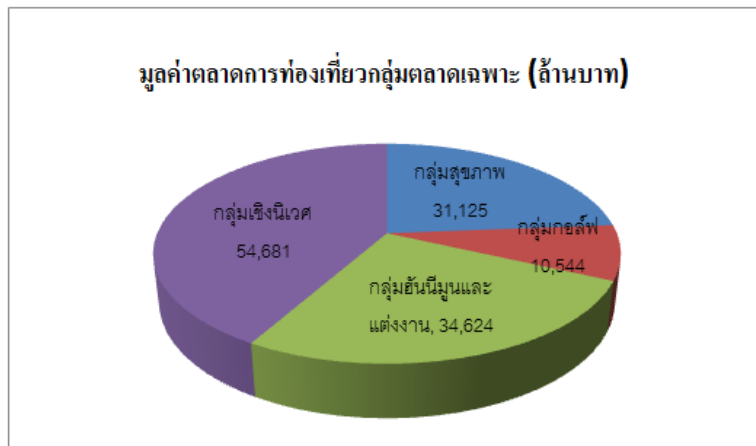
#### 4. การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis)

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม การท่องเที่ยวไทยมีผลต่อเศรษฐกิจโดยตรง เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่ และเป็นอีกอุตสาหกรรมหลังที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้นได้ โดยในปี 2560 แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดทำขึ้นภายใต้กรอบแนวคิดของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ จะทำให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม อันจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจฐานรากและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

สภาพแวดล้อมด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ด้วยวัฒนธรรม ประเพณีที่ยาวนานและมีคุณค่าของไทย ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก มาสัมผัสกับวิถีชีวิตชุมชน ประกอบกับการที่ประเทศไทยมีสภาพทางสิ่งแวดล้อมที่ค่อนข้างสมบูรณ์ทั้งทางทะเลและทางบกจึงเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี ปัจจุบันเทคโนโลยีได้เข้ามามีอิทธิพลเป็นอย่างมากในประเทศไทย และเราได้เข้ามาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งจะเน้นด้านเทคโนโลยีด้วย ซึ่งทำให้สามารถช่วยได้ทั้งการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ที่พัก การเดินทาง

#### 5. ข้อมูลสถิติการตลาดและการเติบโต

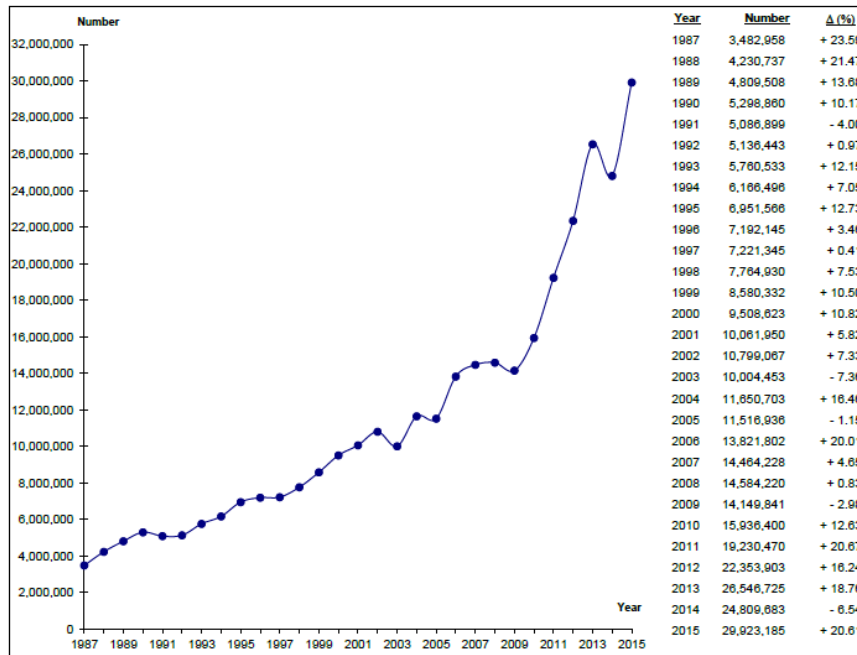


ภาพ 1 แผนภาพแสดงมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเฉพาะ

ที่มา: GFK Market Wise.(2555). โครงการศึกษาศักยภาพและขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มฮันนีมูนและการแต่งงาน และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากแผนภาพ 1 แสดงให้เห็นว่า มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะตลาด มีส่วนแบ่งตลาดของกลุ่มเชิงนิเวศมากถึง 54,681,000 บาท ซึ่งคิดเป็น 42% จากมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเฉพาะทั้งหมด 130,974,410,000 บาท

## จำนวนการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย



ภาพ 2 แผนภาพแสดงจำนวนการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย

ที่มา: ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว TAT Intelligence Center

สถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปีที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 19 ล้านคนในปี 2554 เป็น 29.9 ล้านคนในปี 2558 โดยตลาดหลักยังคงเป็น 10 ตลาดที่มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันมากกว่าร้อยละ 60 ได้แก่ จีน อินเดีย อังกฤษ มาเลเซีย ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมนี เกาหลีใต้ และฝรั่งเศส

สำหรับในปี 2560 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับรายได้ทางการท่องเที่ยวให้อยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของเอเชียต่อไปได้โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

## 6. กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix Strategy)

### 6.1 กลยุทธ์ด้านสินค้า/บริการ (Product/Service)

ด้านที่พัก จะมีลักษณะเป็นหลัก มีทั้งหมด 10 หลัก มีห้องน้ำในตัว มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกอาทิแอร์ ตู้เย็น ทีวี แต่ละหลักจะอยู่ห่างกันเพื่อความความเป็นส่วนตัว และอยู่บนผืนนา ห้อมล้อมด้วยธรรมชาติ

ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม เสิร์ฟอาหารออแกนิก นำผลผลิตปลอดสารเคมีจากฟาร์มมาเป็นวัตถุดิบในการทำอาหาร ขายอาหารและเครื่องดื่มให้ทางลูกค้าของโฮมสเตย์และลูกค้าข้างนอกที่วอล์คอินเข้ามา

ด้านการส่งผลผลิตทางการเกษตรไปยังบ้านผู้บริโภค (Farm to Table) ทางฟาร์มจะมีบริการส่งผลผลิตทางการเกษตรไปให้ผู้บริโภคเป็นบริการรายปี ขึ้นอยู่กับผู้บริโภคว่าสนใจให้ส่งไปที่ครั้งต่อเดือน ซึ่งทางเรามีตั้งแต่ 1-5 ครั้งต่อเดือน ทั้งนี้เราจะมีรายการจัดส่งทั้งผลไม้ประจำฤดู ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ข้าวเจ้า ผักสวนครัว

ด้านฟาร์มทัวร์ เป็นการเข้ามาทำกิจกรรมทางการเกษตรสวนผสม ซึ่งจะแบ่งออกเป็น โชนหลักๆดังนี้

1. โชนสอนการทำนา ปลูกข้าว จะสอนตั้งแต่ขั้นแรกเริ่ม กระบวนการดำนาและการเก็บเกี่ยว
2. โชนสอนการปลูกผักสวนครัว แต่ละเดือนจะมีการปลูกผักที่แตกต่างกัน และจะมีเทคนิคใหม่ๆที่เหมาะสมกับการลองปลูกผักทานเองสำหรับคนเมือง
3. โชนสอนการเพาะพันธุ์ผลไม้ตามฤดูกาล เป็นการให้ความรู้และเทคนิคในการปลูกผลไม้แต่ละประเภท
4. โชนให้ความรู้เกี่ยวกับการเพาะพันธุ์ปลาและกุ้ง
5. โชนอบรมการทำปุ๋ยหมักชีวภาพ
6. โชนกิจกรรมเก็บผลไม้สดมารับประทานแบบบุฟเฟต์ ซึ่งจ่ายราคาเดียวแต่เก็บทานได้แบบไม่อั้นทุกประเภทของผลไม้ภายใน 1 ชั่วโมง แต่ห้ามนำกลับ

## 6.2 กลยุทธ์ด้านราคา (Pricing)

เนื่องจากสถานที่ของฟาร์มรักรักษ์โฮมสเตย์เป็นของผู้ประกอบการเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว จึงไม่ต้องมีค่าเช่า ทำให้เป็นการลดต้นทุนไปได้ค่อนข้างเยอะ ซึ่งด้านที่ฟักจะแบ่งแพคเกจห้องพักดังนี้

แบบที่ 1 ห้องพักรวมอาหาร 3 มื้อ

แบบที่ 2 ห้องพักรวมอาหาร 3 มื้อและกิจกรรมของทางฟาร์ม

ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจด้านราคามีดังนี้

ข้อที่ 1. ต้นทุนการดำเนินงาน เช่นค่าใช้จ่ายสำหรับการขายและการตลาด ค่าจ้างแรงงาน

ข้อที่ 2. สภาพทางเศรษฐกิจ เช่นการเกิดภาวะเงินฝืด ภาวะเงินเฟ้อ

ข้อที่ 3. ภาวะทางการเมือง อาจทำให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่าย

### 6.3 กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย / ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ด้านที่พัก ทางฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์มีพนักงานขายที่จะออกไปหาลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน สถานศึกษา โรงเรียนต่างๆ นอกจากนี้เรายังได้ขายผ่านช่องทางเว็บไซต์ของเราเอง และผ่านออนไลน์ทราเวลเอเจนท์เช่น Booking.com และ Agoda.com

ด้านการส่งผลผลิตทางการเกษตรไปยังบ้านผู้บริโภค (Farm to Table) ทางฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์มีพนักงานขายที่จะออกไปหาลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานราชการ หน่วยงานเอกชน สถานศึกษา โรงเรียนต่างๆ ร้านอาหารต่างๆ นอกจากนี้เรายังได้ขายผ่านช่องทางเว็บไซต์ของเราเอง และผ่านโซเชียลมีเดียของผู้ประกอบการ

### 6.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Promotion & Advertising)

ทำการส่งเสริมการขายและโฆษณาประชาสัมพันธ์หลายทาง เช่น การทำดีลดีกับเว็บไซต์ท่องเที่ยวและเว็บไซต์จองที่พัก เชิญบล็อกเกอร์ด้านท่องเที่ยว เนตไอดอลด้านสุขภาพมาพักและเขียนรีวิว จัดกิจกรรมร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมออกบูธในงานแฟร์ อย่างมหกรรมท่องเที่ยวไทย งานมหกรรมเพื่อสุขภาพ การเล่นเกมส์ในโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ทางผู้ประกอบการยังสนใจที่จะจัดงาน Local Market Week ที่จะรวมหลากหลายผู้ประกอบการสินค้าเพื่อสุขภาพด้านการเกษตรมาร่วมจัดงานที่ฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงสินค้าจากเกษตรกรโดยตรงอีกด้วย

### 6.5 กลยุทธ์ด้านบุคคลหรือพนักงาน (People)

ฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์เทรนพนักงานให้มีหัวใจของการบริการและตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ลูกค้าที่มาพักโฮมสเตย์จะได้ความรู้สึกเสมือนอยู่บ้าน บริการอย่างอบอุ่น พร้อมกับบริการที่รวดเร็ว ฉับไว และเป็นกันเอง

### 6.6 กลยุทธ์ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical)

ด้านที่พัก ฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์มีบ้านด้านหน้าเพื่อเป็นส่วนต้อนรับ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และมีโซนจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตร ส่วนบ้านพักจะมีลักษณะเรียบง่ายแต่สวยงามสบายตา แวดล้อมด้วยทุ่งนาสีเขียวขจี โถงโปร่งสบาย ปลอดภัย เรยกตัวบ้านให้สูงกว่าพื้น 1 เมตร และมีทางเดินไม้เชื่อมจากตัวอาคารหลักไปบ้านแต่ละหลัง จากตัวที่พักจะมองเห็นทุ่งนากว้างใหญ่และมองเห็นโชนสวนผลไม้ และยังมองเห็นภูเขาไกลๆ ได้ทัศนียภาพที่สวยงาม เงียบสงบ

ด้านการส่งผลผลิตทางการเกษตรไปยังบ้านผู้บริโภค (Farm to Table) เราจัดส่งผ่านไปรษณีย์ มีแพคเกจอย่างแน่นหนา รัศกุ่ม ทำให้สินค้าที่ส่งไปจะไม่ชำรุดและมีสภาพสมบูรณ์ตอนที่ส่งถึงมือผู้บริโภค

## 6.7 กลยุทธ์ด้านกระบวนการ (Process)

ทางผู้ประกอบการมีกระบวนการที่ชัดเจน เป็นระเบียบแบบแผน ตามที่ทางผู้บริหารได้วางแผนต้นแบบไว้ และมีการแจกแจงกระบวนการทำงานและรูปแบบของการผลิตไว้ให้กับพนักงานในทุกภาคส่วน มีการประชุมกันทุกวันตอนเช้าเพื่อที่จะได้เดินตามกรอบของแต่ละวันที่วางไว้และเกิดการเข้าใจที่ตรงกัน และเพื่อการป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

## 7. แผนการผลิต

### 7.1 สถานที่ตั้ง

ฟาร์มรักย์โฮมสเตย์ มีพื้นที่ทั้งหมด 106 ไร่ แบ่งเป็น โซนอาคารสำนักงาน ร้านอาหาร และที่พัก 27 ไร่ และอีก 79 ไร่ เป็นพื้นที่ของการทำฟาร์ม การเกษตรและประมงน้ำจืด ที่ดินเป็นของผู้ประกอบการดังนั้นจึงไม่มีค่าใช้จ่ายด้านสถานที่ และอยู่ใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานคร ทำให้สะดวกในการเดินทางและการขนส่ง

### 7.2 กระบวนการผลิต/ให้บริการ

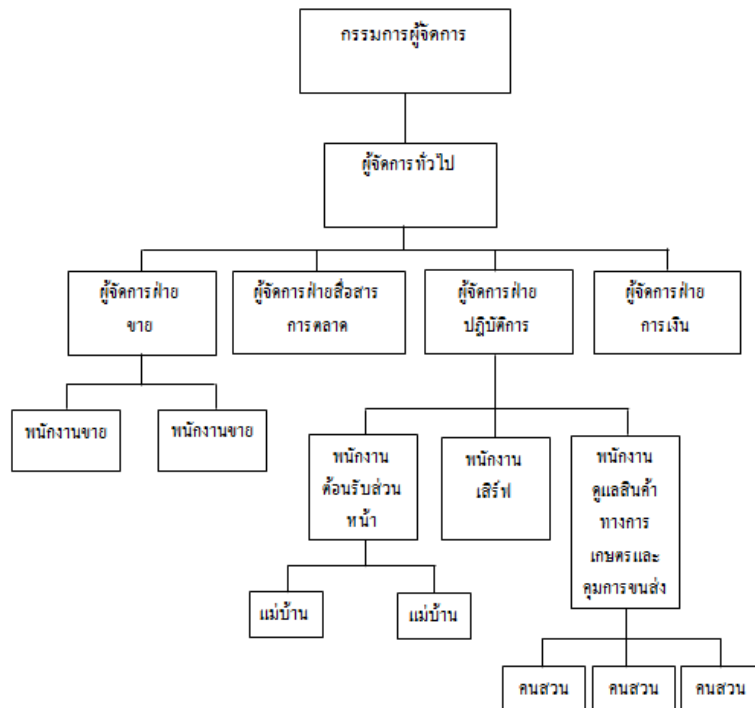
#### การให้บริการด้านที่พักโฮมสเตย์

1. เสนอขายบริการห้องพัก ทีมพนักงานขายจะออกไปหาลูกค้า (ลูกค้ารูปของบริษัทต่างๆ หน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ โรงเรียน) ทุกวัน และไปคุยรายละเอียดกับพาร์ทเนอร์ เช่น ออนไลน์ทราเวลเอเจนท์
2. ลูกค้าทำการจองห้องพักผ่านช่องทางต่างๆเช่น ออนไลน์ทราเวลเอเจนท์
3. ลูกค้าเช็คอินเข้าพัก
4. บริการห้องพัก
5. บริการอื่นๆ เช่น ฟาร์มทัวร์, อาหารและเครื่องดื่ม
6. ลูกค้าเช็คเอาท์
7. บริการหลังการขาย ส่งอีเมลโปร โมชั่นไปหาเพื่อดึงดูดลูกค้าเก่าให้กลับมาพักอีก

## การให้บริการด้านการส่งสินค้าโครงการผูกปิ่นโต (Farm to Table)

1. หาลูกค้า ทีมพนักงานขายจะออกไปหาลูกค้า (ลูกค้ากรู๊ปของบริษัทต่างๆ หน่วยงานราชการ/ รัฐวิสาหกิจ โรงเรียน)
2. ติดต่อลูกค้าเพื่อขอข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการ จำนวน และรอบในการจัดส่ง
3. จัดเก็บข้อมูลลงดาต้าเบส
4. ทำการผลิตและจัดเก็บผลผลิต
5. ทำการจัดส่ง

## 8. โครงสร้างองค์กรและการบริหารในปัจจุบัน



ภาพ 3 ภาพแสดง โครงสร้างองค์กรและแผนผังองค์กร (Organization Chart)

ฟาร์มรัชย์โฮมสเตย์ได้กำหนดโครงสร้างการบริหารงานตามหน้าที่โดยคำนึงถึงความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อแบ่งส่วนหน้าที่ตามภาระงานที่รับผิดชอบได้อย่างชัดเจน ทำให้การปฏิบัติงานภายในองค์กรเกิดประสิทธิภาพสูงสุด



เนื่องจากสินค้าและบริการของบริษัทจะขึ้นอยู่กับกำลังคนและความชำนาญของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ บริษัทจึงจำเป็นในการพัฒนาความรู้ความสามารถ และมีการสนับสนุนให้มีการเติบโตในสายงานเพื่อให้พนักงานอยู่กับบริษัทได้นานๆ โดยจะมีการฝึกอบรมทั้งด้านการบริการที่ทำให้ลูกค้าประทับใจ การเปิดวิดีโอให้ศึกษาเทคนิคการพูดเพื่อเทคนิคการขาย การอบรมผ่านE-learning ฯลฯ

## 9.แผนการเงิน

บริษัท ฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์ จำกัด ได้ใช้งบจากการประมาณการยอดขาย ประมาณการต้นทุนการผลิตและบริการ มาเป็นสมมติฐานทางการเงินเพื่อทำพยากรณ์ทางการเงิน โดยแผนการเงินของบริษัทจะประกอบด้วยนโยบายแหล่งเงินทุน รายชื่อผู้ถือหุ้นและสัดส่วนการถือหุ้น นโยบายค่าเสื่อมราคา การประมาณการต้นทุนการผลิต การประมาณการต้นทุนขาย ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร การประมาณการรายได้ งบกำไรขาดทุน งบแสดงสถานะการเงิน งบกระแสเงินสด การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การวิเคราะห์ระยะเวลาคืนทุน (Payback period) การวิเคราะห์มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) การวิเคราะห์อัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) การวิเคราะห์ความไวต่อการเปลี่ยนแปลง (Sensitivity analysis) การวิเคราะห์สถานะการณ์ในอนาคต (Scenario analysis) และแผนฉุกเฉิน

จากการประเมินเงินลงทุนเริ่มต้นของโครงการต้องใช้เงินลงทุนจำนวนทั้งหมดประมาณ 26,900,000 บาท โดยมีการกู้ยืมโดยใช้สินทรัพย์เป็นหลักประกัน 3,500,000 บาทและส่วนของผู้ถือหุ้นเท่ากับ 23,400,000 บาท โดยสัดส่วนเงินลงทุนทั้งหมดประกอบด้วยส่วนของผู้ถือหุ้น 87% และเงินกู้ยืมจากสถาบันการเงินเป็น 13%

บริษัท ฟาร์มรักษ์โฮมสเตย์ จำกัด มีการลงทุนเรื่องต่างๆดังนี้

1. ที่ดินซึ่งเป็นส่วนของผู้ถือหุ้นอยู่แล้ว มีมูลค่า 15,900,000 บาท
2. บ้านพักลูกค้า 10 หลัง เป็นราคา 1,000,000 บาท
3. อาคารสำนักงาน ซึ่งในตัวอาคารจะมีพื้นที่บริการลูกค้าด้านหน้าด้วย ราคาในการก่อสร้างอาคาร 600,000 บาท
4. เครื่องใช้สำนักงานต่างๆ ราคา 300,000 บาท
5. ยานพาหนะราคา 600,000 บาท
6. อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านพักลูกค้า เป็นราคา 500,000 บาท

นอกจากรายการข้างต้นแล้วนั้น จะมีค่าใช้จ่ายก่อนการดำเนินการต่างๆ เช่นค่าการตลาดการผลิต เงินลงทุนเกี่ยวกับการซื้อพืชพันธุ์ผักผลไม้ พันธุ์ปลา รวมแล้วเป็น 2,000,000 บาท และเงินทุนหมุนเวียนทั้งสิ้น 6,000,000 บาท สำหรับวัตถุดิบคงเหลือเตรียมไว้ใช้ในการผลิต

## 10. การวิเคราะห์สถานการณ์ในอนาคต (Scenario Analysis)

เนื่องจากการดำเนินธุรกิจ อาจมีหลากหลายตัวแปรที่มีการเปลี่ยนแปลง เครื่องมือนี้จึงมีประโยชน์สำหรับการวางแผนเป้าหมายของกิจการในอนาคต การประเมินสถานการณ์ในมิติต่างๆ เพื่อเป็นการวางแผนป้องกันสิ่งที่ไม่คาดฝัน ซึ่งต้องมองทั้งในสถานการณ์ที่แย่ที่สุด (Worst Case Scenario) และสถานการณ์ที่ดีที่สุด (Best Case Scenario) โดยทำการกำหนดสถานการณ์ในการวิเคราะห์เอาไว้ดังนี้

1. กรณีที่เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ (Base Case Scenario) มีระยะเวลาในการคืนทุนที่ 1 ปี 8 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อยู่ที่ 11,505,264 บาท และ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เป็น 30%
2. กรณีที่สถานการณ์แย่กว่าที่คาดการณ์ไว้ (Worst Case Scenario) โดยตั้งสมมติฐานให้ราคาขายลดลง 15% ปริมาณการขายลดลง 15% และต้นทุนเพิ่มขึ้น 15% จะมีระยะเวลาในการคืนทุนที่ 2 ปี 7 เดือน ซึ่งใช้เวลานานมากกว่าจะคืนทุน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อยู่ที่ 2,983,667 บาท และ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เป็น 15% ซึ่งมีผลตอบแทนลดลงเยอะ บริษัทจึงได้ทำแผนฉุกเฉินเพื่อรองรับและแก้ปัญหาดังกล่าว
3. กรณีที่สถานการณ์ดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ (Best Case Scenario) โดยตั้งสมมติฐานให้ราคาขายสูงขึ้น 15% ปริมาณการขายเพิ่มขึ้น 15% และลดต้นทุนลง 15% จะมีระยะเวลาในการคืนทุนที่ 1 ปี 5 เดือน มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) อยู่ที่ 20,942,790 บาท และ อัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return) เป็น 43% แสดงว่าบริษัทมีกำไรค่อนข้างสูง

## บรรณานุกรม

GFK Market Wise.(2555). โครงการศึกษาศักยภาพและขนาดของตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มสุขภาพ  
กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มฮันนีมูนและการแต่งงาน และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว TAT Intelligence Center, รายงานสรุป profile รายประเทศ. ค้นเมื่อ  
20 กุมภาพันธ์ 2560. จาก <http://tatic.tourismthailand.org/home-tatic>