



แผนธุรกิจ

(Business Plan)

“การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ
Simple Koh Yor”



นำเสนอโดย
ชื่อทีม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทลุงบริหารธุรกิจ



สารบัญ

1. บทสรุปผู้บริหาร	1
2. ความเป็นมาของธุรกิจ	1
3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจ (SWOT ANALYSIS)	2
3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน.....	2
3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก	3
4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ	3
5. แผนการบริหารจัดการ.....	4
5.1 ข้อมูลธุรกิจ	4
5.2 ประวัติความเป็นมา.....	4
5.3 แผนผังองค์กร	5
5.4 แผนงานด้านบุคลากร.....	5
5.5 วิสัยทัศน์.....	6
5.6 พันธกิจ	6
5.7 เป้าหมายทางธุรกิจ	6
6. แผนการตลาด	7
6.1 เป้าหมายทางการตลาด.....	7
6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย	7
6.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	9
6.4 กลยุทธ์ทางการตลาด	9
6.5 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด.....	22
7. แผนการผลิต	23
7.1 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต.....	23
7.2 ข้อมูลการจัดทัวร์	23
7.3 แผนผังกระบวนการผลิต	24
8. แผนการเงิน.....	24
9. ธรรมเนียมปฏิบัติในการดำเนินงาน	29



10. แผนฉุกเฉิน.....	29
ภาคผนวก	30
ภาคผนวก ก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....	30
ภาคผนวก ข ตัวอย่างโปรแกรมทัวร์	32
ภาคผนวก ค ป้ายบอกข้อมูลธุรกิจและเส้นทางท่องเที่ยว.....	34
ภาคผนวก ง กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว	35
ภาคผนวก จ ตารางกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย	38
ภาคผนวก ฉ สร้างแหล่งท่องเที่ยวง่ายๆ ด้วยงบประมาณต่ำ.....	39
บรรณานุกรม	43



1. บทสรุปผู้บริหาร

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสมัยโบราณมีความแตกต่างกับการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน เนื่องจากประชากรเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดความวุ่นวาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการหาที่พักที่สงบ และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ตำบลเกาะยอจึงได้จัดตั้งศูนย์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้มีอาชีพเพื่อสร้างรายได้ภายในชุมชนและพัฒนาระบบการปกครองการบริหารให้มีประสิทธิภาพ โดยได้แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายหลัก นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง กลุ่มเป้าหมายรอง นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน ทั้ง 2 กลุ่มจะมีอายุ 20-30 ปี ที่มีความสนใจทางด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านวัฒนธรรม ด้านธรรมชาติ ด้านวิถีชีวิตชุมชน และภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยคิดอัตราค่าบริการ 120บาท/คน

ในแผนการตลาดจะเน้นเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และเรียนรู้วิถีชีวิตชาวเกาะยออย่างแท้จริง โดยมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยจะบริการนักท่องเที่ยวแบบไป-กลับ และแบบค้างคืน และยังมีบริการจองที่พัก จอดรถ และมีรถวนรอบเกาะเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีศูนย์บริการท่องเที่ยวเพื่อคอยให้ข้อมูลและเอกสารการท่องเที่ยววางแผนการเดินทางและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับเกาะยอ

ในแผนการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลเกาะยอจะเน้นในเรื่องของการพัฒนาภูมิทัศน์และจุดสำคัญต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลเกาะยอเป็นอันดับแรก เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพที่ทรุดโทรม เมื่อมีการพัฒนาภูมิทัศน์เสร็จเรียบร้อยแล้วจะมีการให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับโครงการและเงื่อนไขในการเข้าร่วมกิจกรรม จัดหาหน่วยงานธุรกิจเข้าร่วมโครงการและจัดทำ MOU กับสถานศึกษาเพื่อจัดหาไกด์และ Host เยวชน โดยที่สมาชิกชุดแรกจะเป็นกลุ่มที่ทาง อบต. จำเป็นต้องทำเพื่อเป็นการกระตุ้นความสำเร็จเนื่องจากสภาพปัจจุบันประชาชนในตำบลไม่ให้ความร่วมมือ เราจึงจะใช้สมาชิกกลุ่มแรกเป็นตัวอย่างของความสำเร็จเชิงประจักษ์ เพื่อจะดึงดูดให้ประชาชนที่เหลือเข้าร่วมโครงการและสร้างการแข่งขันทางธุรกิจ

ในแผนการเงินใช้เงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 2,000,000 บาท โดยประมาณในยอดขายไว้ 13,038,360 บาท มีต้นทุนจำนวน 6,825,744 บาท ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร 1,215,198 บาท คงเหลือกำไรสุทธิทั้งสิ้น 5,610,546 บาท

เมื่อดูจากผลการดำเนินงานจะเห็นได้ว่า ผลการตอบแทนจากการดำเนินงานสูง และเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจ เพื่อเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของชาวตำบลเกาะยอ และสามารถบริการนักท่องเที่ยวเกาะยอ มีการเติบโตและพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

2. ความเป็นมาของธุรกิจ

การดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสมัยโบราณ มีความแตกต่างกับการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน เนื่องจากจำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดความวุ่นวาย จึงทำให้นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการหาที่พักที่สงบ และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอและคนในชุมชนตำบลเกาะยอ ได้เปิดบริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ (Simple Koh Yor) ให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน เนื่องจากเกาะยอเป็นเกาะที่มี



ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทั้งบนบกและในทะเล มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ภูมิปัญญาชาวบ้านที่สมควรแก่การเรียนรู้อีกมากมาย และได้สร้างสังคม วัฒนธรรม บนพื้นฐานความเชื่อดั้งเดิมและความเชื่อทางพุทธศาสนา จนพัฒนาเป็นเอกลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีทางสังคมและวัฒนธรรมของชาวเกาะยาวไม่ว่าจะเป็นลักษณะของบ้านเรือน วัด การทอผ้า การทำเครื่องปั้นดินเผา การเกษตร และอาหารการกิน สิ่งเหล่านี้เป็นความภาคภูมิใจที่ชาวเกาะยาวอยากให้นักท่องเที่ยวมาได้รับรู้คุณค่าแห่งวิถีชีวิตที่สงบสุขและวัฒนธรรมที่พวกเขาได้สืบทอดกันมา

3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อธุรกิจ (SWOT ANALYSIS)

3.1 การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน

จุดแข็ง (Strengths)

- สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ทรงพระราชนิพนธ์ทรงราชทานเกียรติบัตรรางวัลอนุรักษ์ศิลปะสถาปัตยกรรมดีเด่น ประเภทปูชนียสถานและวัดอาราม
- มีภูมิทัศน์ที่สวยงามและเป็นแหล่งรวมที่มีทรัพยากรที่มีคุณค่า
- มีวัตถุของจริงภายในอดีตมาจัดแสดงให้นักท่องเที่ยวได้รับชมเพื่อความรู้และความสนุกเพลิดเพลิน
- ห้องพักรับรองราคาถูกและมีหลากหลายรูปแบบ เช่น รีสอร์ทบนบกและโฮมสเตย์ในน้ำ
- มีส่งเสริมและสนับสนุนการรวมกลุ่มและพัฒนาอาชีพของประชาชนในชุมชน

จุดอ่อน (Weaknesses)

- ประชาชนขาดจิตสำนึกทางสังคมหรือขาดจิตสาธารณะในการช่วยเหลือชุมชน
- ปัญหาด้านการประกอบกิจการโฮมสเตย์ปัจจุบันมาพักผ่อนเพื่อความบันเทิงมากกว่าเรียนรู้วิถีชีวิต
- จำนวนเกษตรกรลดลง เนื่องจากหันไปประกอบอาชีพอื่น
- ขาดการประชาสัมพันธ์
- การคมนาคมค่อนข้างแคบมีสิ่งกีดขวาง เช่น กิ่งไม้และสายไฟไม่เป็นระเบียบ ทำให้ไม่สามารถจอดรถบรรทุกขนาดใหญ่ได้
- ขาดการวางแผนเรื่องของบุคลากรที่จะรับผิดชอบในส่วนของการท่องเที่ยวโดยตรง
- บางหมู่บ้านไม่มีทรัพยากร
- แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม สกปรก



3.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

โอกาส (Opportunities)

- รัฐบาลให้การสนับสนุนในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
- รัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จึงทำให้มีการรณรงค์ให้ไทยเที่ยวไทยเกิดขึ้น จึงเป็นช่องทางการจัด การท่องเที่ยวในรูปแบบเชิงเกษตร
- นักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ความสนใจต่อสุขภาพ จึงเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการเลือกการท่องเที่ยวใน รูปแบบเชิงเกษตรที่อาศัยธรรมชาติบำบัด
- ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนให้มีหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าสินค้าและการเกษตร

อุปสรรค (Threats)

- เศรษฐกิจชะลอตัวเนื่องจากความไม่แน่นอน
- สภาพอากาศและฤดูกาลที่มีการเปลี่ยนแปลง

4. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

จิริฐและนงลักษณ์ (2557) กล่าวถึงแนวทางของการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ด้านการดำเนินงาน

- คิดเส้นทางท่องเที่ยวใหม่อย่างสร้างสรรค์
- สื่อสัตย์ ให้ข้อมูลที่ชัดเจน
- นำเสนอการบริการที่มีคุณภาพ
- การสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ เช่น โรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร ชุมชน
- อบรมมัคคุเทศก์ให้มีความเชี่ยวชาญ
- รับฟังความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพื่อการปรับปรุง

ด้านการตลาด

- สร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และเส้นทางท่องเที่ยว
- ราคาที่ต่ำกว่าต้นทุนของคุณภาพ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย โดยเฉพาะผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- การส่งเสริมการตลาดและส่วนลดสำหรับลูกค้าเก่า



5. แผนการบริหารจัดการ

5.1 ข้อมูลธุรกิจ

ชื่อเจ้าของกิจการ	นายคำรพ เสาวคนธ์
ชื่อกิจการ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลเกาะข่อย
ที่อยู่/ที่ตั้งกิจการ	ตำบลเกาะข่อย อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นตำบลที่ประกอบไปด้วย 9 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านอ่าวทราย บ้านตีน บ้านนอก บ้านทุเรียน บ้านท่าไทร บ้านในบ้น บ้านป่าโหนด บ้านท้ายเสาและบ้านสวนใหม่ ตั้งอยู่ทางด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภอเมืองสงขลา
รูปแบบการดำเนินการของธุรกิจ	การปกครองระดับหมู่บ้านมีกำนันและผู้ใหญ่บ้านเป็นหัวหน้าหมู่บ้าน
ระยะเวลาดำเนินการที่ผ่านมา	ปี 2539 – ปัจจุบัน

5.2 ประวัติความเป็นมา

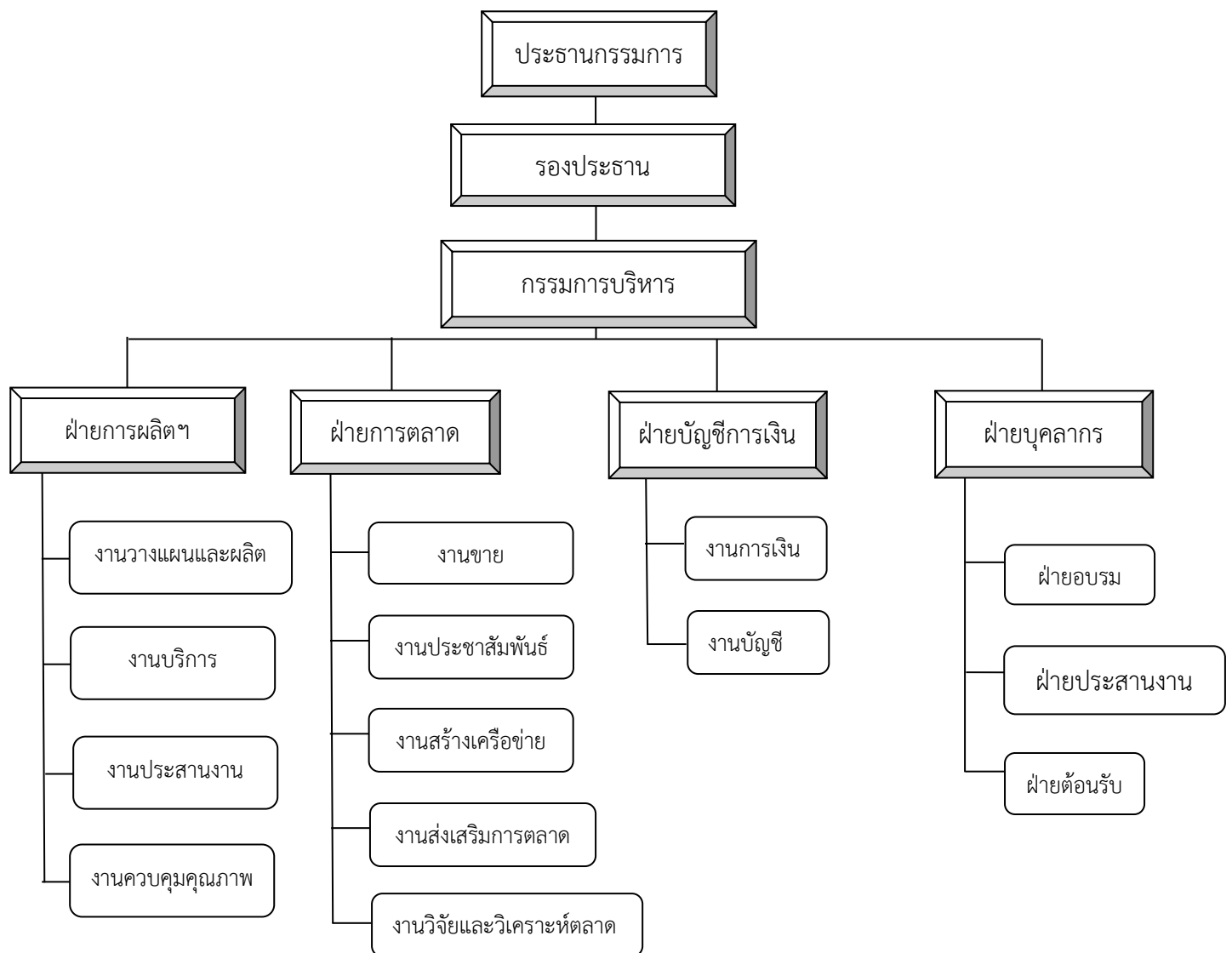
ตำบลเกาะข่อยอำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา เป็นตำบลที่ประกอบไปด้วย 9 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านอ่าวทราย หมู่ที่ 2 บ้านตีน หมู่ที่ 3 บ้านนอก หมู่ที่ 4 บ้านสวนทุเรียน หมู่ที่ 5 บ้านท่าไทร หมู่ที่ 6 บ้านในบ้น หมู่ที่ 7 บ้านป่าโหนด หมู่ที่ 8 บ้านท้ายเสาและหมู่ที่ 9 บ้านสวนใหม่ในตำบลเกาะข่อยมีเนื้อที่ทั้งหมด 11,220 ไร่ โดยมีนายคำรพ เสาวคนธ์ ดำรงตำแหน่ง นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะข่อย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 – ปัจจุบัน ประชาชนในตำบลเกาะข่อยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ การทำประมงพื้นบ้านการเลี้ยงปลากะพงขาวในกระชัง การทำสวนผลไม้ การทอผ้า การบริการห้องพัสดุ ธุรกิจร้านอาหาร ฯลฯ

วิถีดำเนินชีวิตของประชาชนในตำบลเกาะข่อยทุกหมู่บ้านหรือตำบลจะมองในแง่ของวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ และความเป็นอยู่ ที่เหมือนกันทุกหมู่บ้านเนื่องจากในตำบลเกาะข่อยมีสถานที่โบราณคดีที่ประชาชนชาวเกาะข่อยสักการบูชา เช่น ทวดเอราวัณ วัดโคกเปี้ยว ศาลเจ้าไต่ก้ง วัดท้ายยอ ฯลฯ

นอกจากมีอาชีพวัฒนธรรมที่หลากหลายแล้วเกาะข่อยยังเป็นพื้นที่ ที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม ทรัพยากรที่มีคุณค่าและภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีคุณค่า เกาะข่อยยังได้รับรางวัลพระราชทานเกียรติบัตรรางวัลอนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่นประเภทปูชนียสถานและวัฒนธรรมจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี



5.3 แผนผังองค์กร



5.4 แผนงานด้านบุคลากร

1. ฝ่ายการผลิตและบริการ ประกอบด้วย

- งานผลิต ทำหน้าที่ผลิตโปรแกรมท่องเที่ยว วางแผนจัดนำเที่ยว ควบคุมดูแลการนำเที่ยวและเป็นผู้กำหนดแพคเกจต่างๆ รวมทั้งการผลิตเอกสาร สินค้าที่ระลึก
- งานบริการ ทำหน้าที่ให้บริการนักท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางโทรศัพท์ ณ จุดบริการ นักท่องเที่ยว รับจองบริการต่างๆ
- งานประสานงาน ทำหน้าที่ประสานและกระจายงานสู่ outsource ต่างๆ ตามรายการจอง เช่น ที่พัก ร้านอาหารและรถ
- งานควบคุมคุณภาพ นำผลจากการประเมินของนักท่องเที่ยวมาปรับปรุงการให้บริการ



2. ฝ่ายการตลาด ประกอบด้วย

- งานประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลและสื่อสารรายละเอียดในภาพกว้างสู่สาธารณชน เกี่ยวกับสถานที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผ่านสื่อต่างๆ
- งานขาย นำเสนอแพคเกจต่างๆต่อลูกค้าองค์กร สถานศึกษา
- งานสร้างเครือข่าย สร้างความร่วมมือกับธุรกิจอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นสายการบิน ที่พัก ร้านอาหาร บริษัทเช่ารถเพื่อนำเข้าเป็นส่วนหนึ่งและขยายโครงการ
- งานส่งเสริมการตลาด กระตุ้นตลาดเพื่อเพิ่มลูกค้าตลอดปี
- งานวิจัยและวิเคราะห์ ทำหน้าที่วิจัยและวิเคราะห์ความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ส่งผลการวิจัยสู่ฝ่ายอื่นๆเพื่อการปรับปรุง

3. ฝ่ายบัญชีการเงิน ประกอบด้วย

1. งานการเงิน มีหน้าที่ ในการบันทึกและดูแลจัดเตรียม เช็คสั่งจ่าย การรับเงิน การจัดเก็บเงิน การนำเงินฝากธนาคาร รวมทั้งการตรวจสอบความถูกต้อง เงินฝากธนาคาร
2. งานบัญชี มีหน้าที่รับผิดชอบในการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของการบันทึกรายการ การจัดทำรายงานทางการเงินและบัญชี และการจัดเก็บเอกสารทางบัญชี

4. ฝ่ายบุคลากร ประกอบด้วย

- งานพัฒนาบุคลากร ทำหน้าที่อบรมผู้เข้าร่วมโครงการปฏิบัติงานตามหน้าที่
- งานจัดหาจัดจ้าง ทำหน้าที่ติดต่อประสานงานไปยังหน่วยงานและสถานศึกษาต่าง ๆ เพื่อจัดทำ MOU
- งานบริหารบุคลากร ทำหน้าที่จัดคนไปประจำจุดต่างๆ เช่น จุดบริการนักท่องเที่ยว จุดบริการปิ่นโต สตีกเกอร์ Youth Guide Youth Host และคนขับรถ เป็นต้น

5.5 วิสัยทัศน์

การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะโย (Simple Koh Yor) มุ่งสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม ที่จะอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ภายในชุมชนอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการให้ความสะดวก สร้างความตระหนักและความประทับใจให้นักท่องเที่ยว

5.6 พันธกิจ

1. อนุรักษ์และสนับสนุนกิจกรรมทางด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น
2. ส่งเสริมคุณภาพชีวิตให้ประชาชนในท้องถิ่นมีอาชีพเสริมเพื่อรายได้ภายในชุมชน
3. สร้างการแข่งขันเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วม นำไปสู่การพัฒนาตนเองและสังคม

5.7 เป้าหมายทางธุรกิจ

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะโย (Simple Koh Yor) เป็นที่รู้จักในฐานะผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมครบวงจร และเป็น Top Three of Mind สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงเกษตร





2. เพิ่มรายได้เพื่อนำไปพัฒนาชุมชน
3. ชุมชนต่างๆ และประชาชนมีรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น
4. มีจำนวนสมาชิกเข้าร่วมเส้นทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

6. แผนการตลาด

6.1 เป้าหมายทางการตลาด

สมาชิกชุดแรก เป็นกลุ่มที่ทางอบต.จำเป็นต้องให้การกระตุ้นความสำเร็จ เนื่องจากสภาพปัจจุบันที่ประชาชนไม่ให้ความร่วมมือ เราจึงจะใช้สมาชิกกลุ่มแรกเป็นตัวอย่างของความสำเร็จเชิงประจักษ์ ซึ่งจะดึงดูดให้ประชาชนที่เหลือให้เข้าร่วมโครงการและสร้างการแข่งขันทางธุรกิจ

เป้าหมายระยะ 1-3 ปี

- กลุ่มเป้าหมายหลัก 50% กลุ่มเป้าหมายรอง 20% มี Brand Awareness ต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ
- ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มี Brand Awareness 30% รู้จักการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ (Simple Koh Yor) ในฐานะเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรครบวงจร
- Simple Koh Yor มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 30% ทุกเดือน
- สมาชิกโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 20% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (YoY)
- จำนวนสมาชิกโครงการเพิ่มขึ้น 50%

เป้าหมายระยะ 4-10 ปี

- กลุ่มเป้าหมายหลัก 90% กลุ่มเป้าหมายรอง 70% มี Brand Awareness ต่อการท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ
- ทำให้กลุ่มลูกค้าที่มี Brand Awareness 70% รู้จักการท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกาะยอ (Simple Koh Yor) ในฐานะเป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรครบวงจร
- Simple Koh Yor มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 20% ทุกเดือน
- สมาชิกโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 20% เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า (YoY)
- จำนวนสมาชิกโครงการเพิ่มขึ้น 20% ต่อปี
- สร้างความร่วมมือกับชุมชนอย่างน้อย 2 แห่งในประเทศเพื่อนบ้านที่มีการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น คาเมรอนในมาเลเซีย เพื่อเป็นชุมชนพี่น้อง ร่วมมือกันทำการตลาด

6.2 การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

การแบ่งตลาด (Segmentation)

จากการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยว ทางกลุ่มได้จัดแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย และต่างชาติ ซึ่งในที่นี่จะเน้นหนักไปทางนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเนื่องจากมีชายแดนติดกับจังหวัดสงขลา





๑ นักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

พิจารณาตามช่วงอายุและรายได้ ดังนี้

- **การแบ่งตามช่วงอายุ** แบ่งออกได้เป็น
 1. ต่ำกว่า 20 ปี (14.3%) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยเด็กและวัยก่อนทำงาน ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง มักเดินทางมากับครอบครัว
 2. 20 – 40 ปี (67.9%) เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงาน เริ่มมีรายได้เป็นของตนเองและมีอำนาจการตัดสินใจซื้อ มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ แบ่งตามสถานภาพจะได้เป็น
 - a. กลุ่มคนโสด ซึ่งมักเดินทางกับกลุ่มเพื่อนหรือคนรัก
 - b. กลุ่มที่แต่งงานแล้ว
 3. 41 – 60 ปี (17.1%) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวมาก มีอำนาจการซื้อสูง ส่วนใหญ่เน้นท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน
 4. 61 ปีขึ้นไป (0.7%) เข้าสู่วัยผู้สูงอายุ ไม่สามารถท่องเที่ยวแบบใช้ร่างกายมากได้
- **การแบ่งตามรายได้** แบ่งได้เป็น
 1. ไม่เกิน 20,000 บาท (64.3%)
 2. 20,001 – 40,000 บาท (22.1%)
 3. 40,001 บาทขึ้นไป (13.6%)

ปัจจัยด้าน Life Style ในการท่องเที่ยว

กุลนิดา อิติมาและอภิวรรณ (2551) แบ่ง Life Style การท่องเที่ยวออกเป็น ดังนี้

1. เน้นหรูหรา ไม่ให้ความสำคัญกับราคาแต่เน้นระดับคุณภาพการบริการที่เหนือกว่าผู้อื่น
2. เน้นท้าทาย ชื่นชอบการผจญภัย ผจญภัย
3. เน้นสะดวกสบาย ต้องการบริการที่ครบครัน ไม่ต้องหาข้อมูลมาก
4. เน้นยืดหยุ่น ไม่ชอบยึดติดอยู่กับกรอบ นิยมการจัดโปรแกรมเอง

๑ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

สกุลและกวิน (2555) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่ที่เดินทางมาประเทศไทย ส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 20-40 ปี (63.8%) สถานภาพโสด (52.5%) มีรายได้ ต่ำกว่า 2,000 ริงกิต หรือ ประมาณ 20,000 บาท คิดเป็น 53.8% และรายได้ 2,001-5,000 ริงกิต (ประมาณ 20,010-50,000 บาท) เป็นจำนวน 34.3% เดินทางมากับกลุ่มเพื่อน 50% มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม/ธรรมชาติ 32% ซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 2 รองจากห้างสรรพสินค้าที่ 34.8%

การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Target)

ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย อายุ 20-40 ปี รายได้ ไม่เกิน 20,000 บาท สถานภาพโสด มี Life Style การท่องเที่ยวที่เน้นสะดวกสบายหรือเน้นความยืดหยุ่น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีรายได้เป็นของตนเองและยังต้องการหาประสบการณ์ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมเกาะข่อย (Simple Koh Yor) ที่เน้นการมีส่วนร่วม





ของนักท่องเที่ยว นั้น สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ นอกจากนี้ยังมีบริการแบบแพคเกจทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวที่เน้นความสะดวกและการเช่า Youth Guide ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางเอง

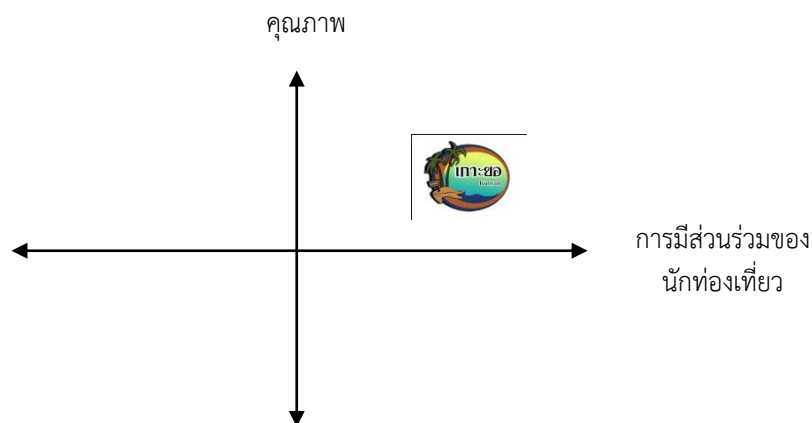
เป้าหมายหลัก : กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย

เป้าหมายรอง : กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

สาเหตุที่จัดให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียแยกเป็นกลุ่มเป้าหมายรองเนื่องจากปัจจัยด้านศาสนาที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียจำนวนไม่น้อยนับถือศาสนาอิสลาม ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวหลายจุดเน้นพุทธศาสนา

6.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

1. คุณภาพที่นำเสนอแก่นักท่องเที่ยว จะเน้นในส่วนของคุณค่าทางด้านจิตใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการศึกษาวิถีชีวิตช่วงหนึ่งในแบบฉบับความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น สัมผัสอารยธรรม ศึกษา ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอย่างลึกซึ้ง
2. การมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวร่วมกับชาวบ้านที่มีความหลากหลาย
3. การบริการ ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลเกาะยอ แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในการให้บริการ เช่น การบริการรถ Hop on hop off บริการมัคคุเทศก์ บริการเจ้าหน้าที่คอยให้ความรู้ตามสถานที่ท่องเที่ยวและจุดต่าง ๆ



6.4 กลยุทธ์ทางการตลาด

เนื่องด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีจำนวนค่อนข้างน้อย แต่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนล้วนประทับใจกับมรดกทางวัฒนธรรมและเกษตรกรรมของเกาะยอ ทางกลุ่ม PTBAC จึงเลือกกลยุทธ์ Market Development ซึ่งเป็นการใช้ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในการขยายตลาดให้กว้างขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากสภาพปัจจุบันของเกาะยอ ซึ่งมีสภาพเสื่อมโทรมเป็นอย่างมาก ทำให้ต้องมีการพัฒนาและบูรณะหลายด้าน ตามแผนพัฒนาซึ่งจะกล่าวต่อไป

นอกจากนี้ปัญหาในด้านความร่วมมือของประชาชน ซึ่งเป็นปัญหาหลักอีกปัญหาหนึ่งจะแก้ไขโดยการจัดอบรมให้ความรู้ถึงโครงการ Simple Koh Yor ความร่วมมือที่คาดหวังและผลที่คาดว่าจะได้รับจากนั้นจึงเปิดให้มีการลงทะเบียนจากธุรกิจที่สนใจจะเข้าร่วมโครงการและดำเนินการตามแผนการตลาด และกระตุ้นการแข่งขันภายในเกาะ ดึงธุรกิจเข้ามาเป็นส่วนร่วมเพิ่มขึ้น



6.4.1 กลยุทธ์การให้บริการ

ลักษณะการให้บริการของ Simple Koh Yor จะเน้นการให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ควบคู่กับการสร้างความตระหนักและเรียนรู้ต่อวัฒนธรรมและวิถีเกษตรและประมงแห่งเกาะยอ

- Simple Koh Yor เป็นผู้ให้บริการท่องเที่ยวเกาะยอที่เป็นมิตรกับชุมชน
- Simple Koh Yor เป็นผู้ให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะยออย่างครบครัน
- Simple Koh Yor มีบริการนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

ขอบเขตการให้บริการ

๑ ความสะดวก

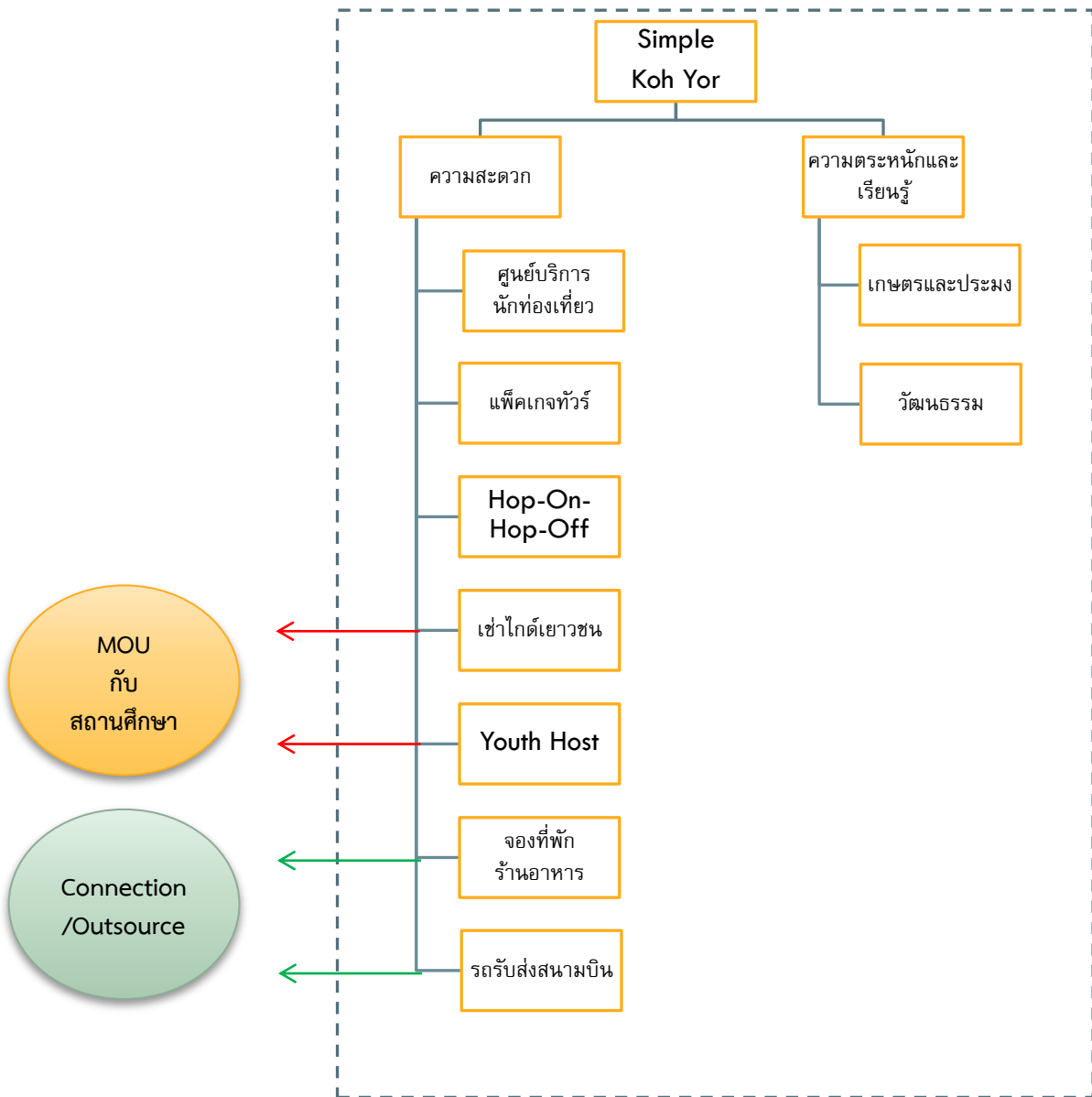
๑

- ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและที่ระลึก (รูปภาพที่ภาคผนวก ก)
 - สร้างจุดให้บริการนักท่องเที่ยว โดยจุดใหญ่จะอยู่บริเวณวัดแหลมพ้อซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวหลักของเกาะยอ จุดนี้จะมีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลและเอกสารการท่องเที่ยว ช่วยวางแผนการเดินทางและบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับเกาะยอ
 - มีร้านขายของที่ระลึก (พวงกุญแจ สติกเกอร์ เสื้อ) ไว้บริการโดยระยะจะมีที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยววัดแหลมพ้อ จากนั้นจะขยายไปตามแหล่งท่องเที่ยวแต่ละจุด
 - บริการแผนที่ฟรีสามารถติดต่อขอรับได้ที่จุดบริการนักท่องเที่ยววัดแหลมพ้อหรือร้านค้าที่ร่วมโครงการซึ่งจะมีสัญลักษณ์แปะอยู่
 - การจัดทำ Photo Spot หรือจุดถ่ายรูปไว้ให้กับ นักท่องเที่ยว โดยจัดพิมพ์ลงในแผนที่นักท่องเที่ยว พร้อมกับภาพวิวที่นักท่องเที่ยวจะได้พบและบันทึกภาพ หากเดินทางไปจนถึงจุดเหล่านั้น ซึ่งจะเป็นการชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาบนเกาะมากขึ้น โดยเส้นทางโฟโต้สปอตที่นำเสนอนี้เป็นเพียงแผนการคร่าวๆ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสมาชิกโครงการ โดยแผนที่โฟโต้สปอตนี้จะจำหน่ายที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยจำหน่ายเป็นเซตคู่กับพวงกุญแจสเตนเลส ในราคา 100 บาท
- จัดแพคเกจทัวร์และวางแผนการเดินทาง แบ่งออกเป็น 3 ประเภทสำหรับปีแรก (รายละเอียด ดูภาคผนวก ข) และในโปรแกรมก็จะมีกิจกรรมในนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน ดังนี้
 - เส้นทางทัศนศิลป์ ถิ่นเมืองพุทธ (08.00-12.00 น.) เน้นเข้าชมสถานที่ทางศาสนาและวัฒนธรรม เช่น วัดต่างๆ ลงมือฝึกทำงานหัตถกรรมที่หมู่บ้านทอผ้าและปั้นดินเผา เก็บกลับบ้านเป็นที่ระลึกกับประสบการณ์ดีๆ ครั้งหนึ่ง ณ เกาะยอ
 - เส้นทางวิถีเกาะยอ วิถีพอเพียง (13.00-18.00 น.) เน้นการเข้าชมสวนผลไม้ ร่วมกันเก็บเกี่ยวชิมและแปรรูปผลผลิตเป็นของฝากกลับบ้าน จากนั้นเข้าสู่เส้นทางประมง ลงเรือหางยาวไปดูปลาในกระชัง วางไข่ ยกยอ ตักปลา ชมวิวยามเย็นของทะเลสาบสงขลาและเพลิดเพลินไปกับการย่างอาหารทะเลทาน เคล้าคลอไปกับเสียงคลื่นและอากาศอันสดชื่น



- เส้นทางสมรม (08.00-18.00 น.) เป็นการรวมกันระหว่างเส้นทางหัตถศิลป์ ถิ่นเมืองพุทธและเส้นทางวิถีเกาะยอวิถีพอเพียง

เหตุผลที่ทาง PTBAC แนะนำให้จัดทัวร์ในลักษณะนี้เพื่อควบคุมต้นทุน โดยเราคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวที่จองเส้นทางสมรม และเส้นทางหัตถศิลป์รวมกันแล้วเต็มรถในช่วงเช้า เมื่อถึงเวลา 12.00 น. เรา



จะนำนักท่องเที่ยวสมรมไปส่งที่ร้านอาหาร จากนั้นนำนักท่องเที่ยวหัตถศิลป์ไปส่งที่วัดแหลมพ้อ รถก็จะเกิดที่ว่าง เราก็จะรับนักท่องเที่ยววิถีเกาะยอขึ้นรถและไปรับนักท่องเที่ยวสมรมจากร้านอาหารเพื่อให้รถเต็มเหมือนเดิม ก็จะเป็นการควบคุมต้นทุนให้ต่ำได้

อย่างไรก็ตามหากนักท่องเที่ยวกลุ่มใดไม่สะดวกกับเส้นทางที่เราจัดไว้ให้ ก็สามารถยื่นแผนการเดินทางเองได้ หรือปรึกษากับเจ้าหน้าที่ให้วางแผนการเดินทางให้

- **รับจองที่พักและร้านอาหาร** โดยสามารถจะรับจองให้กับร้านอาหาร โฮมสเตย์และรีสอร์ทที่เข้าร่วมโครงการเท่านั้น





- บริการรับส่งสนามบิน โดยทาง Simple Koh Yor จะ outsource รถจากเอกชนให้ ดังนั้นจึงต้องมีการจองล่วงหน้า 3-7 วัน
- รับจอง youth guide เป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัย มีการคิดค่าบริการและต้องมีการจองล่วงหน้า โดยสามารถเข้าไปจองได้ที่เว็บไซต์ โดยสามารถเลือกแบบครึ่งวันหรือเต็มวัน มีเส้นทางเกษตรและวัฒนธรรม กรณีที่ต้องการออกแบบเส้นทางเอง สามารถยื่นแผนการเดินทางล่วงหน้าพร้อมแบบฟอร์มขอไกด์ได้
- รับผิดชอบ youth host ประจำตามแต่ละจุดที่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวแนะนำ และในสถานที่อื่นๆ ซึ่งเจ้าของสถานที่ติดต่อขอจากอบต.
- บริการรถวนเกาะ (hop on/hop off) วนตามสถานที่ท่องเที่ยวในเส้นทางแนะนำ ใช้เวลาวนรอบเกาะประมาณ 30 นาที โดยนักท่องเที่ยวสามารถรอรถได้ที่ป้าย Hop On/Hop Off ซึ่งจะมีป้ายแสดงเส้นทางเดินรถและเวลารถที่จะมาถึงป้ายต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถบริหารเวลาการท่องเที่ยวได้

๖ **การเรียนรู้** Simple Koh Yor ได้จัดเตรียมเส้นทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางอิสระ โดยการจัดแยกกลุ่มสถานที่ท่องเที่ยวเกาะยาวออกเป็น 2 กลุ่ม คือ เส้นทางเกษตรและเส้นทางวัฒนธรรม (ชมภาพที่ภาคผนวก ค)

- มีการจัดทำป้ายบอกประเภทความสำคัญ (เกษตรกรรม หรือ วัฒนธรรม) เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกว่าตรงกับความสนใจของตนหรือไม่
- ในจุดท่องเที่ยวต่างๆ จะมีการจัดทำป้ายบอกเรื่องราวความเป็นมาของสถานที่ รวมทั้งจุดสำคัญของส่วนต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจ และความตระหนักในคุณค่าของสถานที่นั้นๆ ซึ่งปัจจุบันไม่มีการสร้างในจุดนี้ ยกเว้นบริเวณวัดท้ายยอ แต่ไม่ทั่ว (บริเวณกุฏิซึ่งมีอายุกว่าร้อยปีและทางขึ้นเจดีย์ ไม่มีป้ายใดๆบอก) การให้ความรู้นักท่องเที่ยวเป็นการสร้างความทรงจำ ซึ่งสามารถส่งผลให้เกิดความซาบซึ้งและตระหนัก และยังยืดเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้กับแต่ละสถานที่อีกด้วย
- ในส่วนของบุคคลทั่วไป หรือบ้านที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม เกษตรกรรม แต่ไม่ใช่หน่วยธุรกิจ ก็ให้ติดตั้งป้ายแสดงประวัติและความเป็นมา และผลประโยชน์ที่ผู้เยี่ยมชมจะได้รับ
- นอกจากนี้ก็จะมี Youth Host ตามจุดต่างๆ ทั่วเกาะเพื่อให้ความรู้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ

กิจกรรมเด่นที่จะพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (ชมภาพที่ภาคผนวก ง)

1. **โฮมสเตย์** นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปพักกับชาวบ้านโดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตชาวเกาะยาวอย่างแท้จริง รู้จักเพื่อนใหม่ เรียนรู้การทำอาหาร ฯลฯ โดยผู้ที่จะเป็น host จะต้องลงทะเบียนโฮมสเตย์ไว้ โดยแต่ละครอบครัวจะต้องมีการตรวจสอบประวัติอาชญากรรม ตรวจสอบความพร้อมและยื่นแผนกิจกรรมให้ออบต. ตรวจสอบ
2. **กิจกรรมชมทัศนียภาพวิถีประมง** นักท่องเที่ยวจะได้ :
 - เรียนรู้การพายเรือออกไปตกปลาในทะเลสาบ
 - ชมวิถีชีวิตชาวบ้านชาวประมงที่ลัดหล่นไปบนเนิน ขนากลางน้ำและท้องฟ้ายามพระอาทิตย์ตกดิน



- หลังจากจับปลาสดๆมาได้แล้ว ก็จะมีเตาบาร์บีคิวให้เข้าปรุงแต่งรสอาหารตามใจชอบพร้อมสูดอากาศสดชื่นแห่งทะเลสาบสงขลา ผู้ที่จะให้บริการในด้านนี้จะต้องมีการมาลงทะเบียนกับอบต. เพื่อตรวจสอบสภาพเรือและอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย

3. กิจกรรมเกษตรพื้นบ้านสวนสมรม นักท่องเที่ยวจะได้ :

- เข้าชมสวนสมรม การปลูกผลไม้ตามฤดูกาล
- เรียนรู้การสานโคระ
- ปลูกต้นไม้ ปักชื่อเป็นของตนเอง โดยทางสวนจะคอยดูแลให้ นักท่องเที่ยวสามารถกลับมาเก็บผลผลิตจากต้นไม้ฟรี
- สนุกสนานไปกับการเก็บเกี่ยวชิมผลผลิต
- เพลิดเพลินไปกับการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เช่น การทำแยมขนุน แยมมะม่วง แยมมังคุด กระท้อนทรงเครื่อง ไวน์มังคุด ฯลฯ แบ่งรับประทาน บรรจุขวดไปฝากครอบครัวเพื่อนฝูง
- ซื้อผลผลิตสดๆจากสวนโดยตรง

โดยเจ้าของสวนที่เข้าร่วมโครงการจะได้รับการให้ความรู้เรื่องการแปรรูปผลผลิต โดยทางอบต.จะขอความช่วยเหลือจากคณะ/แผนกคหกรรมและวิทยาศาสตร์อาหาร

4. กิจกรรมปั่นดินเผา นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้การปั้นดินเผาอย่างง่ายๆ จากช่างปั้นซึ่งมีประสบการณ์อันยาวนานและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา
5. กิจกรรมทอผ้า นักท่องเที่ยวสามารถทดลองทอผ้าลายเกาะยอ และเลือกซื้อผ้าเกาะยออันเลื่องชื่อและเสื้อผ้า
6. กิจกรรมตลาดเกษตรและวัฒนธรรมเกาะยอ เป็นตลาดนัดสุดสัปดาห์โดยมุ่งหมายให้เป็นตลาดจำหน่ายผลผลิตทางการเกษตรและวัฒนธรรม ขนมไทยและของที่ระลึก โดยจะมีการแสดงการรำโนราของนักเรียนให้นักท่องเที่ยวชมฟรี

ตราสินค้า



สีน้ำเงิน	แทน	ทะเลและประมง
ต้นมะพร้าวและเกาะ	แทน	ทัศนียภาพของเกาะยอ
สีน้ำตาล	แทน	พื้นดินและสีของไม้แสดงถึงการอนุรักษ์
สีเขียว	แทน	การเกษตร
Simple	คือ	ความเรียบง่ายดังวิถีแห่งเกษตรและประมง



Simple Koh Yor เป็นการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรมที่จะคงอยู่ร่วมสมัย ไม่ล้าหลัง บริการความสะอาดกับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความประทับใจพร้อมกับความรู้ผ่านประสบการณ์ด้วยตนเอง

6.4.2 กลยุทธ์ด้านราคา

ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลเกาะยอมีการเสนอการบริการที่หลากหลายที่คอยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว จากการที่กลุ่มเป้าหมายมีรายได้ปานกลาง ต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน เราจึงตั้งราคา ดังนี้

- **ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว** บริการวางแผนการเดินทาง ให้บริการฟรี
- **แพคเกจทัวร์** ใช้กลยุทธ์เจาะตลาด (Penetration Pricing) ซึ่งจะเน้นการตั้งราคาต่ำ (เมื่อเทียบกับราคาตลาดของแพคเกจทัวร์ทั่วไป) แต่มีคุณภาพเกินราคา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเสนอ ดังนี้

ชื่อทัวร์	ระยะเวลา	ราคา	ราคานี้รวม	ราคานี้ไม่รวม *เป็นราคาที่ไม่มีการบังคับจ่าย
ทัวร์สมรม	10 ชั่วโมง	120 บาท (ต้นทุน 87 บาท)	- ค่าไกด์ - ค่ารถ - ค่าเรือหางยาว - ค่าบำรุงสถานที่	- ค่าอาหารเที่ยง - ค่าสินค้าหัตถกรรมหากต้องการนำผลงานกลับบ้าน - ค่าอาหารทะเลและค่าเช่าอุปกรณ์ทำอาหารกรณีต้องการทำอาหารเย็น - ค่าผลไม้ที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตแปรรูปกรณีต้องการนำกลับบ้าน - ค่าทิปไกด์และคนขับรถ
ทัวร์หัตถศิลป์ถิ่นเมืองพุทธ	4 ชั่วโมง	70 บาท (ต้นทุน 32 บาท)	- ค่าไกด์ - ค่ารถ - ค่าบำรุงสถานที่	- ค่าสินค้าหัตถกรรมหากต้องการนำผลงานกลับบ้าน - ค่าทิปไกด์และคนขับรถ
ทัวร์วิถีเกาะยอวิถีพอเพียง	5 ชั่วโมง	90 บาท (ต้นทุน 55 บาท)	- ค่าไกด์ - ค่ารถ - ค่าเรือหางยาว - ค่าบำรุงสถานที่	- ค่าอาหารทะเลและค่าเช่าอุปกรณ์ทำอาหารกรณีต้องการทำอาหารเย็น - ค่าผลไม้ที่เก็บเกี่ยว และผลผลิตแปรรูปกรณีต้องการนำกลับบ้าน - ค่าทิปไกด์และคนขับรถ

ลักษณะการตั้งราคาแบบนี้เพื่อให้ทัวร์สมรม ซึ่งมีระยะเวลา 1 วัน มีราคาน่าดึงดูด แม้ว่าในด้านของกำไรอาจจะน้อย แต่สามารถเพิ่มค่าใช้จ่ายสู่ชุมชนโดยตรงได้มากกว่า

- **ของที่ระลึก** ใช้กลยุทธ์ Skimming Pricing เพื่อเร่งคืนทุนค่าผลิต และเปิดโอกาสให้คนในชุมชนผลิตขึ้นมาเป็นคู่แข่งได้

ผลิตภัณฑ์	ราคา
เสื้อยืด	150
พวงกุญแจ สติกเกอร์	100

- **บริการรถวน** คิดค่าบริการ 20 บาท ขึ้นได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง



- **ไกด์เยาวชน** คิดค่าบริการ 240 บาท เวลาทำงาน 08.00-16.00 น. จองล่วงหน้า 3-7 วัน ต้องแจ้งแผนการเดินทางล่วงหน้า
- **Youth Host** ไม่คิดค่าบริการ ยื่นขอพร้อมข้อมูลธุรกิจ
- **บริการจองห้องพักและร้านอาหาร** คิดราคาตามราคาจริง ไม่คิดค่าบริการเพิ่ม เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวและเป็นช่องทางเข้าไปควบคุมคุณภาพของการให้บริการภายในตัว เพราะเมื่อธุรกิจเหล่านี้เข้าร่วมกับเรา ก็ต้องเปิดโอกาสให้เราเข้าไปตรวจสอบได้ในระดับหนึ่ง
- **บริการจองรถรับส่งสนามบิน** คิดค่าบริการตามราคาจริง ไม่คิดค่าบริการเพิ่มหรือประมาณ 500 บาท เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

6.4.3 กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

1. เว็บไซต์ www.simplekohyor.com

ในปัจจุบัน อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากในการหาข้อมูลต่างๆ นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติแสดงผลข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน อัปเดตแก้ไขง่าย และมีการโต้ตอบได้รวดเร็ว

เมื่อดูจากกลุ่มเป้าหมายหลักของเราที่เป็นกลุ่มอายุ 20-40 ปี เป็นวัยทำงาน ส่วนใหญ่มีสมาร์ทโฟน และต้องการความรวดเร็วในการหาข้อมูล ดังนั้น ช่องทางหลักหนึ่งในการจัดจำหน่ายจึงเป็นเว็บไซต์ทางการ

SimpleKohYor.com มีเป้าหมายที่จะพัฒนาให้เป็น one-stop service สำหรับบริการท่องเที่ยวเกาะयो โดยมีฟังก์ชันการใช้งาน ดังนี้

- | | |
|---|------------------------------------|
| ● ให้ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเกาะयो | ● บริการเช่ารถ รับ-ส่งสนามบิน |
| ● วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว | ● บริการจอง youth-guide |
| ● ให้ข้อมูลเส้นทางการท่องเที่ยว | ● บริการ youth-host |
| ● รับจองแพคเกจทัวร์ | ● ชำระเงินผ่านบัตรเครดิตและ Paypal |
| ● ลงโฆษณา | ● รับแจ้งการโอน |
| ● Directory โฮมสเตย์และที่พัก | ● ลงทะเบียน Mailing List |
| ● การแบบฟอร์มการจอง | ● Download คู่มือส่วนลดต่างๆ |
| ● รับจัดแผนการท่องเที่ยวสำหรับองค์กรต่างๆ | |

2. บริษัททัวร์ ระยะแรกจะร่วมมือกับบริษัททัวร์ที่เน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น บริษัท Local Alike จากนั้นจึงขยายไปยังบริษัททัวร์ที่รับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะมาเลเซีย

3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยววัดแหลมพ้อ

4. เคาเตอร์สนามบินหาดใหญ่

5. เคาเตอร์ที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองสะเดา

6. เว็บไซต์ TripAdvisor, Expedia, LonelyPlanet

เริ่มในปีที่ 2

ข้อที่ 2-6 มีไว้เพื่อนักท่องเที่ยวที่ไม่รู้จักเว็บไซต์ของเรา หรือไม่มีการวางแผนล่วงหน้า โดยมีฟังก์ชันเช่นเดียวกับเว็บไซต์ อย่างไรก็ตามบางบริการ เช่น บริการ Youth Guide อาจมีไม่เพียงพอต่อความต้องการกรณีไม่มีการแจ้งล่วงหน้า



6.4.4 กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด – Pull (ตารางการดำเนินงาน ดูภาคผนวก จ)

๑ การโฆษณา

1. Facebook Fanpage

รายละเอียด

เปิดแฟนเพจในเฟซบุ๊ก โดยจะทำการโปรโมทเพจและโพสต์ คาดการณ์จำนวนผู้ติดตามขั้นต่ำที่ 15,600 คน

ระยะเวลาดำเนินการ

ช่วงวันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ ของทุกสัปดาห์ ยกเว้นช่วงเดือนที่ 4-5 ที่จะโปรโมทในช่วงวันธรรมดาด้วย เริ่มตั้งแต่เดือนที่ 1 เพื่อเล่าเรื่องราวของเกาะยาว สร้างความสนใจและความตระหนักถึงหน่วยงาน

ต้นทุน

เฉลี่ยคิดเป็นงบประมาณวันละ 160 บาทต่อวัน

$160 \text{ บาท} \times 3 \text{ วัน} \times 52 \text{ สัปดาห์} = 24,960 \text{ บาท ต่อปี}$

2. Blogger และ Reviewer

รายละเอียด

ส่ง Press Kit ซึ่งก็คือเอกสารแสดงข้อมูลความน่าสนใจของเกาะยาวไปให้และเชิญบล็อกเกอร์เชิงท่องเที่ยวที่มีผู้ติดตามมากและ reviewer ที่มี Ranking สูงๆในเว็บการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น TripAdvisor ให้ลงบทความและโปรโมทเกี่ยวกับวิถีชีวิตของเกาะยาว ใน Press Kit ก็จะมีภาพสถานที่ท่องเที่ยว แผนการพัฒนา คลิปเกี่ยวกับวิถีชีวิตเชิงเกษตรและวัฒนธรรมเกาะยาวลงในเว็บสำคัญๆ เช่น พันทิป OK Nation BlogGang ฯลฯ เพื่อเป็นการสร้างความตระหนักต่อเกาะยาวในฐานะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว

ระยะเวลาดำเนินการ

จะเริ่มส่ง Press Kit ในเดือนที่ 2 เนื่องจากต้องรอรายชื่อธุรกิจที่จะเข้าร่วมกับเราก่อน และทำ Press Kit ที่ครอบคลุมถึงธุรกิจเหล่านั้น เพื่อหวังผลระดับสูงในการเผยแพร่ในเดือนที่ 3 และ 4 ก่อนการเปิดเส้นทางอย่างเป็นทางการ หลังจากนั้นก็จะยังส่ง Press Kit อย่างต่อเนื่องและมากขึ้นช่วงเดือนที่ 11 และ 12 เพื่อแจ้งการพัฒนาครั้งใหญ่เพื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ 2

ต้นทุน

จัดทำ Press Kit ขนาด A4 กระดาษอาร์ตมัน 130 แกรม สี พิมพ์ 2 ด้านชุดละ 5 แผ่น พร้อม CD 1 แผ่น ต้นทุนชุดละ 50 บาท จัดทำ 500 ชุด เป็นเงิน 25,000 บาท

3. Magazine / หนังสือพิมพ์

รายละเอียด

ส่ง Press Kit ซึ่งก็คือเอกสารแสดงข้อมูลความน่าสนใจของเกาะยาวไปให้ Magazine และหนังสือพิมพ์ต่างๆ โดยเป้าหมายหลักคือการลงบทความใน In-Flight Magazine ของสายการบินต่างๆ และหนังสือพิมพ์รายวัน



ระยะเวลาดำเนินการ

จะเริ่มส่ง Press Kit ในเดือนที่ 2 เนื่องจากต้องรอรายชื่อธุรกิจที่จะเข้าร่วมกับเราก่อน และทำ Press Kit ที่ครอบคลุมถึงธุรกิจเหล่านั้น เพื่อหวังผลระดับสูงในการเผยแพร่ในเดือนที่ 4 ก่อนการเปิดเส้นทางอย่างเป็นทางการ หลังจากนั้นก็จะยังส่ง Press Kit อย่างต่อเนื่องและมากขึ้นช่วงเดือนที่ 9 เพื่อหวังผลในเดือนที่ 11 ที่ประชาชนเริ่มวางแผนการเดินทางช่วงปีใหม่

ต้นทุน

รวมในต้นทุนของข้อที่ 2

4. Press Trip

รายละเอียด

เชิญสื่อที่เผยแพร่ข้อมูลให้เข้าร่วมทริปสื่อมวลชนเพื่อได้สัมผัสกับเกาะยอด้วยตนเอง ลักษณะจะเป็นทัวร์สมรม วันแรกช่วงเช้าบินสู่หาดใหญ่และเดินทางสู่เกาะยอ ช่วงบ่ายไปเปิดเส้นทางวิถีเกาะยอ วิถีพอเพียง ค้างคืนที่โฮมสเตย์ เช้ามาวันที่ 2 สัมผัสกับวิถีชีวิตยามเช้าของชาวเกาะยอ ก่อนจะเยือนเส้นทางหัตถศิลป์ ถิ่นเมืองพุทธ และบินกลับ

ระยะเวลาดำเนินการ

ช่วงเดือนที่ 4 ระยะเวลา 2 วัน 1 คืน

ต้นทุน

20 คน x (ตัวไปกลับ 1,800 บาท + ที่พัก 200 บาท + อาหาร 4 มื้อ 200 บาท + ของที่ระลึก 100 บาท) + ค่ารถโดยประมาณ 3,000 บาท = 49,000 บาท

5. บิลบอร์ด

รายละเอียด

ติดตั้งป้ายบิลบอร์ดบริเวณถนนจากสนามบิน หน้าขนส่ง แยกถนนเพชรเกษมเข้าสนามบิน และแยกเพชรเกษม-ลพบุรีราเมศวร์

ระยะเวลาดำเนินการ

ตลอดปี

ต้นทุน

4 ป้าย x 5,000 บาท = 20,000 บาท

6. Google Ads

รายละเอียด

โปรโมทเมื่อมีการค้นหาคีย์เวิร์ด เกาะยอ เทียว อนุรักษ์ สงขลา โดยจะทำให้ลิงค์มาเว็บไซต์ขึ้นเป็น hit แรก

ระยะเวลาดำเนินการ ตลอดปี

ต้นทุน โดยตั้งงบประมาณที่ 1,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น 12,000 บาทต่อปี



7. Banner Exchange

รายละเอียด

ร่วมมือกับชุมชนท่องเที่ยวที่อื่น เช่น ศีรีวง ในการแลก banner กันในเว็บไซต์ของตนเอง

ระยะเวลาดำเนินการ ตลอดปี

ต้นทุน ไม่มี

8. Brochure

รายละเอียด

โบรชัวร์เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถให้ข้อมูลเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยวได้อย่างครอบคลุม โดยเราจะตั้งไว้ที่จุดแจกแผ่นพับของโรงแรมต่างๆในอ.สะเดาและหาดใหญ่ สนามบินหาดใหญ่ ดอนเมืองและสุวรรณภูมิ สถานีรถไฟและขนส่ง บริษัททัวร์ต่างๆ รวมทั้งในงานออกบูธต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ระยะเวลาดำเนินการ

ตลอดปี

ต้นทุน

โบรชัวร์กระดาษอาร์ตมัน 105 แกรม จำนวน 100,000 บาท x 0.37 บาท

รวมเป็นเงิน 37,000 บาท

๖ การส่งเสริมการขาย

1. ส่วนลด

รายละเอียด

จัดขอโปรโมชั่นส่วนลดต่างๆจากสมาชิกและธุรกิจต่างๆ ทำเป็นคูปองให้สามารถดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์

ระยะเวลาดำเนินการ ตลอดปี

ต้นทุน ไม่มี

2. การบอกต่อ

รายละเอียด

เพราะจากสถิติ 77.1% รับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือญาติ เราจึงต้องการให้นักท่องเที่ยวบอกเล่าเรื่องราวของเกาะยอต่อไป โดยจะมีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวโพสต์รูปภาพของตนเองพร้อม #SimpleKohYor #เกาะยอ รูปที่มีคนกดไลค์มากที่สุดในแต่ละสัปดาห์ก็จะมีของสมนาคุณจากหน่วยธุรกิจที่ให้การสนับสนุน

ระยะเวลาดำเนินการ ตลอดปี

ต้นทุน ไม่มี



3. เทศกาล

รายละเอียดและระยะเวลา

เดือน	เทศกาล	กิจกรรม
มกราคม	ปีใหม่	งานนับถอยหลังและดอกไม้ไฟที่สะพานติณห์ทิศใต้
กุมภาพันธ์	วาเลนไทน์	จัดซุ้มถ่ายรูปสำหรับคู่รักและครอบครัว และแพคเกจคู่รัก
เมษายน	สงกรานต์	จัดงานเล่นน้ำแบบโบราณ แต่งกายตามประเพณีดั้งเดิม
มิถุนายน	ออกพรรษา	ขึ้นเขากุฎิ แข่งเรือยกยอ
กรกฎาคม	ของดีเกาะขอม	ชิมอาหาร ประกวดนางงาม
สิงหาคม	วันเฉลิมฯ	ปั่นจักรยาน / มาราธอน เฉลิมพระเกียรติ
กันยายน	ทำบุญเดือนสิบ	พาเหรดเปรต ชิงเปรต
ตุลาคม	ลอยกระทง ออกพรรษา	กิจกรรมพายเรือลอยกระทง กิจกรรมลากเรือพระ

งบประมาณและของรางวัลต่างๆ จะขอจากสปอนเซอร์ หรือหารรายได้จากผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ยังสามารถส่ง Press Kit ให้กับหน่วยงานต่างๆ ให้ใช้เกาะขอมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม เช่น กิจกรรม Nation Bike Thailand

👉 การสร้างลูกค้าสัมพันธ์

1. Line@

รายละเอียด

เปิดบัญชี Line@ ซึ่งมีลักษณะคล้ายแฟนเพจบนไลน์ เพื่อแจ้งข่าวสาร ส่งภาพและสามารถรับลงทะเบียนให้กับหน่วยธุรกิจต่างๆ ในท้องถิ่นกับผู้ติดตาม ซึ่งจะหาผู้ติดตามจากผู้ซื้อ Photo Spot Map เมื่อนักท่องเที่ยวต้องการพิมพ์รูปก็จะให้ส่งรูปเข้าบัญชี Line@ เพื่อสั่งการพิมพ์

ระยะเวลาดำเนินการ

ตลอดปี เริ่มจากเดือนที่ 4 เพื่อแจ้งข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับการเปิดเกาะให้กับกลุ่มสื่อมวลชนและนักท่องเที่ยว

ต้นทุน

ค่าลงทะเบียน 150 บาทต่อปี + ค่าส่ง SMS 50,000 ข้อความ/เดือน 799 บาท x 12 เดือน
คิดเป็นเงิน 9,738 บาท

2. Mailing List

รายละเอียด

โดยจะส่งข่าวสาร ส่งภาพต่างๆ ให้กับลูกค้าเก่าเพื่อสร้างความผูกพัน หรือใช้กระตุ้นลูกค้าใหม่ที่มีความสนใจ และสามารถรับลงทะเบียนให้กับหน่วยธุรกิจต่างๆ ในท้องถิ่น ซึ่งเป็นอีกทางเลือกในการติดต่อนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่แอปพลิเคชัน Line



ระยะเวลาดำเนินการ

ตลอดปี เริ่มจากเดือนที่ 4 เพื่อแจ้งข่าวความคืบหน้าเกี่ยวกับการเปิดเกาะให้กับกลุ่ม
สื่อมวลชนและนักท่องเที่ยว

ต้นทุน ไม่มี

👉 **การขายตรง**

1. Promotional Package

รายละเอียด

จัดทำโปรโมชั่นแพคเกจนำเสนอให้กับองค์กรต่างๆ เพื่อดึงลูกค้าแบบกลุ่มใหญ่

ระยะเวลาดำเนินการ

ตลอดปี เน้นในช่วงเดือนที่ 3-7 เพราะต้องการให้บรรยากาศคึกคักกับการเริ่มต้น

ต้นทุน ไม่มี

6.4.5 กลยุทธ์ด้านบุคคล

Customer Service Orientation : เกาะยาว แม้ไม่สบายแต่แสนสะดวก

เป้าหมายหลักของเราคือทำให้ความสะดวกในการท่องเที่ยวกับผู้มาเยือน ดังนั้นลักษณะสำคัญของ
ผู้เข้าร่วมโครงการทุกฝ่าย คือ มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับเกาะยาว มีความสามารถในการถ่ายทอดความรู้และ
มีรอยยิ้มที่เป็นมิตร

เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย จะมีการเตรียมการ ดังนี้

1. สร้างความเข้าใจกับผู้เข้าร่วมโครงการเรื่องลักษณะการให้บริการ
2. อบรมการปฏิบัติงานตามหน้าที่
3. ผู้เข้าร่วมโครงการเตรียมพร้อมในด้านความรู้ในสายงาน
4. เข้าร่วม Workshop จำลองสถานการณ์จริง เรียนรู้การประสานงานและการแก้ไขปัญหา
5. ร่วมกันจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานจากการทำ workshop

กำลังคนจากองค์กรภายนอก

อบต. จะจัดทำ MOU กับองค์กรต่างๆ เพื่อจัดหาบุคลากรในด้านต่อไปนี้

- ชมรมอนุรักษ์ / อาสาพัฒนาในการทำ Big Cleaning Day
- Youth Host คณะท่องเที่ยว ศีลภาสาสตร์ มนุษย์ศาสตร์ การตลาด
- Youth Guide คณะท่องเที่ยว
- พัฒนาผลผลิตแปรรูป คณะคหกรรม วิทยาศาสตร์อาหาร
- Blogger คณะวารสารศาสตร์ อักษรศาสตร์ นิเทศศาสตร์
- ความสวยงามของจุดต่างๆ แผนกมัณฑนศิลป์ จิตรกรรม ฯลฯ



6.4.6 กลยุทธ์การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

ภาพลักษณ์โดยรวมของ Simple Kohyor เป็นสีเขียว ฟาและน้ำตาล ซึ่งแทนการอนุรักษ์ ทะเลและวัฒนธรรม ดังนั้น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หรือสื่อตีพิมพ์ต่างๆ ก็เน้นโทนสีเหล่านี้ การตกแต่งก็จะเป็นแนวร่วมสมัย ผสมผสานกันระหว่างความเก่าและความใหม่ ด้วยสไตล์จากจัดวางแบบเรียบง่าย ดูดี แต่ไม่หรูหรา

๑ เครื่องแบบ

ผู้หญิง : จะเป็นเสื้อเชิ้ตสีขาว ผ้าถุงเกาะยอ

ผู้ชาย : เสื้อผ้าเกาะยอ และกางเกงดำหรือครีม

๒ สถานที่ (ดูภาพจากภาคผนวก ฉ)

ความสะอาด

- จัดทำถังขยะที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น เป็นรูปขุนซึ่งเป็นผลไม้ไม่มีชื่อเสียง วางในจุดท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อสร้างให้เป็นจุดเด่นและสะดวกต่อนักท่องเที่ยว
- ให้เจ้าของสถานที่มีการจัดเก็บวัสดุ อุปกรณ์เครื่องใช้ให้มิดชิด ไม่เกะกะสร้างความไม่น่าดู
- ห้องสุขา ต้องสะอาดและเป็นมิตรกับผู้พิการ ซึ่งทางเจ้าของสถานที่สามารถเรียกเก็บค่าใช้บริการจากนักท่องเที่ยวได้ สถานที่สาธารณะสามารถเปิดให้ชาวบ้านเข้ามาทำความสะอาดและตั้งราคาค่าบริการเป็นการหารายได้แก่ตน
- ดูแลรักษาความเป็นระเบียบเรียบร้อยของต้นไม้ข้างทาง

ความสะดวก

- จัดป้ายบอกเส้นทางไว้ตามแยกเพื่อให้สามารถสังเกตเห็นได้ง่าย
- ติดตั้งป้ายบอกจุดขึ้นรถ Hop On/Hop Off พร้อมป้ายแสดงการเดินรถและตารางเวลา

ความสวยงาม

- จัด Big Cleaning Day เกาะยอ โดยขอความร่วมมือจากองค์กรภายนอก เป็นการสร้างความตระหนักจากภายนอกสู่ภายใน
- ตกแต่ง บริเวณที่มีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น
 - ✓ วัดต่างๆที่มีสภาพทรุดโทรมก็ให้มีการบูรณะ จัดระเบียบและวางผังใหม่ให้น่าเชื่อถือ น่าเคารพ
 - ✓ จุดชมวิวกว๊าน 7 เป็นจุดที่มีศักยภาพมากจากสภาพทางภูมิศาสตร์ แต่ปัจจุบันกลับเสื่อมโทรม ต้องมีการทำรั้ว ซ่อมหลังคา ติดหลอดไฟ ปรับแต่งความสวยงาม เช่น การนำเก้าอี้ที่ออกแบบน่าสนใจมาตั้ง สร้างให้เป็นจุดถ่ายรูปและแบ่งปันออนไลน์ นอกจากนี้ยังสามารถหาจุดจอดรถที่ “ไม่ใกล้” จุดชมวิวกว๊านเกินไปเพื่อให้ระหว่างเส้นทางเดินเกิดเป็นโอกาสเปิดร้านค้าให้กับชาวบ้านในละแวก
- ผนวกประชาชนโดยเฉพาะในหมู่บ้านที่ไม่มีจุดเด่นหรือสถานที่ดั้งเดิม ให้รู้จักสร้างให้ที่อยู่ของตนเองเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างโอกาสหารายได้ให้แก่ตนเอง เช่น การทำรั้วบ้านให้เป็นห้องรับแขก (วางเก้าอี้) จัดหมอนอิง (กำแพงเปล่า เขียนบอกรักเกาะยอ บอกรักแฟน แจกเบอร์ตามสบาย) หรือเป็นผืนผ้าใบ (วาดรูป) ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปหรือทำกิจกรรม



6.4.7 กลยุทธ์กระบวนการให้บริการ

ในด้านของการให้บริการ จะมีการจัดทำคู่มือการให้บริการและ Check List ในสิ่งที่ต้องปฏิบัติ เพื่อควบคุมแนวทางปฏิบัติ พร้อมทั้งตั้ง Golden Rules ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ซึ่งต้องมีการอบรมหรือประชุมทุกต้นสัปดาห์เพื่อสรุปภาพรวมของสัปดาห์ที่ผ่านมาและแนวทางแก้ไข

6.5 กิจกรรมหรือการดำเนินการทางการตลาด

การดำเนินงาน	เดือนที่												งบประมาณ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1. พัฒนาภูมิทัศน์เกาะยอ ถนนจุดชมวิว วัดและในบริเวณเป็นสาธารณะ (งบรวมทุกอย่างตั้งแต่ป้าย ทางเดิน บอกลิทติง ป้ายจอดรถ ฯลฯ)													192,750
2. อบรมให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับโครงการและเงื่อนไขการเข้าร่วม													30,000
3. รับสมัครหน่วยธุรกิจเข้าร่วมโครงการและทำสัญญา													-
4. เจ้าหน้าที่ลงเยี่ยมสมาชิกโครงการวางแผนพัฒนาและดำเนินการจัดระบบ													55,000
5. จัดทำ MOU กับสถานศึกษาเรื่องไกด์และ host เยาวชน													--
6. อบรม Youth Guide & Host Students													10,000
7. การอบรมเรื่องกระบวนการให้บริการท่องเที่ยว ทักษะการนำเสนอและการจัดการเงิน													35,000
8. อบรมเชิงปฏิบัติการ													25,000
9. ทำเว็บไซต์และBanner Exchange													3,000
10. จัดทำ Press Kit นำเสนอกับสื่อต่างๆ ได้แก่ blogger/reviewer/magazine/หนังสือพิมพ์													50,000
11. โปรโมทผ่านบิลบอร์ด													20,000
12. Google Ads													12,000
13. จัดทำแฟนเพจ													24,960
14. จัดทำโบรชัวร์													37,000
15. Line@													9,738
16. Mailing List													-
17. จัด Press Trip เปิดเส้นทางท่องเที่ยวรอบสื่อ													49,000
18. เสนอ Promotional Package ให้กับองค์กรต่างๆ													



การดำเนินงาน	เดือนที่												งบประมาณ
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
19. เปิดเส้นทางท่องเที่ยว													100,000
20. เปิดตลาดเกาะยอ													25,000
21. ขายเสื้อ													375,000
22. ขายเช็ตของที่ระลึก													280,000
23. เทศกาล													-

สีแดง หมายถึง ความเข้มข้นในการปฏิบัติงานนั้นสูง
สีเทา หมายถึง ความเข้มข้นในการปฏิบัติงานนั้นต่ำ

สีน้ำตาล หมายถึง ความเข้มข้นในการปฏิบัติงานนั้นปานกลาง

7. แผนการผลิต

7.1 เครื่องจักร อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิต

ลำดับ	รายการ	จำนวน	การใช้งาน	ราคาทุน	อายุ
1	รถ Hop on Hop off	1	20	350,000	30
2	รถยนต์		outsource		
3	เรือหางยาว		outsource		

7.2 ข้อมูลการจัดทัวร์

จำนวนกลุ่มนำเที่ยวสูงสุดต่อวัน	20	กลุ่ม ต่อวัน กลุ่มละ 16 คน
จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 3,780 คน เฉลี่ยวันละ 126 คน กำหนดวันหยุดมีนักท่องเที่ยวเป็น 2 เท่าของวันธรรมดา คือ 152 คน แต่ละรอบรับนักท่องเที่ยวได้ 16 คน คิดเป็น 16 รอบ เราจะถือเป็น 80% ของกำลังการผลิตสูงสุด		
อัตราเฉลี่ย	8	กลุ่ม ต่อวัน
เป้าหมายหน่วยการผลิต	8	กลุ่ม ต่อวัน
เวลาที่ใช้ในต่อการนำเที่ยว	10	ชั่วโมง ต่อกลุ่ม
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการผลิต	2	คน ต่อกลุ่ม(ไกด์และคนขับรถ)
อัตราค่าแรงงานในการผลิต	300	บาท ต่อวัน (คนขับรถเท่านั้น)

ข้อมูลการบริการรถ Hop-on Hop-off

จำนวนหน่วยการให้บริการ	2,160 รอบ/ปี	(6*30*12)
อัตราประมาณการในการบริการ	1,800 รอบ/ปี	(5*30*12)
เป้าหมายการให้บริการ	1,440 รอบ/ปี	(4*30*12)
เวลาที่ใช้ในการบริการต่อการบริการ	12 ชม./วัน	
จำนวนแรงงานที่ใช้ในการบริการ	1 คน	
อัตราค่าแรงงานในการบริการ	18,000 บาท/เดือน	(12*30*50)



7.3 แผนผังกระบวนการผลิต กรณีซื้อแพคเกจทัวร์



กรณีจองไกด์

กรณีจองโรงแรม ร้านอาหารหรือ Airport Transfer จะจบในขั้นตอนที่ 4



8. แผนการเงิน

8.1 นโยบายทางการเงิน ลูกค้าจะต้องชำระเงินทันทีหลังการจอง โดยสามารถชำระผ่านการโอนเข้าบัญชี, บัตรเครดิต, Paypal หรือ Western Union



กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนบริหารธุรกิจ



กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนบริหารธุรกิจ



กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนบริหารธุรกิจ



กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัฒนบริหารธุรกิจ



9. ธรรมชาติของการดำเนินงาน

หลักธรรมชาติของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงเกษตรตำบลเกาะยอ

1. การมีส่วนร่วม : การมีส่วนร่วมของสมาชิกทั้งชายและหญิง คือ การตัดสินใจที่สำคัญในสังคม และสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นกับชาวบ้านในตำบลเกาะยอ การมีส่วนร่วมสามารถทำได้โดยอิสระ ไม่มีการบังคับ สมาชิกในตำบลเกาะยอเต็มใจ ให้ความร่วมมือด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วมผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะยอ
2. ความรับผิดชอบ : ความรับผิดชอบเป็นการพยายามให้ทุกคนทุกฝ่ายทำหน้าที่ของตนให้ดีที่สุด ในการทำงานและกล้าที่จัดตัดสินใจและรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจนั้น ๆ
3. ความซื่อสัตย์ : การดำเนินธุรกิจต้องอยู่บนพื้นฐานความโปร่งใส จริงใจต่อการให้บริการ ให้ข้อมูลทุกอย่างตามความเป็นจริง แข่งขันกันตามกฎเกณฑ์
4. จิตอาสา : เนื่องจากเราต้องการนำรายได้มาสู่ชุมชนในภาพรวม เพราะฉะนั้น เจ้าหน้าที่ทุกคนต้องมีจิตอาสา คำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะสร้างให้กับชุมชน

10. แผนฉุกเฉิน

ลำดับ	ลักษณะปัญหาหรือความเสี่ยง	ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น	แนวทางในการแก้ไข
1.	ฤดูกาล	นักท่องเที่ยวลดลงและไม่สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้	จัดโปรโมชั่นและกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว
2.	นักท่องเที่ยว	ความไม่แน่นอนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน เช่น หากนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากกว่าหรือเพิ่มขึ้นสูงกว่าเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้	จะจัดหาพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความสามารถในการให้บริการเพิ่มเติมโดยที่มีคุณสมบัติด้านการบริการด้วยความปลอดภัยที่ใกล้เคียงกับพันธมิตรปัจจุบัน
3.	การรับรู้คุณค่าของการบริการ	นักท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้	- ทำแบบประเมินความพึงพอใจ - สสำรวจความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริการ เพื่อหาข้อบกพร่องแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขและใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป



กลุ่ม PTBAC

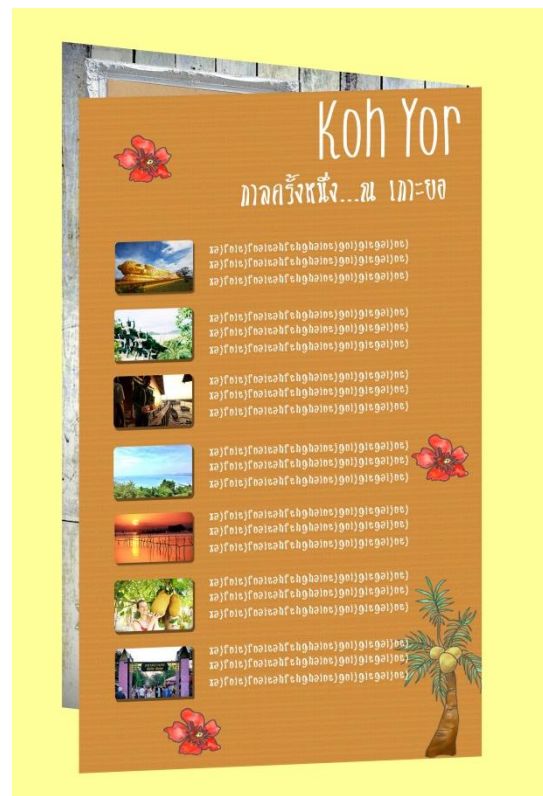
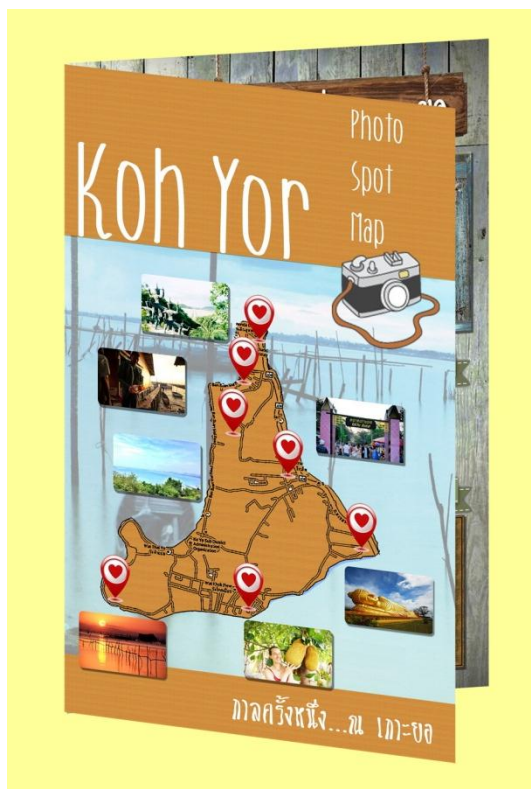
วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการจันทบุรี

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
ป้ายศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ปกนอก Sticker Book ด้านหน้าเป็นรูปแผนที่ ด้านหลังเป็นวิธีการเดินทาง





กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทลุงบริหารธุรกิจ

Sticker Frame



ป้าย Photo Spot บอกจุดถ่ายรูป





ภาคผนวก ข ตัวอย่างโปรแกรมทัวร์

โปรแกรม	เน้น	รายละเอียด
ทัศนศิลป์ ถิ่นเมือง พุทธ (08.00 – 12.00 น.)	เส้นทาง ศิลปะ- วัฒนธรรม	- นำท่านนมัสการพระพุทธไสยาสน์ปางปรีณิพพาน ที่วัดเขาพ้อ มีความยาว 40 เมตร ยาวที่สุดในภาคใต้ - เดินทางสู่วัดท้ายยอ วัดเก่าแก่ของเกาะยอ ที่มีโบราณสถานอันเป็นสถาปัตยกรรมอันล้ำค่าให้ชมกัน นั่นคือ "กุฏิเรือนไทยปั้นหยา" ที่มีอายุกว่า 200 ปี มีอยู่ด้วยกัน 3 หลัง ภายในวัดยังมีบ่อน้ำโบราณ สระน้ำโบราณ โรงเรือพระ สถูปหอรบขังที่สวยงาม ยังมีเขาพหารที่ด้านบนเป็นที่ประดิษฐานเจดีย์ทรงระฆังก่ออิฐถือปูนมีลวดลายปูนปั้นประดับอันเป็นฝีมือช่างท้องถิ่น ภาคใต้ที่มีความงดงามเป็นอย่างยิ่ง - ชมสาธิตการทอผ้าเกาะยออันเลื่องชื่อ และเรียนรู้การทอผ้าจากครูอาสาสมัครในลวดลายที่ท่านสนใจ เลือกซื้อผ้าเกาะยออันสวยงามเป็นของฝาก - เยี่ยมวัดเขาภูมิมัสการสมเด็จพระเจ้าเกาะยอ และชมทัศนียภาพของสองทะเลอันได้แก่ ทะเลสาบสงขลาและอ่าวไทย - พิพิธภัณฑสถานวิทยา ชมประวัติศาสตร์ความเป็นมาชาติพันธุ์ชาวใต้ พร้อมถ่ายรูปวิวพาโนรามาของสะพานติณสูลานนท์สะพานคอนกรีตที่ยาวที่สุดในประเทศไทย - ขอพรที่วัดเขาพ้อมีตำนานเกี่ยวกับช้างชุด โดยเล่ากันว่าเมื่อผู้ใดมาขอมักจะได้สิ่งนั้นตามที่ขอ จึงทำให้เป็นที่รู้จักของผู้คนโดยทั่วไป - แวะซื้อของฝากจากเกาะยอเป็นที่ระลึก - เดินทางกลับสู่วัดแหลมพ้อ ส่งท่าน ณ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
วิถีเกาะ ยอ วิถี พอเพียง (13.00- 18.00 น.)	เส้นทาง เกษตร และ ประมง	- จากวัดแหลมพ้อ นำท่านเข้าชมสวนสมรม หรือสวนผลไม้ตามฤดูกาล เรียนรู้การสานโคระ และลงมือปลูกต้นไม้ของตนเอง พร้อมปักชื่อไว้ ไม่ว่ากี่ปี ก็ครั้งต้นไม้นี้ก็จะรอการกลับมาของท่านและเก็บผลผลิตได้ฟรี นอกจากนี้ท่านยังสามารถสนุกไปกับการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ชื่นชอบอีกด้วย (มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม) - จากการชม ชมผลไม้สด อร่อยแล้ว ท่านจะได้เรียนรู้และลงมือแปรรูปผลไม้ในท้องถิ่นตามฤดูกาล เช่น แยมขนุน แยมมะม่วง แยมมังคุด กระทอนทรงเครื่อง ไวน์มังคุด เป็นของฝากที่น่าประทับใจให้กับครอบครัวและเพื่อนฝูง (มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม) - นำท่านสู่วัดโคกเปี้ย นมัสการพระ ชมนางงามอุโบสถที่รวมสถาปัตยกรรมไทยจีนไว้อย่างลงตัว และร่วมใจกันปั้น EM Ball เพื่อลดภาวะน้ำเสียให้ทะเลสาบสงขลา - นำท่านแวะจ่ายของฝากจากเกาะยอ - เมื่อแดดร่ม เราจะนำท่านลงเรือหางยาวสัมผัสกับวิถีชาวประมงอันเรียบง่ายของเกาะยอ ล่องตกปลา ภููไชกลางน้ำ วางกีด ถ่ายรูปกับหมู่บ้านประมงหลากสีสัน และวิวท้องฟ้า สายน้ำยามเย็น - นำท่านสู่จุดชมวิว หมู่ 7 สนุกสนานกับการทำอาหารเย็นรับประทาน จั๊มาไม่พอกก็ซื้อต่อจากชาวบ้าน อาหารทะเลสดใหม่ ลมเย็นชื่นใจ และดื่มด่ำกับวิวยามพระอาทิตย์ตกดิน



โปรแกรม	เน้น	รายละเอียด
ทัวร์สม รม (08.00 – 18.00 น.)	เกษตร และ วัฒนธรรม	- นำท่านนมัสการพระพุทธไสยาสน์ปางปรินิพพาน ที่วัดเขาพ่อ มีความยาว 40 เมตร ยาวที่สุดในภาคใต้ - เดินทางสู่วัดท้ายยอ วัดเก่าแก่ของเกาะยอ ที่มีโบราณสถานอันเป็นสถาปัตยกรรมอันล้ำค่าให้ชมกัน นั่นคือ "กุฏิเรือนไทยปั้นหยา" ที่มีอายุกว่า 200 ปี มีอยู่ด้วยกัน 3 หลัง ภายในวัดยังมีบ่อน้ำโบราณ สระน้ำโบราณ โรงเรือพระ สลุปหระฆังที่สวยงาม ยังมีเขาเพนทาร์ที่ด้านบนเป็นที่ประดิษฐานเจดีย์ทรงระฆังก่ออิฐถือปูนมีลวดลายปูนปั้นประดับอันเป็นฝีมือช่างท้องถิ่น ภาคใต้ที่มีความงดงามเป็นอย่างยิ่ง - ชมสาธิตการทอผ้าเกาะยออันเลื่องชื่อ และเรียนรู้การทอผ้าจากครูอาสาสมัครในลวดลายที่ท่านสนใจ เลือกซื้อผ้าเกาะยออันสวยงามเป็นของฝาก - เยี่ยมวัดเขากุฏิมนัสการสมเด็จพระเจ้าเกาะยอ และชมทัศนียภาพของสองทะเลอันได้แก่ ทะเลสาบสงขลาและอ่าวไทย - พิพิธภัณฑสถานวิทยา ชมประวัติศาสตร์ความเป็นมาชาติพันธุ์ชาวไทย พร้อมถ่ายรูปวิวพาโนรามาของสะพานติณสูลานนท์สะพานคอนกรีตที่ยาวที่สุดในประเทศไทย - ขอพรที่วัดเขาพ่อมีตำนานเกี่ยวกับช้างชุด โดยเล่ากันว่าเมื่อผู้ใดมาขอหมักจะได้สิ่งนั้นตามที่ขอ จึงทำให้เป็นที่รู้จักของผู้คนโดยทั่วไป - แวะซื้อของฝากจากเกาะยอเป็นที่ระลึก - จากนั้นมุ่งหน้าสู่ร้านอาหารให้ท่านได้รับประทานอาหารที่สั่งไว้ในช่วงเช้า (ระหว่างนี้นำผู้โดยสารบางส่วนไปส่งและรับกลุ่มใหม่จากวัดแหลมพ้อ) - ช่วงบ่ายนำท่านเข้าชมสวนสมรม หรือสวนผลไม้ตามฤดูกาล เรียนรู้การสานโคระ และลงมือปลูกต้นไม้ของตนเอง พร้อมปักชื่อไว้ ไม่ว่ากี่ปี ก็ครั้งต้นไม้ต้นนี้ก็จะรอการกลับมาของท่านและเก็บผลผลิตได้ฟรี นอกจากนี้ท่านยังสามารถสนุกไปกับการเก็บเกี่ยวผลผลิตที่ชื่นชอบอีกด้วย (มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม) - จากการชม ชิมผลไม้สด อร่อยแล้ว ท่านจะได้เรียนรู้และลงมือแปรรูปผลไม้ในท้องถิ่นตามฤดูกาล เช่น แยมขนุน แยมละมุด แยมมังคุด กระทอนทรงเครื่อง ไวน์มังคุด เป็นของฝากที่น่าประทับใจให้กับครอบครัวและเพื่อนฝูง (มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม) - นำท่านสู่วัดโคกเปี้ยว นมัสการพระ ชมงามงามอุโบสถที่รวมสถาปัตยกรรมไทยจีนไว้อย่างลงตัว และร่วมใจกันปั้น EM Ball เพื่อลดภาวะน้ำเสียให้ทะเลสาบสงขลา - นำท่านแวะจับจ่ายของฝากจากเกาะยอ - เมื่อแดดร่ม เราจะนำท่านลงเรือหางยาวสัมผัสกับวิถีชาวประมงอันเรียบง่ายของเกาะยอ ล่องตกปลา ภููไชกลางน้ำ วางกีด ถ่ายรูปกับหมู่บ้านประมงหลากสีสัน และวิวท้องฟ้าสายน้ำยามเย็น - นำท่านสู่จุดชมวิว หมู่ 7 สนุกสนานกับการทำอาหารเย็นรับประทาน จั๊มาไม่พอกก็ซื้อต่อจากชาวบ้าน อาหารทะเลสดใหม่ ลมเย็นชื่นใจ และดื่มด่ำกับวิวยามพระอาทิตย์ตกดิน





กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการจันทบุรี

ภาคผนวก ค ป้ายบอกข้อมูลธุรกิจและเส้นทางท่องเที่ยว





กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการจันทบุรี



ภาคผนวก ง กิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว

กิจกรรมแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร





กลุ่ม PTBAC
กิจกรรมต้นไม้ของฉัน

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทลุงบริหารธุรกิจ



ตลาดนัดเกาะयो

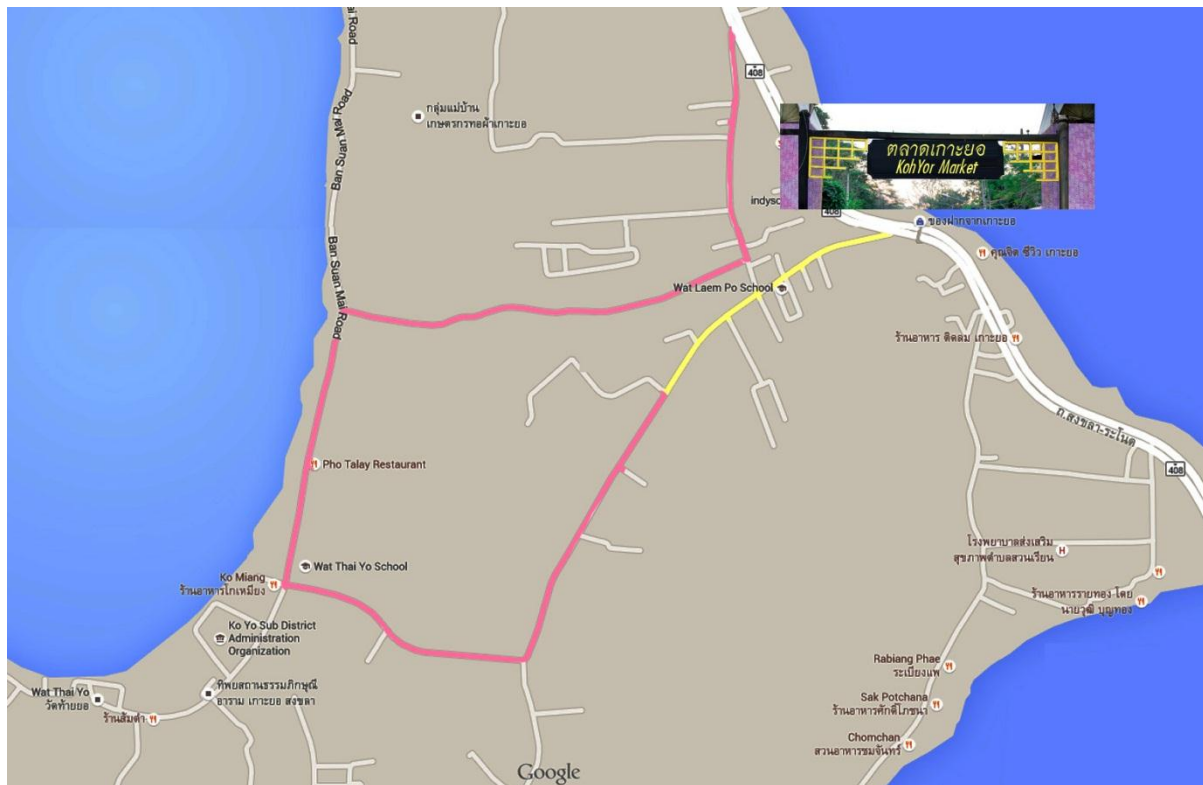




กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทลุงบริหารธุรกิจ

บริเวณสี่เหลี่ยมเหมาะทำเป็นตลาดนัดเพราะสามารถใช้เส้นสีชมพูเป็นทางเปี่ยงได้





ภาคผนวก จ ตารางกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย

การดำเนินงาน	เดือนที่											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
การโฆษณา												
1. Facebook Fanpage	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. Blogger / Reviewer		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. Magazine / หนังสือพิมพ์		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. Press Trip				✓								
5. บิลบอร์ด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
6. Google Ads	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
7. Banner Exchange	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
8. โบรชัวร์		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
การส่งเสริมการขาย												
1. ส่วนลด			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. งานเทศกาล				✓		✓		✓	✓	✓		
ลูกค้าสัมพันธ์												
1. Line@				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. Mailing List/Newsletter				✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ขายตรง												
1. Promotional Package	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ เพิ่มความถี่ในการใช้สูง

✓ ความถี่ทั่วไป



กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพัทลุงบริหารธุรกิจ

ภาคผนวก จ สร้างแหล่งท่องเที่ยวง่ายๆ ด้วยงบประมาณต่ำ

การเพิ่มข้อความบนม้านั่ง เหมาะสำหรับจุดชมวิว หมู่ 7





เขียนข้อความบนกำแพง



วาดรูปบนพื้น

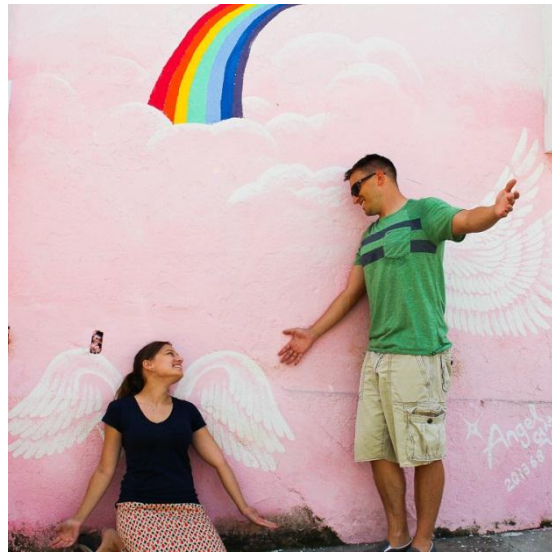


กำแพงไว้เขียนข้อความ



กลุ่ม PTBAC

วิทยาลัยเทคโนโลยีพณิชยการจันทบุรี



กำแพงเป็นผ้าใบ



บรรณานุกรม

- ++PeaCe AcID++. (5 เมษายน 2553). *Pix :) เกาะยอ จ.สงขลา รูปสวยมาก^^จริงๆ*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Dek-D: <http://www.dek-d.com/board/view/1681900/>
- Alecia. (14 ธันวาคม 2556). *Before I die*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก VIVAKOLOR: <http://vivakolor.com/2014/12/14/before-i-die/>
- Bethany Maxwell. (6 มีนาคม 2558). *Ehwa Art Street*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Korea Yel: <http://koreaye.com/ewha-art-street/ehwa-14-angels/>
- Christina. (27 กรกฎาคม 2552). *How to Make Raspberry Jam: Ooooh La La! It's Music to Your Lips!* เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Intimate Wedding: <http://www.intimatem weddings.com/blog/how-to-make-raspberry-jam-ooooh-la-la-its-music-to-your-lips/>
- golfmhee. (24 เมษายน 2555). *พาเที่ยวเกาะยอ จ.สงขลา ครบ*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Pict4All: <http://www.pict4all.com/vboard/showthread.php?1265-%BE%D2%E0%B7%D5%E8%C2%C7%E0%A1%D2%D0%C2%CD-%A8.%CA%A7%A2%C5%D2-%A4%C3%D1%BA>
- GUN_DRUMS. (29 กันยายน 2555). *@@ตามหาแสงใต้@@[[..ปากประ..เกาะยอ..ปากเมง..]]*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก PIXPRO'S: <http://www.pixpros.net/forums/showthread.php?p=1500487>
- hotlyts24. (ม.ป.ป.). เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Photobucket: <http://s160.photobucket.com/user/hotlyts24/media/fb-covers/oo/swag/swag-couple-on-bench.png.html>
- Lobsterpaints. (12 มีนาคม 2558). *Travelogue: Korea 2014 - Day 8 @ Ihwa Mural Village and Namdaemun / Seoul, South Korea*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Lobsterpaints.com: <http://www.lobsterpaints.com/2015/03/travelogue-korea-2014-day-8-ihwa-mural.html>
- motion.pl. (ม.ป.ป.). *Couple in love sitting on bench by the sea*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Shutterstock: <http://www.shutterstock.com/video/clip-4256738-stock-footage-couple-in-love-sitting-on-bench-by-the-sea.html>
- Saksuda Sangmanee. (2 เมษายน 2555). *เกาะยอ.....เครื่องมือชาวประมง...ที่เรียกว่าไทรนั้ง*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก Panoramio: <http://www.panoramio.com/photo/69515184>
- Sasa Mihajlovic. (ม.ป.ป.). *Stock Photo - Young woman sitting on a bench and looking at the sea*. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก 123rf: http://www.123rf.com/photo_40867872_young-woman-sitting-on-a-bench-and-looking-at-the-sea.html



- Watee. (23 พฤศจิกายน 2555). เกาะเกร็ด หัดไลพ์ห่วยครับ. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558
จาก FotoRelax: <http://www.fotorelax.com/forum/index.php?topic=52657.0>
- กุลนิดา อธิโรจน์, ธิติมา วงศ์ไวโรจน์, และ อภิวัฒน์ จิรไพโรจน์. (2551). บริษัทไอ-ไกด์ จำกัด :
private customized tour. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คุณโม. (15 มิถุนายน 2557). ให้เช่าบ้านเดี่ยว ชั้นเดียว มีสวนลำไย และผลไม้มากมาย แวดล้อมด้วย
บรรยากาศกิ่งเมือง กิ่งชนบท. เรียกใช้เมื่อ 2558 กรกฎาคม 26 จาก Thai Hometown:
<http://www.thaihometown.com/home/149049>
- จิรัฐ ชวนชม, และ นงลักษณ์ โพธิ์ไพจิตร. (2557). ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการบริหารธุรกิจท่องเที่ยว
ของธุรกิจนำเที่ยว กรณีศึกษา ธุรกิจนำเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เต็กช่างกรน. (13 พฤศจิกายน 2553). ภาพถ่าย น้อยปาย@สวนรถไฟ. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม
2558 จาก Dekchanggron: <http://www.dekchanggron.com/2010/11/13/portrait/photo-npay-garden-train/>
- เพรง.เพีย. (26 กรกฎาคม 2554). ... ตลาดบางหลวง ร.ศ.๑๒๒ ... เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558
จาก Bloggang: <http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=praingpayear&month=26-07-2011&group=5&gblog=65>
- ภัทริยา สังข์น้อย, อุดรณ แก้วซัง, เทพกร ณ สงขลา, และ สุเทพ ทิพย์ธารา. (2558). การศึกษา
ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรตามรูปแบบชิปโมเดล: กรณีศึกษา ตำบลเกาะยอ
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สกุล จริยาแจ่มสิทธิ์. (2555). การศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในประเทศ
ไทย:กรณีศึกษาที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนัน
ทา.
- สำนักอุทยานแห่งชาติ. (16 สิงหาคม 2553). อุทยานแห่งชาติไทร้มเย็น จังหวัดสุราษฎร์ธานี จัด
กิจกรรมเพื่อเทิดพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ตาม ”
โครงการเหลือง ฟ้า มหามงคล”. เรียกใช้เมื่อ 26 กรกฎาคม 2558 จาก สำนักอุทยาน
แห่งชาติ: <http://park.dnp.go.th/visitor/shownews.php?newsid=696>